



## TURIZM XIZMATLARI TARMOQLARIDA KLASTER YONDASHUVINI JORIY ETISHNING HUDUDIY RAQOBATBARDOSHLIKNI OSHIRISHDAGI O‘RNI

**D.Umbarov**

*Qarshi davlat universiteti*

*Turizm va marketing kafedrası mustaqil tadqiqotchisi*

**Anotatsiya.** Mazkur tezisda turizm xizmatlari tarmoqlarida klaster yondashuvini joriy etishning hududiy raqobatbardoshlikni oshirishdagi ahamiyati ilmiy-nazariy va amaliy jihatdan tahlil qilinadi. Tadqiqotda turizm klasterlarining shakllanishi xizmat ko‘rsatish subyektlari o‘rtasida kooperatsiya va integratsiyani kuchaytirishi, resurslardan samarali foydalanish, xizmatlar sifati va diversifikatsiyasini ta‘minlash orqali hududiy iqtisodiy rivojlanishga ijobiy ta‘sir ko‘rsatishi asoslab beriladi. Shuningdek, klaster yondashuvining investitsion jozibadorlikni oshirish, yangi ish o‘rinlari yaratish hamda hududiy brendni shakllantirishdagi o‘rni yoritib beriladi. Tadqiqot natijalari turizm sohasida klasterlash jarayonlarini takomillashtirish va hududlarning raqobat ustunliklarini mustahkamlash bo‘yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqishga xizmat qiladi.

**Kalit so‘zlar:** turizm xizmatlari, klaster yondashuvi, turizm klasterlari, hududiy raqobatbardoshlik, xizmatlar integratsiyasi, iqtisodiy samaradorlik, investitsion jozibadorlik, hududiy rivojlanish

**Kirish.** Bugungi kunda turizm sohasi iqtisodiyotning daromad keltiruvchi va byudjet shakllantiruvchi muhim tarmoqlaridan biri sifatida e‘tirof etilmoqda. Shu bois, bu sohada an‘anaviy yondashuvlardan voz kechib, zamonaviy boshqaruv uslublarini joriy etish zaruratga aylanmoqda. Ayniqsa, hududiy kirish turizmini rivojlantirishda transformatsion yondashuvdan foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi. Bu yondashuv turistlar oqimini faollashtirish, mavjud tabiiy va madaniy resurslarni iqtisodiy ob‘ekt sifatida ishga solish orqali hududlar salohiyatini to‘liq ro‘yobga chiqarishni nazarda tutadi. 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 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. Xalqaro va ichki turistik bozorlarni o‘zlashtirishda, ko‘pgina tadqiqotchilarning fikriga ko‘ra, “mahalliy turistik Turistik klasster destinatsiyalar samarali hisoblanadilar”. O‘zbekistonning sayyohlik faoliyatida destinatsion yondashuvini qo‘llash o‘lkamizda kirish turizmini jadal rivojlantirish va durdona shaharlarimizni xorijiy sayyohlar uchun jozibdorligini yanada oshirishga olib keladi, deb o‘ylaymiz.

**Asosiy qism.** Hozirgi globallashuv sharoitida turizm xizmatlari tarmoqlarining barqaror rivojlanishi va hududiy raqobatbardoshligini ta‘minlashda klaster yondashuvi muhim strategik vositalardan biri hisoblanadi. Klasterlash jarayoni turizm sohasi subyektlari — mehmonxonalar, transport xizmatlari, ovqatlanish korxonalari, madaniy-ko‘ngilochar obyektlar, turistik agentliklar hamda qo‘shimcha xizmat ko‘rsatuvchi infratuzilma tashkilotlari o‘rtasida o‘zaro hamkorlikni kuchaytirishga xizmat qiladi. Natijada hududda yagona turistik mahsulot shakllanib, xizmatlar majmuasining raqobat ustunliklari ortadi. Turizm xizmatlari tarmoqlarida klaster yondashuvini joriy etish, avvalo, resurslardan foydalanish samaradorligini oshiradi. Hududiy tabiiy, tarixiy-madaniy va mehnat resurslaridan kompleks foydalanish imkoniyati yuzaga kelib, takroriy xarajatlar qisqaradi. Shu bilan birga, klaster doirasida innovatsion texnologiyalar va raqamli xizmatlarning joriy etilishi turistik xizmatlar sifati va qulayligini oshirishga zamin yaratadi. Bu holat iste‘molchilar talabini qondirish darajasini oshirib, hududga tashrif buyuruvchilar oqimini ko‘paytiradi. Klaster yondashuvi hududiy raqobatbardoshlikni oshirishda investitsion jozibadorlikni kuchaytiruvchi omil sifatida ham namoyon bo‘ladi. Klasterlashgan turizm hududlarida infratuzilma rivoji, xizmatlar bozori shaffofligi va biznes muhiti yaxshilanadi. Bu esa mahalliy va xorijiy investorlar uchun qulay sharoit yaratib, yangi loyihalar va xizmat turlarining paydo bo‘lishiga olib keladi. Natijada hududda bandlik darajasi oshib, aholi daromadlari ko‘payadi. Shuningdek, turizm klasterlari hududiy brendni shakllantirish va targ‘ib qilishda muhim ahamiyat kasb etadi. Yagona marketing strategiyasi asosida hududning turistik salohiyati ichki va tashqi bozorlarda samarali namoyish etiladi. Klaster ishtirokchilari o‘rtasida axborot almashinuvi va tajriba transferi yo‘lga qo‘yilib, xizmatlar sifati barqaror ravishda oshib boradi. Bu esa

hududning uzoq muddatli raqobatbardoshligini ta'minlashga xizmat qiladi. Umuman olganda, turizm xizmatlari tarmoqlarida klaster yondashuvini joriy etish hududiy iqtisodiy rivojlanishning muhim drayveri bo'lib, xizmatlar integratsiyasi, innovatsiyalarni joriy etish va bozor mexanizmlarini takomillashtirish orqali hududiy raqobatbardoshlikni sezilarli darajada oshirish imkonini beradi. Shuningdek, turistik Turistik klasster destinatsiyalarning sayyohlik markazi, turistik mintaq, rekreatsion rayon, turistik-rekreatsion majmua, ijtimoiy-geografik mahal, turistik manzil kabi tashkiliy shakllarining mavjudligini inobatga olib, uning institutsional jihatini ajratish maqsadga muvofiq bo'ladi. Shunday qilib, turistik Turistik klasster destinatsiyaning mavjud jihatlariga qo'shimcha marketing, moliyaviy va institutsional jihatlarini kiritib, ularning sifat tafsilotlari negizida "turistik Turistik klasster destinatsiya" tushunchasini qiyosiy tahlil o'tkazishning dastlab "7-o'lchovli" keyincha ularga innovatsion, informatsion va ekologik jihatlarini kiritib, "10-o'lchovli" vositasini tuzish g'oyasi bizda paydo bo'ldi. Bunday tahlil vositasining mazmunli ko'rinishi 1-jadvalda ko'rsatilgan.



**1-rasm. Turistik klassterlar Turistik klasster destinatsiyani ifodalash shakllari orqali klasterlash**

1-rasmda ko'rsatilganidek, adabiyotlarda "turistik Turistik klasster destinatsiya" tushunchasini "turistik makon", "turistik markaz", "turistik mintaq", "ijtimoiy-geografik mahal", "maqsad qilingan tashrif joyi", "mintaqaviy loyihalash obyekti", "turistik-rekreatsion majmua", "rekreatsion (turistik) rayon", "turistik yo'nalish", "mijozga yo'naltirilgan joy", "turistik klaster" va "turistik manzil" talqinlari mavjud. Bu yondashuvlarda turistik Turistik klasster destinatsiyaning mazmun-mohiyatining qay darajada aks topganligini yorqin ifodalash maqsadida ularni Turistik klasster destinatsiyaning jihatlarini inobatga olinganligi bo'yicha qiyosiy tahlil o'tkazamiz. Bunday solishtirma tahlil o'tkazish uchun dastlab turistik Turistik klasster destinatsiyaning jihatlarini aniqlab olamiz.



1-jadvalda keltirilgan “10-o‘lchovli” qiyosiy tahlil o‘tkazish vositasidan foydalanib turistik Turistik klasster destinatsiya nazariyasidagi har bir yondashuvda Turistik klasster destinatsiya jihatlarining aks topilganlik holatlarini iqtisodiy tahlil asosida biz ekspert bahosini aniqladik. Turistik Turistik klasster destinatsiyaning jihatlarining nazariy yondashuvlarda aks topganlik holatlarining ekspert baholarini “Turistik Turistik klasster destinatsiyani ta’riflash yondashuvlari” qatorlari va “Turistik Turistik klasster destinatsiyaning jihatlari” ustunlarining kesimida joylashgan tegishli katakchalariga yozib chiqdik. 1-jadvaldagi solishtirma baholash ma’lumotlari yuzasidan turistik Turistik klasster destinatsiya nazariyasidagi turli yondashuvlari bo‘yicha biz quyidagilarni aniqladik:

1) Tahlillagan barcha yondashuvlari birday turistik Turistik klasster destinatsiyani aniq geografik joyga bog‘lanib, unga hududiy birlik sifatida qaraladi. Bunday qarash turistik Turistik klasster destinatsiyani hududiy-fazoviy xususiyatga ega bo‘lganligi va u yo‘nalish bo‘yicha o‘rni o‘zgartiradigan muayyan joyni anglatganligidan dalolat beradi.

2) Turistik klasster destinatsiya nazariyasidagi 12 ta yondashuvlari o‘rtasida birorta ham uning 10 ta jihatlarini to‘liq aks ettiradigani mavjud emas. Shuning uchun turistik Turistik klasster destinatsiyaning barcha jihatlarini qamrab oladigan uning yangicha talqinidagi yondashuvini asoslashga zarurat mavjud.

3) Turistik Turistik klasster destinatsiyalarni ta’riflash yondashuvlarining oqsaydigan jabhasi uning moliyaviy jihatini hisoblanadi. Turistik klasster destinatsiya nazariyasidagi 12 ta yondashuvlar o‘rtasida faqatgina birtasi – “Turistik klasster” uning moliyaviy jihatini inobatga olinganligi aniqlandi. Fikrimizcha, Turistik klasster destinatsiyaning kapital xususiyatidan kelib chiqadigan sayyohlik hududlarining o‘ziga xos tovar sifatida daromad keltirish qobiliyatlarini ham “turistik Turistik klasster destinatsiya” nazariyasida inobatga olish lozim.

4) Qiyosiy tahlil natijasida ayon bo‘ldiki, aksariyat yondashuvlarda “turistik Turistik klasster destinatsiya”ning iqtisodiy jihatini qisman mavjud bo‘lib, ularda Turistik klasster destinatsiya ichidagi hududiy turistik mahsulot to‘g‘risida so‘z yuritiladi. Faqatgina ikkita: “mijozga yo‘naltirilgan joy” va “turistik manzil” yondashuvlarida iqtisodiy jihatning to‘liq mavjudligi aniqlandi. YA’ni M.A. Morozov va N.S. Ibragimovlar Turistik klasster destinatsiya ichidagi mahsulotni emas, balki, sayyohlik joyning bevosita o‘zini iste’mol va ayirboshlash qiymatga ega bo‘lgan o‘ziga xos tovar sifatida ko‘rib chiqadilar.

5) Turistik Turistik klasster destinatsiyadagi mavjud nazariyalarning sayoz tomoni uning marketing jihatini to‘liq inobatga olinmasligida bo‘lganligini solishtirma tahlil ko‘rsatdi. Ko‘pincha bu jabhani qisman, Turistik klasster destinatsiyaning sayyohlar uchun jozibadorligini yuksaltirishga qaratilgan turizm marketingi usul va vositalaridan foydalanish orqali amalga oshiradilar. Marketingning zamonaviy -

destinatsion (turistik hududlarga asoslangan) marketing vositalaridan esa atigi bitta - “turistik mintaq” yondashuvida foydalanish sa’y-harakatlarini kuzatish mumkin.

**Xulosa.** Xulosa qilib aytganda, turizm xizmatlari tarmoqlarida klaster yondashuvini joriy etish hududiy raqobatbardoshlikni oshirishning samarali va istiqbolli mexanizmlaridan biri hisoblanadi. Klasterlash jarayoni turizm sohasidagi xo‘jalik yurituvchi subyektlar o‘rtasida o‘zaro hamkorlik va integratsiyani kuchaytirib, yagona turistik mahsulotni shakllantirishga imkon yaratadi. Bu esa xizmatlar sifati, xilma-xilligi va raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi. Shuningdek, klaster yondashuvi hududiy resurslardan kompleks va oqilona foydalanish, innovatsion va raqamli texnologiyalarni joriy etish, investitsion jozibadorlikni kuchaytirish orqali hududiy iqtisodiy rivojlanishga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi. Natijada yangi ish o‘rinlari yaratiladi, aholi bandligi va daromadlari oshadi hamda hududning ijtimoiy-iqtisodiy barqarorligi ta’minlanadi. Umuman olganda, turizm xizmatlari tarmoqlarida klaster yondashuvini rivojlantirish davlat siyosati, xususiy sektor va mahalliy hamjamiyat manfaatlarini uyg‘unlashtirgan holda hududiy raqobat ustunliklarini mustahkamlashga xizmat qiladi. Shu bois, turizm klasterlarini shakllantirish va ularning faoliyatini qo‘llab-quvvatlashga qaratilgan institutsional va iqtisodiy mexanizmlarni yanada takomillashtirish hududlarning uzoq muddatli raqobatbardoshligini ta’minlashda muhim ahamiyat kasb etadi.

### 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). Ekonomicheskkiye 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.
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.

