



O'ZBEKISTONDA TURIZM INFRATUZILMASINING HUDUDIIY KONTSENTRATSIYASI: DIVERGENTSIYA TENDENTSIYASI VA DESTINATSIYA BOSHQARUVI UCHUN XULOSALAR

Aliqulov Samar Abdurao'idovich

"Ipak yo'li" turizm va madaniy meros xalqaro universiteti professori I.f.n.

Annotatsiya: Maqolada 2010–2025 yillarda O'zbekistonda mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalarining hududiy taqsimoti Xerfindal–Xirshman indeksi, variatsiya koeffitsiyenti hamda sigma- va beta-konvergentsiya testlari yordamida tahlil qilingan. 2017 yildan keyin kontsentratsiyaning keskin oshgani va hududlar o'rtasida yaqinlashuv emas, balki uzoqlashuv kechayotgani aniqlangan. Joylashtirish sig'iminin talabdan tezroq o'sishi natijasida bir o'ringa to'g'ri keladigan joylashtirilganlar soni pasaygani ko'rsatilgan. Tahlil manba bozorlar tarkibidagi kontsentratsiya bilan to'ldirilib, turizmning makoniy va bozor jihatidan ikki tomonlama jamlanishi asoslangan. Yetakchi va ortda qolayotgan destinatsiyalar uchun tabaqalashtirilgan boshqaruv vazifalari taklif etilgan.

Kalit so'zlar: hududiy kontsentratsiya, Xerfindal–Xirshman indeksi, konvergentsiya, divergentsiya, joylashtirish vositalari, o'rinlardan foydalanish, manba bozorlar, destinatsiya boshqaruvi.

Abstract: The article analyses the regional distribution of hotels and similar accommodation in Uzbekistan in 2010–2025 using the Herfindahl–Hirschman index, the coefficient of variation, and sigma- and beta-convergence tests. It finds that concentration rose sharply after 2017 and that regions are diverging rather than converging. Because accommodation capacity grew faster than demand, the number of guests per bed fell. The analysis is extended to concentration in the mix of source markets, establishing that tourism is concentrated twice over: spatially and by market. Differentiated management tasks are proposed for leading and lagging destinations.

Keywords: regional concentration, Herfindahl–Hirschman index, convergence, divergence, accommodation establishments, bed utilisation, source markets, destination management.

Абстрактный: В статье с помощью индекса Херфиндала–Хиршмана, коэффициента вариации и тестов сигма- и бета-конвергенции проанализировано территориальное распределение гостиниц и аналогичных средств размещения Узбекистана за 2010–2025 годы. Установлено, что после 2017 года концентрация резко возросла, а между регионами происходит не сближение, а расхождение. Показано, что из-за опережающего роста ёмкости размещения над спросом снизилось число размещённых в расчёте на одно место. Анализ дополнен концентрацией в структуре рынков-источников, что позволило обосновать двойную — пространственную и рыночную — концентрацию туризма. Предложены дифференцированные задачи управления для ведущих и отстающих дестинаций.

Ключевые слова: территориальная концентрация, индекс Херфиндала–Хиршмана, конвергенция, дивергенция, средства размещения, использование мест, рынки-источники, управление дестинацией.

Введение. (Kirish/ Introduction)

Kirish (Introduction/Введение)

Turizm bo'yicha davlat dasturlarida ko'pincha turizmni hududlar rivojlanishining vositasi sifatida ko'rish ustun turadi: turistik oqim hududga daromad, bandlik va investitsiya olib keladi, degan faraz ilgari suriladi. Biroq bu faraz turistlar va investitsiyalar hududlar bo'yicha nisbatan tekis taqsimlanganda to'g'ri bo'ladi. Agar turizm bir necha markazda jamlansa, u hududiy tafovutlarni kamaytirish o'rniga kuchaytirishi mumkin.

«Turizm to'g'risida»gi Qonun va «O'zbekiston — 2030» strategiyasi turizmni hududlarni rivojlantirish omili sifatida belgilaydi, strategiyada esa 2030 yilgacha xorijiy turistlar sonini 15 mln kishiga yetkazish maqsadi qo'yilgan [1; 2]. O'zbekistonda 2017 yildan boshlangan turizm islohotlari davrida mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalarining soni 816 tadan 2025 yilda 2 257 taga yetdi [13]. Maqolaning maqsadi — bu o'sish hududlar bo'yicha qanday taqsimlangani, hududlar o'rtasida yaqinlashuv yoki uzoqlashuv kechayotgani va undan destinatsiyalarni boshqarish uchun qanday xulosalar kelib chiqishini aniqlashdir.

Mavzuga oid adabiyotlar sharhi (Literature review, Анализ литературы)

Iqtisodiy faoliyatning makoniy jamlanishi mintaqaviy iqtisodiyotning markaziy mavzularidan biridir. M.Porterning klasterlar nazariyasiga ko'ra, korxonalar, yetkazib beruvchilar va institutlarning bir joyda to'planishi raqobatbardoshlikni oshiradi [10]. Turizmda bu hodisa ayniqsa kuchli: turistlar, infratuzilma va xizmatlar bir-birini o'zaro tortadi, natijada yetakchi destinatsiyalar yanada jozibador bo'ladi.

J.R.B.Ritchi va J.I.Krauch bu jarayonni «turistik superstruktura» va «bozor aloqalari» omillari orqali izohlaydi [11].

E.Inskip turizmni rejalashtirishni milliy, mintaqaviy va mahalliy darajalarda uyg'unlashtirish zarurligini, aks holda rivojlanish bir necha nuqtada to'planib qolishini ko'rsatgan [7]. Hududlar o'rtasidagi tafovutlar dinamikasini baholashda ikki yondashuv keng qo'llaniladi: sigma-konvergentsiya (ko'rsatkichlar tarqoqligining vaqt bo'yicha kamayishi) va beta-konvergentsiya (boshlang'ich darajasi past hududlarning tezroq o'sishi). Kontsentratsiyaning o'lchashda esa Xerfindal–Xirshman indeksi standart vosita hisoblanadi.

Destinatsiya boshqaruvi adabiyotida jamlanishning salbiy tomoni — ortiqcha turizm (overtourism) keng muhokama qilinmoqda. Venetsiya, Barselona, Amsterdam tajribasi muammo turistlarning umumiy sonidan ko'ra ularning makon va vaqt bo'yicha jamlanishi bilan bog'liqligini ko'rsatdi [9]. R.Batler modeli bo'yicha jamlanish rivojlanish bosqichida tezlashib, sig'im chegarasiga yaqinlashganda turg'unlikka olib kelishi mumkin [3]. J.Doksi esa bunday sharoitda aholining turistlarga munosabati eyforiyadan norozilik va antagonizmga o'tishini tavsiflagan [4]. Masalan, Venetsiyada 2025 yilda bir kunlik tashrif buyuruvchilardan kirish yig'imi 54 kun davomida undirilib, 723,5 ming kishi to'lov qilgan va 5,4 mln yevro tushum olingan [6]. Bunday tajriba kontsentratsiya boshqarilmasa, keyinchalik uni cheklash uchun qimmat choralar talab etilishini ko'rsatadi. Manba bozorlar kontsentratsiyasi esa destinatsiyaning tashqi shoklarga zaifligi omili sifatida krizis boshqaruvi adabiyotida takidlanadi [11].

Tadqiqot maqsadi va usullari (Research objective and methods, Цель и методы исследования)

Axborot bazasi sifatida Statistika agentligining mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalari soni (2.04.11.0045), o'rinlar soni (2.04.11.0044), joylashtirilgan tashrif buyuruvchilar (2.04.11.0046), xorijiy turistlar (2.04.11.0001) va hududlar aholisi bo'yicha ma'lumotlar [13], shuningdek, 2025 yilda manba mamlakatlar bo'yicha xorijiy turistlar soni [14] olindi. Kontsentratsiya $HHI = \sum s_i^2$ formulasi bo'yicha hisoblandi (14 hudud uchun tekis taqsimotdagi qiymat $1/14 = 0,071$). Beta-konvergensiya uchun hududlar bo'yicha joylashtirish vositalari zichligining o'rtacha yillik o'sish surati uning 2017 yildagi darajasining logarifmiga regressiya qilindi.

Tahlil va natijalar (Analysis and results, Анализ и результаты)

Sig'im va talabning o'sish nomutanosibligi. Mamlakat darajasidagi ko'rsatkichlar 1-jadvalda keltirilgan.

1-jadval.

Joylashtirish sig'imi va undan foydalanish, 2017–2025 yillar

Ko'rsatkich	2017	2019	2023	2024	2025
Joylashtirish vositalari, birlik	816	1 051	1 387	2 383	2 257
O'rinlar, ming	39,8	46,7	69,7	79,5	88,1
Joylashtirilganlar, ming kishi	1 714,2	2 193,4	2 524,3	2 864,3	3 383,7
Bir o'ringa joylashtirilganlar, kishi	43,1	47,0	36,2	36,0	38,4

Manba: Statistika agentligi ma'lumotlari [13] asosida muallif hisobi.

2019–2025 yillarda o'rinlar soni 89 foizga, joylashtirilganlar esa 54 foizga oshdi. Natijada bir o'ringa to'g'ri keladigan joylashtirilganlar 47 kishidan 36–38 kishiga pasaydi. Bu holat islohotlar davrida investitsiyalar asosan sig'imni kengaytirishga yo'naltirilgani, talabni rag'batlantirish va qolish muddatini uzaytirish esa ortda qolganini ko'rsatadi. Shu bilan birga, xorijiy turistlar soni (2025 yilda 11,7 mln) va joylashtirilganlar soni (3,4 mln) o'rtasidagi katta farq turistlarning katta qismi rasmiy joylashtirish vositalaridan foydalanmasligini anglatadi [13; 14].

Hududiy kontsentratsiyaning oshishi. Kontsentratsiya ko'rsatkichlari 2-jadvalda keltirilgan.

2-jadval.

Joylashtirish vositalarining hududiy kontsentratsiyasi

Ko'rsatkich	2010	2017	2025
Xerfindal–Xirshman indeksi	0,109	0,107	0,184
Variatsiya koeffitsiyenti	0,726	0,703	1,256
Eng yirik uch hudud ulushi, %	49,1	48,0	63,3

Manba: [13] asosida muallif hisobi.

2010–2017 yillarda kontsentratsiya deyarli o'zgarmagan, 2017–2025 yillarda esa indeks 0,107 dan 0,184 ga ko'tarildi, eng yirik uch hudud — Toshkent shahri, Samarqand va Buxoro viloyatlarining ulushi 63,3 foizga yetdi. Bu o'zgarishning asosiy manbai — poytaxt: 2017–2025 yillarda Toshkent shahrida joylashtirish vositalari 157 tadan 817 taga (5,2 barobar) oshib, mamlakatdagi ulushi 19,2 foizdan 36,2 foizga ko'tarildi. Samarqand viloyatida o'sish 2,9 barobarni (110 tadan 322 taga), Buxoroda 2,3 barobarni tashkil etdi. Aksincha, Qashqadaryo (43 tadan 47 taga), Qoraqalpog'iston Respublikasi (47 tadan 55 taga) va Namanganda (26 tadan 36 taga) infratuzilma deyarli o'smadi [13].

Konvergensiya yoki divergensiya. Aholi soniga nisbatan hisoblangan joylashtirish vositalari zichligining variatsiya koeffitsiyenti 2017 yildagi 0,66 dan 2025 yilda 1,09 ga oshdi; poytaxt chiqarilganda ham u 0,62 dan 0,76 ga ko'tarildi. Bu sigma-divergentsiya belgisidir. Beta-konvergensiya regressiyasida koeffitsiyent musbat (0,039) va 10 foizli darajada ahamiyatli ($p = 0,08$) chiqdi: boshlang'ich zichligi yuqori bo'lgan hududlar tezroq o'sdi. Poytaxtsiz hisobda koeffitsiyent musbatligicha qoladi, lekin ahamiyatsiz bo'ladi. Demak, viloyatlar o'rtasida tafovutlar yo'q kengaymoqda, yo saqlanmoqda, ortda qolganlarning «etib olishi» esa kuzatilmayapti.

3-jadval.

Joylashtirish vositalari zichligining tanlangan hududlardagi dinamikasi (100 ming aholiga)

Hudud	2017	2025	O'rtacha o'sish, %
Toshkent sh.	6,48	26,25	22,9
Buxoro	6,78	13,96	11,1
Samarqand	3,01	7,49	14,4
Xorazm	2,98	5,66	10,2
Qoraqalpog'iston R.	2,59	2,71	2,0
Qashqadaryo	1,39	1,29	1,1

Hudud	2017	2025	O'rtacha o'sish, %
Namangan	0,98	1,15	4,2
O'zbekiston	2,54	6,01	13,6

Manba: [13] asosida muallif hisobi.

Bozor kontsentratsiyasi: ikkinchi o'lchov. Makoniy jamlanishga manba bozorlar bo'yicha jamlanish qo'shiladi. 2025 yilda eng yirik o'nta manba mamlakat xorijiy turistlarning 95 foizini berdi; ularning uchasi — Qirg'iziston (28,2%), Tojikiston (23,1%) va Qozog'iston (23,1%) — birgalikda 74,4 foizni tashkil etdi. Xitoy ulushi 2,4 foiz, Turkiya 1,5 foiz, Hindiston 0,7 foiz, Koreya 0,4 foiz [14]. Faqat eng yirik o'n mamlakat bo'yicha hisoblangan Xerfindal–Xirshman indeksi 0,197 ga teng. Yani mamlakatning turistik oqimi ham makonda (bir necha hududda), ham bozorda (bir necha qo'shni davlatda) jamlangan.

Bu ikki kontsentratsiya o'zaro bog'liq. Qo'shni davlatlardan keladigan turistlar ko'pincha qisqa muddatli, qarindoshlarni ziyorat qilish yoki xarid maqsadida keladi, rasmiy joylashtirish vositalaridan kam foydalanadi va kam sarflaydi. Uzoq xorijiy bozorlardan keladigan, yuqori xarajatli turistlar esa asosan poytaxt va madaniy-tarixiy markazlarga yo'naladi. Natijada hududlar uchun eng qimmatli segment eng ko'p jamlangan segment hisoblanadi.

Turizm va talim salohiyatining birgalikdagi jamlanishi. Hududlar bo'yicha joylashtirish vositalari soni va oliy talim talabalari soni o'rtasidagi korrelyatsiya 0,94 ni, poytaxtsiz 0,67 ni tashkil etadi. 2024/2025 o'quv yilida oliy talim tashkilotlarining 44 foizi va talabalarning 37,6 foizi Toshkent shahriga to'g'ri kelgan [8]. Bu holat bir tomondan hududiy nomutanosiblikni kuchaytiradi, boshqa tomondan esa destinatsiya boshqaruvida talim muassasalarini hamkor sifatida jalb etish uchun amaliy asos yaratadi: turizm infratuzilmasi ko'p bo'lgan joyda kadrlar va tadqiqot salohiyati ham ko'p.

Hududiy ma'lumotlarning beqarorligi. Tahlil hududiy statistikaning yana bir muammosini ochdi: 2024–2025 yillarda Farg'ona viloyatida joylashtirish vositalari soni 280 tadan 122 tagacha, Qashqadaryoda 79 tadan 47 tagacha kamaygan, Jizzaxda esa 47 tadan 81 tagacha oshgan [13]. Bunday o'zgarishlarni real jarayonlar bilan izohlash qiyin; ular ko'proq kuzatuv qamrovi va tasniflash tartibidagi o'zgarishlardan dalolat beradi. 2017–2025 yillardagi yillik logarifmik o'zgarishlarning standart chetlanishi Farg'onada 0,77 ga, Buxoro va Xorazmda 0,11 ga teng. Bu hududiy infratuzilma rejalarini asoslashda ma'lumotlar sifati alohida etibor talab qilishini ko'rsatadi.

Boshqaruv uchun xulosalar. Kozak va Baloglu destinatsiya strategiyasini uning bozordagi o'rni va rivojlanish darajasiga moslashtirish zarurligini takidlaydi [5]. Kontsentratsiya va divergensiya tabaqalashtirilgan boshqaruv siyosatini taqozo etadi (4-jadval).

4-jadval.

Kontsentratsiya sharoitida destinatsiyalarni boshqarish vazifalari

Destinatsiyalar guruhi	Asosiy xatar	Ustuvor boshqaruv vazifasi	Vositalar
Yetakchi (Toshkent sh., Samarqand, Buxoro)	yadroga yuklama, sifatning pasayishi, aholi noroziligi	o'sishni sifatli va barqaror qilish, oqimlarni hudud ichida taqsimlash	hududiy DMO, sig'im boshqaruvi, tumanlararo marshrutlar, mavsumiy narxlar
Rivojlanayotgan (Toshkent vil., Farg'ona, Xorazm)	yetakchilar soyasida qolish	o'ziga mahsulot, yetakchilar bilan marshrut orqali bog'lanish	mintaqaviy DMO yoki klaster direktsiyasi, qo'shma marketing
Ortda qolayotgan (Qashqadaryo, Namangan, Qoraqalpog'iston R. va boshqalar)	investitsiya oqimining yo'qligi, divergensiya davom etishi	resurslar inventarizatsiyasi, ichki turizm, nishaviy mahsulotlar	hokimlik huzuridagi rivojlantirish guruhlar, davlat ko'magi
Barcha hududlar	bozor kontsentratsiyasi, tashqi shoklarga zaiflik	manba bozorlarni diversifikatsiyalashtirish	uzoq bozorlar bo'yicha maqsadli marketing, to'g'ridan-to'g'ri reymlar

Manba: muallif ishlanmasi.

Shuni takidlash lozimki, yetakchi destinatsiyalarda boshqaruvning vazifasi o'sishni rag'batlantirish emas, balki uni boshqarish va taqsimlashdir. Samarqand viloyati uchun bu vazifa viloyat ichida ham dolzarb: 2023 yilda turizm sohasida statistik hisobot taqdim etgan subyektlarning 78,3 foizi viloyat markazida joylashgan. 2025 yil dekabrda qabul qilingan qarorda Urgut va Nurobod tumanlarida yangi turistik-rekreatsion zonalar tashkil etish va ularni yagona direksiya orqali boshqarish vazifasi belgilangani [12] bu yo'nalishdagi muhim qadamdir.

Xulosa (Conclusion, Заключение)

2017–2025 yillarda joylashtirish infratuzilmasining hududiy konsentratsiyasi keskin oshdi: Xerfindal–Xirshman indeksi 0,107 dan 0,184 gacha, eng yirik uch hudud ulushi 48,0 foizdan 63,3 foizgacha ko'tarildi.

Sigma- va beta-konvergensiya testlari hududlar o'rtasida divergensiya kechayotganini ko'rsatdi: boshlang'ich darajasi yuqori

hududlar infratuzilmani tezroq rivojlantirmoqda, ortda qolganlarning yetib olishi kuzatilmayapti.

Sig'imning talabdan tezroq o'sishi natijasida bir o'ringa to'g'ri keladigan joylashtirilganlar 47 kishidan 36–38 kishiga pasaydi; destinatsiya boshqaruvida talabni rag'batlantirish va qolish muddatini uzaytirish vazifasining ahamiyati ortdi.

Turizm ikki tomonlama jamlangan: makonda (uch hudud) va bozorda (uch qo'shni davlat turistlarning 74,4 foizini beradi); bu manba bozorlarni diversifikatsiyalashni destinatsiya strategiyasining alohida yo'nalishiga aylantiradi.

Yetakchi, rivojlanayotgan va ortda qolayotgan destinatsiyalar uchun tabaqalashtirilgan boshqaruv vazifalari va vositalari taklif etildi; hududiy statistika ma'lumotlarining beqarorligini bartaraf etish har qanday hududiy siyosatning dastlabki sharti hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar (Литература / References)

1. O'zbekiston Respublikasining «Turizm to'g'risida»gi Qonuni. 18.07.2019, O'RQ-549. lex.uz
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «“O'zbekiston — 2030” strategiyasi to'g'risida»gi Farmoni. 11.09.2023, PF-158. lex.uz
3. Butler R.W. The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources // Canadian Geographer. — 1980. — Vol. 24, No. 1. — P. 5–12.
4. Doxey G.V. A causation theory of visitor-resident irritants: methodology and research inferences // Proceedings of the Travel Research Association 6th Annual Conference. — San Diego, 1975. — P. 195–198.
5. Kozak M., Baloglu S. Managing and Marketing Tourist Destinations: Strategies to Gain a Competitive Edge. — New York: Routledge, 2011.
6. Venice's daytripper fee raised €5 million in 2025 // Euronews. — 08.09.2025. euronews.com
7. Inskeep E. Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach. — New York: Van Nostrand Reinhold, 1991.
8. O'zbekistonda talim: statistik to'plam. — Toshkent: Statistika agentligi, 2025.
9. Milano C., Novelli M., Cheer J.M. Overtourism and degrowth: a social movements perspective // Journal of Sustainable Tourism. — 2019. — Vol. 27, No. 12. — P. 1857–1875.
10. Porter M.E. Clusters and the new economics of competition // Harvard Business Review. — 1998. — Vol. 76, No. 6. — P. 77–90.
11. Ritchie J.R.B., Crouch G.I. The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective. — Wallingford: CABI Publishing, 2003.
12. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Samarqand viloyatini ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishga qaratilgan chora-tadbirlarni yanada jadallashtirish to'g'risidagi Qarori. 27.12.2025, PQ-392. lex.uz
13. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi. Ma'lumotlar to'plamlari 2.04.11.0001, 2.04.11.0044, 2.04.11.0045, 2.04.11.0046; hududlar bo'yicha doimiy aholi soni. siat.stat.uz
14. O'zbekistonga 2025 yilda 11,7 mln xorijiy turist tashrif buyurdi // Statistika agentligi. stat.uz; dunyo.info, 2026.