UMUMIY OVQATLANISH KORXONALARINING MILLIY IQTISODIYOTDAGI ROLI VA AHAMIYATI

Eshniyozov Burxon Dilmurot o‘g‘li
Samarqand iqtisodiyot va servis instituti
Mustaqil izlanuvchisi
Tel.: +99890 313 61 14
E-mail: eshniyozovburkhanbek98@gmail.com

Annotasiya*. Maqolada umumiy ovqatlanish korxonalarining O‘zbekiston milliy iqtisodiyotidagi roli va ahamiyati makroiqtisodiy, hududiy, ijtimoiy va fiskal jihatlardan tadqiq etilgan. Mavzuning dolzarbligi xizmatlar sohasi tarkibiy o‘zgarishlar va turizm jadal o‘sayotgan sharoitda umumiy ovqatlanishning iqtisodiyotdagi o‘rni yetarlicha baholanmagani bilan izohlanadi. Tadqiqotda Milliy statistika qo‘mitasining 2025-yilgi xizmatlar, yalpi ichki mahsulot, bandlik, korxonalar va turizm ma’lumotlari asosida tarkibiy tahlil, o‘sishga hissa, lokalizatsiya koeffitsiyenti, aholi soni bilan tortilgan Jini koeffitsiyenti va korrelyatsiya tahlili usullari qo‘llanilgan. Natijalarga ko‘ra, 2025-yilda yashash va ovqatlanish xizmatlari hajmi 226,9 trln so‘mga yetib, real ifodada 10,4 foizga o‘sgan va bozor xizmatlari tarkibida 21,6 foiz ulush bilan eng yirik xizmat turiga aylangan, uning 95,9 foizini oziq-ovqat va ichimliklar bilan ta’minlash xizmatlari tashkil etgan. Toshkent shahridan tashqari hududlarda sohaning bozor xizmatlaridagi ulushi 31,3 foizni, Namangan viloyatida esa 41,9 foizni tashkil etadi. Aholi jon boshiga yashash va ovqatlanish xizmatlari bo‘yicha Jini koeffitsiyenti 0,167 bo‘lib, jami bozor xizmatlari (0,365) va transport xizmatlariga (0,344) nisbatan ikki baravar past, sohaning hududdagi ulushi bilan aholi jon boshiga xizmatlar darajasi o‘rtasidagi korrelyatsiya esa -0,77 ni tashkil etgan. Bu umumiy ovqatlanishning hududlar uchun bazaviy va tenglashtiruvchi xizmat ekanini ko‘rsatadi. Shu bilan birga, soha ko‘rsatkichlari norasmiy faoliyat baholarini o‘z ichiga olgani formallashtirish salohiyati yuqoriligini anglatadi. Shu asosda sohaning milliy iqtisodiyotdagi funksiyalari tizimlashtirilgan va uning rolini oshirish bo‘yicha formallashtirish, hududiy rivojlantirish, turizm bilan integratsiya va statistikani takomillashtirishga qaratilgan takliflar ishlab chiqilgan.*

Kalit so‘zlar: *umumiy ovqatlanish, yashash va ovqatlanish xizmatlari, milliy iqtisodiyot, xizmatlar sohasi, tarkibiy o‘zgarish, bandlik, turizm, hududiy rivojlanish, norasmiy iqtisodiyot, lokalizatsiya koeffitsiyenti.*

KIRISH

Zamonaviy iqtisodiyotda xizmatlar sohasi iqtisodiy o‘sishning asosiy manbalaridan biriga aylangan. Daromadlar o‘sishi bilan aholi iste’moli tarkibida xizmatlar, jumladan uydan tashqarida ovqatlanish xarajatlari ulushi ortib boradi, bu esa umumiy ovqatlanish korxonalarining iqtisodiyotdagi ahamiyatini oshiradi [11; 14]. Umumiy ovqatlanish qishloq xo‘jaligi va oziq-ovqat sanoati mahsulotlariga barqaror talab yaratadi, turizm xizmatlarining ajralmas qismi hisoblanadi va kichik biznes hamda bandlikning muhim manbai sifatida namoyon bo‘ladi [10; 34]. Shu sababli umumiy ovqatlanishning rivojlanish darajasi nafaqat aholi turmush darajasining, balki

agrar-oziq-ovqat zanjiri va turizm infratuzilmasining holatini ham aks ettiradi.

O‘zbekistonda xizmatlar sohasi jadal rivojlanmoqda. 2025-yilda ko‘rsatilgan bozor xizmatlari hajmi 1 050,3 trln so‘mni tashkil etib, 14,7 foizga o‘sgan, aholi jon boshiga xizmatlar hajmi esa 27,7 mln so‘mga yetgan [23]. Ushbu jarayonda yashash va ovqatlanish xizmatlari eng yirik xizmat turiga aylangan: ularning hajmi 226,9 trln so‘mni tashkil etgan [21; 23]. 2025-yilda mamlakatga 11,7 mln nafar xorijiy turist tashrif buyurgani [20] umumiy ovqatlanish xizmatlariga tashqi talabning ham tez o‘sayotganini ko‘rsatadi. Yashash va ovqatlanish xizmatlarining 2025-yildagi real o‘sishi 10,4 foizni tashkil etib, u xizmatlar umumiy o‘sishiga 2,3 foiz band hissa qo‘shgan [23]. Shu bilan birga, soha hududlar kesimida notekis rivojlangan bo‘lib, uning hududiy iqtisodiyotlardagi o‘rni poytaxtdagidan sezilarli darajada farq qiladi. Bu holat sohaning milliy iqtisodiyotdagi rolini faqat umumiy hajm orqali emas, balki hududiy taqsimot, bandlik va fiskal natijalar orqali ham baholashni talab qiladi.

Davlat siyosatida ham sohaga alohida e’tibor qaratilmoqda. “O‘zbekiston - 2030” strategiyasida xizmatlar sohasi va turizmni jadal rivojlantirish vazifasi belgilangan [1], umumiy ovqatlanish korxonalari uchun esa QQSning bir qismini qaytarish va soddalashtirilgan soliq rejimlari joriy etilgan [2-4]. Biroq iqtisodiy adabiyotda umumiy ovqatlanish ko‘pincha savdo yoki turizmning yordamchi tarmog‘i sifatida qaraladi, uning milliy iqtisodiyotdagi mustaqil roli - makroiqtisodiy, hududiy, ijtimoiy va fiskal ahamiyati - kompleks baholanmagan. Bundan tashqari, soha statistikasi norasmiy faoliyat baholarini o‘z ichiga olgani tahlilda alohida e’tiborni talab qiladi.

Xalqaro tajriba ham sohaning ahamiyatini tasdiqlaydi: ko‘plab mamlakatlarda umumiy ovqatlanish turizm daromadlari, kichik biznes va yoshlar bandligining asosiy manbalaridan biri hisoblanadi, milliy oshxona esa mamlakat imijini shakllantiruvchi omil sifatida qaraladi [10; 33]. O‘zbekiston uchun milliy taomlar boy merosi va tarixiy shaharlar turizmi bu yo‘nalishda katta salohiyat yaratadi. Biroq ushbu salohiyatdan foydalanish darajasini baholash uchun avvalo sohaning hozirgi iqtisodiy o‘rnini aniq o‘lchash zarur.

Tadqiqotning maqsadi umumiy ovqatlanish korxonalarining milliy iqtisodiyotdagi rolini miqdoriy baholash va uning ahamiyatini oshirish yo‘nalishlarini asoslashdan iborat. Ushbu maqsadga erishish uchun quyidagi vazifalar qo‘yilgan: xizmatlar sohasining tarkibiy o‘zgarishi va umumiy ovqatlanishning iqtisodiyotdagi o‘rni bo‘yicha nazariy yondashuvlarni tahlil qilish; sohaning xizmatlar tarkibi, iqtisodiy o‘sish, bandlik, korxonalar soni va turizmdagi o‘rnini baholash; hududiy taqsimotini lokalizatsiya koeffitsiyenti va Jini koeffitsiyenti orqali tahlil qilish; sohaning milliy iqtisodiyotdagi funksiyalarini tizimlashtirish va takliflar ishlab chiqish.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi shundaki, umumiy ovqatlanish birinchi marta 2025-yilgi rasmiy ma’lumotlar asosida xizmatlar sohasining boshqa turlari bilan hududiy tenglik nuqtai nazaridan solishtirilib, uning hududlar uchun “bazaviy” va tenglashtiruvchi xizmat ekani miqdoriy ko‘rsatildi. Amaliy ahamiyati natijalardan xizmatlar sohasini rivojlantirish, hududiy siyosat va soha korxonalarini formallashtirish bo‘yicha dasturlarni ishlab chiqishda foydalanish mumkinligi bilan belgilanadi. Tadqiqot ob’ekti O‘zbekistondagi umumiy ovqatlanish korxonalari,

predmeti esa ularning milliy iqtisodiyot tarmoqlari bilan iqtisodiy munosabatlaridir.

ADABIYOTLAR SHARHI

A.Fisher va K.Klark iqtisodiy rivojlanish jarayonida bandlik va ishlab chiqarish birlamchi tarmoqlardan ikkilamchi, so‘ngra uchlamchi - xizmatlar sohasiga ko‘chishini asoslagan [8; 9]. S.Kuznets bu qonuniyatni uzoq muddatli statistik ma’lumotlar asosida tasdiqlagan [14]. B.Herrendorf, R.Rojerson va A.Valentinyi tarkibiy transformatsiyaning asosiy omillari sifatida daromadlar o‘sishi bilan iste’mol tarkibining o‘zgarishi va tarmoqlar unumdorligidagi farqlarni ko‘rsatgan [11]. Ushbu yondashuvlarga ko‘ra, umumiy ovqatlanish xizmatlariga talab daromad bo‘yicha elastik bo‘lib, iqtisodiy o‘sish bilan uning iqtisodiyotdagi ulushi ortib boradi. Engel qonuniyatiga ko‘ra, daromad o‘sishi bilan oziq-ovqatga xarajatlarning umumiy ulushi kamaysa-da, tayyor ovqat va uydan tashqarida ovqatlanishga xarajatlar ulushi ortadi, chunki bunda aholi vaqtni tejash va xizmat sifatiga ko‘proq haq to‘laydi. Urbanizatsiya, ayollarning mehnat bozoridagi ishtiroki va yoshlar ulushining yuqoriligi ham ushbu tendensiyani kuchaytiradi. O‘zbekiston aholisining tez o‘sishi va shaharlashuv jarayoni bu omillarning amal qilishi uchun qulay sharoit yaratadi.

Shu bilan birga, V.Baumol mehnat sig‘imi yuqori xizmatlarda unumdorlik sekin o‘sishini va bu ularning nisbiy narxi oshishiga olib kelishini (“Baumol kasalligi”) asoslagan [6]. Umumiy ovqatlanish aynan shunday soha: xizmat ko‘rsatish jarayoni ko‘p hollarda shaxsiy mehnatni talab qiladi va avtomatlashtirish imkoniyatlari cheklangan. Demak, sohaning milliy iqtisodiyotdagi ulushi o‘sishi qisman narx effekti bilan ham bog‘liq bo‘lishi mumkin, bu esa hajm ko‘rsatkichlarini real o‘sish sur’atlari bilan birga tahlil qilishni talab qiladi. Ushbu tahlilda ham soha hajmining nominal o‘sishi (23,4 foiz) real o‘sishdan (10,4 foiz) sezilarli yuqori bo‘lgani narx omilining ahamiyatini ko‘rsatadi.

A.Hirshman tarmoqlarning “orqaga” va “oldinga” bog‘liqliklari orqali iqtisodiy rivojlanishga multiplikativ ta’sirini asoslagan [12]. Umumiy ovqatlanish kuchli orqaga bog‘liqlikka ega: u qishloq xo‘jaligi, oziq-ovqat sanoati, savdo va transport xizmatlariga talab yaratadi. D.Telfer va G.Uoll turizm va mahalliy oziq-ovqat ishlab chiqarish o‘rtasidagi bog‘liqlik mahalliy iqtisodiyotga qoladigan daromadni oshirishini ko‘rsatgan [34], M.Xoll va L.Sharpls esa gastronomik turizmni alohida turizm turi sifatida tadqiq etgan [10]. M.Sinkler turizmning iqtisodiy rivojlanishga ta’sirini tizimlashtirgan [33], J.Balaguer va M.Kantavella-Xorda Ispaniya misolida turizm uzoq muddatli o‘sish omili ekanini isbotlagan [5]. J.Brida va hammualliflarining sharhiga ko‘ra, turizmga asoslangan o‘sish gipotezasi ko‘pchilik mamlakatlarda tasdiqlangan, biroq uning kuchi mamlakat sharoitiga bog‘liq [7].

H.Parsa va hammualliflari restoranlar faoliyatining yuqori xavf darajasi, kirish to‘siqlarining pastligi va korxonalar aylanmasining yuqoriligini ko‘rsatgan [31]. Bu xususiyatlar sohani kichik biznes va o‘zini o‘zi band qilish uchun qulay qiladi, biroq ayni paytda korxonalarning beqarorligi va norasmiy faoliyat ulushining yuqoriligiga sabab bo‘ladi.

R.La Porta va A.Shleyfer norasmiy sektor kichik, unumdorligi past korxonalardan iborat bo‘lib, iqtisodiy rivojlanish bilan qisqarishini ko‘rsatgan [15].

F.Shnayder va hammualliflari hamda L.Medina va F.Shnayder yashirin iqtisodiyot hajmini mamlakatlar kesimida baholagan [16; 32]. Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkilotining qo‘llanmasida kuzatilmaydigan iqtisodiyotni milliy hisoblarga kiritish uslubi bayon etilgan [17]. Umumiy ovqatlanish naqd hisob-kitoblar ulushi yuqori bo‘lgan tarmoq sifatida ushbu muammoga eng ko‘p duch keladigan sohalardan biridir. H.Kleven va hammualliflari esa soliq ma’muriyatchiligi samaradorligi uchinchi tomon axboroti - bank va elektron to‘lovlar - mavjudligiga bog‘liqligini ko‘rsatgan [13], bu xulosa naqd pulsiz hisob-kitoblarni rag‘batlantirish formallashtirishning asosiy vositasi ekanini asoslaydi. Demak, sohaning milliy iqtisodiyotdagi rolini baholashda uning rasmiy va norasmiy qismlarini farqlash muhim ahamiyatga ega.

Sharh shuni ko‘rsatadiki, xorijiy adabiyotda umumiy ovqatlanish asosan turizm yoki korxona boshqaruvi kontekstida o‘rganilgan, uning milliy iqtisodiyotdagi tarkibiy va hududiy roli esa alohida tahlil qilinmagan. O‘zbekistonda xizmatlar statistikasining norasmiy faoliyat baholari bilan qayta ko‘rib chiqilishi sohaning haqiqiy ko‘lamini baholash imkonini yaratdi, biroq bu ma’lumotlar asosida ilmiy tahlil hali o‘tkazilmagan. Mazkur maqola ushbu bo‘shliqni to‘ldirishga qaratilgan.

METODOLOGIYA

Tadqiqotda Milliy statistika qo‘mitasining 2025-yil yanvar-dekabr bo‘yicha xizmatlar sohasi [23], hududlar kesimida yashash va ovqatlanish xizmatlari [21], yalpi ichki mahsulot [28], band aholi [24], korxonalar soni [26] va turizm [20; 25] ma’lumotlaridan, shuningdek doimiy aholi soni [22] va soliq tushumlari bo‘yicha axborotlardan [18; 30] foydalanildi.

Tadqiqot uch bosqichda olib borildi: birinchidan, sohaning xizmatlar tarkibidagi va makroiqtisodiyotdagi o‘rni tarkibiy tahlil orqali baholandi; ikkinchidan, hududiy ixtisoslashuv va tenglik ko‘rsatkichlari hisoblandi; uchinchidan, olingan natijalar asosida sohaning funksiyalari tizimlashtirilib, takliflar ishlab chiqildi. Tahlilda tizimli yondashuv, qiyosiy va statistik tahlil, guruhlash hamda grafik tasvirlash usullari qo‘llanildi.

Sohaning xizmatlar tarkibidagi o‘rni ulush va o‘sishga hissa ko‘rsatkichlari orqali baholandi. Hududiy ixtisoslashuv darajasi lokalizatsiya koeffitsiyenti orqali aniqlandi:

$$LQ_r = (Y_r / S_r) / (Y / S), \quad (1)$$

bu yerda Y_r va S_r - r-hududdagi yashash va ovqatlanish xizmatlari va jami bozor xizmatlari hajmi; Y va S - respublika bo‘yicha mos ko‘rsatkichlar. $LQ_r > 1$ hududning ushbu xizmatga ixtisoslashganini bildiradi. Hududiy tenglik aholi jon boshiga ko‘rsatkichlar ($y_i = V_i / P_i$) bo‘yicha aholi ulushlari (w_i) bilan tortilgan Jini koeffitsiyenti orqali o‘lchandi:

$$G = (1 / 2\bar{y}) \cdot \Sigma_i \Sigma_j w_i w_j |y_i - y_j|, \quad (2)$$

bu yerda $\bar{y}$ - aholi jon boshiga o‘rtacha ko‘rsatkich. Taqqoslash uchun Jini koeffitsiyenti jami bozor xizmatlari va transport xizmatlari bo‘yicha ham hisoblandi. Sohaning hududlar uchun ahamiyati va hududning rivojlanganlik darajasi o‘rtasidagi bog‘liqlik Pirson korrelyatsiya koeffitsiyenti orqali baholandi. Bunda aholi jon boshiga bozor xizmatlari hajmi hududning xizmatlar sohasi rivojlanganligi ko‘rsatkichi

sifatida, yashash va ovqatlanish xizmatlarining hududdagi ulushi esa sohaning hudud iqtisodiyoti uchun ahamiyati ko‘rsatkichi sifatida olindi. Barcha hisob-kitoblar Python dasturlash muhitida bajarildi.

Birinchidan, 2021-2025-yillar uchun xizmatlar ma’lumotlari norasmiy va yashirin iqtisodiyotni statistik baholash natijalarini o‘z ichiga oladi [23], shuning uchun ular avvalgi nashrlardagi ko‘rsatkichlar bilan bevosita taqqoslanmaydi. Ikkinchidan, yalpi qo‘shilgan qiymat statistikasida umumiy ovqatlanish savdo bilan birga e’lon qilinadi. Uchinchidan, 2025-yil yanvar-noyabr transport ma’lumotlari va 2025-yil 1-iyul holatidagi aholi soni qiyosiy hisob-kitoblar uchun olindi.

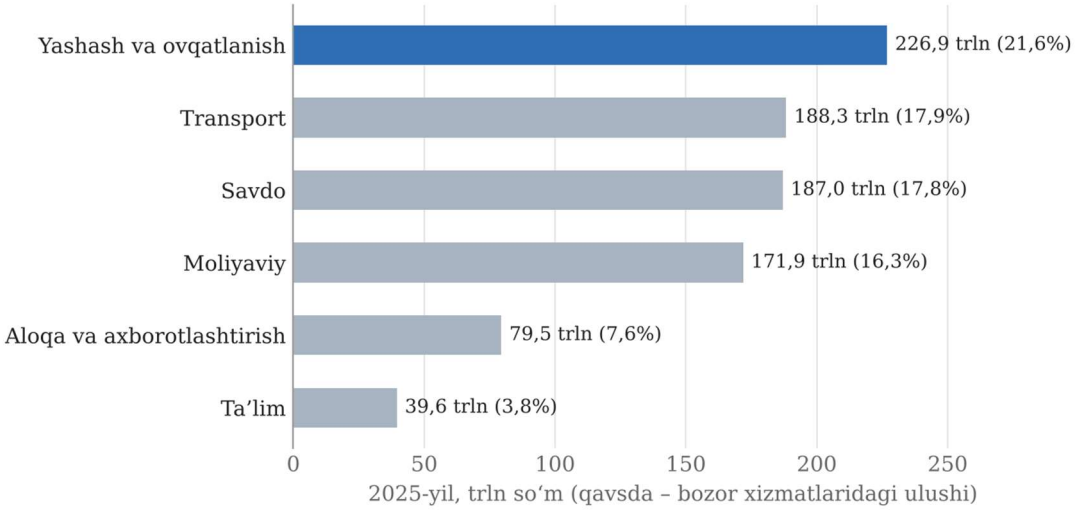
TAHLIL VA NATIJALAR

2025-yilda yashash va ovqatlanish xizmatlari bozor xizmatlari tarkibida eng yirik ulushga ega bo‘lgan (1-jadval, 1-rasm).

1-jadval

Bozor xizmatlarining asosiy turlari bo‘yicha ko‘rsatkichlar, 2024-2025-yillar

Xizmat turi	2024-yil, trln so‘m	2025-yil, trln so‘m	Real o‘sish, %	Ulushi 2025, %	O‘sishga hissasi, f.b.
Yashash va ovqatlanish	183,9	226,9	110,4	21,6	2,3
Transport	151,8	188,3	110,8	17,9	2,0
Savdo	155,0	187,0	113,8	17,8	2,5
Moliyaviy	135,8	171,9	124,6	16,3	4,0
Aloqa va axborotlashtirish	56,9	79,5	122,7	7,6	1,5
Ta’lim	32,1	39,6	110,4	3,8	0,4
Bozor xizmatlari - jami	**840,1**	**1 050,3**	**114,7**	**100,0**	**14,7**



1-rasm. Bozor xizmatlarining asosiy turlari bo‘yicha hajmi va ulushi, 2025-yil

Jadvaldan ko‘rinadiki, yashash va ovqatlanish xizmatlari hajmi 2024-yildagi 183,9 trln so‘mdan 2025-yilda 226,9 trln so‘mga, ya’ni 43,0 trln so‘mga oshgan. Real o‘sish 10,4 foizni tashkil etib, xizmatlar umumiy o‘sishiga 2,3 foiz band hissa qo‘shgan. Soha hajmi bo‘yicha transport (188,3 trln so‘m), savdo (187,0 trln so‘m) va moliyaviy xizmatlardan (171,9 trln so‘m) yuqori. Yashash va ovqatlanish xizmatlarining 95,9 foizini oziq-ovqat va ichimliklar bilan ta’minlash xizmatlari tashkil

etgani [23] ushbu ko‘rsatkichlar amalda umumiy ovqatlanish korxonalari faoliyatini aks ettirishini anglatadi: 2025-yilda umumiy ovqatlanish xizmatlari hajmi taxminan 217,6 trln so‘mni tashkil etgan. Shu bilan birga, sohaning o‘sish sur’ati moliyaviy (24,6 foiz) va aloqa (22,7 foiz) xizmatlaridan past bo‘lgani uning xizmatlar tarkibidagi ulushi 21,9 foizdan 21,6 foizga biroz qisqarganini izohlaydi.

Sohaning milliy iqtisodiyotdagi o‘rnini tavsiflovchi boshqa ko‘rsatkichlar 2-jadvalda jamlangan.

2-jadval

Umumiy ovqatlanishning milliy iqtisodiyotdagi o‘rnini tavsiflovchi ko‘rsatkichlar

Ko‘rsatkich	Qiymat	Manba
Yashash va ovqatlanish xizmatlari hajmi, 2025-yil, trln so‘m	226,9	[23]
shu jumladan oziq-ovqat va ichimliklar bilan ta’minlash ulushi, %	95,9	[23]
Umumiy ovqatlanish xizmatlari hajmi (baho), trln so‘m	217,6	hisob
Savdo, yashash va ovqatlanish YaQQ, 2025-yil, trln so‘m / real o‘sish, %	215,5 / 12,0	[28]
Savdo, yashash va ovqatlanishning YaIMdagi ulushi, %	11,7	hisob
Savdo, yashash va ovqatlanishning YaIM o‘sishiga hissasi, f.p.	1,4	[28]
Korxonalar soni, 1.10.2025, ta / jami korxonalardagi ulushi, %	29 325 / 6,4	[26]
Sohada band bo‘lganlar, ming kishi	389,5	[24]
Umumiy ovqatlanish korxonalari to‘lagan soliqlar, 2025-yil, trln so‘m	1,7 dan ortiq	[18]
Xorijiy turistlar, 2025-yil, mln nafar / o‘sish, %	11,7 / 46,8	[20]
Turizm xizmatlari eksporti, 2025-yil, mlrd AQSh dollari	4,8	[29]
Kuzatilmaydigan iqtisodiyotning YaIMdagi ulushi, 2025-yil, %	26,9	[28]

2025-yilda savdo, yashash va ovqatlanish bo‘yicha xizmatlarda yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat 215,5 trln so‘mni tashkil etib, 12,0 foizga o‘sgan va YaIM o‘sishiga 1,4 foiz punkt hissa qo‘shgan; bu yalpi ichki mahsulotning qariyb 11,7 foiziga teng [28]. Bu ko‘rsatkich YaIMning umumiy o‘sishidan (7,7 foiz) yuqori bo‘lib, savdo va umumiy ovqatlanishning iqtisodiy o‘sish drayverlaridan biri ekanini ko‘rsatadi. 2025-yil 1-oktabr holatiga yashash va ovqatlanish sohasida 29 325 ta korxona faoliyat ko‘rsatgan, bu jami korxonalarning 6,4 foizi [26]. Sohada 389,5 ming kishi band bo‘lib, bu ko‘rsatkich axborot va aloqa (108,8 ming), moliya (82,9 ming) kabi tarmoqlardagi bandlikdan bir necha baravar ko‘p [24].

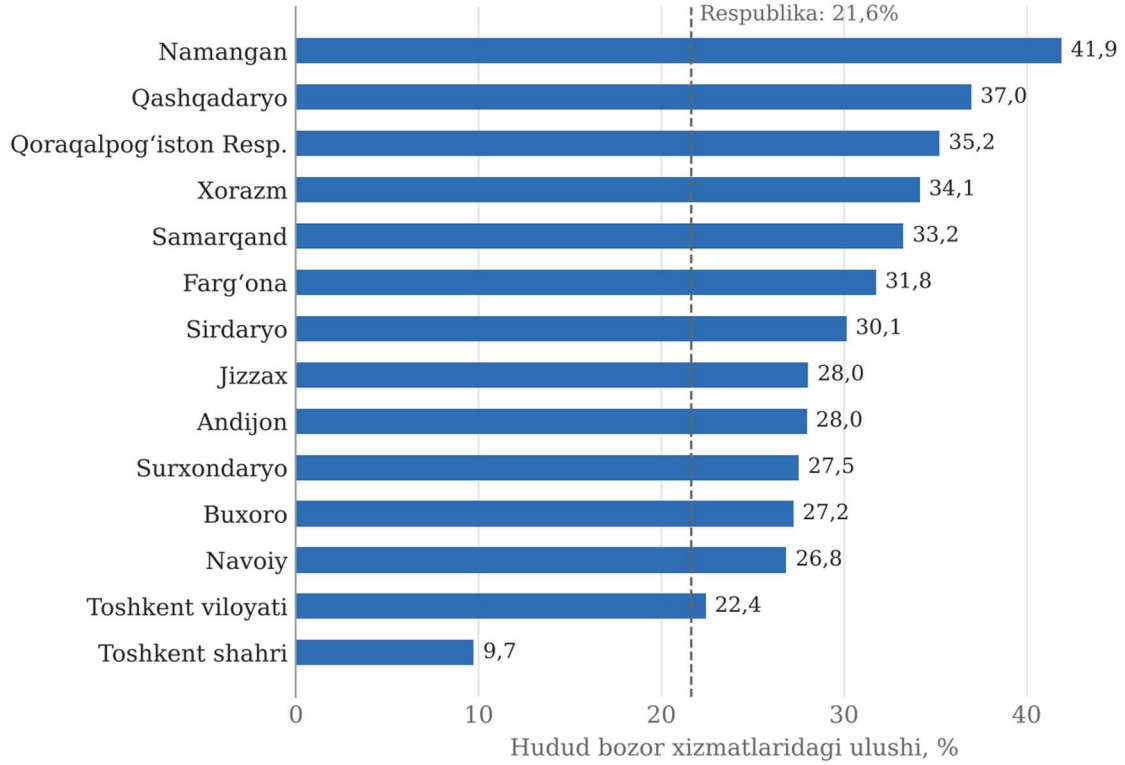
Hududiy jihatdan umumiy ovqatlanishning roli yanada yaqqol namoyon bo‘ladi (3-jadval, 2-rasm).

3-jadval

Hududlar kesimida yashash va ovqatlanish xizmatlari ko‘rsatkichlari, 2025-yil

Hudud	Yashash va ovqatlanish, trln so‘m	Bozor xizmatlari, trln so‘m	Ulushi, %	LQ	Aholi jon boshiga, ming so‘m	O‘rtachaga nisbatan
Namangan	23,6	56,3	41,9	1,94	7 472	1,25
Qashqadaryo	20,0	54,1	37,0	1,71	5 444	0,91
Qoraqalpog‘iston Resp.	12,4	35,2	35,2	1,63	6 076	1,01
Xorazm	12,6	36,9	34,1	1,58	6 159	1,03

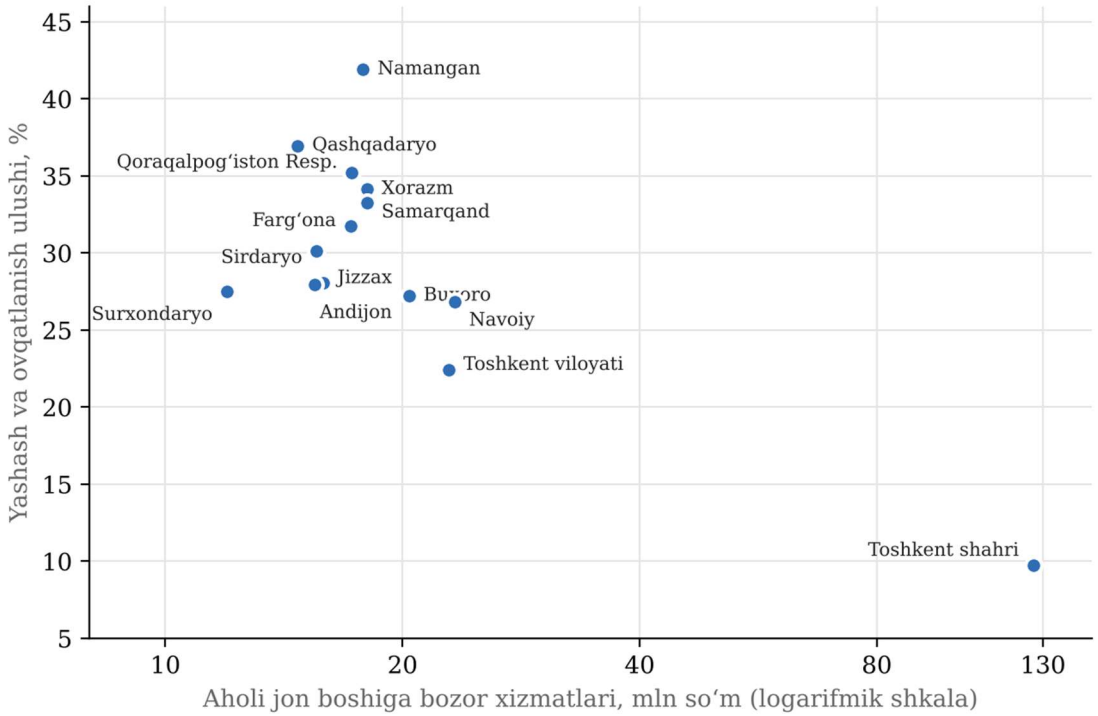
Samarqand	26,0	78,2	33,2	1,54	5 997	1,00
Farg‘ona	22,8	71,8	31,8	1,47	5 453	0,91
Sirdaryo	4,4	14,6	30,1	1,40	4 688	0,78
Jizzax	6,9	24,6	28,0	1,30	4 447	0,74
Andijon	15,1	54,0	28,0	1,29	4 329	0,72
Surxondaryo	9,8	35,6	27,5	1,27	3 295	0,55
Buxoro	11,6	42,6	27,2	1,26	5 552	0,93
Navoiy	6,9	25,7	26,8	1,24	6 254	1,04
Toshkent viloyati	16,1	71,8	22,4	1,04	5 137	0,86
Toshkent shahri	38,7	397,4	9,7	0,45	12 304	2,05
Respublika	**226,9**	**1 050,3**	**21,6**	**1,00**	**5 993**	**1,00**



2-rasm. Hududlar kesimida yashash va ovqatlanish xizmatlarining bozor xizmatlaridagi ulushi, 2025-yil, %

Natijalar shuni ko‘rsatadiki, Toshkent shahridan tashqari barcha hududlarda sohaning bozor xizmatlaridagi ulushi respublika ko‘rsatkichidan (21,6 foiz) yuqori. Namangan viloyatida u 41,9 foizni, Qashqadaryoda 37,0 foizni, Qoraqalpog‘iston Respublikasida 35,2 foizni tashkil etib, lokalizatsiya koeffitsiyenti 1,6-1,9 ga teng. Toshkent shahrida esa ulush 9,7 foiz (LQ = 0,45) bo‘lib, bu poytaxtda moliyaviy, aloqa va boshqa zamonaviy xizmatlarning ustunligi bilan izohlanadi. Toshkent shahridan tashqari hududlarda yashash va ovqatlanish xizmatlari jami bozor xizmatlarining 31,3 foizini tashkil etadi, ya’ni hududiy xizmatlar iqtisodiyotining asosiy tarmog‘i hisoblanadi.

Sohaning hududdagi ulushi va hududning rivojlanganlik darajasi o‘rtasidagi bog‘liqlik 3-rasmda keltirilgan.



3-rasm. Aholi jon boshiga bozor xizmatlari va yashash va ovqatlanish xizmatlari ulushi o‘rtasidagi bog‘liqlik, 2025-yil

Ikki ko‘rsatkich o‘rtasidagi korrelyatsiya koeffitsiyenti -0,77 ni tashkil etdi: aholi jon boshiga xizmatlar darajasi past bo‘lgan hududlarda umumiy ovqatlanish ulushi yuqori. Boshqacha aytganda, xizmatlar sohasi kam diversifikatsiya qilingan hududlarda umumiy ovqatlanish bazaviy xizmat vazifasini bajaradi. Bu natija tarkibiy o‘zgarishlar nazariyasiga mos keladi [11]: iqtisodiyot rivojlangan sari xizmatlar tarkibida bilim va kapital sig‘imi yuqori xizmatlar ulushi ortadi. Turli xizmatlarning hududiy taqsimoti 4-jadvalda solishtirilgan.

4-jadval

Xizmat turlarining hududiy taqsimoti bo‘yicha qiyosiy ko‘rsatkichlar

Ko‘rsatkich	Yashash va ovqatlanish (2025)	Bozor xizmatlari - jami (2025)	Transport (2025, yanvar-noyabr)
Jini koeffitsiyenti (aholi soni bilan tortilgan)	0,167	0,365	0,344
Variatsiya koeffitsiyenti	0,358	1,145	0,877
Eng yuqori / eng past hudud, baravar	3,7	10,6	10,4
Toshkent shahrining hududlarga taqsimlangan hajmdagi ulushi, %	17,1	39,8	31,7
Toshkent shahri / qolgan hududlar (aholi jon boshiga), baravar	2,27	7,29	5,13

Yashash va ovqatlanish xizmatlari bo‘yicha aholi soni bilan tortilgan Jini koeffitsiyenti 0,167 bo‘lib, jami bozor xizmatlari (0,365) va transport xizmatlariga (0,344) nisbatan ikki baravardan ortiq past. Aholi jon boshiga eng yuqori (Toshkent shahri, 12 304 ming so‘m) va eng past (Surxondaryo viloyati, 3 295 ming so‘m)

ko‘rsatkichlar nisbati 3,7 baravar bo‘lsa, jami bozor xizmatlari bo‘yicha bu nisbat 10,6 baravarga teng. Toshkent shahrining yashash va ovqatlanish xizmatlaridagi ulushi 17,1 foiz bo‘lib, jami bozor xizmatlaridagi ulushidan (39,8 foiz) ikki baravardan ortiq past. Shunday qilib, umumiy ovqatlanish xizmatlar sohasining eng tekis taqsimlangan va hududiy tafovutlarni yumshatuvchi tarmog‘i hisoblanadi.

MUHOKAMA

Olingan natijalar umumiy ovqatlanish korxonalarining milliy iqtisodiyotda bir nechta o‘zaro bog‘liq funksiyalarni bajarishini ko‘rsatadi (5-jadval).

5-jadval

Umumiy ovqatlanish korxonalarining milliy iqtisodiyotdagi funksiyalari

Funksiya	Mazmuni	Tasdiqlovchi ko‘rsatkich
Makroiqtisodiy	Bozor xizmatlari va YaIM o‘sishini ta’minlash, iste’mol talabini qondirish	Bozor xizmatlaridagi ulushi 21,6 %, o‘sishga hissasi 2,3 f.b.
Tarmoqlararo (multiplikativ)	Qishloq xo‘jaligi, oziq-ovqat sanoati, savdo va transportga talab yaratish	Xarajatlarning asosiy qismi oziq-ovqat xomashyosi
Hududiy	Kam diversifikatsiyalangan hududlarda bazaviy xizmat, hududiy tafovutlarni yumshatish	Hududlardagi ulushi 31,3 %, Jini 0,167, r = -0,77
Ijtimoiy	Bandlik, kichik biznes va o‘zini o‘zi band qilish uchun imkoniyat	389,5 ming band, 29,3 ming korxona
Fiskal	Soliq tushumlari, soliq bazasini kengaytirish salohiyati	1,7 trln so‘mdan ortiq soliq
Turizm va eksport	Xorijiy turistlarga xizmat, gastronomik turizm, xizmatlar eksporti	11,7 mln turist, 4,8 mlrd dollar eksport

Umumiy ovqatlanishning hududlar bo‘yicha tekis taqsimlanishi va kichik shahar va tumanlardagi yuqori ulushi uni aholini ish bilan ta’minlash va daromad manbai yaratishning muhim vositasiga aylantiradi. Kirish to‘siqlari pastligi [31] tufayli soha kichik biznes va o‘zini o‘zi band qilish uchun qulay bo‘lib, xotin-qizlar va yoshlarni mehnatga jalb qilishda ham katta salohiyatga ega. Shu bilan birga, Baumol effekti [6] sohada unumdorlik o‘sishining cheklanganini anglatadi, shuning uchun bandlikni ko‘paytirish bilan bir qatorda xizmat sifati va texnologik darajani oshirish zarur.

Rasmiy ma’lumotlarga ko‘ra, 2025-yilning yanvar-iyul oylarida umumiy ovqatlanish faoliyati bilan shug‘ullanuvchi 20 126 ta yuridik shaxs 963,3 mlrd so‘m soliq to‘lagan [30], yil yakunida esa umumiy ovqatlanish korxonalari 1,7 trln so‘mdan ortiq soliq to‘lagan [18]. Bu summa soha hajmining (217,6 trln so‘m) bir foizidan ham kam. Mazkur nisbat sohada norasmiy faoliyat ulushi yuqoriligini ko‘rsatadi: 2023-yil boshidagi nashrlarda yashash va ovqatlanish xizmatlarining bozor xizmatlaridagi ulushi 3,2 foiz bo‘lgan [19], norasmiy faoliyat baholari qo‘shilgandan keyin esa u 21-22 foizga yetgan [23]. 2025-yilda kuzatilmaydigan iqtisodiyot YaIMning 26,9 foizini tashkil etgani [28] bu muammoning umumiqtisodiy ahamiyatini tasdiqlaydi. La Porta va Shleyfer ta’kidlaganidek [15], norasmiy korxonalar odatda kichik va unumdorligi past bo‘ladi, shuning uchun soha korxonalarini formallashtirish ham soliq bazasini kengaytirish, ham unumdorlikni oshirish manbai hisoblanadi. QQSni qaytarish va soddalashtirilgan soliq rejimlari [2-4] aynan shu maqsadga xizmat qiladi.

2025-yilda xorijiy turistlar soni 46,8 foizga oshib, 11,7 mln nafarga yetgan [20], turistlarga ko‘rsatilgan xizmatlar eksporti esa 4,8 mlrd AQSh dollariga yetib, 42,2 foizga o‘sgan [29]. Biroq turistik safarlarning 67,3 foizi qarindoshlarni yo‘qlash maqsadida amalga oshirilgan [25], bu esa turistlarning restoran xizmatlariga xarajatlari hali cheklanganini anglatadi. Gastronomik turizmni rivojlantirish [10] va umumiy ovqatlanishni mahalliy qishloq xo‘jaligi mahsulotlari bilan bog‘lash [34] turizm daromadining mamlakat ichida qolishini oshiradi. Turizmga asoslangan o‘sish bo‘yicha empirik dalillar [5; 7] bu yo‘nalishning uzoq muddatli samarasini tasdiqlaydi.

Natijalar asosida sohaning milliy iqtisodiyotdagi rolini oshirish bo‘yicha takliflar ishlab chiqildi (6-jadval).

6-jadval

Umumiy ovqatlanish korxonalarining milliy iqtisodiyotdagi rolini oshirish bo‘yicha takliflar

Yo‘nalish	Chora-tadbirlar	Kutilayotgan natija
Formallash-tirish	Naqd pulsiz to‘lovlar va onlayn kassalarni rag‘batlantirish, QQS qaytarish mexanizmini soddalashtirish	Soliq bazasi kengayadi, rasmiy bandlik oshadi
Hududiy rivojlantirish	Kichik shahar va tumanlarda imtiyozli kreditlash, mikromoliyalash, ijara imtiyozlari	Hududiy tafovut kamayadi, daromad manbalari ko‘payadi
Turizm bilan integratsiya	Gastronomik marshrutlar, milliy taomlar brendi, turistik markazlarda xizmat standartlari	Turistlar xarajatlarida ovqatlanish ulushi oshadi
Ta’minot zanjiri	Mahalliy fermerlar va oziq-ovqat ishlab chiqaruvchilari bilan uzoq muddatli shartnomalar	Multiplikativ samara kuchayadi
Sifat va texnologiya	Xizmat sifati va gigiyena standartlari, raqamli buyurtma va yetkazib berish platformalari	Unumdorlik va raqobatbardoshlik oshadi
Kadrlar	Oshpazlik va servis bo‘yicha kasbiy ta’lim, malaka oshirish dasturlari	Xizmat sifati yaxshilanadi
Statistika	Umumiy ovqatlanishni yashash xizmatlaridan alohida e’lon qilish, YaQQni savdodan ajratish	Siyosatni asoslash imkoniyati kengayadi

Taklif etilgan chora-tadbirlar sohaning uchta asosiy muammosiga qaratilgan: norasmiy faoliyatning yuqori ulushi, unumdorlikning past o‘sishi va turizm bilan bog‘liqlikning yetarli emasligi. Ularning samaradorligini baholash uchun sohaning soliq tushumlari va rasmiy bandlikdagi ulushi, aholi jon boshiga xizmatlar bo‘yicha Jini koeffitsiyenti va turistlar xarajatlaridagi ovqatlanish ulushi kabi ko‘rsatkichlardan foydalanish maqsadga muvofiq.

XULOSA

Tadqiqot natijalari umumiy ovqatlanish korxonalari O‘zbekiston milliy iqtisodiyotida muhim tarkibiy, hududiy, ijtimoiy va fiskal rol o‘ynashini ko‘rsatdi. 2025-yilda yashash va ovqatlanish xizmatlari hajmi 226,9 trln so‘mga yetib, real ifodada 10,4 foizga o‘sgan, bozor xizmatlari tarkibida 21,6 foiz ulush bilan eng yirik

xizmat turiga aylangan; uning 95,9 foizini oziq-ovqat va ichimliklar bilan ta’minlash xizmatlari tashkil etgan. Sohada 29,3 mingdan ortiq korxona faoliyat ko‘rsatmoqda va 389,5 ming kishi band. Savdo, yashash va ovqatlanish bo‘yicha xizmatlarning yalpi qo‘shilgan qiymati 12,0 foizga o‘sib, YaIMning umumiy o‘sishidan yuqori sur’atda rivojlangan va iqtisodiy o‘sishga 1,4 foiz punkt hissa qo‘shgan.

Hududiy tahlil umumiy ovqatlanishning hududlar uchun bazaviy va tenglashtiruvchi xizmat ekanini aniqladi: Toshkent shahridan tashqari hududlarda uning bozor xizmatlaridagi ulushi 31,3 foizni tashkil etadi, aholi jon boshiga ko‘rsatkich bo‘yicha Jini koeffitsiyenti (0,167) jami xizmatlar va transportga nisbatan ikki baravar past, sohaning hududdagi ulushi bilan hududning xizmatlar darajasi o‘rtasidagi korrelyatsiya -0,77 ga teng. Shu bilan birga, soliq tushumlarining soha hajmiga nisbati bir foizdan past bo‘lib, norasmiy faoliyat ulushi yuqoriligini ko‘rsatadi.

Shu asosda quyidagi takliflar ishlab chiqildi: soha korxonalarini formallashtirish va naqd pulsiz hisob-kitoblarni rag‘batlantirish; kichik shahar va tumanlarda umumiy ovqatlanish korxonalarini imtiyozli kreditlash va kadrlar tayyorlash; gastronomik turizm va mahalliy mahsulotlar bilan bog‘liqlikni kuchaytirish; xizmat sifati standartlari va raqamli texnologiyalarni joriy etish; soha statistikasini takomillashtirish. Keyingi tadqiqotlarda umumiy ovqatlanishning tarmoqlararo multiplikatorlarini “xarajat-ishlab chiqarish” jadvallari asosida baholash, shuningdek, soha korxonalarining unumdorligi va rentabelligini korxonalar darajasidagi ma’lumotlar asosida tahlil qilish maqsadga muvofiq. Tadqiqot natijalari umumiy ovqatlanishni milliy iqtisodiyotning yordamchi emas, balki mustaqil va strategik tarmog‘i sifatida ko‘rib chiqish zarurligini tasdiqlaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentabrdagi “«O‘zbekiston - 2030» strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-158-son Farmoni // Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi. - URL: https://lex.uz/docs/6600413.
2. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2024-yil 7-noyabrdagi 745-son qarori (Umumiy ovqatlanish, mehmonxona va turoperatorlik xizmatlarini ko‘rsatuvchi tadbirkorlik subyektlariga budjetga to‘langan QQSning bir qismini qaytarish tartibi to‘g‘risidagi vaqtinchalik nizom) // Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi.
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 18-apreldagi PF-67-son Farmoni // Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi.
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2026-yil 29-maydagi “Kichik biznes subyektlarining o‘sishi uchun yanada qulay iqtisodiy va ma’muriy shart-sharoitlar yaratish to‘g‘risida”gi Farmoni. - URL: https://president.uz/oz/lists/view/9260.
5. Balaguer J., Cantavella-Jordá M. Tourism as a long-run economic growth factor: The Spanish case // Applied Economics. - 2002. - Vol. 34, № 7. - P. 877-884.
6. Baumol W.J. Macroeconomics of unbalanced growth: The anatomy of urban crisis // American Economic Review. - 1967. - Vol. 57, № 3. - P. 415-426.
7. Brida J.G., Cortes-Jimenez I., Pulina M. Has the tourism-led growth hypothesis been validated? A literature review // Current Issues in Tourism. - 2016. - Vol. 19, № 5. - P. 394-430.

8. Clark C. The Conditions of Economic Progress. - London: Macmillan, 1940.
9. Fisher A.G.B. Production, primary, secondary and tertiary // Economic Record. - 1939. - Vol. 15, № 1. - P. 24-38.
10. Hall C.M., Sharples L., Mitchell R., Macionis N., Cambourne B. (eds.) Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets. - Oxford: Butterworth-Heinemann, 2003.
11. Herrendorf B., Rogerson R., Valentinyi Á. Growth and structural transformation // Handbook of Economic Growth. Vol. 2 / ed. by P. Aghion, S.N. Durlauf. - Amsterdam: Elsevier, 2014. - P. 855-941.
12. Hirschman A.O. The Strategy of Economic Development. - New Haven: Yale University Press, 1958.
13. Kleven H.J., Kreiner C.T., Saez E. Why can modern governments tax so much? An agency model of firms as fiscal intermediaries // Economica. - 2016. - Vol. 83, № 330. - P. 219-246.
14. Kuznets S. Modern Economic Growth: Rate, Structure and Spread. - New Haven: Yale University Press, 1966.
15. La Porta R., Shleifer A. Informality and development // Journal of Economic Perspectives. - 2014. - Vol. 28, № 3. - P. 109-126.
16. Medina L., Schneider F. Shadow Economies Around the World: What Did We Learn Over the Last 20 Years? - IMF Working Paper WP/18/17. - Washington, DC: International Monetary Fund, 2018.
17. OECD. Measuring the Non-Observed Economy: A Handbook. - Paris: OECD Publishing, 2002.
18. O‘tgan yilda umumiy ovqatlanish sohasida eng ko‘p soliq to‘lagan kompaniyalar ma’lum bo‘ldi // Kursiv.media. - 2026-yil 12-mart. - URL: https://uz.kursiv.media/uz/2026-03-12/otgan-yilda-umumiy-ovqatlanish-sohasida-eng-kop-soliq-tolagan-kompaniyalar-malum-boldi/.
19. O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi. O‘zbekiston Respublikasida xizmatlar sohasining rivojlanishi (2023-yil yanvar-aprel). - URL: https://stat.uz/images/uploads/reliz-2023/analitika-04_2023-zb_xizmat_19_05_2023.pdf.
20. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. 2025-yilda O‘zbekistonga 11,7 million nafar turist kelgan. - URL: https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/66309-2025-jilda-zbekistonga-11-7-million-nafar-turist-kelgan-2.
21. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. 2025-yilda yashash va ovqatlanish xizmatlari hajmi 227 trln so‘mga yetdi. - URL: https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/67015-2025-jilda-yashash-va-ov-atlanish-khizmatlari-azhmi-227-trln-s-mga-etdi-2.
22. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. Hududlar kesimida doimiy aholi soni (2025-yil 1-iyul holatiga). - URL: https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/62563-hududlar-kesimida-doimiy-aholi-soni-pp.
23. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. O‘zbekiston Respublikasida xizmatlar sohasining asosiy ko‘rsatkichlari (2025-yil yanvar-dekabr). Press-reliz, 20.01.2026. - URL: https://stat.uz/img/news/analitika-12_2025-zb-lotin.pdf.

24. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. O‘zbekistonda band aholi qaysi sohalarda faoliyat yuritmoqda. - URL: https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/67874-zbekistonda-band-a-oli-ajsi-so-alarda-faoliyat-yuritmo-da-2.
25. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. O‘zbekistonda turizm va dam olishning rivojlanishi (2025-yil). - URL: https://stat.uz/img/press-relizlar/2025-turizm-va-dam-olishni-rivozhlanishi-lotin_p81837.pdf.
26. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. O‘zbekistondagi har uchta korxonadan bittasi savdo sohasida ishlaydi. - URL: https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/64544-zbekistondagi-ar-uchta-korkhonadan-bittasi-savdo-so-asida-ishlajdi-2.
27. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. Transport xizmatlari hajmi 168 trln so‘mdan oshdi. - URL: https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/66318-transport-khizmatlari-azhmi-168-trln-s-mdan-oshdi-2.
28. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. Yalpi ichki mahsulot (2025-yil yanvar-dekabr). Press-reliz, 26.01.2026. - URL: https://stat.uz/img/news/analitika-vvp_zb-lotin_p30500.pdf.
29. O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi. 2025-yil — turizm sohasida yangi bosqich va yuqori natijalar yili. 15.01.2026. - URL: https://gov.uz/oz/uzbektourism/news/view/142186.
30. O‘zbekistonda umumiy ovqatlanish korxonalari 963 mlrd so‘mdan ortiq soliq to‘ladi // Anhor.uz. - URL: https://anhor.uz/uzl/news/umumiy-ovqatlanish-korxonalari-soligi/.
31. Parsa H.G., Self J.T., Njite D., King T. Why restaurants fail // Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly. - 2005. - Vol. 46, № 3. - P. 304-322.
32. Schneider F., Buehn A., Montenegro C.E. New estimates for the shadow economies all over the world // International Economic Journal. - 2010. - Vol. 24, № 4. - P. 443-461.
33. Sinclair M.T. Tourism and economic development: A survey // Journal of Development Studies. - 1998. - Vol. 34, № 5. - P. 1-51.
34. Telfer D.J., Wall G. Linkages between tourism and food production // Annals of Tourism Research. - 1996. - Vol. 23, № 3. - P. 635-653.