

TURIZMNING MULTIPLIKATOR EFFEKTI VA IQTISODIY SAMARADORLIGINI BAHOLASH

Raxmatov Jasurbek Faxridin o'g'li

Buxoro innovatsiyalar universiteti magistranti

Annotatsiya: Ushbu maqolada turizmning multiplikator effekti nazariyasi, turizm tushunchasi va uning iqtisodiy mazmuni, turizmning iqtisodiy rivojlanishdagi ahamiyati, multiplikator effektiga oid mahalliy va xorijiy tajribalar, hududiy kesimlarda turizm va iqtisodiyotning ahamiyati.

Kalit so'zlar: Turizm, multiplikator effekti, yalpi ichki mahsulot, ish o'rinlari yaratish, O'zbekistonda turizm.

Аннотация В данной статье рассматривается теория мультипликативного эффекта туризма. Обсуждаются вопросы туризма и экспортных доходов, концепция туризма и его экономическое содержание, значение туризма для экономического развития, местный и зарубежный опыт применения мультипликативного эффекта, а также роль туризма и экономики в регионах.

Ключевые слова: Туризм, мультипликативный эффект, валовой внутренний продукт, создание рабочих мест, туризм в Узбекистане.

Abstract: This article discusses the theory of the multiplier effect of tourism. Tourism and export earnings, the concept of tourism and its economic content, the importance of tourism in economic development, local and foreign experiences regarding the multiplier effect, the importance of tourism and the economy in regional areas

Keywords: Tourism, multiplier effect, gross domestic product, job creation, tourism in Uzbekistan.

Multiplikator (ing. Multiplier-ko'paytiruvchi, oshiruvchi)- iqtisodiyotdagi moliyaviy okimlarning ikki (ba'zan ikkitadan ko'proq) ko'rsatkich (parametr)lari o'rtasidagi bog'lanishlarni [masalan, davlat byudjeti harajatlarining o'sishi bilan yalpi ichki mahsulot (YAIM)ning hajmi, depozitlar hajmi bilan muomalada bo'lgan pul massasi o'rtasidagi] tavsiflovchi ko'rsatkich. Akselerator (ishlab chiqarish hajmini oshirish natijasida ishlab chiqarishga jalb etiladigan yangi investitsiyalar necha marta ko'payishini aks ettiradigan makro-iqtisodiy ko'rsatkich) bilan birgalikda qo'llanadi. Multiplikator tushunchasini iqtisodiy amaliyotga birinchi marta J.M.Kepns kiritgan. P. Samuelson va boshqa tomonidan rivojlantirilgan. Harajatlar, daromadlar, investitsiyalar yoki boshqa moliyaviy okimlarning kaysi to'ifasi boshlang'ich asos tarzida olinishiga qarab Multiplikatorlarning investitsiya harajatlari, hukumat harajatlari, harajatlar va boshqa turlari bor. Multiplikativ samara (Multiplikator samarasi) asosida iqtisodiyotning bir sub'yekti harajatlari boshqa sub'yektning daromadini hosil qilish hodisasi yotadi. Masalan, davlat byudjetining harajatlari (ijtimoiy ehtiyojlar, sog'likni saqlash, yangi kurilishlar, harbiy texnika sotib olish, davlat apparatini saqlash va hokazo) turli korxonalar, muassasalar daromadlarini (sog'liqni saqlash muassasalari va tibbiyot xodimlari, qurilish tashkilotlari, harbiy qurol-yarog' ishlab chiqaruvchi korxonalar) hamda, umuman, fukarolar (pensionerlar, davlat muassasalari xodimlari va boshqalar) daromadlarini yaratadi. O'z navbatida bu korxonalar, tashkilotlar va fukarolarning harajatlari ular bilan texnologik zanjir bo'yicha bog'liq bo'lgan korxonalar daromadini hosil qiladi; byudjet hajmining bir birlikka ortishi YAIM hajmini 2, 3 va undan ortiq birlikka ko'payishiga olib kelishi mumkin. Xuddi shunga o'xshash davlat harajatlari ko'lamining kamayishi M.ga,

YAIM xdjmini tegishlicha pasayishiga olib keladi. Bu davlat harajatlari M.idebataladi. Soliq M.i — soliq to‘lovlari hajmi oshganda (kamayganda) YAIM hajmining pasayishi (ko‘payishi) ko‘lamini ko‘rsatadi. M u vozanatl i byudjet M.i — davlat harajatlarining ko‘payishi (qisqarishi) soliqlarni oshirish (pasaytirish) bilan qoplanadigan sharoitlarda YAIM o‘sishi (pasayishi)ni tavsiflaydi. Pul M.i — pul bazasining (bevosita Markaziy bank tomonidan muomalaga chiqariladigan pullar) o‘sishi natijasida pul massasining ko‘pay-ishini tavsiflaydi. Pul M.i umuman iqtisodiyotning, xususan bank tizimining muomaladagi pul massasini ko‘paytirish imkoniyatlarini aks ettiradi. Pul M. ba’zan kredit Multiplikator depozitlar M.i yoki bank M.i deb ham ataladi.

Turizmning Multiplikator Effekti



3-rasm.Turizmning multiplikator effekti.

Mazkur diagrammada turizm sohasining iqtisodiyotga ko‘rsatadigan multiplikator ta’siri bosqichma-bosqich tasvirlangan. Diagramma turizm faoliyati natijasida yuzaga keladigan iqtisodiy jarayonlarning o‘zaro bog‘liqligini ko‘rsatadi. Turizm multiplikator

effekti turistlar tomonidan amalga oshirilgan xarajatlarning iqtisodiyotning turli tarmoqlarida bir necha marotaba aylanishi natijasida umumiy iqtisodiy faollikning ortishini anglatadi.

Diagrammaning birinchi bosqichi turistlarning xarajatlari bilan boshlanadi. Turistlar sayohat davomida mehmonxona, restoran, transport, ekskursiya xizmatlari, savdo va boshqa xizmatlar uchun mablag' sarflaydi. Bu xarajatlar turizm sohasidagi korxonalar uchun bevosita daromad manbai hisoblanadi.

Ikkinchi bosqichda turistlar tomonidan sarflangan mablag'lar mehmonxona va restoran kabi xizmat ko'rsatish korxonalariga tushadi. Ushbu korxonalar o'z faoliyatini yuritish uchun turli mahsulot va xizmatlarni sotib olishga majbur bo'ladi. Natijada turizm bilan bog'liq iqtisodiy jarayonlar boshqa tarmoqlarga ham tarqaladi.

Uchinchi bosqichda mehmonxona va restoranlar tomonidan mahalliy yetkazib beruvchilardan oziq-ovqat mahsulotlari, xizmatlar va boshqa resurslar xarid qilinadi. Bu esa qishloq xo'jaligi, savdo, transport va ishlab chiqarish kabi tarmoqlarning rivojlanishiga turtki beradi.

To'rtinchi bosqichda turizm sohasida faoliyat yuritayotgan korxonalar o'z xodimlariga ish haqi to'laydi. Ishchilar tomonidan olingan daromad esa keyingi iqtisodiy jarayonlarning yuzaga kelishiga sabab bo'ladi.

Beshinchi bosqichda xodimlar o'z daromadlarini mahalliy bozorlarda turli tovar va xizmatlarni sotib olish uchun sarflaydi. Natijada iqtisodiyotda qo'shimcha talab shakllanadi va boshqa tarmoqlarning faoliyati ham faollashadi.

Diagrammaning oxirgi bosqichida ushbu jarayonlarning natijasi sifatida iqtisodiyotda umumiy o'sish kuzatiladi. Turizm sohasining rivojlanishi yangi ish o'rinlari yaratilishiga, hududiy iqtisodiy

rivojlanishga, xizmat ko'rsatish sektorining kengayishiga hamda davlat byudjeti daromadlarining oshishiga olib keladi.

Shunday qilib, turizm multiplikator effekti turizmga sarflangan har bir mablag' iqtisodiyotning boshqa tarmoqlarida ham qo'shimcha iqtisodiy faollikni yuzaga keltirishini ko'rsatadi. Bu esa turizm sohasining mamlakat iqtisodiyotidagi strategik ahamiyatini yanada oshiradi.

Multiplikator effekti odatda quyidagi formula asosida aniqlanadi:

$$K = \frac{1}{1-MPC}$$

bu yerda:

K — multiplikator koeffitsienti;

MPC — iste'molga chegaraviy moyillik.

Bu kontseptsianing asoschisi Richard Kahn bo'lib, u 1930-yillarda Keynesian iqtisodiyotining bir qismi sifatida multiplikator effektini rivojlantirdi. - Turizm sektorida bu tushunchani kengaytirgan tadqiqotchilar esa Archer va Fletcher bo'lib, ular turizmning mahalliy iqtisodiyotga ta'sirini o'rganishda katta hissa qo'shgan. Misol sifatida, O'zbekistonda turizm investitsiyalari va undan iqtisodiyotga qo'shilgan qiymatni hisoblash mumkin. Misol: (qiymatlar misol tariqasida olingan) Mamlakat: O'zbekiston (2023-yil) - ΔI – Turizm investitsiyalari: \$100 million, - ΔY – Qo'shilgan qiymat (turizm sektori orqali): \$250 million.

Turizmga kiritilgan investitsiyalar va ular orqali iqtisodiyotga qo'shilgan qiymatning qanchalik oshishini ko'rsatadigan diagramma tuzish mumkin.

Multiplikator – tezashtiruvchi model (Hansen – Samuelson modeli sifatida ham tanilgan) biznes siklini tahlil qiluvchi makroiqtisodiy modeldir. Bu model Pol Samuelson tomonidan ishlab chiqilgan bo'lib,

unga ilhom sifatida Alvin Xansenni hisoblagan. Bu model iste'mol niyatlari iqtisodiy faollik darajasiga bog'liq deb taxmin qilish natijasi bo'lgan Keyns multiplikatoriga va investitsiya niyatlari investitsion maqsadlarga bog'liq deb faraz qiladigan investitsiyalarning akselerator nazariyasiga asoslanib iqtisodiy faoliyatning o'sish sur'ati. Yopiq iqtisodiyot uchun multiplikator – tezlashtiruvchi modelni quyidagicha ifodalash mumkin: Yopiq iqtisodiyot uchun multiplikator – akselerator modeli quyidagicha ifodalanishi mumkin: Birinchidan, iqtisodiy faoliyatning bozorni tozalash darajasi ishlab chiqarish davlat xarajatlari, uy xo'jaliklarining iste'mol qilish va firmalarning investitsiya maqsadlari bilan to'liq mos keladigan darajada aniqlanadi: keyin uy xo'jaliklarining iste'mol qilish niyatlari iqtisodiy faoliyatning biron bir o'lchoviga bog'liq bo'lishi mumkin degan fikrni ifodalovchi tenglama, ehtimol kechikish bilan: keyin firmalarning investitsiya niyatlarini iqtisodiy faoliyatning o'zgarishi tezligiga ta'sir ko'rsatadigan tenglama: va nihoyat, hukumatning sarf-xarajatlariga ushbu modeldagi boshqa o'zgaruvchilar ta'sir qilmaydi degan bayonot.

O'rta istiqbolda O'zbekiston Respublikasida turizmni rivojlantirish bo'yicha Kontseptsiyada ko'zlangan loyihalar va ishlar amalga oshirilishi bilan quyidagi natijalarga erishiladi:

Xususan, O'zbekistonda samarali, raqobatbardosh turizm kompleksi tashkil etiladi. U mintaqalar rivojlanishi va mintaqalararo aloqalarning asosiy poydevorlaridan biri bo'ladi hamda o'z atrofidagi kichik va o'rta biznes rivojiga turtki beradi.

.Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Abdullaev S. Tourism infrastructure development and economic impact. – T.: Dissertatsiya, 2018.

2. Abduvoyitova S. The role of tourism in the development of the economy of Uzbekistan // *Ilm-fan va innovatsiya*. – 2022.
3. Adilchaev R. Importance of tourism in the economic development of Uzbekistan // *Journal of Economics and Business*. – 2022.
4. Akhmedova N. Sustainable tourism development in Uzbekistan // *Journal of Tourism Studies*. – 2022.
5. Archer B. Tourism multipliers: The state of the art. – Bangor: University of Wales Press, 1982.
6. Baum T. Human Resource Management in Tourism. – London: Routledge, 2007.
7. Cooper C., Fletcher J., Gilbert D., Wanhill S. Tourism: Principles and Practice. – London: Pearson Education, 2008.
8. Djumayeva M. Turizm sohasining mazmuni, tarkibi va taraqqiyot bosqichlari. Ilg'or iqtisodiyot va pedagogic texnologiyalar jurnali. 2025-yil.
9. Dwyer L., Forsyth P. Tourism Economics and Policy. – Bristol: Channel View Publications, 2006.
10. Рахматов, О. О., Рахматов, О., Нуриев, К. К., & Тўхтамишев, С. С. (2019). Мини технологическая линия по безотходной переработке плодов дыни. In вклад университетской аграрной науки в инновационное развитие агропромышленного комплекса (pp. 332-337).
11. Fletcher J. Input–output analysis and tourism impact studies // *Annals of Tourism Research*. – 1989. – Vol.16. – P.514–529.
12. Raxmatov, F. O., Raxmatov, O., Nuriev, K. K., & Nuriev, M. K. (2021, October). Combined dryer with high efficiency for drying high-moist agricultural products. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 868, No. 1, p. 012076). IOP Publishing.

13. Obidov, A., Nuriev, K., Allanazarov, M., Kurbonov, E., & Khudoyberdiev, R. (2021). Parameters of tillage working bodies. In E3S Web of Conferences (Vol. 284, p. 02012). EDP Sciences.