

TURIZM SOHASIDA XIZMAT KO'RSATISH KLASTERLARINI SHAKLLANTIRISH VA ULARNING IJTIMOY-IQTISODIY SAMARADORLIGINI BAHOLASH METODOLOGIYASI

D.Umbarov

*Qarshi davlat universiteti
Turizm va marketing kafedrası
mustaqil tadqiqotchisi*

Annotatsiya. *Ushbu tezisda turizm sohasi xizmat ko'rsatish tarmoqlarida klasterlarni shakllantirishning nazariy asoslari, amaliy jihatları va ularning ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlik darajasini baholash metodologiyasi keng yoritilgan. Xususan, M. Porter tomonidan ilgari surilgan klasterlash nazariyasi asosida xizmatlar ko'rsatish zanjirining sinxronlashtirilgan faoliyatini tashkil etish orqali turizm infratuzilmasini kompleks rivojlantirish imkoniyatlari tahlil qilingan.*

Xizmat sifatini baholashda SERVQUAL modeli asosida ishlab chiqilgan xizmat farqlari (GAPs) konsepsiyasi asosida, klaster ichidagi alohida xizmat ko'rsatish bo'g'inlarining mijoz kutishlariga nisbatan real holati o'rganilgan. Tadqiqotda xizmatlar sifati besh o'lchov (ko'rinuvchanlik, ishonchlilik, javobgarlik, ishontirish va hamdardlik) asosida tahlil qilinib, mijozning umumiy qoniqishiga ta'sir qiluvchi asosiy tafovutlar aniqlangan. Maqolada xalqaro tashkilotlar – UNWTO, OECD, Jahon banki hamda mashhur tadqiqotchilar — Parasuraman, Zeithaml, Berry, Kotler, Bowen va boshqalarning ilmiy ishlanmalariga tayangan holda, xizmatlar klasterlari samaradorligini baholashda kompleks yondashuv zarurligi asoslab berilgan. Shu bilan birga, O'zbekiston tajribasi va milliy sharoitlar kontekstida klasterlashtirish jarayonining muvaffaqiyatli kechishi uchun amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlari. *turizm klasteri, xizmat ko'rsatish sifati, SERVQUAL modeli, xizmat farqlari (GAPs), ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlik, baholash metodologiyasi, klasterlash nazariyasi, turistlar qoniqishi, xizmat ko'rsatish indikatorlari, hududiy raqobatbardoshlik.*

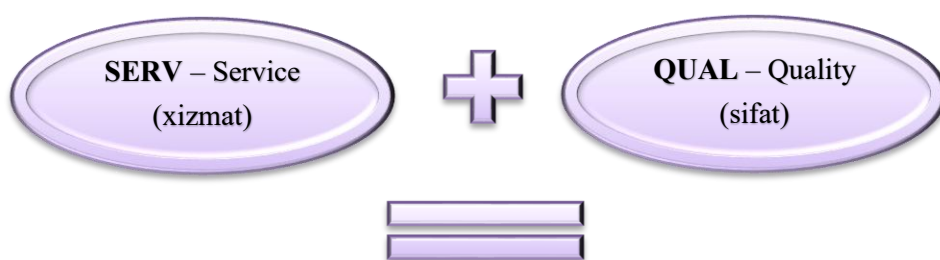
Kirish. So'nggi yillarda o'zbekistonda turizm sohasini rivojlantirish davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biriga aylandi. Jumladan, prezident farmon va qarorlarida turizm tarmoqlarining investitsiyaviy jozibadorligini oshirish, turistik xizmatlar sifatini yaxshilash va zamonaviy boshqaruv modellari asosida klasterlash mexanizmlarini joriy etishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Ayniqsa, xizmat ko'rsatish tarmoqlari samaradorligini oshirishda klasterli yondashuv muhim ahamiyat kasb etadi.

Milliy iqtisodiyotni isloh qilish borasida tashqi savdo, soliq va moliya siyosatini liberallashtirish, tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash va xususiy mulk daxlsizligini kafolatlash, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini chuqur qayta ishlashni tashkil etish hamda hududlarni jadal rivojlantirishni ta'minlash bo'yicha ta'sirchan choralar ko'rildi.

O'zbekiston respublikasi prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi pf-60-son farmoni 1-ilovasiga muvofiq "2022 — 2026-yillarga mo'ljallangan yangi o'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi" ishlab chiqilgan ushbu strategiya asosida 28-maqсад: respublikaning eksport salohiyatini oshirish orqali 2026-yilda respublika eksport hajmlarini 30 milliard aqsh dollariga yetkazish bunda turizm, transport, axborot-kommunikatsiya, jumladan dasturiy ta'minotlar va boshqa xizmatlar eksportini 1,7 baravarga oshirish yoki 4,3 milliard AQSH dollariga yetkazish belgilangan, bundan tashqari 35-maqсад: "O'zbekiston bo'ylab sayohat qiling" dasturi doirasida mahalliy sayyohlar sonini 12 million nafardan oshirish hamda respublikaga tashrif buyuradigan xorijiy turistlar sonini 9 million nafarga yetkazish bunda to'siqsiz turizm infratuzilmasini mamlakatning asosiy turizm shaharlarida keng joriy qilish. 2026-yilgacha turizm sohasida band bo'lgan aholi sonini 2 baravar oshirib, 520 ming nafarga yetkazish va turizm va madaniy meros obyektlari infratuzilmasini rivojlantirish hamda 8 mingdan ortiq madaniy meros obyektlaridan samarali foydalanish bo'yicha davlat dasturini qabul qilish belgilangan.

Yuqoridagi maqsadlarni Respublikamizda to'liq isloh etishda albatta hududiy va mintaqaviy yo'nalishlar asosida turizm sohasi xizmat ko'rsatish tarmoqlarida klasterlarini shakllantirish va ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlik darajasini baholash metodologiyasi bo'yicha tadqiqotlar olib boorish dolzarb hisoblanadi.

Turizm xizmatlari ko'p komponentli va o'zaro bog'liq faoliyatdan iborat bo'lib, bunday tizimlar klasterli yondashuv orqali samarali boshqariladi. Turistik klasterlar tarkibida mehmonxonalar, restoranlar, transport xizmatlari, ekskursiyachilik, gidlar, IT xizmatlari, reklama agentliklari, sug'urta kompaniyalari va boshqalar bo'ladi. Bunday murakkab tuzilmada xizmat sifati turli omillarga bog'liq bo'ladi. Shu sababli klaster samaradorligini baholashda nafaqat iqtisodiy ko'rsatkichlar, balki xizmat sifatining qoniqarli darajasi ham muhim mezondir. Bu yerda SERVQUAL modeli yordamida xizmat sifatidagi tafovutlarni aniqlash va klaster asosida baholash taklif etiladi. SERVQUAL modeli — bu xizmat ko'rsatish sifatini iste'molchilar kutgan xizmat bilan ularning haqiqatda qabul qilgan xizmatlari o'rtasidagi farq orqali baholovchi ilmiy asoslangan modeldir. Ushbu model 1980-yillarda amerikalik olimlar Parasuraman, Zeithaml va Berry tomonidan ishlab chiqilgan bo'lib, hozirgi kunda xizmat ko'rsatish sifatini o'lchashda eng keng qo'llaniladigan usullardan biridir. (1-rasm)



“Xizmat sifatini” o‘lchash vositasi

Qanday ishlaydi?

1. **So‘rovnoma tuziladi:** Har bir o‘lchov bo‘yicha iste’molchiga 2 xil savol beriladi:
 - Expected service – siz bu xizmatdan nima kutasiz?
 - Perceived service – siz qanday xizmat oldingiz?
2. Har bir savol 1 dan 7 gacha ball bilan baholanadi.
3. Farq (GAP) aniqlanadi:
SIFAT BALLI = PERCEIVED – EXPECTED
4. Agar natija **musbat** bo‘lsa — mijoz kutganidan ortiq xizmat olgan,
Agar **manfiy** bo‘lsa — mijoz kutganidan pastroq xizmat olgan.

1-rasm. SERVQUAL modeli yordamida xizmat sifatidagi tafovutlarni aniqlash va klaster asosida baholash metodologiyasi

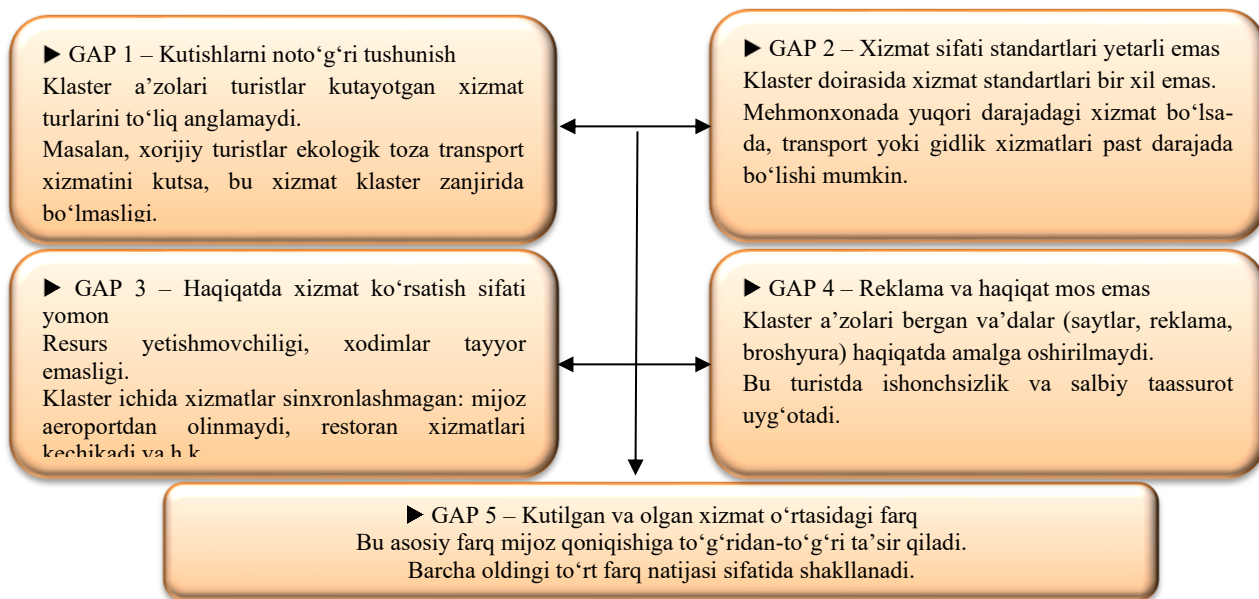
1-rasmda ko‘rib turganimizdek klasterlar samaradorligini aniqlovchi asosiy 3 yo‘nalish bo‘yicha indikatorlar tanlanadi ya’ni;

a) Iqtisodiy ko‘rsatkichlar: Klaster subyektlari daromadining o‘sishi, Soliq tushumlari, Investitsiyalar hajmi, Xizmatlar eksporti

b) Ijtimoiy ko‘rsatkichlar: Ish o‘rinlari yaratilishi, Aholining klaster xizmatlaridan foydalanish darajasi, Hududiy barqarorlik

c) Xizmat sifati ko‘rsatkichlari (SERVQUAL modeli asosida): Kutilgan xizmat (Expected service), Haqiqiy xizmat (Perceived service), GAP1–GAP5 tahlili orqali aniqlangan tafovutlar

Yuqoridagi metodologiyani inbotga olib to‘liq SERVQUAL modelining turizm klasterlariga integratsiyasini tahlil qiladigan bo‘lsak turizm klasterlarida xizmat sifati muhim o‘rinda turadi. Xizmatlar ketma-ketligi va bog‘liqligi sababli, bir elementdagi kamchilik butun klaster samaradorligiga salbiy ta’sir ko‘rsatadi. Shuning uchun GAPs modeli orqali sifatni tahlil qilish va aniq baholash metodikasi quyidagicha ishlaydi. 2-rasm.



2-rasm. Turizm klassterni GAPs modeli orqali sifatni tahlil qilish va aniq baholash metodikasi

Bugungi kunda turizm sohasining iqtisodiy va ijtimoiy samaradorligini oshirishda xizmat ko‘rsatish sifatining roli beqiyosdir. Ayniqsa, turistik klasterlar shakllanishi natijasida xizmatlar ko‘lamining kengayishi, bo‘g‘inlar sonining ortishi va iste‘molchilarning kutish darajasining oshishi xizmat sifatini baholashga zamonaviy yondashuvlarni talab qilmoqda. Shu nuqtai nazardan, xizmat sifati farqlarini aniqlash va ularni tizimli tahlil qilishda SERVQUAL modeli muhim amaliy ahamiyatga ega bo‘lib, u turizm klasterlarida ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlikni har tomonlama baholashda metodologik asos bo‘la oladi. SERVQUAL modeli 1980-yillarda Parasuraman, Zeithaml va Berry tomonidan ishlab chiqilgan bo‘lib, xizmat sifatini mijozlar kutgan xizmat (Expected service) bilan ular haqiqatda qabul qilgan xizmat (Perceived service) o‘rtasidagi farq orqali baholaydi. Model asosida xizmat sifati besh asosiy o‘lchov orqali aniqlanadi: ko‘rinuvchanlik (Tangibles), ishonchlilik (Reliability), javobgarlik (Responsiveness), ishonchirish (Assurance), va hamdardlik (Empathy).

Xulosa va takliflar. Xizmat ko‘rsatish sifatini SERVQUAL modeli asosida baholash turizm klasterlarining ijtimoiy va iqtisodiy samaradorligini chuqur tahlil qilishga xizmat qiladi. Ushbu metodologik yondashuv turizm klasterlarini faqat moliyaviy ko‘rsatkichlar asosida emas, balki xizmat sifatini real va sistematik tahlil qilishga imkon yaratadi. Model yordamida xizmatlar zanjirida mavjud farqlar aniqlanib, klasterning umumiy samaradorligini oshirishga yo‘naltirilgan chora-tadbirlar ishlab chiqiladi. Turizm klasterlarida xizmat sifatini tizimli baholash tizimini joriy etish. Har bir hududiy turizm

klasterida SERVQUAL modeli asosida xizmat sifatini o'lchash va monitoring qilish tizimini yo'lga qo'yish lozim. Bu orqali klaster ishtirokchilari (mehmonxona, transport, restoran va boshqalar) o'rtasidagi xizmat farqlari aniqlanadi va barqarorlikka erishiladi. Turistik xizmatlar bo'yicha yagona sifat standartlarini ishlab chiqish va klaster ishtirokchilari uchun bir xil xizmat sifati mezonlari ishlab chiqilishi va xizmat jarayonlariga joriy etilishi kerak. Bu xizmatlar sinxronligini ta'minlab, GAP 2 va GAP 3 larni kamaytiradi. Mijoz fikrlarini muntazam yig'ish va tahlil qilish tizimini yaratish Klaster doirasida har bir xizmat turi bo'yicha SERVQUAL savolnomalari asosida mijozlarning kutgan va olgan xizmat farqlari o'rganilishi kerak. Mijoz qoniqish indeksi asosida xizmat ko'rsatishdagi zaif nuqtalar aniqlanadi. Xizmatlar sinxronligini kuchaytirish maqsadida klaster ishtirokchilari o'rtasida axborot almashinuvini yo'lga qo'yish Klaster ichida real vaqt rejimida axborot almashinuvi bo'yicha raqamli platformalar (masalan, CRM tizimlar, QR feedback tizimi) joriy etilishi kerak. Bu xizmat zanjirining yaxlit va uzviy bo'lishini ta'minlaydi

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Портер М. Конкуренция: Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2005. – 605 с.
2. Parasuraman A., Zeithaml V.A., Berry L.L. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research // Journal of Marketing. – 1985. – Vol. 49, No. 4. – P. 41–50.
3. Zeithaml V.A., Bitner M.J., Gremler D.D. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. – 7th ed. – New York: McGraw-Hill, 2018. – 528 p.
4. Kotler Ph., Bowen J., Makens J. Marketing for Hospitality and Tourism. – 7th ed. – Pearson Education, 2017. – 732 p.
5. OECD Tourism Trends and Policies 2020. – Paris: OECD Publishing, 2020. – 336 p.
<https://www.oecd.org/cfe/tourism/oecd-tourism-trends-and-policies.htm>
6. UNWTO. Global Report on Public–Private Partnerships: Tourism Development. – Madrid: World Tourism Organization, 2019. – 88 p.