



**TURIZM SOHASIDA XIZMAT KO'RSATISH KLASTERLARINI  
SHAKLLANTIRISHNING INSTITUTSIONAL VA IQTISODIY MEXANIZMLARI**

**D.Umbarov**

*Qarshi davlat universiteti*

*Turizm va marketing kafedrası mustaqil tadqiqotchisi*

**Anotatsiya.** *Mazkur tezida turizm sohasida xizmat ko'rsatish klasterlarini shakllantirishning institutsional va iqtisodiy mexanizmlari ilmiy-nazariy hamda amaliy jihatdan tahlil qilinadi. Tadqiqotda klasterlash jarayonida davlat boshqaruvi organlari, xususiy sektor va jamoatchilik institutlari o'rtasidagi o'zaro hamkorlikning ahamiyati asoslab beriladi. Shuningdek, turizm klasterlarining samarali faoliyat yuritishida normativ-huquqiy baza, davlat-xususiy sheriklik mexanizmlari, moliyaviy rag'batlantirish vositalari va investitsiya muhitining o'rni yoritiladi. Tezida iqtisodiy mexanizmlar orqali xizmatlar sifati va raqobatbardoshligini oshirish, innovatsion faoliyatni qo'llab-quvvatlash hamda hududiy iqtisodiy rivojlanishni jadallashtirish imkoniyatlari ko'rsatib beriladi. Olingan natijalar turizm sohasida klasterlash jarayonlarini takomillashtirish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqishga xizmat qiladi.*

**Kalit so'zlar:** *turizm klasterlari, xizmat ko'rsatish sohasi, institutsional mexanizmlar, iqtisodiy mexanizmlar, davlat-xususiy sheriklik, investitsion muhit, moliyaviy rag'batlantirish, hududiy rivojlanish*

**Kirish.** So'nggi yillarda jahon iqtisodiyotida turizm sohasi hududiy rivojlanish, bandlikni oshirish va xizmatlar sektorining barqaror o'sishini ta'minlovchi muhim tarmoqlardan biri sifatida e'tirof etilmoqda. Raqobat kuchayib borayotgan sharoitda turizm xizmatlari samaradorligini oshirish, ularning sifati va xilma-xilligini ta'minlash hamda hududlarning turistik salohiyatidan kompleks foydalanish zarurati tobora ortib bormoqda. Ushbu jarayonda xizmat ko'rsatish klasterlarini shakllantirish zamonaviy va samarali rivojlanish yondashuvi sifatida alohida ahamiyat kasb etadi. Turizmning budjet shakllantiruvchi rolini oshirish uchun sohani rivojlantirishning an'anaviy yondashuvidan zamonaviy usullariga o'tish sa'y-harakatlarini qilish lozim. Gap shundaki, mintaqaviy kirish turizmini rivojlantirishning an'anaviy yo'li transformatsion yondashuviga asoslanib, u hududlarning turistik resurslarini potensial holatidan ishga solish holatiga aylantirish bilan bog'liq sayyohlik faoliyatida namoyon bo'ladi. Bu yondashuv hududiy turistik taklif tizimini shakllantirishga qaratilgan bo'lib, uning marketing jihatini, ayniqsa mahalliy sayyohlik hudud (markaz) ga bo'lgan tashqi turistik talabni inobatga olishning samarali vositasiga ega emas. Vaholanki, rivojlangan davlatlarda kirish turizmini rivojlantirishda muqobil yo'l sifatida turistik talab va taklifni uyg'un birligiga asoslangan yangicha - destinatsion yondashuvi yuzaga chiqib, sayyohlik amaliyotida keng qo'llanilayotganligi tufayli, ular turizm sohasida yuqori iqtisodiy-moliyaviy natijalarga erishmoqdalar. Unga muvofiq



## TANQIDIY NAZAR, TAHLILIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G‘OYALAR



sayyohlik salohiyatiga ega bo‘lgan mahalla, nohiya, shahar va viloyatlar turistlar tashrif buyuradigan yagona joy (yagona Turistik klasster destinatsiya) sifatida qabul qilib, ular negizida turizm sohasi uchun yangi hududiy-institutsional shakli bo‘lgan “turistik Turistik klasster destinatsiya” lari shakllantiriladi. Destinatsion yondashuvi doirasida sayyohlik hududlarni turistik oqimlarni yuzaga keltiruvchi hududlar tomon siljitish va sotish imkoniyatlari vujudga keladi. Turizm sohasida klasterlash jarayoni turli xizmat ko‘rsatuvchi subyektlar-turistik firmalar, mehmonxona xo‘jaligi, transport, ovqatlanish, madaniy-ko‘ngilochar obyektlar va infratuzilma tashkilotlari o‘rtasida o‘zaro integratsiya va kooperatsiyani kuchaytirishga xizmat qiladi. Bunday hamkorlik asosida yagona turistik mahsulot shakllanib, xizmatlar bozorida raqobatbardoshlik oshadi. Shu bilan birga, klasster yondashuvi hududiy iqtisodiyotda innovatsion faoliyatni faollashtirish va investitsiyalarni jalb etish uchun qulay sharoit yaratadi. Mazkur jarayonning samaradorligi, avvalo, klasterlarni shakllantirish va rivojlantirishga xizmat qiluvchi institutsional va iqtisodiy mexanizmlarning mukammalligiga bog‘liq. Normativ-huquqiy bazaning yetarliligi, davlat-xususiy sheriklik mexanizmlarining rivojlanganligi, moliyaviy qo‘llab-quvvatlash va rag‘batlantirish tizimlari turizm klasterlarining barqaror faoliyat yuritishini ta‘minlaydi. Shu bois, turizm sohasida xizmat ko‘rsatish klasterlarini shakllantirishning institutsional va iqtisodiy mexanizmlarini chuqur tahlil qilish hamda ularni takomillashtirish yo‘llarini aniqlash dolzarb ilmiy-amaliy vazifa hisoblanadi.

**Asosiy qism.** Turizm sohasida xizmat ko‘rsatish klasterlarini shakllantirish jarayoni murakkab va ko‘p bosqichli bo‘lib, u avvalo institutsional muhitning rivojlanganlik darajasiga bog‘liq. Institutsional mexanizmlar turizm klasterlari faoliyatini muvofiqlashtiruvchi, tartibga soluvchi va rag‘batlantiruvchi vositalar majmuasini o‘z ichiga oladi. Ushbu mexanizmlar orqali turizm subyektlari o‘rtasida barqaror hamkorlik aloqalari yo‘lga qo‘yilib, ularning manfaatleri uyg‘unlashtiriladi. Ayniqsa, davlat boshqaruvi organlarining klasterlash jarayonidagi muvofiqlashtiruvchi roli xizmatlar bozorida tartibli va barqaror rivojlanishni ta‘minlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Institutsional mexanizmlarning muhim tarkibiy qismi sifatida normativ-huquqiy baza alohida o‘rin tutadi. Turizm klasterlarini shakllantirish va rivojlantirishga qaratilgan qonunlar, dasturlar va strategik hujjatlar xizmat ko‘rsatish subyektlari uchun aniq qoidalar va rivojlanish yo‘nalishlarini belgilab beradi. Shu bilan birga, davlat-xususiy sheriklik institutining rivojlanishi klaster doirasida infratuzilma obyektlarini barpo etish, servis xizmatlarini kengaytirish hamda innovatsion loyihalarni amalga oshirish imkoniyatlarini oshiradi. Turizm klasterlarining samarali faoliyati iqtisodiy mexanizmlarsiz to‘liq ta‘minlanmaydi. Iqtisodiy mexanizmlar klaster ishtirokchilarini moliyaviy jihatdan qo‘llab-quvvatlash, ularning iqtisodiy manfaatdorligini oshirish va raqobatbardosh xizmatlar ishlab chiqishga undashga qaratilgan. Soliq imtiyozlari, subsidiyalar, grantlar va preferensiyalar klasterlash jarayonida muhim rag‘batlantiruvchi omil bo‘lib xizmat qiladi. Ushbu vositalar turizm sohasiga investitsiyalar oqimini kuchaytirib, xizmatlar sifatini oshirishga zamin yaratadi. Bundan tashqari, iqtisodiy mexanizmlar doirasida bozor infratuzilmasini rivojlantirish,





## TANQIDIY NAZAR, TAHLILIIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G‘OYALAR



logistika va axborot tizimlarini takomillashtirish muhim ahamiyatga ega. Klaster ishtirokchilari o‘rtasida moliyaviy va axborot resurslarining erkin harakati ta’minlanganda, xizmat ko‘rsatish jarayonlari tezlashadi va xarajatlar kamayadi. Natijada turistik mahsulotning yakuniy qiymati optimallashtirilib, iste’molchilar uchun yanada jozibador sharoitlar yaratiladi. Umuman olganda, institutsional va iqtisodiy mexanizmlarning o‘zaro uyg‘unligi turizm sohasida xizmat ko‘rsatish klasterlarining barqaror va samarali rivojlanishini ta’minlaydi. Mazkur mexanizmlar asosida tashkil etilgan klasterlar hududiy iqtisodiyotning o‘rish nuqtalariga aylanib, turizm xizmatlari bozorida raqobatbardosh va innovatsion muhitni shakllantirishga xizmat qiladi.

### **Turistik klasster destinasiyaning asosiy 9-jihatlarini va ularga mos xizmat ko‘rsatish yondashuvlari**

<b>Destinasiyaning jihati</b>	<b>Xizmat ko‘rsatishdagi yondashuv</b>
<b>1. Geografik joylashuv</b>	– Transport-logistika xizmatlarini rivojlantirish (transferlar, yo‘nalishlar, xaritalar)
	– Geoturistik platformalar orqali yo‘l ko‘rsatmalar, mobil ilovalar
<b>2. Madaniy va tarixiy meros</b>	– Ekskursiya xizmatlari (gidlar, tarjimonlar)
	– Interaktiv muzeylar, AR/VR texnologiyalar orqali tarixiy obidalarni jonlantirish
<b>3. Iqlim va tabiiy resurslar</b>	– Ekoturizm, sog‘lomlashtirish xizmatlari (sanatoriylar, sayr marshrutlari)
	– Mahalliy tabiatga moslashtirilgan mehmonxonalar (eko-lodjlar, glampinglar)
<b>4. Turistik infratuzilma</b>	– Xizmatlar klasteri: mehmonxonalar, ovqatlanish, ko‘ngilochar obyektlar
	– “Yagona oyna” yondashuvi: barcha xizmatlarni birlashtirgan raqamli platforma
<b>5. Mahalliy madaniyat va an‘analari</b>	– Gastronomik turizm: milliy taomlar, ovqat pishirish master-klasslari
	– Folklor festivallari, milliy liboslar, hunarmandchilik ko‘rgazmalari
<b>6. Brend va imij</b>	– Mahalliy destinasiyaga oid maxsus logotip, shior, suvenirlar
	– SMM marketing yondashuvi, blogerlar orqali reklama
<b>7. Xavfsizlik va qulaylik</b>	– Turistlar uchun xavfsizlik protokollari, tibbiy xizmatlar, sug‘urta
	– Ko‘p tilli axborot markazlari, 24/7 qo‘llab-quvvatlash
<b>8. Turistlar segmentatsiyasi (turi, yoshi va maqsadi)</b>	– Maxsus paketlar: yoshlar, oilaviy, nafaqadagi turistlar uchun xizmatlar
	– B2B/B2C yondashuvi orqali korporativ mijozlar uchun maxsus xizmatlar
<b>9. Raqamlashtirish darajasi</b>	– Onlayn bron qilish, to‘lov tizimlari, mobil qo‘llanmalar
	– Smart signage (aqlli belgilar), QR kodli gidlik xizmatlari



## TANQIDIY NAZAR, TAHLILIIY TAFAKKUR VA INNOVATSION G'UYALAR



Yuqoridagi tavsif va tahlil natijalaridan kelib chiqib biz turistik Turistik klasster destinatsiyaga “turistlar o‘z tashrif maqsadini amalga oshirayotgan sayohatgoh (ziyoratgoh)”, deb ta’rif beramiz. Shunday qilib, rivojlangan davlatlarda vujudga kelgan turizm tadbirkorligining destinatsion yondashuvining tayanch atamasi bo‘lgan “turistik Turistik klasster destinatsiya” (inglizchasiga “tourizm destination”, ruschasiga “mesta turistskogo naznacheniya”) ni o‘zbekchasiga “sayohatgoh” (ziyoratgoh) deb tarjima qilish ma’qul bo‘ladi. Chunki, turistik Turistik klasster destinatsiyaning sayohatgoh ifodalash shakli, fikrimizcha, bu tushunchaning ikki tomonlama tabiati: yagona hududiy sayyohlik mahsuloti sifatidagi tijorat birligi va sayohat hududi sifatidagi geografik birligining uyg‘unligini aks ettiradi. “Turistik Turistik klasster destinatsiya” ga ma’nodosh “sayohatgoh” (ziyoratgoh) tushunchasi turistik talab va taklifni uyg‘unlashtiruvchi turizm tadbirkorligiga xos atama hisoblanadi.

**Xulosa.** O‘tkazilgan tahlillar shuni ko‘rsatadiki, turistik klasster destinatsiya (sayohatgoh) tushunchasi turizm sohasi rivojida strategik nazariy va amaliy asosga ega bo‘lib, uni zamonaviy talablarga moslashtirish zarurati mavjud. Mavjud yondashuvlarda turistik destinatsiyaning ayrim jihatlari — xususan, marketing, moliyaviy va institutsional xususiyatlari yetarli darajada yoritilmagan. Shu boisdan maqolada ishlab chiqilgan “10 o‘lchovli” baholash tizimi orqali turistik destinatsiyalarni chuqur va kompleks tahlil qilish, ularning funksional jihatlarni aniqlash imkonini beradi. Turistik hududlarni yagona “sayohatgoh” sifatida ko‘rib chiqish, ularni to‘liq tijorat va xizmat ko‘rsatish mexanizmi ga aylantirish imkonini beradi. Raqamlashtirish, ekologik barqarorlik, innovatsion xizmatlar bilan boyitilgan turistik klasterlar sayyohlik oqimlarini jalb etishda muhim vositaga aylanadi.

### Foydalanilgan adabiyotlar

1. Leiper, N. (1979). The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of Tourism Research*.
2. Ivanov, I.S. (2013). Orentatsiya raspredelitel'noy sistemy na lichnost' v usloviyakh povysheniya kachestva turistskogo produkta. Avtoreferat dissertatsii, Rossiya.
3. Mashkovich, Ye.A. (2017). Ekonomicheskiye aspekty razvitiya turisticheskikh destinatsiy. Baykal davlat iqtisodiyot va huquq universiteti.
4. Ibragimov, N.S., Morozov, M.A. (2020). Marketing destinatsiy: Teoriya i praktika. Moskva: UNITI-DANA.
5. Dredge, D., & Jenkins, J. (2003). Destination place identity and regional tourism policy. *Tourism Geographies*, 5(4), 383–407.
6. Briedenhann, J., & Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas – vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management*, 25(1), 71–79.





## TANQIDIY NAZAR, TAHLILY TAFAKKUR VA INNOVATSION G'UYALAR



7. UNWTO (2021). Tourism and COVID-19: Reviving tourism demand through destination marketing. World Tourism Organization.

8. Muxitdinov, Sh.M. (2024). Destinatsion yondashuv asosida turistik xizmatlar sifatini oshirish omillari. Qarshi davlat universiteti ilmiy jurnali, №2.

9. Lipina, S.A., Agapova, E.V., & Lipina, A.V. (2016). Zelyonaya ekonomika. Global'noye razvitie. Moskva: INFRA-M.

10. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi "2022–2026 yillarda yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi" to'g'risidagi PF-60-son Farmoni.

