



**TURIZM XIZMATLARI TARMOQLARIDA KLASTERLASHNING
IJTIMOIY-IQTISODIY SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING
METODOLOGIK YONDASHUVLARI**

D.Umbarov

Qarshi davlat universiteti

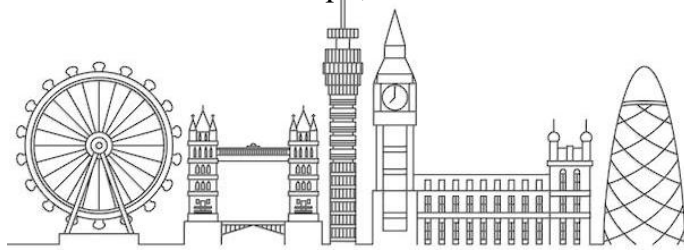
Turizm va marketing kafedrası

mustaqil tadqiqotchisi

Annotatsiya. Mazkur tezisda turizm xizmatlari tarmoqlarida klasterlash jarayonining ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligini baholashning metodologik yondashuvlari tahlil qilinadi. Tadqiqotda klasterlashning hududiy iqtisodiy rivojlanish, bandlik darajasi, aholi daromadlari, xizmatlar sifati hamda investitsion faollikka ta'sirini aniqlashga qaratilgan ko'rsatkichlar tizimi asoslab beriladi. Shuningdek, iqtisodiy va ijtimoiy samaradorlikni kompleks baholash imkonini beruvchi integral yondashuvlar, solishtirma va dinamik tahlil usullarining ahamiyati yoritiladi. Tezis natijalari turizm klasterlari faoliyatining samaradorligini aniqlash, monitoring qilish va boshqaruv qarorlarini qabul qilish jarayonini takomillashtirishga xizmat qiladi.

Kalit so'zlar: turizm xizmatlari, klasterlash, ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlik, baholash mezonlari, metodologik yondashuvlar, integral ko'rsatkichlar, hududiy rivojlanish, investitsion faollik

Kirish. Zamonaviy iqtisodiy rivojlanish sharoitida turizm sohasi hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy o'sishini ta'minlovchi muhim xizmatlar tarmog'i sifatida tobora kengayib bormoqda. Turizm xizmatlariga bo'lgan talabning ortishi, raqobatning kuchayishi hamda resurslardan oqilona foydalanish zarurati ushbu sohada yangi tashkiliy va boshqaruv yondashuvlarini joriy etishni taqozo etmoqda. Ana shunday yondashuvlardan biri sifatida klasterlash mexanizmi turizm xizmatlari tarmoqlarida barqaror va muvozanatli rivojlanishni ta'minlash imkonini bermoqda. Turizm klasterlari doirasida turli xizmat ko'rsatuvchi subyektlarning o'zaro bog'liqligi va hamkorligi kuchayib, iqtisodiy natijalar bilan bir qatorda ijtimoiy samara ham yuzaga keladi. Xususan, bandlik darajasining oshishi, hududiy infratuzilmaning rivojlanishi, aholi daromadlarining ko'payishi hamda xizmatlar sifati yaxshilanishi klasterlashning muhim natijalari hisoblanadi. Biroq ushbu natijalarni obyektiv baholash uchun aniq metodologik yondashuvlar va ko'rsatkichlar tizimini shakllantirish zarurati yuzaga keladi. Amaliyot shuni ko'rsatadiki, turizm xizmatlari tarmoqlarida klasterlash samaradorligini baholashda ko'pincha faqat iqtisodiy ko'rsatkichlar bilan cheklanib qolinadi. Bu esa klasterlashning ijtimoiy ta'sirini to'liq aks ettirish imkonini bermaydi. Shu sababli ijtimoiy va iqtisodiy omillarni uyg'unlashtirgan holda, kompleks va integral baholash yondashuvlarini ishlab chiqish dolzarb ilmiy-amaliy vazifa hisoblanadi. Shundan kelib chiqib, mazkur tezisda





MODERN PROBLEMS IN EDUCATION AND THEIR SCIENTIFIC SOLUTIONS

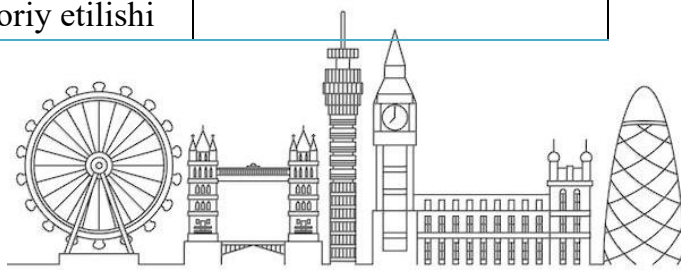
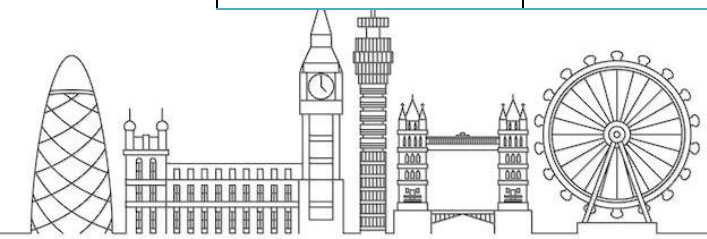
turizm xizmatlari tarmoqlarida klasterlashning ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligini aniqlash va baholashga xizmat qiluvchi metodologik yondashuvlarni tahlil qilish hamda ularni takomillashtirish masalalariga alohida e'tibor qaratiladi.

Asosiy qism. 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.





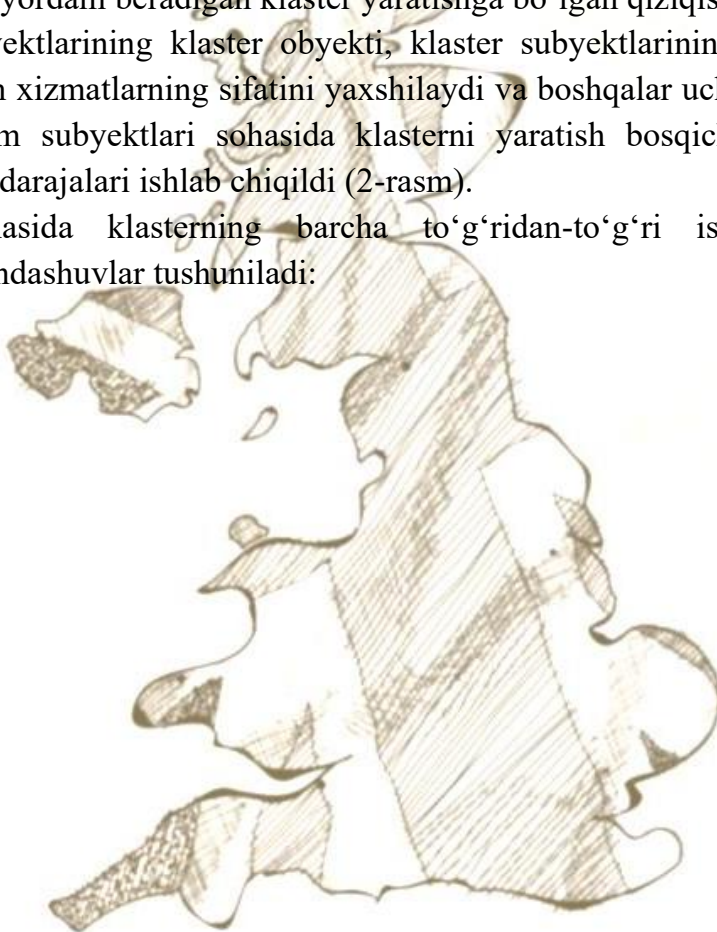
MODERN PROBLEMS IN EDUCATION AND THEIR SCIENTIFIC SOLUTIONS

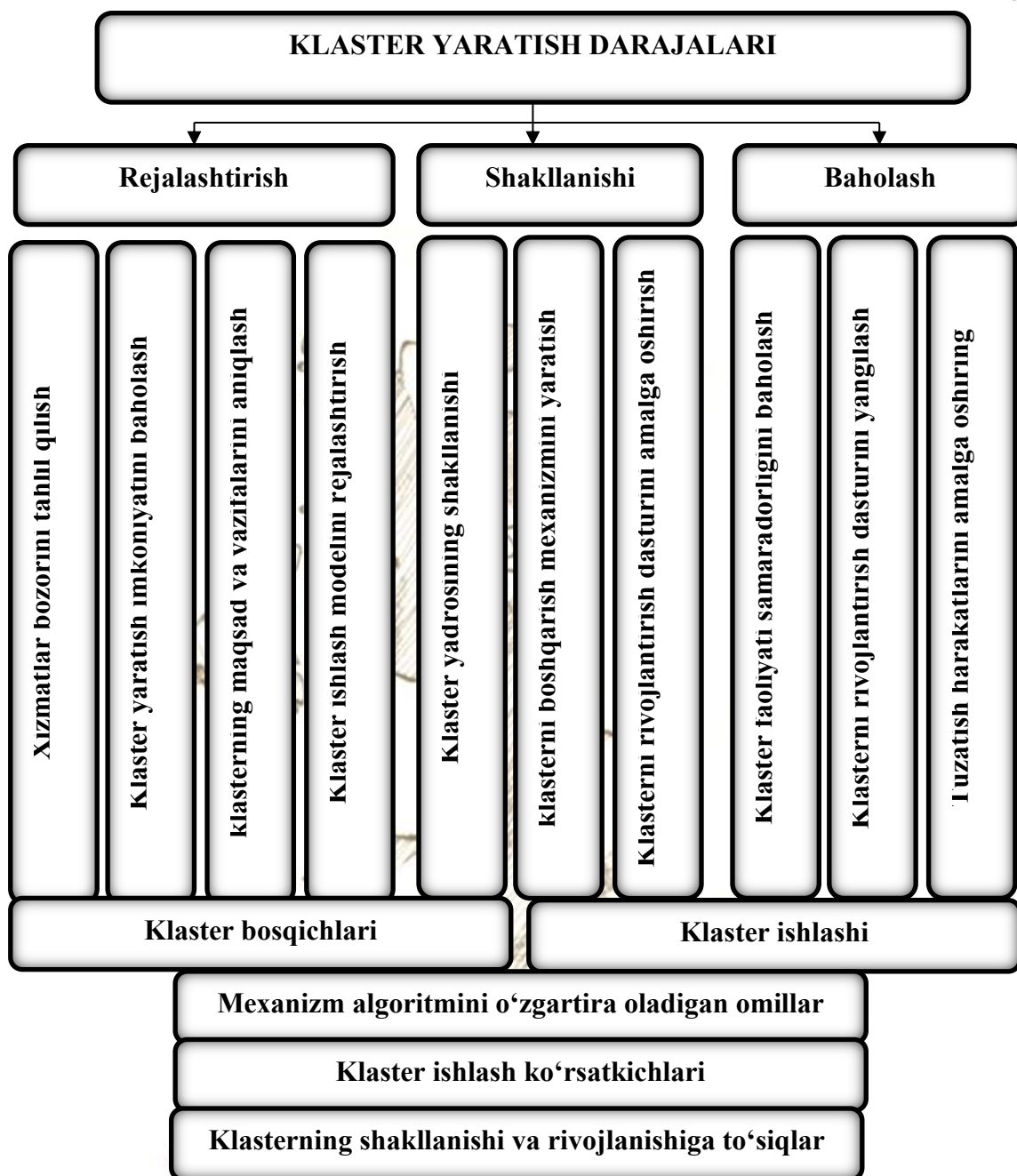
Klasterli tashabbusni tashkil qilinishning institutsional shartlari bo'yicha:

- Turizm xizmatlarining sifatini yaxshilashga, 2021–2030 yillarga mo'ljallangan "Turizm xizmatlari sifatini ta'minlash" ustuvor loyihasi;
- klasterlarni 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.

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

Turizm sohasida klasterlarning 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 xabarlar 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;





MODERN PROBLEMS IN EDUCATION AND THEIR SCIENTIFIC SOLUTIONS

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.

Xulosa. Mazkur tezisda turizm xizmatlari tarmoqlarida klasterlashning ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligini baholashning metodologik yondashuvlari tahlil qilindi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, klasterlash jarayoni nafaqat iqtisodiy samaradorlikni, balki hududiy ijtimoiy rivojlanishni ham oshirishga xizmat qiladi. Klasterlar bandlik darajasini ko'tarish, aholi daromadlarini oshirish, xizmatlar sifatini yaxshilash va investitsiyalarni jalb etish orqali hududlar raqobatbardoshligini kuchaytiradi. Shuningdek, turizm sohasida samarali klasterlashni ta'minlash uchun integratsiyalashgan metodologik yondashuvlar zarurligi aniqlanib, iqtisodiy va ijtimoiy ko'rsatkichlarni kompleks baholash orqali klasterlar faoliyatining real ta'siri aniq ko'rinadi. Bu yondashuv klaster ishtirokchilariga faoliyatni takomillashtirish, resurslardan samarali foydalanish va hududiy strategik rivojlanish maqsadlariga erishish imkonini beradi. Umuman olganda, turizm xizmatlari tarmoqlarida klasterlashning ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligini baholash tizimli metodologik yondashuv asosida amalga oshirilganda, hududlar uchun barqaror iqtisodiy o'sish, yangi ish o'rinlari yaratish va turizm sektorining sifatli rivojlanishini ta'minlashda muhim vosita bo'lib xizmat qiladi. Shu sababli ushbu baholash yondashuvlarini amaliyotga tatbiq etish hududiy siyosat va turizm strategiyalarini samarali shakllantirishda katta ahamiyat kasb etadi.

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.





MODERN PROBLEMS IN EDUCATION AND THEIR SCIENTIFIC
SOLUTIONS

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.

