



SPORT TURIZMINING AHOLI BANDLIGIGA MULTIPLIKATIV TA'SIRINING TAHLILI

Kalandarov Jalol

"Ipak yo'li" turizm va madaniy meros xalqaro universiteti

ORCID: 0009-0006-7881-3118

jrstudyhouse@gmail.com

Annotatsiya. Sport turizm sohasining milliy turizm iqtisodiyotiga bevosita ta'siri uning turli darajadagi budjetlarning daromadlar qismiga soliqlar orqali qo'shayotgan hissasi, shuningdek, yalpi ichki mahsulotda turizm xizmatlarining shakllanishi bilan ifodalansa, uning ijtimoiy sohaga bevosita ta'siri sohadagi aholi daromadlari, mehnat resurslarining holati, bandlik darajasi va yangi ish o'rinlarining soni bilan belgilanadi. Maqolada sport turizmining aholi bandligiga multiplikativ ta'sirining tahlili keltirilgan.

Kalit so'zlar: turizm, sport, postindustrial, jamiyat, multiplikativ effekt, aholi, bandlik, samaradorlik, turist, mehnat, qobiliyat, makroiqtisodiyot, daromad, turistik infratuzilma, investitsiya.

АНАЛИЗ МУЛЬТИПЛИКАТИВНОГО ЭФФЕКТА СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА НА ЗАНЯТОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ

Каландаров Джалол

*Международный университет туризма и
культурного наследия «Шелковый путь»*

Аннотация. Прямое влияние сектора спортивного туризма на национальную туристическую экономику выражается в его вкладе в доходную часть бюджетов различных уровней за счет налогов, а также в формировании туристических услуг в валовом внутреннем продукте, в то время как его прямое влияние на социальную сферу определяется доходами населения в этом секторе, состоянием трудовых ресурсов, уровнем безработицы и количеством новых рабочих мест. В статье представлен анализ мультипликативного эффекта спортивного туризма на занятость населения.

Ключевые слова: туризм, спорт, постиндустриальное общество, мультипликативный эффект, население, занятость, эффективность, турист, труд, способности, макроэкономика, доход, туристическая инфраструктура, инвестиции.

ANALYSIS OF THE MULTIPLIER EFFECT OF SPORTS TOURISM ON POPULATION EMPLOYMENT

Kalandarov Jalol

*“Silk Road” International University of
Tourism and Cultural Heritage*

Abstract. *The direct impact of the sports tourism sector on the national tourism economy is expressed in its contribution to the revenue part of budgets of various levels through taxes, as well as the formation of tourism services in the gross domestic product, while its direct impact on the social sphere is expressed in the income of the population in the sector, the state of labor resources, the level of unemployment and the number of new jobs. The article presents an analysis of the multiplicative effect of sports tourism on population employment.*

Keywords: *tourism, sports, post-industrial, society, multiplicative effect, population, employment, efficiency, tourist, labor, capacity, macroeconomics, income, tourist infrastructure, investment.*

Kirish.

Sport turizmini rivojlantirish asosida mamlakatda turizm munosabatlarini shakllantirish, turizmni boshqa yo‘nalishlariga bevosita ta‘sir etish, aholi turmush darajasi va bandligini oshirish, yangi ish o‘rinlarini yaratish hamda ijtimoiy sohadagi boshqa muammolarni hal qilish muhim ahamiyat kasb etadi. Sababi, sport turizmi talabi asosida tashrif buyuruvchilarning sayohati davomida xilma xil ehtiyojlarini qondirish uchun xizmatlarning keng doirasini shakllantirish talab etiladi. Bunda sayyohlarning ushbu xilma xil ehtiyojlarini qondirish darajasi mamlakatda yaratilgan turistik infratuzilma va uning faoliyat samaradorligi bilan bog‘liq. Bir so‘z bilan aytganda, sport turizm xizmatlari sohasining rivojlanishi transport, mehmonxona xo‘jaligi, fan va ma‘daniyat, qurilish, qishloq xo‘jaligi, savdo, umumiy ovqatlanish va boshqa sohalarning rivojlanish ko‘rsatkichlariga bevosita va bilvosita ta‘sir ko‘rsatadi. Sohadagi aholi daromadlari, bandlik darajasi, turizmning turdosh tarmoqlarini rivojlanishi ham bundan mustasno emas.

Adabiyotlar sharhi.

Tadqiqot davomida sport turizmini aholi daromadlari, mehnat resurslarining holati, bandlik darajasi va yangi ish o‘rinlarini yaratishning imkoniyatlarini tahlil etishdan oldin, turizm xizmatlari sohasida haqida munosabat bildirishni, uning iqtisodiyotga bilvosita ta‘siri uning ijtimoiy-iqtisodiy tabiatiga ko‘ra ancha kengligi, uning umumiy ta‘siri bevosita iqtisodiy va ijtimoiy ta‘siridan ancha yuqoriligi xususida to‘xtalib o‘tishini maqsadga muvofiq deb topdik. Sababi shundaki, turizm xizmatlari orqali “xarajat-daromad” zanjiri asosida turizmga bog‘liq tarmoqlarning rivojlanishi rag‘batlantiriladi (multiplikator effekti). Ya‘ni tashrif buyuruvchining tashrif buyurgan joyida qo‘shimcha xarajatlari qanchalik ko‘p bo‘lsa, turizm xizmatlari sohasining iqtisodiyotga bilvosita (multiplikativ) ta‘siri shuncha yuqori bo‘ladi.

Iqtisodchi olim Yendjeychik (2000)ning fikricha, turizmning iqtisodiy mohiyati ko‘p jihatdan turizmga keng qamrovli bo‘lgan multiplikativ samara ta‘siriga asoslanadi. Multiplikativ samara ta‘siri natijasida turizmga bitta ish o‘rni turizm bilan hamkorlik tizimi orqali bog‘langan boshqa soha va sektorlarda yettita yangi ish o‘rnini yaratadi¹. Tadqiqotchilar Truxachyov, Lyakisheva va Ayrapetyan (2015)lar turizm xizmatlari sohasi juda keng qamrovli sohalardan biri ekanligini, uning boshqa tarmoqlarga bilvosita ta‘siri turizm multiplikatorlari orqali hisoblanishini ta‘kidlagan va turizm multiplikatoriga quyidagicha ta‘rif bergan: “Turizm multiplikatori – bu asosiy iqtisodiy ko‘rsatkichlardan biri (masalan, ishlab chiqarish, bandlik,

¹ http://www.tourlib.columb.net.ua/lib/books_tourism/bogolubov.htm (Murojaat qilingan sana: 23.11.2022)

daromad va boshqalar) o'zgarishining turistik xarajatlar o'zgarishiga nisbati". Demak, mutaxassislar tomonidan turizm xizmatlari sohasining iqtisodiy mohiyati va uning o'ziga xos xususiyatlari borasida yuqorida sanab o'tilgan fikr mulohazalardan shunday xulosa qilish mumkin, "turizm multiplikatori" turizm xizmatlari sohasining mamlakat iqtisodiyotiga va iqtisodiyot tarmoqlarining muayyan makroiqtisodiy ko'rsatkichlariga ta'sirini baholashning eng to'g'ri usuli sifatida belgilash mumkin.

Turizm xizmatlari sohasining iqtisodiyotga va unga aloqador boshqa tarmoqlarning rivojlanishiga bilvosita ta'siri borasida dunyoning ko'plab olimlari tadqiqot olib borishgan. Jumladan, xorij olimlaridan Keyns (2007), Samuelson (2000), Fisher, Ryutter (2018), Krippendorf (2010)lar o'z tadqiqot ishlarida iqtisodiyotning turli tarmoqlari uchun umumlashtirilgan multiplikatorni hisoblashning bir qancha modellari va usullarini taklif qilgan. Rus iqtisodchi olimlardan Kvartalnov (2004), Gulyayev (2003, 2008), Morozov (2004), Papiryan (2001; 2007), Yefremova (2013; 2014) va boshqalar esa turizm multiplikatorlarini hisoblash tartib-tamoyillari borasida izlanishlar olib borgan. Biroq shunga qaramasdan umumiy qabul qilingan, uyg'un nazariya va turistik multiplikatorni hisoblashning yagona modellari hali ishlab chiqilmagan.

Tadqiqot metodologiyasi.

Mazkur tadqiqotda ilmiy tahlil, solishtirma usul, so'rovnomma va statistik ma'lumotlarni o'rganish kabi metodlardan foydalanildi.

Tahlil va natijalar muhokamasi.

Multiplikativ effekti nazariyasi ishlab chiqarishning bir sohasida xarajatlarning ishlab chiqarishni kengaytirishga va uning boshqa sohalarda bandlikni oshirishga rag'batlantiruvchi ta'siri mavjudligini ifodalaydi. Yalpi hududiy mahsulot tarkibidagi ushbu o'sib boruvchi komulyativ effekt multiplikator effekti deb ataladi (Немкович, 2010). Turizmning rivojlanishi iqtisodiyotning ko'pgina sektorlari bilan bog'liq bo'lganligi sababli uning multiplikativ ta'sirini baholash uchun kattagina ma'lumotlar bazasi talab etiladi. Shuningdek, multiplikator qiymatini baholashda nafaqat metodologiyani tanlash, balki multiplikator turini ham to'g'ri tanlash muhimdir. Ularning har bir turi o'ziga xos spetsifik funksiyani bajaradi. Y.B.Kvashninaning fikricha, turizm multiplikatorlarining 3 ta turi mavjud, ya'ni "bandlik multiplikatori", "xarajat (daromad) multiplikatori" va "ishlab chiqarish multiplikatori" bo'lishi mumkin. Uchala multiplikator modellari doimiy mutanosib bo'lsada, ular texnologik taraqqiyotni hamda ishlab chiqarish materiallarining nisbiy narxlardagi o'zgarishlarini hisobga olmaydi. Bizning nazarimizda, turizm multiplikatorlarining har bir turi tabiatan o'zaro bog'liq bo'ladi. Misol uchun, deylik, 10 million dollarlik qo'shimcha sayohat xarajatlari mamlakat iqtisodiyotiga 30 million dollarlik mahsulot ishlab chiqarish va mintaqaga 9 million dollarlik to'g'ridan-to'g'ri va qo'shimcha daromad keltirishi mumkin. Ushbu qo'shimcha sayohat xarajatlari 1200 ta qo'shimcha ish o'rni, 300 ta ikkilamchi ish o'rnini yaratishi mumkin deb olsak, ishlab chiqarish multiplikatori 3, daromad multiplikatori 0,9 va bandlik multiplikatori 1,25 (ya'ni 1500/1200) yoki ikkinchi usulda o'lchanadigan bo'lsa, 1,5 (ya'ni sayohat xarajatlarda 10 000 dollar uchun 1,5 ish joyi) kabi hisoblanadi (Актымбаева, Сапиева, 2017).

Bizningcha, O'zbekiston sharoitida turizm xizmatlari sohasining unga bog'liq boshqa iqtisodiy va ijtimoiy sohalarga bilvosita ta'sirini baholashning imkoniyati majud emas. Bunga mamlakatda umumiy va turizm statistikasining mukammal emasligi, milliy hisoblar tizimida turizm multiplikatori parametrlarining mavjud emasligi, turizm multiplikatorini hisoblash va uni operativ hisobini yuritishning ilmiy asoslangan metodikasining yaratilmaganligi va boshqalarni sabab qilib keltirish mumkin. Shu boisdan, biz turizm xizmatlari sohasining unga aloqador boshqa tarmoqlarning iqtisodiy ko'rsatkichlariga ta'sirini nazariy qarashlarimiz orqali tahlil qilishga harakat qildik.

Xizmat ko'rsatish sohasida turizmning rivojlanishini matematik modellashtirish bo'yicha tadqiqotchi Tramovaning (2010) fikricha, turizmning multiplikativ effektini hisoblashning murakkabligiga qaramasdan, turizmning iqtisodiy samarasini tavsiflovchi asosiy ko'rsatkichlar yetarlicha aniqlangan. Uning fikricha, har qanday milliy iqtisodiyot uchun hisoblanishi mumkin bo'lgan yetti turdagi turizm multiplikatorlari mavjud. Bular: ishlab chiqarish, sotish, daromadlar, bandlik, ish haqi, davlat daromadlari va import multiplikatorlaridir.

Iqtisodchi olim Morozovga (2004) ko'ra, multiplikator qiymatini baholashda metodologiyani tanlash bilan birga multiplikatorlarni ham to'g'ri tanlash muhim ahamiyat kasb etadi. Chunki ularning har bir turi muayyan o'ziga xos funksiyani bajarishini ta'kidlagan. Shuningdek, olimning "Ekonomika turizma" darsligida turizm multiplikatorining 3 ta asosiy turi: bandlik multiplikatori, xarajat (Daromad) multiplikatori va ishlab chiqarish multiplikatorlari mavjudligini ta'kidlaydi.

Biroq, "multiplikator" (lotinchadan multiplicator - ko'paytiruvchi) tushunchasi, dastlab, iqtisodiy kategoriya sifatida ingliz olimi 1931-yilda Richard Kan tomonidan tadqiq etilgan bo'lib, keyinchalik Keyns (2007) tomonidan ushbu tushunchaning mazmun mohiyati va matematik tavsifi ishlab chiqilgan. Keyinchalik XX asrning 70-yillaridan boshlab multiplikator modeli turizm iqtisodiyotida ham qo'llanilib kelinmoqda.

O'zbekistonda turizm xizmatlari sohasi rivojlanishini boshqa soha va tarmoqlardagi bandlik ko'rsatkichlariga ta'sirini o'rganishda statistik tadqiqot usulidan hamda Keynsning (2007) iqtisodiy tahlil nazariyasiga asoslangan turistik multiplikatorning matematik modelidan, Samuelson va Nordxauzning (2000) multiplikatorni hisoblash usullaridan foydalanishni maqsadga muvofiq deb topdik. Ya'ni bunga ko'ra, turizm multiplikatori doirasida turizm xarajatlari aylanmasi dinamikasini hisobga olgan holda, turizmning bilvosita ta'sirini umumlashtirilgan shaklda hisoblash qo'yidagicha ifodalanadi:

$$K = I + I \times MSP + I \times MSP^2 + I \times MSP^3 + I \times MSP^4 + \dots + I \times MSP^n \quad (1)$$

K – turistik faoliyatning multiplikativ effekti;

I – bevosita va bilvosita daromadlarni ifodalovchi investitsiyalar;

n – iqtisodiyotdagi pul aylanmalari soni;

MSP – iste'molga bo'lgan marjinal moyillik, ya'ni hisobot davridagi o'rganilayotgan hududdagi mahalliy aholi xarajatlar darajasining daromadlar darajasiga nisbati[9].

Bunda

$$MSP = \frac{\text{xarajatlar}}{\text{daromadlar}} = \frac{X}{D}; \quad (2)$$

Demak, formula quyidagi shaklga keltiriladi:

$$K = \frac{I}{1 - MSP} = \frac{I \times D}{D - X}; \quad (3)$$

Aholi daromadlarini ko'paytirish masasi nafaqat ijtimoiy, balki muhim iqtisodiy va siyosiy ahamiyatga ega. Chunki kambag'allikdan qutilgan kishida hayotdan qoniqish bo'ladi va bunda yashashdan rozilik alomatlari ham namoyon bo'lib turadi. Bunday shaxslarda bunyodkorlik tuyog'usi shakllanish uchun imkoniyatlar ham paydo bo'ladi. Mamlakatimiz asta-sekinlik bilan daromadining o'rtacha darajasi ikki guruhga, ya'ni 5,5 dollarga chiqishi uchun kurashmog'i lozim. Bunda aholining o'rtacha daromadi bir kishiga 4086 dollardan 12615 dollar oralig'ida bo'lishi lozim. Agar milliy daromadimiz bo'yicha o'rtachadan balandroq mamlakatlar safiga kiradigan bo'lsak, bir kunda bir kishiga kambag'allik chizig'ining o'rtacha ko'rsatkichidir 5,5

dollarni tashkil qiladi. Shundagina rivojlangan mamlakatlardagi aholi farovonligining ostonasiga qadam qo'yamiz. Ushbu holat quyidagi jadvalda keltirilgan (1-jadval).

1-jadval

O'zbekistonda o'rtacha oylik ish haqi 2020-2024-yillardagi o'sish dinamikasi²

| T/r | Yillar | O'rtacha ish haqi yillar kesimida, mln. so'm. | O'zgarish sur'ati, % |
|-----|--------|--|-------------------------|
| 1. | 2020 | 2 mln 585 ming so'm | 100,0 |
| 2. | 2021 | 2 mln 877 ming so'm | 111,3 |
| 3. | 2022 | 3 mln 418 ming so'm | 132,2 |
| 4. | 2023 | 4 mln 106 ming so'm | 158,8 |
| 5. | 2024 | 4 mln 920 ming so'm. | 190,3 |

Jadvaldan ko'rinib turibdiki, O'zbekistonda o'rtacha oylik ish haqi 2020-2024-yillardagi o'sish dinamikasi barqaror o'sish sur'atiga ega bo'lgan. Shu davrda 190,3 %ni tashkil qilmoqda. Mamlakatimizda o'rtacha oylik bemaol kambag'allik chegarasidan yuqori ekanligini ko'rsatib turibdi. Ushbu holatni sohalar bo'yicha qaraydigan bo'lsak, oylik va yillik ish haqi quyidagi jadvalda keltirdi (2-jadval).

2-jadval

O'zbekistonda iqtisodiy faoliyat turlari (sohalar) bo'yicha o'rtacha oylik ish haqi (2024-yil 1-chorak)³

| T/r | Iqtisodiyot sohalari | O'rtacha bir oylik ish haqi, mln. so'm | O'rtachaga nisbatan, % | Yillik ish haqi, mln. so'm |
|-----|---|--|---------------------------|----------------------------------|
| 1. | Sanoat | 3672,0 | 102,0 | 44064,0 |
| 2. | Qurilish | 3587,2 | 99,6 | 43044,0 |
| 3. | Savdo | 2868,4 | 79,7 | 34420,8 |
| 4. | Tashish va saqlash | 3720,7 | 103,3 | 44648,4 |
| 5. | Axborot va aloqa | 4836,4 | 134,3 | 58036,8 |
| 6. | Moliyaviy va sug'urta faoliyati | 6464,9 | 179,5 | 77578,8 |
| 7. | Ta'lim | 2246,8 | 62,4 | 26961,6 |
| 8. | Sog'liqni saqlash va ijtimoiy xizmatlar ko'rsatish | 2048,6 | 56,9 | 24580,8 |
| 9. | Boshqa faoliyat turlari | 2972,8 | 82,6 | 35673,6 |
| | Jami | 32412,8 | X | 412953,6 |
| | Iqtisodiy faoliyat turlari bo'yicha o'rtacha | 3601,4 | 100,0 | 45883,7 |

Jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, eng yuqori ish haqi moliyaviy va sug'urta faoliyati bilan shug'ullanayotgan xodimlarda ekan. Ularning ish haqi o'rtachaga nisbatan 179,5 %ni tashkil qiladi. Ikkinchi o'rinda axborot va aloqa xizmatlari sohasiga to'g'ri keladi. Ularning miqdori o'rtacha oylikka nisbatan 134,3 %ga teng. Shuningdek, tashish va saqlash (103,3 %) hamda sanoat sohasidagi (102,0 %) ish haqi miqdori ham o'rtachadan yuqori. Eng kam ish haqi sog'liqni saqlash va ijtimoiy xizmatlar ko'rsatish sohasi xodimlariga to'g'ri kelib, ularning ish haqi o'rtachaga nisbatan atigi 56,9 %ni tashkil qilmoqda. Yuqoridagi jadvallardan ko'rinib turibdiki, bir kishiga kambag'allikning eng quyi qatlamida bir oyda daromadi 598,5 ming so'mni (1,9*30*10,5) tashkil qiladi. Agar sog'liqni saqlash va ijtimoiy xizmatlar ko'rsatish sohasi xodimlari oilasida 4 kishi bo'lsa, boshqa oila a'zolari ishlamasa va qo'shimcha daromadi bo'lmasa, ushbu oilani kambag'allik chegarasidan chiqarish qiyin. Qolgan sohalarni ham xuddi shu tarzda qiyosiy jihatdan tahlil qilish mumkin.

² <https://www.gazeta.uz/uz/2024/04/29/wages>

³ O'zbekistonda o'rtacha oylik qancha? Telegram 27.04.2021 17:29 203

Mazkur masalani hududlar bo'yicha tahlil qilinsa, masalaga yanada oydinlik kiradi. Buning uchun jami aholi soni, shu jumladan mehnatga qobiliyatli aholi, ular tarkibida ish bilan band aholi hamda rasmiy ishsizlarning o'sish sur'atini tahlil qilishni maqsadga muvofiq, deb topdik. Ushbu ko'rsatkichlar tahlili mazkur jadvalda keltirilgan (3-jadval).

3-jadval

Samarqand viloyatida aholi soni, mehnatga qobiliyatli, ish bilan band va ishsiz aholi sonining 2015-2024-yillardagi o'zgarish dinamikasi

| Yillar | Jami aholi | | Shu jumladan | | | | | |
|--------|------------------|------------------|----------------------------|------------------|----------------------|------------------|------------------|------------------|
| | soni, ming kishi | o'sish sur'ati,% | Mehnatga qobiliyatli aholi | | Ish bilan band aholi | | Rasmiy ishsizlar | |
| | | | soni, ming kishi | o'sish sur'ati,% | soni, ming kishi | o'sish sur'ati,% | soni, ming kishi | o'sish sur'ati,% |
| 2015 | 3514,8 | 100,0 | 2006,7 | 100,0 | 1402,7 | 100,0 | 82,9 | 100,0 |
| 2016 | 3583,9 | 102,0 | 2 024,7 | 100,9 | 1 443,9 | 102,9 | 86,7 | 104,6 |
| 2017 | 3651,7 | 103,9 | 2 048,1 | 102,1 | 1 485,1 | 105,9 | 90,6 | 109,3 |
| 2018 | 3720,1 | 105,8 | 2 069,4 | 103,1 | 1 523,1 | 108,6 | 106,7 | 128,7 |
| 2019 | 3798,9 | 108,1 | 2 092,5 | 104,3 | 1 463,3 | 104,3 | 157,3 | 165,6 |
| 2020 | 3877,4 | 110,3 | 2 108,2 | 105,1 | 1 455,8 | 103,8 | 148,4 | 179,0 |
| 2021 | 3947,7 | 112,3 | 2 120,4 | 105,7 | 1 418,3 | 101,1 | 174,6 | 210,6 |
| 2022 | 4031,3 | 114,7 | 2 115,5 | 105,3 | 1 441,3 | 102,8 | 158,4 | 191,1 |
| 2023 | 4118,2 | 117,2 | 2 155,6 | 107,4 | 1 479,8 | 105,5 | 152,5 | 184,0 |
| 2024 | 4208,5 | 119,7 | 2 155,8 | 107,4 | 1 504,2 | 107,2 | 156,8 | 189,1 |

Manba: O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzildi.

Jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, Samarqand viloyatida aholi soni 2024-yilda 2015-yilga nisbatan 119,7 % o'sgankligiga guvoh bo'ldik. Shu davrda mehnatga qobiliyatli aholining o'sish sur'ati 107,4 %ni tashkil qilmoqda. Demak aholining soni bolalar evaziga ko'paymoqda. Mehnatga qobiliyatli aholining o'sish sur'atiga nisbatan ish bilan band aholining o'sish sur'ati ham past, ya'ni 107,2 %ga teng. Demak mehnatga qobiliyatli aholi hamisha ish bilan to'liq ta'minlanmagan. Natijada ishsiz aholi sonining ko'payishi ro'y bergan. Haqiqatda shu davrda ushbu ko'rsatkich 189,1 %ni tashkil qilgan. Ko'rinib turibdiki, Samarqand viloyatida yangi ish o'rinlarini yaratish masalasini jadallashtirish lozim ekan. Shu bilan birga aholining o'zini o'zi ish bilan ta'minlab, band qilish masalasiga ham alohida ahamiyat berilishi kerak. Bunda mahallalarda o'zini o'zi band qilish bo'yicha tizimli tadbirlarni amalga oshirish ham maqsadga muvofiq.

Tadqiqotlarimiz ko'rsatdiki, ayrim ishsiz aholi o'zini o'zi ish bilan band qilish tartibini masofadan turib hal qilish nimaligini ham bilmaydi. Bundan tashqari ayrim kishilar norasmiy band. Ularga o'zini o'zi ish bilan band qilishning ko'pgina ijobiy tomonlarini ham tushuntirish kerak ekan. Buning uchun mahalla yettiligi tizimli ravishda ishlashlari lozim bo'ladi. Aholiga o'zini o'zi ish bilan band qilishning ahamiyatini tushuntirib borish kerak. Bundan tashqari ish bilan band bo'lmagan, birorta kasbga ega bo'lmagan aholini viloyatda tashkil qilingan MONOMARKAZda o'qitib kasbga o'rgatib, mahallaga kerak kasbni egallatib, shu mahallaning o'zida band qilishi mumkin.

Tahlilning navbatdagi bosqichida, Samarqand viloyatida aholi soni, mehnatga qobiliyatli aholi, ular tarkibida ish bilan band aholi va ishsiz aholining tarkibiy tuzilishi bo'yicha o'zgarishlarni o'rganishni ham maqsadga muvofiq, deb topdik. Buning uchun ushbu ko'rsatkichlarning 2015-2024-yillardagi tarkibiy tuzilishidagi o'zgarish qiyosiy tahlil qilishni maqsadga muvofiq, deb topdik. Ushbu ko'rsatkichlarning qiyosiy tahlili quyidagi jadvalda keltirilgan (4-jadval).

Samarqand viloyatida aholi soni, mehnatga qobiliyatli, ish bilan band va ishsiz aholi sonining 2015-2024-yillardagi tarkibiy tuzilishidagi o'zgarish dinamikasi

| Yillar | Jami aholi | | Shu jumladan | | | | | |
|--------|------------------|-----------|----------------------------|-----------|----------------------|-----------|--|-----------|
| | soni, ming kishi | ulushi, % | Mehnatga qobiliyatli aholi | | Ish bilan band aholi | | Ishsizlar, nogironlar, bola tarbiya-sidagi kabilar | |
| | | | soni, ming kishi | ulushi, % | soni, ming kishi | ulushi, % | soni, ming kishi | ulushi, % |
| 2015 | 3514,8 | 100,0 | 2006,7 | 52,0 | 1402,7 | 45,0 | 105,4 | 3,0 |
| 2016 | 3583,9 | 100,0 | 2 024,7 | 56,7 | 1 443,9 | 40,3 | 115,3 | 3,0 |
| 2017 | 3651,7 | 100,0 | 2 048,1 | 56,1 | 1 485,1 | 40,7 | 118,5 | 3,2 |
| 2018 | 3720,1 | 100,0 | 2 069,4 | 55,9 | 1 523,1 | 40,9 | 117,6 | 3,2 |
| 2019 | 3798,9 | 100,0 | 2 092,5 | 55,0 | 1 463,3 | 38,5 | 245,1 | 6,5 |
| 2020 | 3877,4 | 100,0 | 2 108,2 | 54,4 | 1 455,8 | 37,5 | 313,4 | 8,1 |
| 2021 | 3947,7 | 100,0 | 2 120,4 | 53,7 | 1 418,3 | 35,9 | 409,0 | 10,4 |
| 2022 | 4031,3 | 100,0 | 2 115,5 | 52,5 | 1 441,3 | 35,8 | 474,7 | 11,8 |
| 2023 | 4118,2 | 100,0 | 2 155,6 | 52,4 | 1 479,8 | 35,9 | 482,8 | 11,7 |
| 2024 | 4208,5 | 100,0 | 2 155,8 | 51,4 | 1 504,2 | 35,7 | 548,5 | 13,0 |

Manba: O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzildi.

Mazkur jadvaldan ko'rinib turibdiki, mehnatga qobiliyatli aholining barcha aholidagi ulushi 2015-yilda 52,0 %ni tashkil qilgan bo'lsa, 2020-yilga kelib bir muncha o'sgan va 54,4 %gacha ko'tarilgan. Ammo 2024-yilga kelib esa, uning ulushi 51,4 %ni tashkil qiladi. Bu ham ko'rsatadiki, umumiy aholining tarkibida bolarar va keksalarning ulushi oshib bormoqda. Shu davrda aholining o'sishi bilan birga ish bilan band aholining o'sishi kuzatilgani bilan, ularing ulushi qisqarib borgan. Xususan, 2015-yilda aholining 45,0 % band bo'lgan bo'lsa, 2020-yilga kelib ushbu ko'rsatkich 37,5 %ni tashkil qiladi. 2024-yilda esa, yanada pasaygan, ya'ni 35,7 %ni tashkil qilmoqda. Shu tufayli oxirgi paytlarda xorijga ishga ketadiganlarning soni ko'payib bormoqda. Ishsizlar, nogironlar, bola tarbiyasi bilan band ayollar va boshqa ishlagan bo'lsada, rasmiy ish bilan band bo'lmaganlar soni 2015-yilda 3,0 %ni tashkil qilgan. 2020-yilga kelib, bularning ulushi 8,1 %ni tashkil qilgan. 2024-yilga kelib esa, yanada ko'paygan va 13,0 %ni tashkil qilmoqda. Bundan ko'rinib turibdiki, mamlakatimizda ishsizlikni kamaytirish bo'yicha anchagina ishlarni amalga oshirish lozim ekan.

Tadqiqolar jarayonida O.S.Mozgovyaning bandlik multiplikatorini hisoblash metodikasidan foydalanib, O'zbekiston sport turizming 2025-yil statistik ma'lumotlari asosida mamlakatning bandlik multiplikatorini hisoblashga harakat qildik. Unga ko'ra, 2025-yilda mamlakat mehnat bozorida jami 672,0 mingga yangi ish o'рни yaratilgan, mamlakatga tashrif buyurgan xorijiy sayyohlar soni 9000,1 ming nafarni va har bir sayyohga to'g'ri keladigan o'rtacha xarajat esa 333\$ AQSh dollari⁴ni tashkil etgan.

Demak, ushbu ma'lumotlarni yuqoridagi formulaga qo'yib hisoblasak, qo'yidagi natijani olamiz:

$$M_b = \frac{672,0}{9000,1 * 333,0} = 0,002 \quad (1)$$

Sport turizmi xizmatlari sohasining bandlik multiplikatori $M_b = 0,002$ ga teng bo'lishi, O'zbekistonga tashrif buyurgan har bir xorijiy sayyohning har bir qilgan qo'shimcha 1000\$ AQSh dollari uchun mamlakat mehnat bozorida 2 ta yangi ish o'рни yaratilishini ko'rsatmoqda.

⁴ O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzildi.

Yoki boshqacha aytganda, mamlakatda o'rtacha 1000\$ lik turizm xizmatlari eksportining amalga oshirilishiga erishish uchun qo'shimcha 2 ta yangi ish o'rniga ehtiyoj paydo bo'lishini ko'rsatadi.

Yuqoridagi turizm multiplikatorlari bo'yicha amalga oshirilgan hisob-kitob natijalarini baholash maqsadida ushbu 2 multiplikatorlarning qo'shni davlatlardagi qiymatini tahlil qilishni maqsadga muvofiq deb topdik. Bunga ko'ra, har ikki multiplikator bo'yicha qo'shni Qozog'iston, Rossiya va Tojikiston Respublikalarining ko'rsatkichlari O'zbekistondan nisbatan yuqoriroq ekanligi aniqlandi.

5-jadval

2024-yilda ayrim mamlakatlarda turizm multiplikatorlarining qiymati

| No | Ko'rsatkichlar | Qozig'iston | Rossiya | Tojikston |
|----|--|-------------|---------|-----------|
| 1. | Turistik faoliyatning multiplikativ effekti ($k =$ koeffitsiyent) | 2,1 | 2,4 | 1,8 |
| 2. | Turizmning bandlik multiplikatori ($k =$ koeffitsiyent) | 0,006 | 0,012 | 0,001 |

Manba: muallif tomonidan hisoblandi.

5-jadval ma'lumotlariga ko'ra, Qozog'iston Respublikasida 2022-yilda turistik faoliyatning multiplikativ effekti $k = 2,1$ ga tengligini, ya'ni mamlakatga tashrif buyurgan xorijiy sayyohlarning har bir birlik qilgan xarajati milliy iqtisodiyotga 2,1 koeffitsiyentda qo'shimcha daromad keltirishini ko'rsatmoqda. Ushbu ko'rsatkich Rossiya va Tojikistonda mos ravishda 2,4 va 1,8 ni tashkil etgan.

Shuningdek, 2024-yilda Qozog'iston Respublikasida amalga oshirilgan turizm eksportining har 1000\$ AQSh dollari uchun mamlakat mehnat bozorida 6 ta yangi ish o'rniga ehtiyoj paydo bo'lishi mumkinligini ko'rsatmoqda. Bu ko'rsatkich Rossiyada 12 tani, Tojikistonda 1 tani tashkil qiladi.

Bizningcha, sport turizmi faoliyatning multiplikativ effekti O'zbekistonda Qozog'iston va Rossiyaga nisbatan pastroq ko'rsatkichni ifodalaganini aholining iste'mol xarajatlari daromadlariga nisbatan ancha kam ekanligini bilan izohlash mumkin. Ya'ni O'zbekiston aholisi daromadlarining ko'proq qismini iste'mol uchun emas, balki jamg'arma uchun ajratadi. Boshqacha aytganda, O'zbekiston aholisi daromadlarining jamgarma uchun olingan qismi Qozog'iston va Rossiyalikiga qaraganda ko'proq bo'lishi mumkin.

O'zbekistonda turizmning bandlik multiplikatori qiymatining qo'shni Qozog'iston va Rossiya davlatlarinikiga nisbatan pastroq bo'lganligini mamlakatga tashrif buyurgan xorijiy sayyohlar sonining nisbatan kamligi yoki ularning sayyohati davomida qilgan o'rtacha xarajatlari miqdorining kamligi bilan izohlash mumkin. Bu, albatta, mamlakatda yaratilgan turistik infratuzilma va xizmatlar sifati bilan bog'liq.

Xulosa va takliflar.

2026-2030-yillarda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish Konsepsiyasini amalga oshirishning maqsadli ko'rsatkichlarida keltirilgan ma'lumolarga ko'ra, 2030-yilga borib O'zbekistonga tashrif buyuradigan xorijiy turistlar soni 15000 ming kishini, turizm xizmatlari eksporti esa 6 040 mln AQSh dollarini tashkil etishi prognoz qilingan. Agar ushbu maqsadli ko'rsatkichlar erishilsa hamda turizmning bandlik multiplikatori kamida $M_b = 0,002$ holda o'zgarishsiz qolsin deb faraz qilsak, 2030-yilda O'zbekiston mehnat bozorida kamida 6 720 mingta yangi ish o'rinlarini yaratish imkoniyati paydo bo'ladi.

Yuqoridagi fikr mulohazalardan tavsiyalar shuki, O'zbekiston sharoitida sport turizmi sohasini jadal rivojlantirish, bu orqali mamlakat milliy iqtisodiyotining barqarorligini ta'minlash hamda mamlakatda bandlik darajasini oshirish uchun quyidagi chora tadbirlarni amalga oshirishga kuchli e'tibor berish zarur:

1. Mamlakat aholisining daromadlariga mutanosib ravishda iste'mol xarajatlarini ham ayniqsa, xizmatlarga bo'lgan iste'mol xarajatlarini oshirib borish lozim. Bunda sport turizmi xizmatlarining jozibadorligini oshirish va tashrif buyuruvchilarning xilma xil ehtiyojlarini qondirishning samarali yo'llarini izlab topishga e'tibor qaratish zarur.

2. Mamlakatda turistik infratuzilma hamda sport turizmining sifat va samaradorligini xalqaro talab darajasiga yetkazish, sport turizmining yangi turlarini tashkil etish va ommalashtirish va bu orqali turistik xizmatlar eksportini oshirish, pirovardda xar bir sayyohga to'g'ri keladigan o'rtacha xarajat summasini oshirib borish.

3. Mamlakatning bor turistik salohiyatini yuzaga chiqarish va bu orqali mamlakatning sport turizmi jozibadorligini yaxshilab, tashrif buyuruvchi xorijiy sayyohlar sonini oshirishga erishish.

Adabiyotlar / Literature / Reference:

Irena Jędrzejczyk (2000) Nowoczesny biznes turystyczny: ekostrategie w zarządzaniu firmą. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Jost Krippendorf. (2010). Holiday Makers. – London: Routledge. – 157 p.

Ruetter H. (2018) Wirtschaftsfaktor tourismus. in: wolkswirtschaftin der schweiz. bern,. – s. 125-132.

Актымбаева А.С., Сапиева А.Ж. (2017) “Мультипликативный эффект развития туристско-рекреационной деятельности государственного национального природного парка «Буйратау». Сборник статей по материалам международной научно-практической конференции.

Александр Квартальнов. (2004). Теория и практика туризма. – Москва: Финансы и статистика. – 672 с.

Владимир Гуляев. (2003). Организация туристской деятельности. – Москва: Нолидж. – 312 с.

Владимир Г. (2008). Экономика и организация туризма. – Москва: КНОРУС. -336 с.

Владимир Морозов. (2004). Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме. – Москва: Академия. – 288 с.

Гарий Папирян. (2001). Международные экономические отношения: Экономика туризма. – Москва: Финансы и статистика. – 208 с.

Гарий Папирян. (2007). Международный туризм и экономика. – Москва: Финансы и статистика. – 304 с.

Гуляев В.Г. Мультипликативный эффект в туризме. Экономика туризма. 2011.

Кейнс Дж.М. (2007) Общая теория занятости, процента и денег. Избранное/ Дж.М.Кейнс; вступ.статья Н.А.Макашевой. –М.: Эксмо, – 960с. – (Антология экономической мысли).

Марина Ефремова. (2013). Основы технологии туристского бизнеса. – Москва: Юрайт. – 192 с.

Марина Ефремова. (2014). Экономика туризма и оценка его эффективности. – Москва: Юрайт. – 356 с.

Немкович Е.Г. (2010) Мультипликатор туризма // Сб.научных статей по матер. междунар. научно-практич. конф.:«Роль туризма в модернизации экономики российских регионов», 8-10 июня. – Петрозаводск: карнц ран, 2010. – с. 97-100.

Самуэлсон П., Нордхаус В. (2000) Экономика. –М.,

Трамова А.М. (2010) Математическое моделирование развития туризма в сфере услуг системотехника. №8. <http://systech.miem.edu.ru/2010/tramova.htm> (murojaat qilingan sana: 14.06.2023).

Трухачев В.И. (2015) Экономика международного туризма: учебное пособие / В.И. Трухачев, И.Н. Лякишева, Г.А. Айрапетян. – М.: Кнорус, – 256 с.