

## TURIZM SOHASIDA XIZMAT KO'RSATISH KLASTERLARI FAOLIYATINING HUDUDIIY RIVOJLANISHGA IJTIMOIIY-IQTISODIIY TA'SIRINI BAHOLASH MEZONLARI

**D.Umbarov**

*Qarshi davlat universiteti*

*Turizm va marketing kafedrası*

*mustaqil tadqiqotchisi*

**Annotatsiya.** Mazkur tezisda turizm sohasida xizmat ko'rsatish klasterlari faoliyatining hududiy rivojlanishga ijtimoiy-iqtisodiy ta'sirini baholash mezonlari ilmiy-nazariy va amaliy jihatdan tahlil qilinadi. Tadqiqotda klasterlashning hududiy iqtisodiy rivojlanishga, bandlik darajasiga, aholi daromadlariga, xizmatlar sifatiga va investitsion faollikka ta'sirini aniqlashga qaratilgan baholash mezonlari ishlab chiqiladi. Shuningdek, klasterlar faoliyatining samaradorligini kompleks baholash, ijtimoiy va iqtisodiy indikatorlarni uyg'unlashtirish va hududiy strategik rivojlanish jarayonlariga integratsiyalashgan yondashuvni tatbiq etish imkoniyatlari yoritiladi. Tezis natijalari turizm klasterlari faoliyatini monitoring qilish va boshqaruv qarorlarini qabul qilishda amaliy tavsiyalar ishlab chiqishga xizmat qiladi.

**Kalit so'zlar:** turizm klasterlari, xizmat ko'rsatish sohasi, hududiy rivojlanish, ijtimoiy-iqtisodiy ta'sir, baholash mezonlari, iqtisodiy indikatorlar, ijtimoiy indikatorlar, investitsion faollik

**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.

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 klasterlarni yaratish va uning ishlash konsepsiyasini shakllantirish doirasida belgilash maqsadga muvofiq va ushbu SWOT tahlillari 3-rasmda keltirilgan.

Rasmda 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                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Turizm subyektlarini rivojlantirish bo'yicha davlat va hududiy dasturlarning uzoq muddatga ishlab chiqilganligi va amal qilinishi;</p> <p>Turizm subyektlari sohasida meyoriy-huquqiy zaminning yaratilganligi;</p> <p>Turizm subyektlarida ishchi kuchining ta'siri;</p>                                         | <p>➤ Turizm subyektlarini boshqaruv talabga javob bermasligi;</p> <p>➤ Turizm subyektlarida faoliyat yurituvchi kadrlarning yetarlicha bilimiga ega yemasligi</p> <p>➤ Moliyaviy resurslarning cheklanganligi;</p> <p>➤ Qulay xizmat ko'rsatish muhitini shakllantirish bo'yicha yetarli axborotga ega emasligi;</p> <p>➤ Ilmiy-texnika taraqqiyoti yangiliklaridan o'z vaqtida foydalanmasligi;</p> |
| O- IMKONIYATLAR                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | T- TAHDIDLAR                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <p>➤ Davlat xususiy-sherikchilik asosida investorlarning sohaga investitsiya kiritish istagining mavjudligi;</p> <p>➤ Turizm subyektlari sohasida chet el tajribasidan foydalanib mukammal klaster tizimini joriy qilish imkoniyat borligi</p> <p>➤ Turizm subyektlari sohasining bozorga tez moslashuvchanligi;</p> | <p>➤ Xizmatlarga qo'yilgan ta'riflarning narx-navolar va foiz stavkalarining barqaror emasligi;</p> <p>➤ Boshqa hududlar bilan xizmatlar bozorining yaxshi yo'lga qo'yilmaganligi;</p> <p>➤ Qonunchilikdagi o'zgarishlarning xizmat ko'rsatish sohasi subyektlariga hamisha yetib kelish imkoniyatining yo'qligi;</p> <p>➤ Mavsumiy va demografik vaziyatning o'zgaruvchanligi.</p>                  |

### 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.

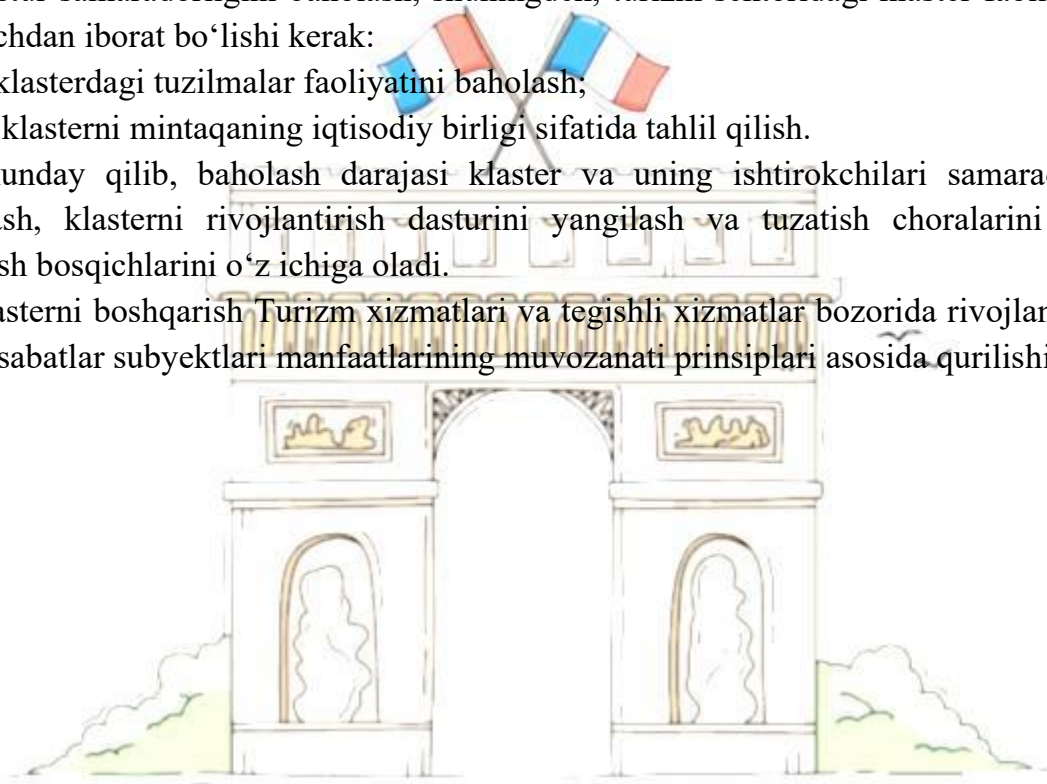
Klasterli boshqaruv mexanizmini yaratish tashkiliy vazifalarni taqsimlashni o'z ichiga oladi. Klasterlarning barqaror ishlashini ta'minlash uchun bir qator ijobiy tarkibiy ta'sirlarga erishishni rejalashtirgan turizm xizmat xizmatlar bozorini rivojlantirish dasturini ishlab chiqish va tasdiqlash talab 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) klasterni mintaqaning iqtisodiy birligi sifatida tahlil qilish.

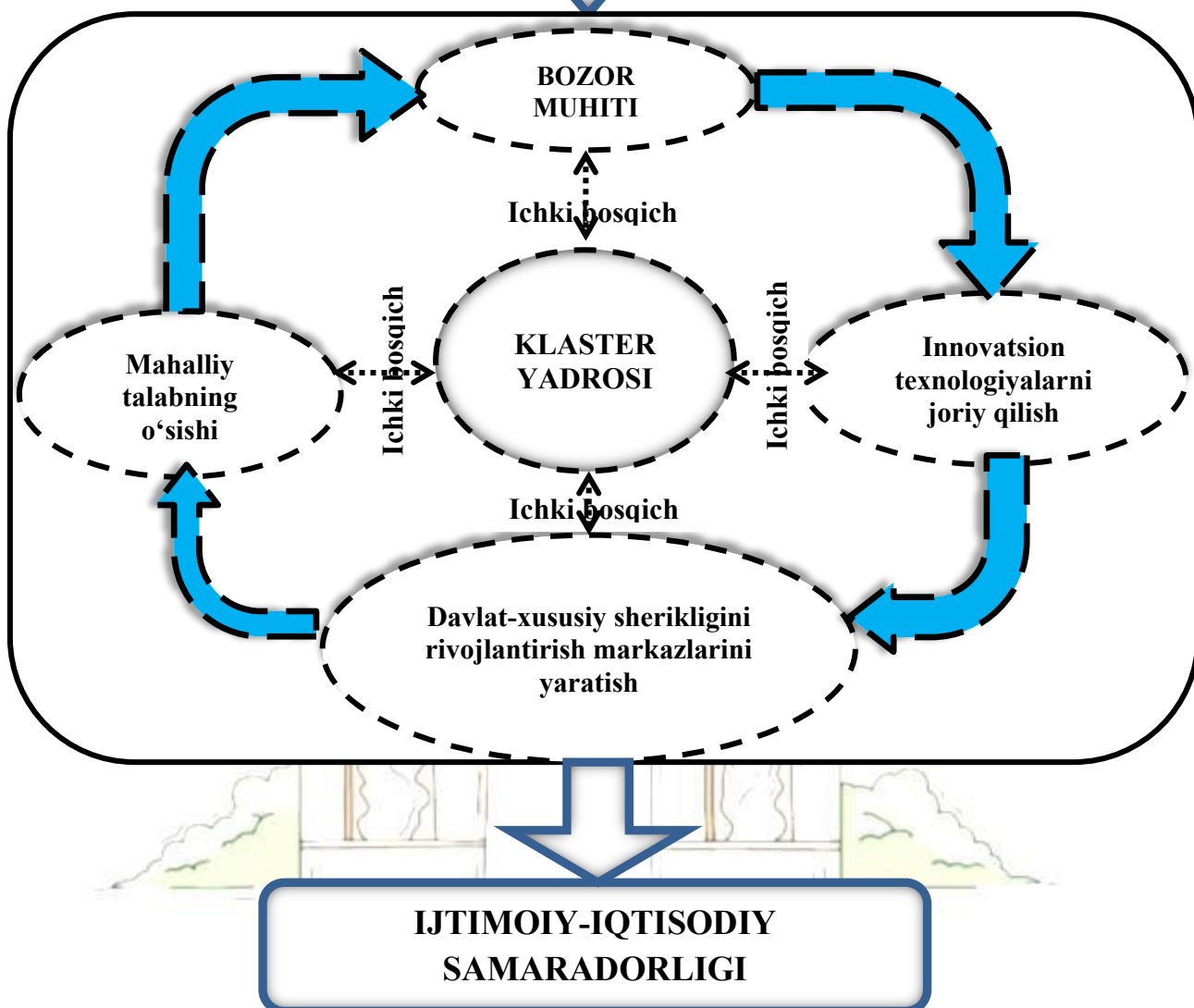
Shunday qilib, baholash darajasi klaster va uning ishtirokchilari samaradorligini aniqlash, klasterni rivojlantirish dasturini yangilash va tuzatish choralari amalga oshirish bosqichlarini o'z ichiga oladi.

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



DAVLAT HOKIMIYATMI VA MAHALLIY O'Z-O'ZINI  
BOSHQARISH ORGANLARI

Tashqi bosim



**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;

## MODERN EDUCATIONAL SYSTEM AND INNOVATIVE TEACHING SOLUTIONS

- 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 mintqa 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 ;

## MODERN EDUCATIONAL SYSTEM AND INNOVATIVE TEACHING SOLUTIONS

- resurslar bilan ta'minlanganligi va maqsadli 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 xarajatlari 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

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.