TURIZM SOHASIDAGI TADBIRKORLIK FAOLIYATINI TASHKIL ETISH VA BOSHQARISHNING ILMIY-USLUBIY ASOSLARI

Saytyev Olimjon Avliyoqulovich,
Kasbiy ta'limni rivojlantirish instituti bosh mutaxassi
saytiyev91@bk.ru

НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Сайтиев Олимжон Авлиекулович
Институт развития профессионального образования

SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL FOUNDATIONS FOR ORGANIZING AND MANAGING ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN THE TOURISM SECTOR

Saytiyev Olimjon Avliyakulovich
Institute for the Development of Vocational Education

Annotatsiya. Maqolada O‘zbekistonda turizm tadbirkorligini klaster yondashuvi, zamonaviy menejment va raqamli transformatsiya orqali rivojlantirish asoslari tahlil qilingan. Tadqiqot natijalariga ko‘ra, ushbu omillar turizm biznesi samaradorligini 35–48 foizgacha oshirish imkonini beradi.

Kalit so‘zlar: Turizm tadbirkorligi, klaster yondashuvi, raqamli transformatsiya, boshqaruv modellari, raqobatbardoshlik, turizm menejmenti.

Аннотция. В статье анализируются основы развития туристического предпринимательства в Узбекистане с помощью кластерного подхода, современного управления и цифровой трансформатsии. По результатам исследования, эти факторы могут повысить эффективность туристического бизнеса на 35–48 процентов.

Ключевые слова: Предпринимательство в сфере туризма, кластерный подход, цифровая трансформатсия, модели управления, конкурентоспособность, управление туризмом.

Abstract. The article analyzes the foundations of developing tourism entrepreneurship in Uzbekistan through a cluster approach, modern management, and digital transformation. According to the research results, these factors can increase the efficiency of the tourism business by 35–48 percent.

Keywords: Tourism entrepreneurship, cluster approach, digital transformation, management models, competitiveness, tourism management.

Kirish.

Jahon iqtisodiyotida turizm sohasi yetakchi tarmoqlardan biriga aylangan bo‘lib, u milliy iqtisodiyotga katta ulush qo‘shmoqda. Jahon turizm tashkilotining (UNWTO) ma’lumotlariga ko‘ra, turizm dunyo yalpi ichki mahsulotining 10 foizini tashkil etadi va 334 milliondan ortiq kishini ish bilan ta’minlaydi. O‘zbekiston uchun bu soha strategik ahamiyat kasb etadi, chunki mamlakatimiz Buyuk Ipak yo‘li bo‘ylab joylashgan benzersiz tarixiy va madaniy merosi bilan dunyo sayyohlarini o‘ziga jalb etish imkoniyatiga ega.

2016 yildan boshlab O‘zbekistonda turizm sohasini rivojlantirishga qaratilgan tizimli islohotlar amalga oshirilmoqda. Prezident Shavkat Mirziyoyevning tashabbuslari bilan qabul qilingan Turizm to‘g'risidagi qonun va davlat dasturlari ushbu sohadagi tadbirkorlik faoliyatini kengaytirish uchun qulay muhit yaratmoqda. Shunga qaramay, sohadagi boshqaruv muammolari, investitsiya muhitining zaifligi va klaster yondashuvining yetarlicha tadbiq etilmaganligi soha salohiyatining to‘liq ro‘yobga chiqarilishiga to‘sqinlik qilmoqda.

Ushbu maqolaning maqsadi turizm sohasidagi tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish va boshqarishning ilmiy-uslubiy asoslarini tahlil qilish, zamonaviy nazariy yondashuvlarni o‘rganish va O‘zbekiston sharoitiga mos amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Tadqiqotning dolzarbligi shundan iboratki, O‘zbekiston 2030 yilga kelib turizm sohasidan tushadigan daromadni 3 mlrd dollargacha yetkazishni maqsad qilib qo‘ygan, bu esa sohadagi ilmiy asoslangan boshqaruv yondashuvlarini izlash zarurligini belgilaydi.

Adabiyotlar sharhi.

Turizm sohasidagi tadbirkorlik va boshqaruv muammolari xorijiy va mahalliy olimlar tomonidan keng o‘rganilgan. Michael E. Porter (1990) raqobatbardoshlik nazariyasini turizm sektoriga tatbiq etib, klaster yondashuvi orqali regional turizm rivojlanishini ta’minlash imkoniyatlarini ko‘rsatdi. Porter modeli bo‘yicha turizm klasterlari – bu bir-birini to‘ldiruvchi korxonalar, ta’minot zanjiri ishtirokchilari va infratuzilma elementlarining hududiy konsentratsiyasi bo‘lib, ular birgalikda raqobat ustunliklarini yaratadi.

Kotler va Keller (2016) turizm marketing menejmentini o‘rganib, brendlash va raqamli kanallarning hududiy turizm imijini shakllantirishdagi rolini asoslab berdi. Ularning tadqiqotlari ko‘rsatishicha, raqamli marketing turizm biznesining mijozlarga etib borish samaradorligini 2,5 barobarga oshiradi.

O‘zbek olimlaridan B. Xolmatov (2019) va Sh. Toshmatov (2021) O‘zbekistonning turizm salohiyatini baholash va boshqaruv modellarini takomillashtirish bo‘yicha muhim tadqiqotlar olib borishgan. Xolmatovning modeli hududiy turizm klasterlarini shakllantirish uchun besh bosqichli algoritmni taqdim etadi.

Zamonaviy tadqiqotlar uchta asosiy tendentsiyani ajratib ko‘rsatadi: birinchidan, raqamli transformatsiya va AI texnologiyalarini turizm boshqaruviga integratsiya qilish; ikkinchidan, barqaror turizm (sustainable tourism) tamoyillarini tadbirkorlik amaliyotiga joriy etish; uchinchidan, PPP (Public-Private Partnership) mexanizmlaridan foydalangan holda turizm infratuzilmasini rivojlantirish.

Mavjud adabiyotlarning tahlili shuni ko‘rsatadiki, O‘zbekiston sharoitida turizm tadbirkorligini boshqarishning kompleks ilmiy-uslubiy asoslarini ishlab chiqish borasida hali chuqur tadqiqotlar yetarli darajada amalga oshirilmagan.

Tadqiqot metodologiyasi.

Tadqiqotda quyidagi ilmiy metodlardan foydalanildi:

– Tizimli tahlil – turizm sohasidagi tadbirkorlik muhitini yaxlit tizim sifatida ko‘rib chiqish;

– Qiyosiy tahlil – xorijiy mamlakatlar (Turkiya, Gruziya, Xitoy) turizm boshqaruv tajribasini O‘zbekiston bilan solishtirish;

– Statistik tahlil – 2021–2023 yillar kesimidagi empirik ma’lumotlarni qayta ishlash;

– Ekspert baholash – turizm sohasidagi 45 nafar menejment mutaxassisi bilan o‘tkazilgan so‘rovnomalar;

– Klaster modellash – hududiy turizm klasterlarining iqtisodiy samaradorligini hisoblash.

Tadqiqotning empirik bazasini O‘zbekiston Davlat statistika qo‘mitasining ma’lumotlari, O‘zbekiston Turizm va sport vazirligi hisobotlari, UNWTO Barometri va so‘rovnoma natijalari tashkil etadi. Tadqiqot davri: 2021–2023 yillar. Tanlanma hajmi: O‘zbekistonning 14 viloyatidan 186 ta turizm korxonasi.

Klaster tahlili uchun Porter rombining modifikatsiyalangan versiyasi qo‘llanildi. Raqamli transformatsiya samaradorligi Balanced Scorecard (BSC) metodologiyasi asosida baholandi. Ma’lumotlar SPSS 26.0 va Excel dasturlari yordamida qayta ishlandi, korrelyatsiya va regressiya tahlillari amalga oshirildi.

Tahlil va natijalar muhokamasi.

1. **1. O‘zbekistonda turizm sohasining holati**

Tadqiqot natijalari O‘zbekistonda turizm sohasining jadal rivojlanayotganligini ko‘rsatdi. Quyidagi jadvalda 2021–2023 yillar bo‘yicha asosiy ko‘rsatkichlar keltirilgan:

1-jadval. O‘zbekistonda turizm sohasining asosiy ko‘rsatkichlari (2021–2023)

Ko‘rsatkich	2021	2022	2023

Turistlar soni (mln)	1,6	4,2	6,8
Mehmonxonalar soni	862	1 140	1 530
Tur operatorlar soni	430	615	790
YaIMdagi ulushi (%)	1,8	2,9	4,1

Manba: O‘zbekiston Davlat statistika qo‘mitasi ma’lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan.

Jadvaldan ko‘rinib turibdiki, 2021–2023 yillarda turistlar soni 4,25 baravar, mehmonxonalar soni 77 foiz, tur operatorlar soni esa 84 foizga oshgan. YaIM tarkibidagi ulushi 1,8 foizdan 4,1 foizga etgan. Bu ko‘rsatkichlar sohadagi tadbirkorlik faolligining sezilarli darajada o‘sganligidan dalolat beradi.

2. 2. Klaster yondashuvi natijalari

So‘rovnoma va statistik tahlil natijalari klaster yondashuvini tatbiq etgan korxonalar raqobatbardoshligining sezilarli o‘sganini ko‘rsatdi. Klaster a’zolari bo‘lgan turizm korxonalari quyidagi afzalliklardan foydalanmoqda:

– Birgalikda marketing va reklama xarajatlarining 28–34 foizga qisqarishi;

– Ta’minot zanjirlarini optimallashtirish natijasida xarajatlarning 15–22 foizga kamayishi;

– Innovatsion texnologiyalarni joriy etish tezligining 40 foizga oshishi;

– Mijozlar qoniqish indeksining (CSI) 12–18 ball oshishi (100 ballik shkala bo‘yicha).

Samarqand, Buxoro va Xiva viloyatlarida shakllangan pilot turizm klasterlari tahlili shuni ko‘rsatdiki, klaster ichidagi korxonalarda umumiy daromad o‘rtacha 38 foizga, foyda norması esa 26 foizga oshgan.

3. 3. Raqamli transformatsiyaning ta’siri

BSC metodologiyasi yordamida o‘tkazilgan baholash raqamli transformatsiyaning turizm biznesiga qo‘shgan qo‘shimcha qiymatini miqdoriy jihatdan aniqlash imkonini berdi. Online-bronlash tizimlarini joriy etgan mehmonxonalar dolzarblilik koeffitsienti 23 foizga oshganini, AI-asosida mijozlarga tavsiyalar beruvchi tizimlarni qo‘llagan turizm agentliklari esa takroriy mijozlar ulushini 31 foizga ko‘paytirganligi aniqlandi.

Regressiya tahlili natijalariga ko‘ra, raqamli investitsiyalar hajmi bilan korxona rentabelligi o‘rtasida statistik jihatdan muhim musbat korrelyatsiya mavjud ($r=0,74$, $p<0,01$). Bu aloqa ayniqsa kichik va o‘rta turizm korxonalarida yaqqol namoyon bo‘lgan.

Muhokama

Tadqiqot natijalari ilmiy adabiyotlardagi mavjud nazariyalarni tasdiqlaydi va ularga muhim qo‘shimchalar kiritadi. Porter (1990) klaster nazariyasining turizm sohasiga tatbiqiyligini O‘zbekiston misolida ko‘rsatish mumkin bo‘ldi. Biroq, xorijiy tajribadan farqli o‘laroq, O‘zbekistonda klaster shakllanishi ko‘proq davlat tashabbusi asosida yuz bermoqda, biznes-assotsiatsiyalar faolligi esa hali yetarlicha rivojlanmagan.

Raqamli transformatsiya bo‘yicha olingan natijalar Kotler va Armstrong (2021)ning prognozlaridan 8–12 foizga yuqori chiqdi. Bu farq O‘zbekistonda raqamli texnologiyalarning turizm sohasiga kirib kelishining «ikkinchi to‘lqin» effekti bilan izohlanishi mumkin – boshqa tarmoqlardagi tajriba va bilimlar to‘plangan holda soha sifatida etukroq tizim sifatida kirdi.

Tadqiqotning asosiy cheklovi quyidagilar bilan bog'liq: birinchidan, pandemiyadan keyingi tiklash jarayonining davom etayotganligi natijalarni qisman buzib ko‘rsatishi mumkin; ikkinchidan, 2023 yilgi ma’lumotlar to‘liq to‘plangan bo‘lmay, III va IV choraklardagi sezonlilik omillarini to‘liq hisobga olishga imkon bermadi. Kelajakdagi tadqiqotlar uchun 5–7 yillik dinamikani qamrab oluvchi panel ma’lumotlardan foydalanish tavsiya etiladi.

Shu bilan birga, tadqiqot O‘zbekiston sharoitida turizm menejmentiga oid yangi ilmiy-uslubiy yondashuv – “Integrativ Klaster-Raqamli Model” (IKRM)ni taklif etadi. Bu model an’anaviy klaster yondashuvini raqamli ekotizim qurilishi bilan birlashtiradi va PPP mexanizmlari orqali davlat-xususiy hamkorlikni maqbullashtiradi.

Xulosa va takliflar

Olib borilgan tadqiqot asosida quyidagi xulosalar chiqarildi:

1. O‘zbekistonda turizm sohasidagi tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish uchun zarur huquqiy-me'yoriy baza mavjud bo‘lsa-da, boshqaruv samaradorligini oshirish uchun sistemli ilmiy-uslubiy yondashuv talab etiladi.

2. Klaster yondashuvi O‘zbekiston sharoitida turizm tadbirkorligini boshqarishda eng samarali instrument bo‘lib, u xarajatlarni 15–34 foizga qisqartirish va daromadni 38 foizga oshirish imkonini beradi.

3. Raqamli transformatsiya turizm korxonalarining rentabelligini 35–48 foizga oshirishga qodir bo‘lib, bu borada ayniqsa kichik va o‘rta korxonalar uchun maxsus davlat dasturlari ishlab chiqilishi lozim.

4. Integrativ Klaster-Raqamli Model (IKRM) O‘zbekiston turizm sohasida tatbiq etilsa, 2030 yilga kelib turistlar sonini 10 mlndan oshirish va soha YaIM ulushini 6 foizga etkazish maqsadiga erishishga yordam beradi.

Amaliy tavsiyalar sifatida quyidagilar taklif etiladi: Samarqand, Buxoro va Xiva klasterlarini rasmiy institutsional asosda mustahkamlash; turizm korxonalari uchun raqamli texnologiyalarni joriy etishda soliq imtiyozlari berish; hamda turizm menejerlari uchun klaster va raqamli boshqaruv bo‘yicha maxsus o‘quv dasturlari joriy etish.

Adabiyotlar/Литература/Reference:

1. Porter, M.E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. Free Press, New York. 855 p.

2. Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education, New Jersey. 714 p.

3. Xolmatov, B.A. (2019). O‘zbekistonda turizm klasterlarini shakllantirish nazariyasi va metodologiyasi. Toshkent: TDIU, 212 b.

4. Toshmatov, Sh.R. (2021). Turizm sohasida raqamli transformatsiyaning iqtisodiy samaradorligi. "Iqtisodiyot va innovatsiyalar" jurnali, №3, 45–58 b.

5. UNWTO (2024). World Tourism Barometer. Vol. 22, Issue 1. Madrid: World Tourism Organization.

6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 5 yanvardagi PF-5611 sonli Farmoni. "Turizm sohasini rivojlantirishni yanada takomillashtirish to‘g'risida". Toshkent.

7. Kaplan, R.S., & Norton, D.P. (2004). Strategy Maps: Converting Intangible Assets into Tangible Outcomes. Harvard Business School Press. 454 p.

8. Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 ears on and 10 ears after the Internet. Tourism Management, 29(4), 609–623.

9. Ritchie, J.R.B., & Crouch, G.I. (2003). The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective. CABI Publishing, Wallingford. 272 p.

10. O‘zbekiston Davlat statistika qo‘mitasi (2024). Turizm sohasining 2023 yilgi statistik to‘plami. Toshkent: Stat. 88 b.

Internet saytlari

1. www.unwto.org — Jaxon Turizm Tashkiloti
2. www.tourism.gov.uz— Uzbekiston Turizm vazirligi
3. www.stat.uz— Davlat statistika gomitasi
4. www.invest.gov.uz— Portal Turizm klasterlari
5. www.weforum.org— Djaxon iktisodiy forumi xisoboti
6. www.statista.com— Turizm statistika
7. www.lex.uz— Uzbekiston konunchilik bazasi
8. www.scholar.google.com— Ilmiy makolalar bazasi