

DOI: 10.5281/zenodo.16271800

Link: <https://zenodo.org/records/16271800>

TURIZM SOHASI XIZMAT KO'RSATISH TARMOQLARIDA KLASTERLASHNI IJTIMOY-IQTISODIY SAMARADORLIGINI BAHOLASH MEZONLARI

D.Umbarov

Qarshi davlat universiteti

Turizm va marketing kafedrası

mustaqil tadqiqotchisi

+998976871121

dostondst88@gmail.com

Annotatsiya. *Ushbu maqolada turizm xizmat ko'rsatish sohasida klasterli yondashuvning iqtisodiy va ijtimoiy samaradorligini oshirishdagi roli tahlil qilingan. Klasterli boshqaruv mexanizmi odatiy ishlab chiqarish birlashmalaridan farqli ravishda, innovatsion salohiyatni jalb qilish, raqobatbardoshlikni kuchaytirish va davlat-xususiy sheriklik asosida hududiy rivojlanishga erishish imkoniyatlarini beradi. Xorijiy tajriba asosida turizm klasterlarining samaradorligini baholovchi ko'p mezonli tizim (MCE) keltirilgan bo'lib, unda iqtisodiy, ijtimoiy, infratuzilmaviy, ekologik va innovatsion ko'rsatkichlar hisobga olingan. SWOT-tahlil yordamida turizm klasterlarining kuchli va zaif tomonlari, imkoniyatlari va tahdidlari aniqlangan. Shuningdek, klasterni tashkil etishning bosqichlari, institutsional shart-sharoitlari, rejalashtirish va boshqaruv modeli, hamda samaradorlikni baholash indikatorlari asosida kompleks tahlil keltirilgan. Maqolada klasterli boshqaruvning ilmiy va amaliy ahamiyati yoritilib, turizm xizmatlari sifatini oshirishda zamonaviy modellashtirish uslublari qo'llanishi zarurligi asoslab berilgan.*

Kalit so'zlari. *Turizm klasteri, klasterli boshqaruv, xizmat ko'rsatish sifati, iqtisodiy samaradorlik, SWOT-tahlil, davlat-xususiy sheriklik.*

KIRISH

Klasterli yondashuv, odatdagi ishlab chiqarish birlashmalaridan farqli o'laroq, tegishli faoliyat sohasiga innovatsion potensialni faol kiritishni, raqobatdoshlikni rivojlantirishni, bozorni tartibga solish mexanizmlarini, shu jumladan, davlat-xususiy sheriklikni qo'llashni nazarda tutadi. Turizm xizmat ko'rsatish klasterini yaratishning asosiy maqsadlari turizm sektoridagi korxonalarning ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligini oshirish va natijada Turizm xizmatlarining sifatini oshirishda namoyon bo'ladigan sinergistik samaraga erishishdir.

MAVZUGA DOIR ADABIYOTLAR TAHLILI.

So'nggi yillarda turizm sohasida klasterli yondashuvning ahamiyati nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy va hududiy rivojlanish omili sifatida ham ortib bormoqda. Xalqaro va milliy miqyosdagi ilmiy-tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, turizm klasterlari orqali xizmat ko'rsatish sifatini oshirish, innovatsiyalarni joriy etish va hududiy infratuzilmani yaxshilash mumkin. Masalan, M. Porterning (1998) "Clusters and the New Economics of Competition" nomli asarida klasterlar iqtisodiy rivojlanishda yangi raqobat ustunliklari sifatida ta'riflangan. Porter modeliga ko'ra, klasterlar resurslar

birlashuvi, innovatsiyalarni tezroq joriy etish va ishlab chiqarish zanjirlarining samarali ishlashini ta'minlaydi.

Yevropa Ittifoqi doirasida olib borilgan tadqiqotlar (EU Cluster Observatory, 2020) klasterlar turizm sohasida yangi ish o'rinlari yaratish, mahalliy aholini jalb qilish va ekologik barqarorlikni ta'minlashdagi roliga e'tibor qaratadi. Ayniqsa, Ispaniya, Italiya, Avstriya kabi davlatlarda turizm klasterlari hududiy ixtisoslashuv va brendlash orqali yuqori daromad keltiruvchi tarmoqqa aylangan.

O'zbekistonda ham klasterli yondashuv g'oyasi qishloq xo'jaligi va sanoat tarmoqlarida keng muhokama qilinmoqda. Biroq, turizm xizmat ko'rsatish sohasida bu tizim hali to'liq shakllanmagan. 2021–2030 yillarga mo'ljallangan "Turizm xizmatlari sifatini ta'minlash" davlat dasturida turizm infratuzilmasini rivojlantirish, xizmatlar sifatini oshirish va xalqaro standartlarni joriy etish bo'yicha chora-tadbirlar belgilangan bo'lsa-da, klasterli boshqaruv mexanizmlari chuqur o'rganilmagan. Akademik olimlar, jumladan, A. Mamatqulov (2022) va Z. Islomova (2023) o'z tadqiqotlarida turizm tarmoqlarida klaster tizimini joriy etish bo'yicha nazariy asoslar va tashkiliy-amaliy mexanizmlarni taklif qilgan. Ularning fikricha, turizm klasterining muvaffaqiyatli faoliyati uchun xizmatlar bozorini chuqur o'rganish, ishtirokchilar o'rtasida hamkorlikni kuchaytirish, davlat-xususiy sheriklik asosida investitsiyalarni jalb etish muhim ahamiyatga ega.

Shuningdek, Yaponiyada "Tourism Area Development Model" asosida yaratilgan klasterlar, Singapurdagi "Destination Branding Strategy" va Turkiyaning "Turizm Master Rejalari" klaster tizimining muvaffaqiyatli namunalaridan biri sifatida qayd etiladi.

Tahlil va natijalar. Hozirgi kunda viloyatimizda Turizm subyektlari sohasida klaster tashabbuslarining faol namoyon bo'lishi va amalga oshirilishi hozircha yo'q, biz faqat xorij amaliyoti haqida gapirishimiz mumkin. Xorijiy davlatlar, xususan, Yevropa Ittifoqi, AQSh, Yaponiya, Janubiy Koreya, Turkiya va Singapurda turizm klasterlari hududiy iqtisodiy rivojlanish vositasi sifatida keng qo'llaniladi. Bunday klasterlar nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy ko'rsatkichlar asosida ham baholanadi. Har bir klasterning samaradorligi ko'p mezonli baholash tizimi (Multi-Criteria Evaluation - MCE) orqali aniqlanadi.

1-jadval

Quyidagi mezonlar xorijiy amaliyotda turizm klasterlarining samaradorligini baholash mezonlari

Yo'nalish	Baholash mezonlari	Izoh
Iqtisodiy	- Yaratilgan YIM ulushi - Klasterdagi korxonalar soni - Turistlardan olinadigan daromad - Eksport qilinayotgan xizmatlar ulushi	Klaster iqtisodiyotni necha foizga "siylab chiqayotgani" aniqlanadi.
Bandlik	- Ish o'rinlari soni - Ayollar va yoshlar bandligi - Yangi ish joylari yaratish tezligi	Klasterning ijtimoiy barqarorlikka ta'siri o'lchanadi.
Infratuzilma	- Transport va yo'nalishlar soni - Mehmonxona o'rinlar sig'imi - Raqamli xizmatlar ulushi	Sayyohlar uchun qulayliklar darajasi aniqlanadi.

Innovatsionlik	- AKT joriy etilishi - Yangi xizmat turlari - Startaplar va inkubatsiya loyihalari	Klaster innovatsion faoliyatga qanchalik mosligi ko'riladi.
Marketing va raqobatbardoshlik	- Klaster brendi mavjudligi - Xalqaro e'tirof (UNESCO, WTTC reytinglari) - SMM, PR faoliyati	Xalqaro bozordagi o'rni baholanadi.
Ijtimoiy ta'sir	- Mahalliy aholi farovonligining oshishi - Hududiy infratuzilma yaxshilanishi - Aholi turmush sifati	Turizm klasterining jamiyatga foydasi baholanadi.
Ekologik barqarorlik	- Ekoturizm ulushi - Atrof-muhitga ta'siri - "Yashil standartlar" joriy etilishi	Barqaror rivojlanish tamoyillariga amal qilinadi.

Klasterli tashabbusni tashkil qilinishning institutsional shartlari bo'yicha:

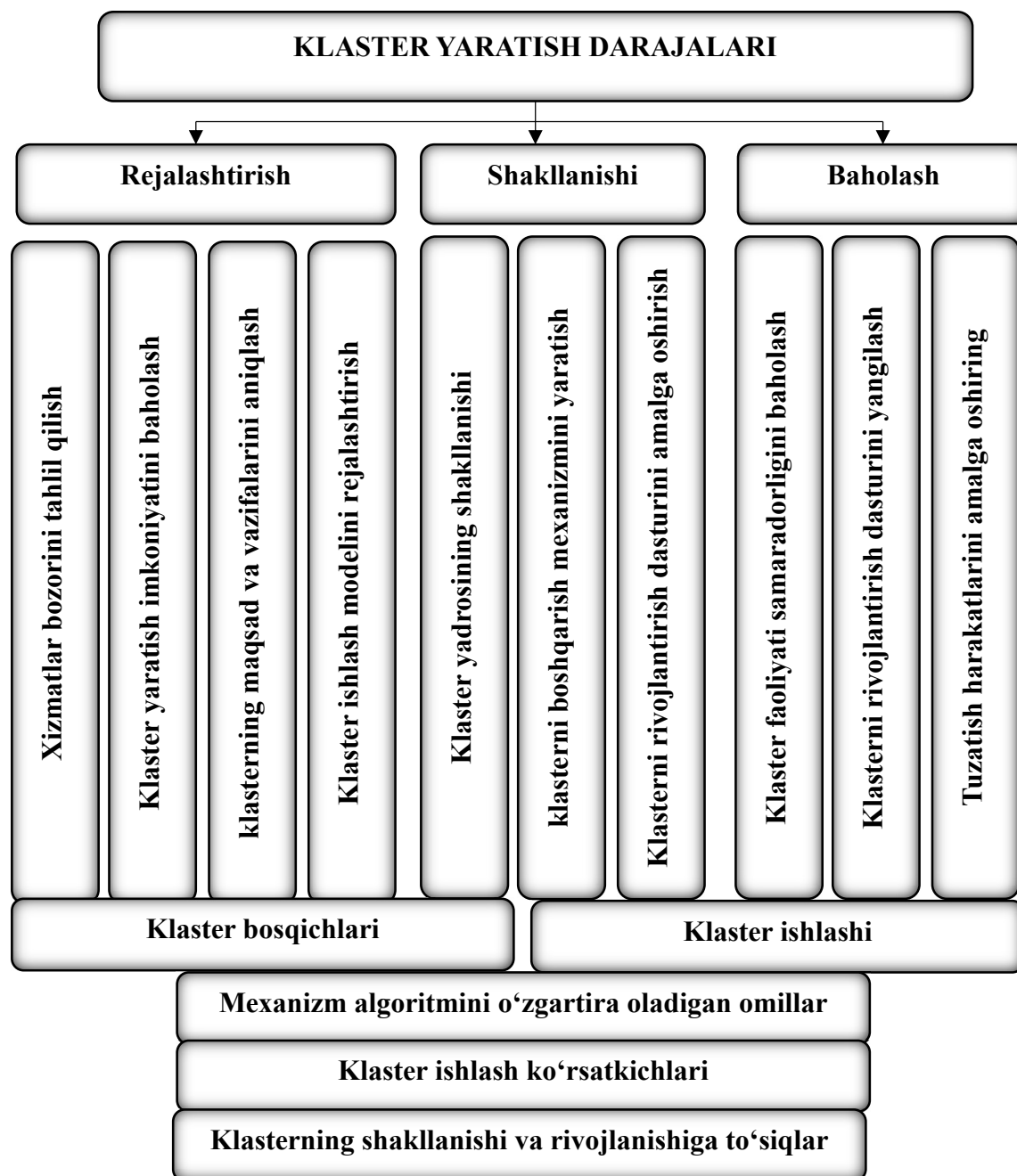
- Turizm xizmatlarining sifatini yaxshilashga, 2021–2030 yillarga mo'ljallangan "Turizm xizmatlari sifatini ta'minlash" ustuvor loyihasi;
- klasterni shakllantirish va rivojlantirish formatida o'zaro manfaatli hamkorlikdan manfaatdor bo'lgan asosiy korxonalar;
- klaster a'zolarining mavjudligi;
- mahalliy hokimiyat organlarining ishtirokchilar va biznes vakillari o'rtasidagi hamkorlikni rivojlanishiga va natijada o'z-o'zini boshqarish darajada iqtisodiyotni rivojlantirishga yordam beradigan klaster yaratishga bo'lgan qiziqishlardir.



1-rasm. Turizm subyektlari sohasida klasterni yaratish bosqichlari

Turizm subyektlarining klaster obyekti, klaster subyektlarining manfaatlarini ifoda etadi. Bu turizm xizmatlarning sifatini yaxshilaydi va boshqalar uchun sinergetik ta'sirga erishadi. Turizm subyektlari sohasida klasterni yaratish bosqichlaridan kelib chiqib klaster yaratish darajalari ishlab chiqildi (2-rasm).

Turizm sohasida klasterning barcha to'g'ridan-to'g'ri ishtirokchilari sifatida quyidagicha yondashuvlar tushuniladi:



2-rasm. Turizm subyektlari sohasida klasterni yaratish bosqichlaridan kelib chiqib klaster yaratish darajalari

Guruhlar klasterning potensial elementlari vakillari, xizmatlar iste'molchilari o'rtasida seminarlar, tarqatma materiallar, jamoat joylarida, ommaviy axborot vositalarida joylashtirilgan axborot xabarlarini shaklida tushuntirish ishlarini olib borishlari kerak.

birinchidan, Turizm xizmatlarini ko'rsatadigan korxonalar (resurs yetkazib beruvchi tashkilotlar, boshqaruv kompaniyalari, turizm mulkdorlari shirkatlari va boshqalar);

ikkinchidan, xizmatlar ko'rsatadigan yuridik va jismoniy shaxslar, shu jumladan, davlat-xususiy sheriklik shartnomasi bo'yicha, ilmiy-tadqiqot muassasalari, o'quv yurtlari va malaka oshirish;

uchinchidan, Turizm xizmatlaridan foydalanuvchilar. Bundan tashqari, klaster nafaqat ko'rsatilgan xizmatlarni, balki tegishli xizmatlarni ham taqdim etadigan boshqa tashkilotlarni o'z ichiga olishi mumkin.

Turizm sohasini klasterda rejalashtirish darajasi xizmatlar bozorini tahlil qilish, klaster yaratish imkoniyatini baholash, maqsad va vazifalarni belgilash, klasterning ishlash modelini rejalashtirish kabi muhim bosqichlardan iborat:

➤ bozorni tahlil qilish bosqichi keyingi harakatlar uchun muhimdir. Mintaqadagi Turizm xizmatlarining bozor imkoniyatlarini o'rganishni o'z ichiga oladi;

➤ turizm xizmat subyektlari korxonalarining rivojlanishiga to'sqinlik qiluvchi omillarni aniqlash;

➤ turizm xizmatlarning sifatini baholash.

Turizm xizmat ko'rsatish bozorida klasterni tashkil etishning dolzarbligi va imkoniyati iqtisodiy-matematik usullar va xizmat ko'rsatish bozorini o'rganish natijalari yordamida aniqlanadi.

Klaster tashqi muhitdagi tahdidlar va istiqbollarni, raqobatchilarga nisbatan tashkilotlarning kuchli va zaif tomonlarini chuqur tahlil qilish uchun kerakli natijalarga qanday erishishni hisobga olgan holda, SWOT-tahlil, mahalliyashtirish koeffitsiyentlari, ekspert usuli va boshqalardan foydalanish tavsiya etiladi. Klasterning maqsadlari va vazifalari zarur. Turizm xizmat ko'rsatish sohasidagi klasterni yaratish va uning ishlash konsepsiyasini shakllantirish doirasida belgilash maqsadga muvofiq va ushbu SWOT tahlillari 3-rasmida keltirilgan.

Rasmida olib borilgan Swot tahlili, klasterning ishlash modelini, asosiy ishtirokchilarni va ularning o'zaro bog'liqlik tamoyillarini, raqobatdosh ustunliklarni olishning o'ziga xos xususiyatlarini, vertikal integratsiya darajasini, tegishli xizmatlarni taqdim etish imkoniyatlarini va boshqalarni tavsiflashi kerakligi isbotlandi.

S- KUCHLI TOMONLAR	W- ZAIF TOMONLAR
Turizm subyektlarini rivojlantirish bo'yicha davlat va hududiy dasturlarning uzoq muddatga ishlab chiqilganligi va amal qilinishi; Turizm subyektlari sohasida meyoriy-huquqiy zaminning yaratilganligi; Turizm subyektlarida ishchi kuchining ta'siri;	➤ Turizm subyektlarini boshqaruv talabga javob bermasligi; ➤ Turizm subyektlarida faoliyat yurituvchi kadrlarning yetarlicha bilimiga ega yemasligi ➤ Moliyaviy resurslarning cheklanganligi; ➤ Qulay xizmat ko'rsatish muhitini shakllantirish bo'yicha yetarli axborotga ega emasligi; ➤ Ilmiy-texnika taraqqiyoti yangiliklaridan o'z vaqtida foydalanmasligi;
O- IMKONIYATLAR	T- TAHDIDLAR

➤ Davlat xususiy-sherikchilik asosida investorlarning sohaga investitsiya kiritish istagining mavjudligi; ➤ Turizm subyektlari sohasida chet el tajribasidan foydalanib mukammal klaster tizimini joriy qilish imkoni borligi ➤ Turizm subyektlari sohasining bozorga tez moslashuvchanligi;	➤ Xizmatlarga qo'yilgan ta'riflarning narx-navolar va foiz stavkalarining barqaror emasligi; ➤ Boshqa hududlar bilan xizmatlar bozorining yaxshi yo'lga qo'yilmaganligi; ➤ Qonunchilikdagi o'zgarishlarning xizmat ko'rsatish sohasi subyektlariga hamisha yetib kelish imkoniyatining yo'qligi; ➤ Mavsumiy va demografik vaziyatning o'zgaruvchanligi.
--	--

3-rasm. Turizm xizmat ko'rsatish sohasidagi klasterlarni yaratish va uning ishlash konsepsiyasini shakllantirish doirasidagi Swot tahlili

Eng muhim bosqichlardan biri – bu klasterlarning ishlash modelini rejalashtirish, uning ishtirokchilari tarkibi va ular usullarining o'zaro ta'sirlaridir. Ushbu bosqichda jarayon, tizim va funksional yondashuvlardan foydalanib, mavjud va yetishmayotgan klaster elementlari aniqlanadi. Rejalashtirish darajasida Turizm subyektlarida klasterlarni yaratish muammolari bo'yicha davra suhbatlari tashkil etiladi va o'tkaziladi. Mumkin bo'lgan klaster tuzilmalari, mahalliy o'zini o'zi boshqarish organlari, ommaviy axborot vositalari va boshqalar vakillari taklif etilgan bo'lib, bu yerda tashkiliy va tashviqot ishlari bilan shug'ullanadigan ishchi guruhlar tashkil etiladi.

Rejalashtirish darajasi Turizm subyektlari va tegishli xizmatlar bozorida klasterlarni yaratish to'g'risida qaror qabul qilingan paytdan boshlab umuman yakunlangan deb hisoblanadi. Yig'ilishda rejalashtirish to'g'risidagi barcha ma'lumotlar qatnashchilarga klasterlarni shakllantirish tashabbuskorlari tomonidan yetkaziladi. Ishtirokchilar sifatida mumkin bo'lgan klaster tuzilmalari, mahalliy davlat hokimiyati organlari, ommaviy axborot vositalari va boshqalarni taklif qilish tavsiya etiladi.

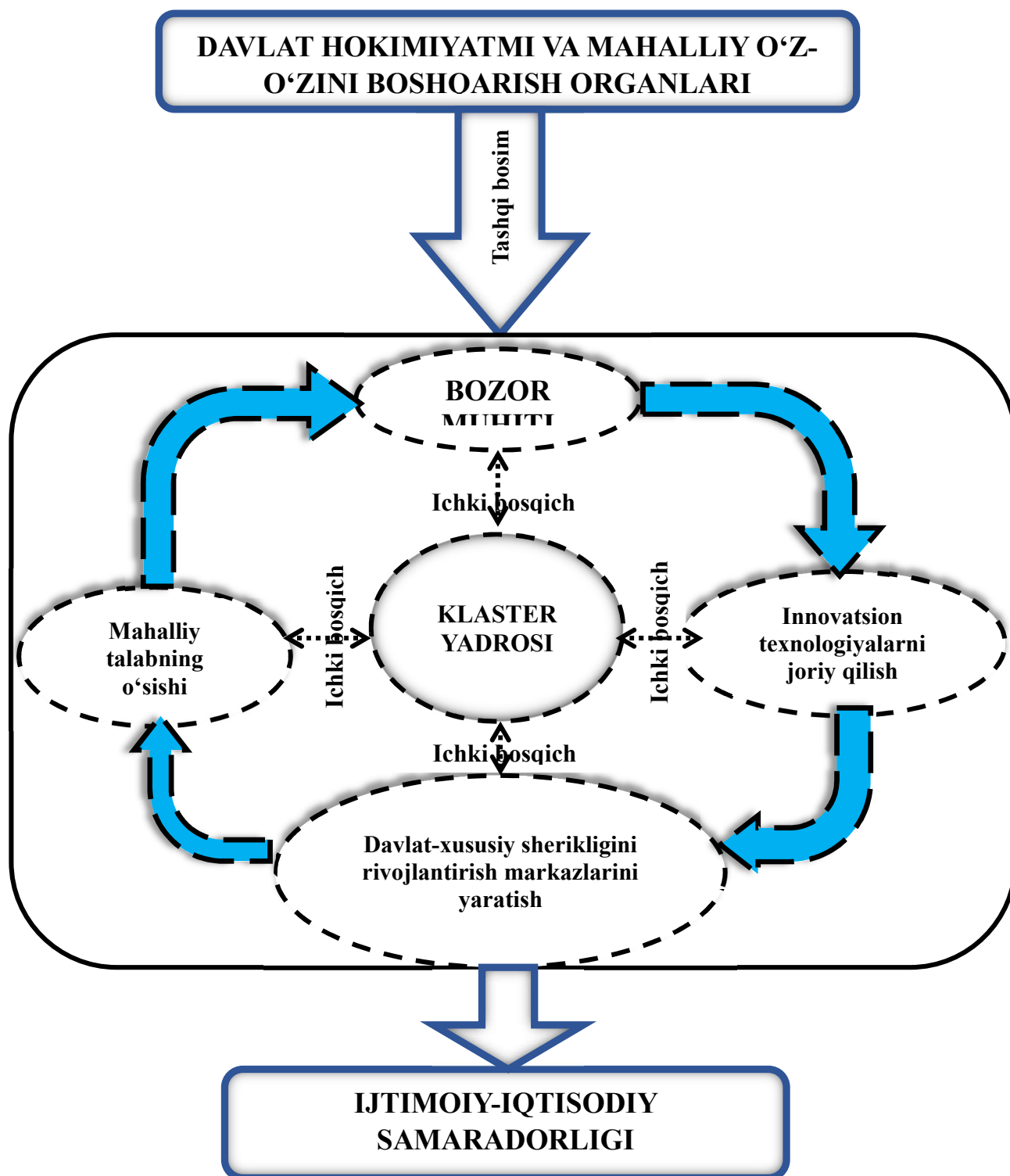
Klasterli boshqaruv mexanizmini yaratish tashkiliy vazifalarni taqsimlashni o'z ichiga oladi. Klasterlarning barqaror ishlashini ta'minlash uchun bir qator ijobiy tarkibiy ta'sirlarga erishishni rejalashtirgan turizm xizmat xizmatlar bozorini rivojlantirish dasturini ishlab chiqish va tasdiqlash talab etiladi. Asosiy qadamlar vazifalarni hal qilishga qaratilgan bo'lishi kerak. Biznes-hamkorlikni rivojlantirishga yo'naltirilgan chora-tadbirlarni, innovatsion texnologiyalarni joriy qilish, biznes-inkubatorlarni, davlat-xususiy sherikligining rivojlantirish markazlarini yaratish, xizmatlar sifatini oshirish, turizm fondi holatini yaxshilash, mahalliy talabning o'sishi, xizmat ko'rsatish talablarini oshirish, raqobat, raqobat afzalliklarini oshirish orqali axoli turmush sifatini oshirishdir (4-rasm).

Dastur samaradorligini baholash, shuningdek, turizm sektoridagi klaster faoliyati ikki bosqichdan iborat bo'lishi kerak:

- 1) klasterdagi tuzilmalar faoliyatini baholash;
- 2) klasterlarni mintaqaning iqtisodiy birligi sifatida tahlil qilish.

Shunday qilib, baholash darajasi klaster va uning ishtirokchilari samaradorligini aniqlash, klasterni rivojlantirish dasturini yangilash va tuzatish choralarini amalga oshirish bosqichlarini o'z ichiga oladi.

Klasterni boshqarish Turizm xizmatlari va tegishli xizmatlar bozorida rivojlanayotgan munosabatlar subyektlari manfaatlarining muvozanati prinsiplari asosida qurilishi kerak.



4-rasm. Klasterli boshqaruv mexanizmini yaratishning tashkiliy va ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligi vazifalari.

Turizm xizmat ko'rsatish klasteri mexanizmiga ta'sir etuvchi va uning shakllanishi va rivojlanishiga to'sqinlik qiluvchi omillar quyidagilardan iborat:

- motivatsiyaning yetarli emasligi, o'z a'zolari guruhining faoliyatida kam qiziqish va faol ishtirok yetishmasligi;
- kelishmovchilik, ishtirokchilar o'rtasida ishonch yo'qligi;
- hokimiyat va biznes vakillari o'rtasida zarur bo'lgan o'zaro munosabatlarning yo'qligi;
- ishtirokchilarning Turizm xizmat ko'rsatish klasteri kabi iqtisodiy toifaning o'ziga xos xususiyati to'g'risida xabardorlik darajasi pastligi;
- boshqa viloyatlar va mintaqalarda ushbu turdagi klasterlar faoliyati natijalarining ijobiy namunasi va tajribasining yetishmasligi;
- innovatsion ilmiy loyihalarni amalga oshirish va amalga oshirishda moliyaviy resurslarning yetishmasligi;
- Turizm xizmat ko'rsatish bozorida klasterlar faoliyatini tartibga soluvchi meyoriy hujjatlarning yo'qligi;

Turizm xizmat ko'rsatish klasterining shakllanishi mintaqa iqtisodiyotini rivojlantirishga, Turizm subyektlari korxonalarining ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligini oshirishga, ushbu sohadagi barcha mulkchilik shaklidagi tashkilotlar faoliyatini muvofiqlashtirishga va natijada turizm xizmatlari sifatini yaxshilashga yordam beradi va samaradorligi oshadi.

Turizm xizmat ko'rsatish korxonalarining klasterli mexanizmi samaradorligini baholash, birinchidan, muammoli yo'nalish yagona metodlarni shakllantirish, ikkinchidan, Turizm xizmatni qo'llab-quvvatlashga ajratilgan mablag'larni tejash, uchinchidan esa xizmat ko'rsatish sifatini oshirish samaradorligini baholash ekanligiga ishonch hosil qilishga olib keladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR.

Turizm xizmat ko'rsatish korxonalarni klasterli boshqarishda turgan muammolardan biri – bu baholashning avtomatlashtirilgan va iqtisodiy asoslangan usullarini yaratishdir.

Boshqaruv samaradorligi resurslarning barcha turlari: moddiy, mehnat va moliyaviy resurslardan to'g'ri foydalanishni bildiradi. Shuning uchun boshqaruvning samaradorligini baholashda kompleks yondashish zarur.

Fikrimizcha, Turizm xizmat ko'rsatish sifatini oshirish uchun, asosiy e'tibor xizmat ko'rsatish Turizm xizmat ko'rsatish korxonalarini klasterli boshqaruvining samaradorligini oshirishga qaratilgan bo'lishi kerak. Bu ham ilmiy, ham amaliy tomondan muhim tadqiqot hisoblanadi.

Chunki mulkchilikning ko'p turli shakllari sharoitda nafaqat ishlab chiqarish jarayonini boshqarishni, balki mahsulot va xizmatlarning sotilishini ham hisobga olish zarur. Shuning uchun klasterli boshqarishning samaradorligini baholashda tashqi muhitni hisobga olish maqsadga muvofiqdir. Chunki klasterli boshqaruv tizimining oxirgi natijalari ishlab chiqarishdan tashqaridagi jarayonda o'z aksini topadi. Turizm xizmatlarni klasterli boshqaruvining samaradorligi quyidagi yo'nalishlarda baholanishi mumkin:

- baholashni asoslash va maqsadini qo'yish ;
- ko'rsatkichlarning baholarini tanlash mezonlarini belgilash ;
- xizmat ko'rsatishning maqsadini mahsulot turlari bo'yicha ehtiyoj bilan solishtirma baholash ;
- oxirgi natijalar va xizmat ko'rsatish vazifalarini solishtirma baholash;
- ehtiyojlar va oxirgi natijalarni solishtirma baholash ;
- boshqaruvning unumdorligini aniqlash ;
- resurslar bilan ta'minlanganligi va maqsadiy ko'rsatmalarni aniqlash;
- resurslarning oxirgi natijalar bilan nisbati ;
- iqtisodiy samara resurslarning har bir turidan foydalanishga munosabatdorligi.

Turizm xizmatlarni klasterli boshqaruvi samaradorligini baholashda ham modellashtirish uslubidan foydalandik. Ular yordamida boshqaruv xarajatlariga nisbatan iqtisodiy samara qanday bo'lishi kerakligi aniqladik. Tabiiyki, agar iqtisodiy samara foizli nisbatda xarajatlardan yuqori bo'lsa, bu iqtisodiy samaradorlikning yutug'ini bildiradi. Shu munosabat bilan biz tomonimizdan Turizm xizmatlarni klasterli boshqaruvining samaradorligini baholash, o'z navbatida bu boshqaruv xodimlarining xizmat ko'rsatish va ishlab chiqarishning ko'pgina ko'rsatkichlariga ta'sirini aniqlashga imkon beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YHATI.

1. Porter, M. E. (1998). *Clusters and the New Economics of Competition*. Harvard Business Review, November–December.
2. European Cluster Observatory. (2020). *Tourism Clusters in Europe: Driving Regional Growth and Innovation*. EU Publications Office.
3. Mamatqulov, A. (2022). “O'zbekistonda turizm sohasida klaster tizimini joriy etish istiqbollari”. *Iqtisodiyot va Innovatsion Texnologiyalar* jurnali, №2.
4. Islomova, Z. (2023). “Turizm xizmatlari sifatini oshirishda klasterli boshqaruvning ahamiyati”. *Ilmiy-amaliy tadqiqotlar jurnalida*.
5. The Ministry of Tourism and Cultural Heritage of the Republic of Uzbekistan. (2021). *2021–2030 yillarga mo'ljallangan “Turizm xizmatlari sifatini ta'minlash” dasturi*.
6. OECD. (2019). *Tourism Trends and Policies*. OECD Publishing, Paris.
7. Ministry of Culture and Tourism of Turkey. (2020). *Tourism Strategy of Turkey – 2023*.
8. Japan Tourism Agency. (2018). *Regional Tourism Promotion and Cluster Development Model*.
9. Singapore Tourism Board. (2020). *Destination Brand Strategy Guidelines*.
10. UNWTO (World Tourism Organization). (2021). *Innovation in Tourism: Enabling Smart Destinations*. UNWTO Reports Series.