XIZMAT KO‘RSATISH IQTISODIYOTIDA TURIZM KLASTERLARINI ANIQLASH: HUDUDIY JOYLASHUV KOEFFITSIENTLARI VA JIZZAX VILOYATI MISOLI

Kamolov Dostonbek Rustam o‘g‘li
Mirzo Ulug‘bek nomidagi O‘zbekiston Milliy universitetining Jizzax filiali “Iqtisodiyot va turizm” kafedrasi, mustaqil tadqiqotchi
dostonbekkamolov33@gmail.com

Annotatsiya. Maqolada turizm klasteri xizmat ko‘rsatish iqtisodiyotining tarkibiy qismi sifatida ko‘rib chiqilgan va O‘zbekiston hududlarida uning shakllanish darajasi rasmiy statistika asosida baholangan. Turizm sun’iy hisobi ma’lumotlari klasterning qiymat zanjirini, 14 hudud bo‘yicha yashash va ovqatlanish xizmatlarining joylashuv koeffitsienti va o‘sish sur’ati esa hududlar tipologiyasini ko‘rsatadi. 2017–2025-yillarda Toshkent shahri, Namangan va Samarqand viloyatlari “yetakchi”, Jizzax viloyati esa “zaif” guruhga tushgan: viloyatning joylashuv koeffitsienti 0,99 dan 0,77 ga pasaygan. Jizzaxda ixtisoslashtirilgan joylashtirish vositalari (sanatoriy va dam olish maskanlari) bo‘yicha ixtisoslashuv mavjudligi aniqlangan va klasterni shu yo‘nalishda rivojlantirish taklif etilgan.

Kalit so‘zlar: turizm klasteri, xizmat ko‘rsatish iqtisodiyoti, joylashuv koeffitsienti, turizm sun’iy hisobi, hududiy ixtisoslashuv, Jizzax viloyati.

KIRISH

Xizmat ko‘rsatish sohasining o‘sishi odatda iste’molchiga yaqin, tarqoq faoliyat sifatida tasvirlanadi. Turizm bu tasavvurga to‘liq mos kelmaydi. Sayyoh bitta xizmat emas, bir-biriga bog‘langan xizmatlar to‘plamini sotib oladi: yo‘l, joylashtirish, ovqatlanish, ekskursiya, madaniy va sport tadbirlari. Bu xizmatlarni ko‘rsatuvchi korxonalar bir hududda to‘plansa, ular bir-birining mijozini ko‘paytiradi, umumiy infratuzilma va malakali kadrlardan foydalanadi. Klaster yondashuvi aynan shu o‘zaro bog‘liqlikni tushuntiradi.

Porter klasterni muayyan sohada bir-biri bilan bog‘langan kompaniyalar, ixtisoslashgan ta’minotchilar, xizmat ko‘rsatuvchilar va tegishli muassasalarning geografik to‘planishi sifatida ta’riflagan [1]. Keyingi tadqiqotlar klasterlarni statistik aniqlash uslublarini ishlab chiqdi; ular tarmoqlarning joylashuvdagi to‘planishi va o‘zaro bog‘liqligiga tayanadi [2]. Turizm uchun bu yondashuv ayniqsa foydali, chunki turizm alohida tarmoq sifatida milliy hisoblarda ko‘rinmaydi: u bir nechta tarmoqning sayyohlarga xizmat ko‘rsatgan qismidan iborat.

O‘zbekistonda turizm klasterlari haqida ko‘p yozilgan, ammo ularning qaysi hududda haqiqatan shakllangani rasmiy ma’lumotlar bilan kam tekshirilgan. Maqolaning maqsadi — turizm klasterining tarkibini turizm sun’iy hisobi asosida ko‘rsatish, hududlar bo‘yicha turizm xizmatlarining to‘planish darajasini joylashuv koeffitsienti bilan baholash va Jizzax viloyatining o‘rnini aniqlash. Tadqiqot savoli: qaysi hududlarda turizm xizmatlari iqtisodiyotning umumiy tuzilishiga nisbatan to‘plangan va bu to‘planish kuchaymoqdami?

USUL VA MA’LUMOTLAR

Tadqiqot uchta ma’lumotlar to‘plamiga tayanadi. Birinchisi — Statistika qo‘mitasining turizm sun’iy hisobi (TSA) bo‘yicha turizm xarakterli mahsulotlar ishlab chiqarishi, 2019–2024-yillar [3]; u klaster tarkibini ko‘rsatish uchun ishlatildi. Ikkinchisi — 14 hudud bo‘yicha yashash va ovqatlanish xizmatlari hajmi, 2017–2025-yillar, mlrd so‘m [4] hamda iqtisodiyotda bandlar soni [5]. Uchinchisi — 2024-yilda jamoaviy joylashtirish vositalari faoliyati [6; 7] va Jizzax viloyati bo‘yicha turizm press-relizi [8].

Hududiy to‘planish joylashuv koeffitsienti (LQ) bilan o‘lchandi:

$$LQ(i,t) = [S(i,t) / S(t)] / [E(i,t) / E(t)],$$

bunda S — yashash va ovqatlanish xizmatlari hajmi, E — iqtisodiyotda bandlar soni, i — hudud, t — yil. LQ > 1 bo‘lsa, hudud bu xizmatlarda o‘z iqtisodiy salmog‘idan ko‘proq ulushga ega, ya’ni ixtisoslashgan. Hududlar LQ ning 2025-yildagi qiymati va 2017–2025-yillardagi o‘sish sur’atining respublika o‘rtachasiga nisbatan holatiga qarab to‘rt guruhga ajratildi: yetakchi (LQ ≥ 1, o‘sish respublikadan yuqori), yetuk (LQ ≥ 1, o‘sish past), paydo bo‘layotgan (LQ < 1, o‘sish yuqori) va zaif (LQ < 1, o‘sish past). Bu tipologiya klasterlarni xaritalashda keng qo‘llaniladi [2].

Cheklovlar. Hududlar bo‘yicha turizm xizmatlarining alohida hajmi e’lon qilinmagani uchun yashash va ovqatlanish xizmatlari proksi sifatida olindi; u mahalliy aholiga ko‘rsatilgan ovqatlanish xizmatlarini ham qamraydi. Masalan, Samarqand viloyatida 2024-yilda bu xizmatlar bozor xizmatlarining 33,5 foizini tashkil etgan [9], ya’ni ularning katta qismi turizm bilan bog‘liq emas. Bandlik butun iqtisodiyot bo‘yicha olingan. Qiymatlar joriy narxlarda. Hisob-kitoblarda SIAT qatorining 2026-yildagi oldingi versiyasi ishlatilgan; joriy versiyada qiymatlar bir oz qayta ko‘rib chiqilgan (masalan, respublika bo‘yicha 2017-yil 31 447,0 dan 31 662,8 mlrd so‘mga), bu LQ ni 0,01 atrofida o‘zgartiradi.

NATIJALAR

1. Klaster tarkibi va qiymat zanjiri. Turizm xarakterli mahsulotlar ishlab chiqarishi 2019-yilda 36,0 trln so‘mdan 2024-yilda 104,6 trln so‘mga yetgan [3]. 1-jadvaldan ko‘rinadiki, klasterning eng katta bo‘g‘ini transport (avtomobil, havo, temir yo‘l va transport ijarasi birgalikda 2024-yilda 62,9 foiz), undan keyin ovqatlanish (18,8 foiz) va joylashtirish (10,1 foiz) turadi. Eng tez o‘sgan bo‘g‘inlar madaniy xizmatlar (5,6 barobar) va ovqatlanish (4,9 barobar), avtomobil transportining ulushi esa 49,2 foizdan 39,5 foizga tushgan. Bu klasterning “transportga tayangan” tuzilmadan “tajriba va xizmat” tuzilmasiga asta-sekin siljiyotganini ko‘rsatadi.

1-jadval.

Turizm xarakterli mahsulotlar ishlab chiqarishi (klaster tarkibi)

Bo‘g‘in	2019, trln so‘m	2024, trln so‘m	Ulush 2019, %	Ulush 2024, %	O‘sish, barobar
Avtomobil transporti	17,72	41,30	49,2	39,5	2,33
Ovqatlanish	4,00	19,68	11,1	18,8	4,92
Havo transporti	5,92	18,28	16,4	17,5	3,09

Joylashtirish	3,60	10,60	10,0	10,1	2,94
Transport ijarasi	2,23	5,45	6,2	5,2	2,44
Madaniy xizmatlar	0,57	3,23	1,6	3,1	5,62
Sport va dam olish	0,89	2,96	2,5	2,8	3,34
Turagentlik va bron qilish	0,81	2,31	2,2	2,2	2,87
Temir yo‘l transporti	0,27	0,78	0,8	0,7	2,86
Jami	36,01	104,60	100,0	100,0	2,90

Manba: SIAT [3] asosida muallif hisobi; joriy narxlarda.

Turagentlik va bron qilish xizmatlarining ulushi 2,2 foizda o‘zgarmay qolgan. Klaster nazariyasida bu bo‘g‘in boshqa xizmatlarni paketga birlashtiruvchi markaz vazifasini bajaradi; uning kichikligi O‘zbekistonda xizmatlarning ko‘pchiligi sayyohga alohida-alohida sotilishini anglatishi mumkin.

2. Hududlar tipologiyasi. 2-jadval va 1-rasmda 14 hudud bo‘yicha LQ va o‘sish sur’ati keltirilgan. Respublika bo‘yicha yashash va ovqatlanish xizmatlari 2017–2025-yillarda 7,22 barobar oshgan. Yetakchi guruhga Toshkent shahri (LQ 1,66), Namangan (1,32) va Samarqand (1,06) kirgan. Samarqandning holati ayniqsa e’tiborli: uning LQ 0,52 dan 1,06 ga ko‘tarilgan va o‘sish (14,2 barobar) barcha hududlar orasida eng yuqori. Bu viloyatda turizm klasterining tez shakllanayotganiga mos keladi. Paydo bo‘layotgan guruhda Xorazm va Navoiy turibdi, yetuk guruhda esa faqat Qoraqalpog‘iston qolgan; uning LQ 2,01 dan 1,01 ga tushgan.

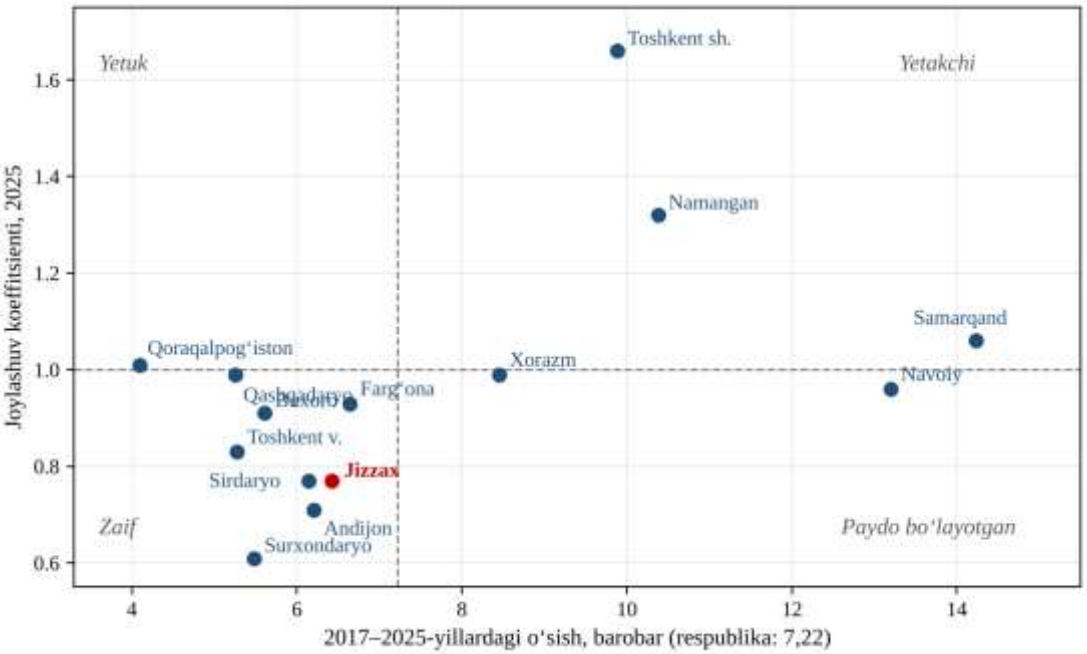
2-jadval.

Hududlar bo‘yicha yashash va ovqatlanish xizmatlarining joylashuv koeffitsienti va o‘sishi

Hudud	Ulush 2017, %	Ulush 2025, %	LQ 2017	LQ 2025	O‘sish, barobar	Guruh
Toshkent shahri	12,47	17,07	1,44	1,66	9,88	Yetakchi
Namangan	7,24	10,41	0,95	1,32	10,38	Yetakchi
Samarqand	5,81	11,45	0,52	1,06	14,23	Yetakchi
Qoraqalpog‘iston	9,64	5,46	2,01	1,01	4,09	Yetuk
Xorazm	4,75	5,57	0,88	0,99	8,45	Paydo bo‘layotgan
Navoiy	1,66	3,03	0,53	0,96	13,20	Paydo bo‘layotgan
Qashqadaryo	12,09	8,80	1,34	0,99	5,25	Zaif
Farg‘ona	10,93	10,05	0,97	0,93	6,64	Zaif
Buxoro	6,57	5,10	1,07	0,91	5,61	Zaif
Toshkent viloyati	9,71	7,10	1,02	0,83	5,27	Zaif
Jizzax	3,44	3,06	0,99	0,77	6,42	Zaif
Sirdaryo	2,26	1,92	0,87	0,77	6,14	Zaif
Andijon	7,77	6,67	0,80	0,71	6,20	Zaif

Surxondaryo	5,66	4,30	0,77	0,61	5,48	Zaif

Manba: SIAT [4; 5] asosida muallif hisobi. Respublika bo‘yicha o‘sish 7,22 barobar.



1-rasm. Hududlarning joylashuv koeffitsienti (2025) va o‘sish sur’ati (2017–2025) bo‘yicha tipologiyasi

Buxoro viloyatining zaif guruhga tushishi kutilmagan natija, chunki u mamlakatning asosiy turistik markazlaridan biri. Buning sababi proksi ko‘rsatkichning tabiatida bo‘lishi mumkin: ko‘rsatkichda mahalliy aholiga ko‘rsatilgan ovqatlanish xizmatlari katta o‘rin tutadi, shuning uchun u turistik oqimni to‘liq aks ettirmaydi; bu taxmin ushbu maqolada alohida tekshirilmagan. Shuningdek, Namangan viloyatining yuqori LQ si turizmdan ko‘ra mahalliy ovqatlanish bozorining kattaligini aks ettirishi ehtimoli bor. Bu holatlar proksi bilan ishlashda natijani boshqa ko‘rsatkichlar bilan tekshirish zarurligini ko‘rsatadi.

3. Jizzax viloyati. Viloyatning LQ si 2017-yilda 0,99 bo‘lib, deyarli respublika darajasiga teng edi, 2025-yilda esa 0,77 ga tushgan. Yashash va ovqatlanish xizmatlari hajmi 6,4 barobar oshgan, bu respublika o‘sishidan (7,2 barobar) past. Viloyatning bu xizmatlardagi ulushi 3,44 foizdan 3,06 foizga kamaygan. Demak, umumiy proksi bo‘yicha Jizzaxda turizm klasteri hali shakllanmagan va boshqa hududlardan orqada qolmoqda.

Biroq joylashtirish vositalari ma’lumoti boshqa manzarani ko‘rsatadi (3-jadval). 2024-yilda viloyat aholisi respublika aholisining 4,10 foizini tashkil etgan, joylashtirilganlar bo‘yicha esa Jizzaxning ulushi umumiy 2,47 foiz (LQ 0,60), mehmonxonalarda 2,31 foiz (LQ 0,56), ixtisoslashtirilgan vositalarda (sanatoriy va dam olish maskanlari) esa 4,86 foiz (LQ 1,19). Ya’ni viloyat aynan sog‘lomlashtirish turizmida ixtisoslashgan. Bu ixtisoslashuv asosan Zomin tumani hisobiga: 2024-yilda viloyatdagi ixtisoslashtirilgan vositalarga joylashtirilgan 38 530 kishidan 19 613 nafari (50,9 foiz) Zomin tumaniga to‘g‘ri kelgan [8].

3-jadval.

Jizzax viloyatida joylashtirish vositalari bo‘yicha ixtisoslashuv, 2024-yil

Vosita turi	Vositalar (Jizzax)	Joylashtirilgan (Jizzax)	Respublikadagi ulush, %	LQ (aholiga nisbatan)
Mehmonxona va shunga o‘xshash	44	66 277	2,31	0,56
Ixtisoslashtirilgan (sanatoriy, dam olish)	27	38 530	4,86	1,19
Yakka tartibdagi va boshqalar	5	418	0,07	0,02
Jami	76	105 225	2,47	0,60

Manba: SIAT [6; 7], Jizzax viloyati statistika boshqarmasi [8] va aholi soni [10] asosida muallif hisobi. LQ = joylashtirilganlardagi ulush / aholidagi ulush (4,10%).

MUHOKAMA

Natijalar turizm klasterini aniqlashda bitta ko‘rsatkichga tayanish xato xulosaga olib kelishi mumkinligini ko‘rsatadi. Umumiy yashash va ovqatlanish xizmatlari bo‘yicha Jizzax zaif hududlar qatorida, ammo joylashtirish turlari bo‘yicha qaralganda viloyatda aniq ixtisoslashuv – sanatoriy va dam olish maskanlari – mavjud. Klasterning yadrosi aynan shu bo‘g‘in bo‘lishi mumkin: Zomin tog‘ hududi, milliy tabiat bog‘i va mavjud sanatoriylar sog‘lomlashtirish va ekoturizm klasteri uchun tabiiy asos yaratadi.

Ammo klaster faqat joylashtirish vositalaridan iborat emas. 1-jadvaldagi qiymat zanjiri ko‘rsatganidek, klasterning daromadi asosan transport, ovqatlanish va madaniy xizmatlardan shakllanadi. Jizzaxda bu bo‘g‘inlar sust bo‘lsa, sayyoh pulining katta qismi viloyatdan tashqarida sarflanadi. Shu sababli Jizzax uchun klaster siyosati sanatoriylarni ko‘paytirishdan ko‘ra, ularni transport, ovqatlanish, ekskursiya va mahalliy hunarmandchilik bilan bog‘lashga qaratilishi kerak. Turagentlik va bron qilish xizmatlarining kichikligi esa bu bog‘lanishni amalga oshiradigan tashkilotchi bo‘g‘in yetishmasligini bildiradi.

Samarqand misoli bunday bog‘lanishning natijasini ko‘rsatishi mumkin: viloyatning LQ si sakkiz yilda ikki barobar oshgan. Biroq bu o‘sishning qanchasi turizm, qanchasi mahalliy iste’mol hisobiga ekanini proksi ma’lumot bilan ajratib bo‘lmaydi; buning uchun hududiy turizm sun’iy hisobi yoki hududlar kesimida turizm xarajatlari ma’lumotlari kerak.

Tadqiqot natijalari asosida quyidagi takliflar beriladi:

– hududlar kesimida turizm xarakterli xizmatlar hajmi va bandligini e’lon qilish (hududiy TSA), shunda klasterlarni proksisiz aniqlash mumkin bo‘ladi;

– Jizzax viloyatida klaster yadrosi sifatida sog‘lomlashtirish va ekoturizm yo‘nalishini tanlash va sanatoriylarni transport, ovqatlanish va ekskursiya xizmatlari bilan bitta paketga birlashtirish;

– turagentlik va bron qilish xizmatlarini rivojlantirish, chunki aynan ular klaster ichidagi xizmatlarni bog‘laydi;

– klaster ishtirokchilari (sanatoriylar, mehmon uylari, transport korxonalari, hokimlik, universitet) o‘rtasida muvofiqlashtiruvchi kengash tuzish va natijalarni LQ va joylashtirish ko‘rsatkichlari orqali yillik kuzatish.

XULOSA

Turizm klasteri xizmat koʻrsatish iqtisodiyotining oʻzaro bogʻlangan boʻgʻinlarini birlashtiradi va Oʻzbekistonda uning tarkibi 2019–2024-yillarda transportdan ovqatlanish va madaniy xizmatlarga qarab siljigan. Joylashuv koeffitsienti asosidagi tipologiya Toshkent shahri, Namangan va Samarqandni yetakchi, Jizzax viloyatini esa zaif hududlar qatorida koʻrsatdi: viloyatning LQ si 0,99 dan 0,77 ga tushgan. Shu bilan birga Jizzax sanatoriy va dam olish maskanlarida ixtisoslashgan (LQ 1,19), bu ixtisoslashuv asosan Zomin tumaniga tayanadi. Viloyatda turizm klasterini aynan shu yadro atrofida, boshqa xizmatlar bilan bogʻlagan holda rivojlantirish maqsadga muvofiq. Natijalar proksi koʻrsatkichga tayangani sababli ularni hududiy turizm statistikasi bilan tekshirish keyingi tadqiqot vazifasidir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Porter M. E. Clusters and the new economics of competition // Harvard Business Review. – 1998. – Vol. 76, No. 6. – P. 77–90.

2. Delgado M., Porter M. E., Stern S. Defining clusters of related industries // Journal of Economic Geography. – 2016. – Vol. 16, No. 1. – P. 1–38.

3. Oʻzbekiston Respublikasi Milliy statistika qoʻmitasi. Turizm sanoatlari va boshqa sanoatlarning ishlab chiqarish hisobi [SIAT 1.01.06.0010]. https://api.siat.stat.uz/media/uploads/sdmx/sdmx_data_3321.pdf

4. Oʻzbekiston Respublikasi Milliy statistika qoʻmitasi. Yashash va ovqatlanish boʻyicha xizmatlar hajmi (yillik) [SIAT 1.05.01.0027]. https://api.siat.stat.uz/media/uploads/sdmx/sdmx_data_1223.pdf

5. Oʻzbekiston Respublikasi Milliy statistika qoʻmitasi. Iqtisodiyotda bandlar soni [SIAT 2.02.01.1600]. https://api.siat.stat.uz/media/uploads/sdmx/sdmx_data_567.pdf

6. Oʻzbekiston Respublikasi Milliy statistika qoʻmitasi. Jamoaviy joylashtirish vositalari faoliyati (obyektlar soni) [SIAT 1.01.06.0027]. https://api.siat.stat.uz/media/uploads/sdmx/sdmx_data_3338.pdf

7. Oʻzbekiston Respublikasi Milliy statistika qoʻmitasi. Jamoaviy joylashtirish vositalari faoliyati (joylashtirilganlar soni) [SIAT 1.01.06.0029]. https://api.siat.stat.uz/media/uploads/sdmx/sdmx_data_3340.pdf

8. Jizzax viloyati statistika boshqarmasi. Turizm va dam olish (2024-yil), press-reliz. https://www.jizzaxstat.uz/uploads/docs/2025%20yil/03/turizm.pdf

9. Samarqand viloyati statistika boshqarmasi. Xizmatlar, 2024-yil yanvar–dekabr, press-reliz. https://samstat.uz/uploads/Press-relizlar/2024/Xizmat/Dekabr_xizmat.pdf

10. Oʻzbekiston Respublikasi Milliy statistika qoʻmitasi. Hududlar kesimida 2024-yil boshiga doimiy aholi soni. https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/49354-hududlar-kesimida-2024-yil-boshiga-doimiy-aholi-soni