TURIZM INFRATUZILMASINI RIVOJLANTIRISHNING HUDUDIY BANDLIKKA MULTIPLIKATIV TA’SIRI (JIZZAX VILOYATI MISOLIDA)

The multiplier effect of tourism infrastructure development on regional employment (the case of Jizzakh Region)

Muxiddinov Tal’at Shaydullo o‘g‘li
TMC instituti, “Iqtisodiyot, moliya va buxgalteriya hisobi” kafedrasi katta o‘qituvchisi
E-mail: talatmuxiddinoff@gmail.com
ORCID: 0009-0007-7936-2934

Annotatsiya:

Ushbu tezisda turizm infratuzilmasini rivojlantirishning hududiy bandlikka multiplikativ ta’siri Jizzax viloyati misolida baholanadi. Tadqiqotda Statistika qo‘mitasining 2019–2025-yillardagi iqtisodiy faoliyat turlari bo‘yicha bandlik ma’lumotlari asosida lokalizatsiya koeffitsiyenti, iqtisodiy baza multiplikatori va siljish-ulush (shift-share) usullari qo‘llanilgan. Natijalar viloyatda yashash va ovqatlanish xizmatlarida bandlik ulushi respublika darajasidan past ekanligini (lokalizatsiya koeffitsiyenti 0,83), ya’ni turizm hali viloyat iqtisodiyotining eksport bazasiga aylanmaganini ko‘rsatadi. Ssenariy hisob-kitoblari turizmning ixtisoslashuv darajasi oshirilsa, bilvosita va induksiyalangan bandlik hisobiga umumiy bandlik sezilarli o‘sishi mumkinligini ko‘rsatadi. Turizm infratuzilmasi investitsiyalarini bandlik natijalari bilan bog‘lash bo‘yicha takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: *turizm infratuzilmasi; hududiy bandlik; multiplikativ samara; lokalizatsiya koeffitsiyenti; iqtisodiy baza; shift-share tahlili; Jizzax viloyati.*

Abstract:

This paper assesses the multiplier effect of tourism infrastructure development on regional employment in the Jizzakh Region. Using official employment data by

economic activity for 2019–2025, the location quotient, the economic base multiplier and shift-share analysis are applied. The results show that the share of accommodation and food services in regional employment is below the national level (location quotient 0.83), so tourism has not yet become part of the region’s export base. Scenario calculations indicate that raising tourism specialisation could generate substantial indirect and induced employment. Recommendations are proposed to link tourism infrastructure investment to employment outcomes.

Keywords: *tourism infrastructure; regional employment; multiplier effect; location quotient; economic base; shift-share analysis; Jizzakh Region.*

1. Kirish (Introduction)

Turizm infratuzilmasiga kiritilgan investitsiyalarning samarasi faqat yangi mehmonxona yoki yo‘l qurilishi bilan cheklanmaydi. Turistlar sarflagan mablag‘ mehmonxona, ovqatlanish, transport va savdo korxonalari orqali hudud iqtisodiyotiga tarqaladi va mahalliy ta’minotchilar hamda xizmat ko‘rsatuvchilarda qo‘shimcha ish o‘rinlarini yaratadi. Shu sababli turizm infratuzilmasining bandlikka ta’sirini to‘g‘ridan to‘g‘ri yaratilgan ish o‘rinlari bilan emas, balki multiplikativ samara bilan baholash lozim.

Jizzax viloyatida turizm infratuzilmasini rivojlantirishga davlat darajasida katta e’tibor qaratilmoqda: 2021-yilda “Zomin” turistik-rekreatsion zonasi tashkil etilgan (PF-6201, 2021), 2026-yilda esa viloyatning bir nechta tumanlarida yirik turizm majmualari va turizmga ixtisoslashgan 25 ta mahallani rivojlantirish belgilangan (PQ-35, 2026). Ayni paytda viloyatda ishsizlik darajasi 2025-yilda 4,9 foizni tashkil etgan bo‘lib, yangi ish o‘rinlarini yaratish ustuvor vazifa bo‘lib qolmoqda.

Tadqiqotning maqsadi — Jizzax viloyatida turizm bilan bog‘liq tarmoqlarning bandlikdagi o‘rnini aniqlash va turizm infratuzilmasini rivojlantirishning hududiy bandlikka multiplikativ ta’sirini baholash.

2. Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili (Literature Review)

Hududiy multiplikator g‘oyasi iqtisodiy baza nazariyasiga asoslanadi. D. North (1955) hududning o‘sishi uning tashqi bozorga mahsulot va xizmat sotuvchi “eksport” tarmoqlariga bog‘liqligini asoslagan, C. Tiebout (1962) esa iqtisodiyotni bazaviy va xizmat ko‘rsatuvchi qismlarga ajratib, bazaviy bandlikning har bir o‘sishi mahalliy xizmatlarda qo‘shimcha bandlikni yuzaga keltirishini ko‘rsatgan. Turizm hududga tashqaridan mablag‘ olib kirgani uchun eksport tarmog‘iga tenglashtiriladi.

Multiplikator tushunchasi iqtisodiyot faniga R. Kahn (1931) tomonidan kiritilgan bo‘lib, u davlat investitsiyalari natijasida birlamchi ish o‘rinlari bilan bir qatorda, yangi daromadlarning iste’molga sarflanishi orqali ikkilamchi bandlik yuzaga kelishini ko‘rsatgan. Keyinchalik bu g‘oya J. M. Keynes (1936) tomonidan umumiy nazariyaga aylantirilgan. Hududiy darajada multiplikator milliy darajadagidan kichik bo‘ladi, chunki daromadning bir qismi import va boshqa hududlardan xarid qilish orqali hududdan chiqib ketadi.

B. Archer (1982) turizm multiplikatorlarini hisoblash usullari va ularning siyosatdagi ahamiyatini tahlil qilib, multiplikator qiymati hudud iqtisodiyotining yopiqligi va mahalliy ta’minot zanjirlarining rivojlanganligiga bog‘liqligini ta’kidlagan. E. Moretti (2010) AQSh shaharlari ma’lumotlari asosida savdo qilinadigan tarmoqlarda yaratilgan har bir ish o‘rni mahalliy xizmatlarda o‘rtacha 1,6 ta qo‘shimcha ish o‘rni yaratishini aniqlagan. A. Isserman (1977) esa lokalizatsiya koeffitsiyentiga asoslangan baza multiplikatori bazaviy bandlikni kam baholashi sababli multiplikatorni oshirib ko‘rsatishi mumkinligini qayd etgan. Shu bois tadqiqotda multiplikatorning quyi va yuqori chegaralari birgalikda qo‘llanildi.

3. Tadqiqot metodologiyasi (Research Methodology)

Tadqiqotda Statistika qo‘mitasining SIAT tizimida e’lon qilingan Jizzax viloyati va respublika bo‘yicha iqtisodiy faoliyat turlari kesimidagi bandlik ma’lumotlaridan (2019–2025-yillar, 19 ta tarmoq, 2025-yil — dastlabki ma’lumot) foydalanildi. Turizmning asosiy tarmoqlari sifatida “Yashash va ovqatlanish bo‘yicha xizmatlar” hamda “San’at, ko‘ngil ochish va dam olish” olindi.

Har bir tarmoq uchun lokalizatsiya koeffitsiyenti $LQ = (E_i / E) / (N_i / N)$ hisoblandi, bu yerda E_i va E — viloyatda tarmoqdagi va jami bandlar, N_i va N — respublikadagi tegishli ko‘rsatkichlar. $LQ > 1$ bo‘lgan tarmoqlardagi bazaviy bandlik $B_i = E_i \cdot (1 - 1/LQ)$ formulasi bilan, iqtisodiy baza multiplikatori esa $k = E / \Sigma B_i$ formulasi bilan aniqlandi. Turizm bandligining o‘sishi shift-share usuli (Dunn, 1960) bilan respublika, tarmoq va hududiy raqobat omillariga ajratildi. Ssenariy hisob-kitoblarida multiplikatorning quyi chegarasi sifatida Moretti (2010) natijasi (1 + 1,6 = 2,6), yuqori chegarasi sifatida viloyat bo‘yicha hisoblangan k qiymati olindi.

4. Tahlil va natijalar (Results and Discussion)

Viloyatda band aholi soni 2019-yildagi 536,2 ming kishidan 2025-yilda 593,2 ming kishiga yetgan. Shu davrda yashash va ovqatlanish xizmatlarida bandlar soni 10,9 mingdan 12,8 ming kishiga oshgan. Biroq turizmning asosiy tarmoqlari viloyat bandligining atigi 2,5 foizini tashkil etadi, respublikada esa bu ko‘rsatkich 3,1 foizga teng (1-jadval).

1-jadval. *Jizzax viloyatida turizm bilan bog‘liq tarmoqlarda bandlik va lokalizatsiya koeffitsiyentlari*

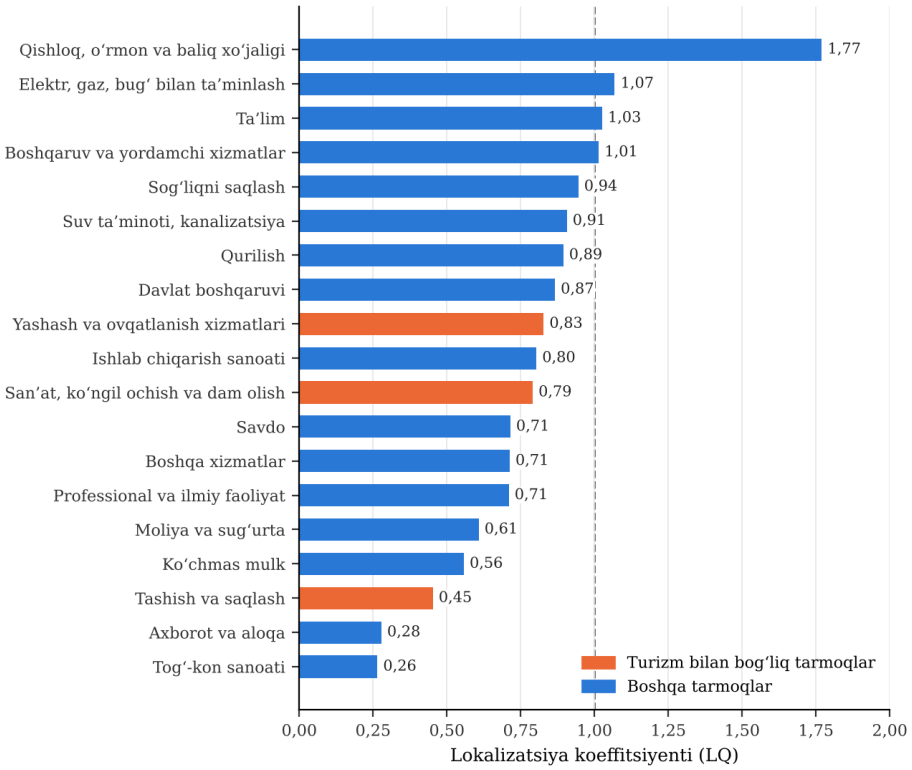
Ko‘rsatkich	2019	2021	2023	2024	2025
Jami band aholi, ming kishi	536,2	550,7	553,9	559,2	593,2
Yashash va ovqatlanish xizmatlari, ming kishi	10,9	12,6	12,7	11,7	12,8
San’at, ko‘ngil ochish va dam olish, ming kishi	2,1	2,1	2,2	2,1	2,1
Turizm tarmoqlari ulushi, % (viloyat)*	2,42	2,67	2,69	2,47	2,51
Turizm tarmoqlari ulushi, % (respublika)*	2,82	3,04	3,13	3,02	3,06
LQ: yashash va ovqatlanish*	0,87	0,91	0,88	0,82	0,83
LQ: tashish va saqlash*	0,63	0,48	0,45	0,42	0,45
Iqtisodiy baza multiplikatori k*	7,47	6,01	6,25	7,22	6,09

*Manba: Statistika qo‘mitasi SIAT ma’lumotlari (2.02.01.1504; respublika bo‘yicha bandlik jadvali, yangilangan sana 17.04.2026); * — muallif hisob-kitobi.*

Yashash va ovqatlanish xizmatlari bo‘yicha lokalizatsiya koeffitsiyenti butun davr mobaynida 1 dan past bo‘lib, 2025-yilda 0,83 ni tashkil etgan. Demak, viloyat turizm xizmatlarini tashqi iste’molchilarga “eksport” qilish darajasiga hali chiqmagan: turizm bandligi asosan ichki talabni qondirishga xizmat qilmoqda. Transport va saqlash tarmog‘ida LQ yanada past (0,45), bu viloyatning tranzit

salohiyatidan bandlik nuqtai nazaridan yetarli foydalanilmayotganini ko‘rsatadi. Viloyat bandligining bazaviy qismi asosan qishloq xo‘jaligida jamlangan (LQ = 1,77).

1-rasmda 2025-yilda viloyatdagi barcha tarmoqlar bo‘yicha lokalizatsiya koeffitsiyentlari keltirilgan. 19 ta tarmoqdan faqat to‘rttasida LQ 1 dan yuqori bo‘lib, ular orasida qishloq xo‘jaligi yaqqol ajralib turadi: bu tarmoqda viloyat bandlarining 37,1 foizi band. Turizm bilan bog‘liq uchta tarmoqning barchasi respublika o‘rtacha darajasidan past joylashgan. Bu viloyat iqtisodiyotining bazaviy qismi hali agrar xususiyatga ega ekanligini va turizm uni diversifikatsiya qilish uchun foydalanilmagan zaxira ekanligini ko‘rsatadi.



1-rasm. *Jizzax viloyatida tarmoqlar bo‘yicha lokalizatsiya koeffitsiyentlari, 2025-yil*

Manba: Statistika qo‘mitasi SIAT ma’lumotlari asosida muallif hisob-kitobi.

Shift-share tahlili 2019–2025-yillarda yashash va ovqatlanish xizmatlarida bandlik 1,9 ming kishiga oshganini, shundan 1,12 ming kishi respublika bandligining umumiy o‘sishi, 1,44 ming kishi tarmoqning respublikadagi jadal

o‘sishi hisobiga yuz berganini ko‘rsatadi. Hududiy (raqobat) samara esa −0,67 ming kishiga teng bo‘lgan: viloyatda tarmoq bandligi 17,4 foizga, respublikada esa 23,5 foizga o‘sgan. Bu turizm infratuzilmasiga kiritilgan investitsiyalar bandlikda hali to‘liq aks etmaganini anglatadi.

Turizm infratuzilmasining bandlikka ta’siri ikki bosqichda namoyon bo‘ladi. Birinchi bosqich — qurilish davri: infratuzilma obyektlarini barpo etish qurilish, qurilish materiallari ishlab chiqarish va transport tarmoqlarida vaqtinchalik bandlikni yaratadi. 2025-yilda viloyatda qurilishda 51,5 ming kishi band bo‘lib, bu jami bandlarning 8,7 foiziga teng (respublikada 9,7 foiz); 2024-yilga nisbatan qurilish bandligi 7,9 ming kishiga oshgan. Ikkinchi bosqich — foydalanish davri: obyektlar ishga tushgach, mehmonxona, ovqatlanish, transport va dam olish xizmatlarida doimiy ish o‘rinlari paydo bo‘ladi. Multiplikativ samara aynan ikkinchi bosqichda barqaror tus oladi, chunki u turistlarning muntazam xarajatlariga tayanadi. Shu sababli infratuzilma loyihalarini baholashda qurilish davridagi vaqtinchalik bandlik va foydalanish davridagi doimiy bandlikni alohida hisobga olish zarur.

Iqtisodiy baza multiplikatori 2019–2025-yillarda 6,0–7,5 oralig‘ida bo‘lgan. Mazkur qiymat yuqori chegara hisoblanadi, chunki LQ usuli bazaviy bandlikni kam baholaydi (Isserman, 1977). Shu sababli 2-jadvalda turizm ixtisoslashuvi oshirilgan holatdagi bandlik samarasi quyi (2,6) va yuqori (6,09) multiplikatorlar oralig‘ida baholandi.

2-jadval. *Turizm ixtisoslashuvi oshishining bandlikka ta’siri ssenariylari (2025-yil bazasida)*

Ssenariy (LQ maqsadli qiymati)	Tarmoqdagi bandlar, ming kishi	Qo‘shimcha to‘g‘ridan to‘g‘ri bandlik, ming kishi	Bazaviy bandlik, ming kishi	Umumiy bandlik samarasi, ming kishi
Joriy holat (0,83)	12,8	–	0	–
Respublika darajasi (1,0)	15,5	2,7	0	2,7
Mo‘tadil ixtisoslashuv (1,2)	18,6	5,8	3,1	8,1–18,8
Yuqori ixtisoslashuv (1,5)	23,2	10,4	7,7	20,0–47,1

Manba: muallif hisob-kitobi (yashash va ovqatlanish xizmatlari bo‘yicha; viloyat va respublika bandligining 2025-yildagi tarkibi o‘zgarmagan deb qabul qilingan).

Ssenariylar shuni ko‘rsatadiki, turizm faqat respublika o‘rtacha darajasiga yetganda (LQ = 1) bandlik samarasi asosan to‘g‘ridan to‘g‘ri ish o‘rinlari bilan cheklanadi. Multiplikativ samara turizm viloyat uchun haqiqiy eksport tarmog‘iga aylangandagina, ya’ni tashqi turistlarga xizmat ko‘rsatish hajmi ichki talabdan oshgandagina yuzaga chiqadi. Masalan, mo‘tadil ixtisoslashuv ssenariysida 5,8 ming qo‘shimcha to‘g‘ridan to‘g‘ri ish o‘rni bilan birga umumiy bandlik 8,1–18,8 ming kishiga oshishi mumkin; bu 2025-yildagi viloyat bandligining 1,4–3,2 foiziga teng. Bunday natijaga erishish uchun “Zomin” TRZ, Aydar–Arnasoy ko‘llar tizimi va boshqa yangi turizm hududlarida mahalliy aholini ishga jalb qilish va mahalliy ta’minot zanjirlarini rivojlantirish zarur, aks holda daromadning bir qismi hududdan tashqariga chiqib ketadi va multiplikator kamayadi (Archer, 1982).

5. Xulosa va takliflar (Conclusion and Recommendations)

Tahlil natijalari Jizzax viloyatida turizm infratuzilmasini rivojlantirishning bandlikka ta’siri hozircha cheklanganini ko‘rsatadi: turizm tarmoqlarining bandlikdagi ulushi respublika darajasidan past, bandlik o‘sishida esa hududiy raqobat samarasi salbiy. Shu bilan birga, turizm ixtisoslashuvi oshirilsa, multiplikativ samara hisobiga umumiy bandlikning sezilarli o‘sishi mumkin.

Takliflar:

— turizm infratuzilmasi loyihalarini tanlashda yaratiladigan to‘g‘ridan to‘g‘ri va bilvosita ish o‘rinlari sonini majburiy baholash mezoniga kiritish;

— investorlar bilan shartnomalarda mahalliy aholini ishga olish va mahalliy mahsulot hamda xizmatlarni xarid qilish ulushini belgilash;

— turizmga ixtisoslashgan mahallalarda mehmon uylari, hunarmandchilik va oilaviy tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash orqali turizm daromadining hududda qolishini ta’minlash;

— infratuzilma loyihalari bo‘yicha qurilish davridagi vaqtinchalik va foydalanish davridagi doimiy ish o‘rinlarini alohida rejalashtirish hamda hisobga olish;

— viloyat bo‘yicha turizm tarmoqlaridagi bandlikni tumanlar kesimida muntazam e’lon qilish va lokalizatsiya koeffitsiyentini monitoring ko‘rsatkichi sifatida qo‘llash.

Foydalanilgan adabiyotlar (References)

1. Archer, B. H. (1982). The value of multipliers and their policy implications. *Tourism Management, 3*(4), 236–241.

2. Dunn, E. S. (1960). A statistical and analytical technique for regional analysis. *Papers and Proceedings of the Regional Science Association, 6*, 97–112.

3. Isserman, A. M. (1977). The location quotient approach to estimating regional economic impacts. *Journal of the American Institute of Planners, 43*(1), 33–41.

4. Kahn, R. F. (1931). The relation of home investment to unemployment. *The Economic Journal, 41*(162), 173–198.

5. Keynes, J. M. (1936). *The general theory of employment, interest and money*. Macmillan.

6. Moretti, E. (2010). Local multipliers. *American Economic Review, 100*(2), 373–377.

7. North, D. C. (1955). Location theory and regional economic growth. *Journal of Political Economy, 63*(3), 243–258.

8. Tiebout, C. M. (1962). *The community economic base study*. Committee for Economic Development.

9. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 6-apreldagi “«Zomin» turistik-rekreatsion zonasini va xalqaro umummavsumiy kurortni tashkil etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-6201-son Farmoni.

10. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2026-yil 30-yanvardagi “2026–2027-yillarda Jizzax viloyatini ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishni jadallashtirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PQ-35-son qarori. https://lex.uz/docs/8028084

11. Statistika qo‘mitasi. (2026). *Jizzax viloyati bo‘yicha band aholi sonining iqtisodiy faoliyat turlari bo‘yicha taqsimlanishi* (SIAT, 2.02.01.1504). https://siat.stat.uz/data/2793/

12. Statistika qo‘mitasi. (2026). *Band aholining iqtisodiy faoliyat turlari bo‘yicha taqsimlanishi* (SIAT). https://siat.stat.uz/data/1315/