

**SCIENCE**  
**PROBLEMS.UZ**

ISSN 2181-1342

Actual problems of social and humanitarian sciences  
Актуальные проблемы социальных и гуманитарных наук

**Ijtimoiy-gumanitar  
fanlarning dolzarb  
muammolari**

Jild 3, Son 5/8

**2023**

# **SCIENCEPROBLEMS.UZ**

## **ИЖТИМОЙ-ГУМАНИТАР ФАНЛАРНИНГ ДОЛЗАРБ МУАММОЛАРИ**

*№ 5/8 (3)-2023*

### **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО- ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

**ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES**

**ТОШКЕНТ-2023**

## **БОШ МУҲАРРИР:**

Исанова Феруза Тулқиновна

## **ТАҲРИР ҲАЙЪАТИ:**

### *07.00.00-ТАРИХ ФАНЛАРИ:*

Юлдашев Анвар Эргашевич – тарих фанлари доктори, сиёсий фанлар номзоди, профессор, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Мавланов Уктам Махмасабирович – тарих фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Хазраткулов Аброр – тарих фанлари доктори, доцент, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети.

### *08.00.00-ИҚТИСОДИЁТ ФАНЛАРИ:*

Карлибаева Рая Хожабаевна – иқтисодиёт фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Худойқулов Садирдин Каримович – иқтисодиёт фанлари доктори, доцент, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Азизов Шерзод Ўктамович – иқтисодиёт фанлари доктори, доцент, Ўзбекистон Республикаси Божхона институти;

Арабов Нурали Уралович – иқтисодиёт фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат университети;

Холов Актам Хатамович – иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), доцент, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Шадиева Дилдора Хамидовна – иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), доцент в.б, Тошкент молия институти;

Шакаров Қулмат Аширович – иқтисодиёт фанлари номзоди, доцент, Тошкент ахборот технологиялари университети

### *09.00.00-ФАЛСАФА ФАНЛАРИ:*

Ҳакимов Назар Ҳакимович – фалсафа фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Яхшиликков Жўрабой – фалсафа фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат университети;

Ғайбуллаев Отабек Мухаммадиевич – фалсафа фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат чет тиллар институти;

Ҳошимхонов Мўмин – фалсафа фанлари доктори, доцент, Жиззах педагогика институти;

Носирходжаева Гулнора Абдукаҳхаровна – фалсафа фанлари номзоди, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Турдиев Бехруз Собирович – фалсафа фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), доцент, Бухоро давлат университети.

### *10.00.00-ФИЛОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:*

Ахмедов Ойбек Сапорбаевич – филология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети;

Кўчимов Шухрат Норқизилович – филология фанлари доктори, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Салахутдинова Мушарраф Исамутдиновна – филология фанлари номзоди, доцент, Самарқанд давлат университети;

Кучкаров Раҳман Урманович – филология фанлари номзоди, доцент в/б, Тошкент давлат юридик университети;

Юнусов Мансур Абдуллаевич – филология фанлари номзоди, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Саидов Улугбек Арипович – филология фанлари номзоди, доцент, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси.

### *12.00.00-ЮРИДИК ФАНЛАРИ:*

Ахмедшаева Мавлюда Ахатовна – юридик фанлар доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Мухитдинова Фирюза Абдурашидовна – юридик фанлар доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Эсанова Замира Нормуратовна – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикасида хизмат кўрсатган юрист, Тошкент давлат юридик университети;

Ҳамроқулов Баҳодир Мамашарифович – юридик фанлар доктори, профессор в.б., Жаҳон иқтисодиёти ва дипломатия университети;

Зулфиқоров Шерзод Хуррамович – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси Жамоат хавфсизлиги университети;

Хайитов Хушвақт Сапарбаевич – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси

Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Асадов Шавкат Ғайбуллаевич – юридик фанлар доктори, доцент, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Утемуратов Махмут Ажимуратович – юридик фанлар номзоди, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Сайдуллаев Шахзод Алиханович – юридик фанлар номзоди, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Ҳакимов Комил Бахтиярович – юридик фанлар доктори, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Юсупов Сардорбек Баходирович – юридик фанлар доктори, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Амиров Зафар Актамович – юридик фанлар бўйича фалсафа доктори (PhD), Ўзбекистон Республикаси Судьялар олий кенгаши ҳузуридаги Судьялар олий мактаби;

Жўраев Шерзод Юлдашевич – юридик фанлар номзоди, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Бабаджанов Атабек Давронбекович – юридик фанлар номзоди, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Раҳматов Элёр Жумабоевич – юридик фанлар номзоди, Тошкент давлат юридик университети;

### *13.00.00-ПЕДАГОГИКА ФАНЛАРИ:*

Хашимова Дильдархон Уринбоевна – педагогика фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Ибрагимова Гулнора Хавазматовна – педагогика фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Закирова Феруза Махмудовна – педагогика фанлари доктори, Тошкент ахборот технологиялари университети ҳузуридаги педагогик кадрларни қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш тармоқ маркази;

Тайланова Шоҳида Зайниевна – педагогика фанлари доктори, доцент.

### *19.00.00-ПСИХОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:*

Каримова Василя Маманосировна – психология фанлари доктори, профессор, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети;

Ҳайитов Ойбек Эшбоевич – Жисмоний тарбия ва спорт бўйича мутахассисларни қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш институти, психология фанлари доктори, профессор

Умарова Навбаҳор Шокировна – психология фанлари доктори, доцент, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети, Амалий психологияси кафедраси мудири;

Атабаева Наргис Батировна – психология фанлари доктори, доцент, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети;

Қодиров Обид Сафарович – психология фанлари доктори (PhD), Самарканд вилоят ИИБ Тиббиёт бўлими психологик хизмат бошлиғи.

### *22.00.00-СОЦИОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:*

Латипова Нодира Мухтаржановна – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон миллий университети кафедра мудири;

Сеитов Азамат Пўлатович – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон миллий университети;

Содиқова Шоҳида Мархабоевна – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон халқаро ислом академияси

### *23.00.00-СИЁСИЙ ФАНЛАР*

Назаров Насриддин Атакулович – сиёсий фанлар доктори, фалсафа фанлари доктори, профессор, Тошкент архитектура қурилиш институти;

Бўтаев Усмонжон Хайруллаевич – сиёсий фанлар доктори, доцент, Ўзбекистон миллий университети кафедра мудири.

---

## **ОАК Рўйхати**

Мазкур журнал Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссияси Раёсатининг 2022 йил 30 ноябрдаги 327/5-сон қарори билан тарих, иқтисодиёт, фалсафа, филология, юридик ва педагогика фанлари бўйича илмий даражалар бўйича диссертациялар асосий натижаларини чоп этиш тавсия этилган илмий нашрлар рўйхати (Рўйхатга) киритилган.

---

**Ижтимоий-гуманитар фанларнинг долзарб муаммолари** электрон журнали 1368-сонли гувоҳнома билан давлат рўйхатига олинган.  
Муассис: “SCIENCEPROBLEMS TEAM” масъулияти чекланган жамият.

## **Тахририят манзили:**

Тошкент шаҳри, Яккасарой тумани, Кичик Бешёғоч кўчаси, 70/10-уй. Электрон манзил: [scienceproblems.uz@gmail.com](mailto:scienceproblems.uz@gmail.com)  
Телеграм канал: [https://t.me/scienceproblems\\_uz](https://t.me/scienceproblems_uz)

## МУНДАРИЖА

### 07.00.00 – ТАРИХ ФАНЛАРИ

<i>Намазова Умида Нормуродовна</i> ФРАГМЕНТЫ ИЗ ИСТОРИИ САМАРКАНДСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ВЕТЕРИНАРНОЙ МЕДИЦИНЫ, ЖИВОТНОВОДСТВА И БИОТЕХНОЛОГИЙ (1929-1945 ГОДЫ).....	10-15
<i>Эрназаров Туйгун Раджабович</i> ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТАМОЖЕННОЙ СЛУЖБЫ ТУРКЕСТАНСКОГО ГЕНЕРАЛ- ГУБЕРНАТОРСТВА: КЛЮЧЕВЫЕ МОМЕНТЫ И ДОСТИЖЕНИЯ .....	16-21
<i>Хужаниязов Уктам Ешбаевич</i> “ҚОРАҚАЛПОҚФИЛЬМ” СТУДИЯСИ ХУЖЖАТЛИ ФИЛЬМЛАРИДА ТАРИХИЙ МАВЗУЛАР ТАЛҚИНИ .....	22-27
<i>Шаимкулов Азамат Холмуратович</i> ҚАЙТА ҚУРИШ ДАВРИ МАТБУОТИДА ИҚТИСОДИЙ МАСАЛАЛАР ТАЛҚИНИ .....	28-38
<i>Муродов Ҳалим Салимович</i> ТУРИЗМ РИВОЖИ ТАРИХИГА БИР НАЗАР .....	39-46
<i>Юлдашев Саиданварбек Бахромжон ўғли</i> ФАРҒОНА ВОДИЙСИНИНГ– ҚОРАХОНИЙЛАР ТОМОНИДАН ЗАБТ ЭТИЛИШИ ТАРИХИДАН .....	47-51
<i>Shonazarova Nargiza</i> TOSHKENT SHAHRIDA “OBOD MAHALLA” DASTURI VA UNING IJROSI XUSUSIDA AYRIM MULOHAZALAR .....	52-57
<i>Axmadova Nafisa Axmad qizi</i> O‘ZBEKISTON VA FRANSIYA MADANIY ALOQALARINING RIVOJLANISHI .....	58-64
<i>Qodirova Ra’no Mamirjonovna</i> O‘ZBEKISTON SSR MAKTABLARIDA 1930-YILLARNING IKKINCHI YARIMIDA TARIX FANINING O‘QITILISHI .....	65-70
<i>Yunusxo’jayev Habibulla Zafar g’o’li</i> SHARQDA KUCHLI IJTIMOIIY NIHOYA TIZIMI TARIXI .....	71-75
<i>Нарбеков Абдикамил</i> НАЦИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА СОВЕТСКОГО ГОСУДАРСТВА В ТУРКЕСТАНЕ И ЕГО СУЩНОСТЬ .....	76-80
<i>Alimova G‘unchaxon Baxadirovna</i> JAMIYAT TARAQQIYOTINING TARIXIY RIVOJLANISH ASOSLARI DIN VA DAVLAT MISOLIDA .....	81-85
<i>Jumanazarova Fotima</i> XOTIN QIZLAR BANDLIGINI TA'MINLASH TIZIMINING SHAKLLANISH JARAYONI VA RIVOJLANISH BOSQICHLARI .....	68-93
<b>08.00.00 – ИҚТИСОДИЁТ ФАНЛАРИ</b>	
<i>Ziyodilloev Khushnud Rahimboevich</i> PORTFOLIO OPTIMIZATION OF COMMERCIAL BANK CREDITS: A LITERATURE REVIEW .....	94-100

<i>Hamrayev Amirzoda</i> ISLOMIY MOLIYA XIZMATLARINI KO'RSATUVCHI TASHKIOTLAR KAPITAL STRUKTURASI SAMARADORLIGI TAHLILI.....	101-109
<i>Xaitbobaeva Nigora Bakmatatovna</i> T'UQIMACHILIK SANOAT KORXONALARIDA MARKETING STRATEGIYASIDAN FOYDALANIISH B'YIYCHA XORIJIY MAMLAKATLAR TAJRIBALARI.....	110-119
<i>Xalilov Qahramon Qurbonboyevich</i> MINTAQADA TURIZM HUNARMANDCHILIK KLASTERINI SHAKLLANTIRISHNING DESTINATSION MODELI.....	120-132
<i>Maxmudov Tursunpuolat Davronovich</i> INVESTITSIYA MANBALARINING MINTAQAGA IKTISODIYETIGA TA'BSIRI .....	133-144
<i>Ishchanova Salomat</i> KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHDA MARKETING FAOLIYATINING O'RNI.....	145-150
<i>Muydinova Zilola Voxid qizi</i> CHEGARA BOJXONA POSTLARI FAOLIYATIDA "AVTOMATLASHTIIRILGAN IY'LOVCHI XARAKATI" MOBIL ILOVASINI JORIY ETISH ORQALI IKTISODIY TAHLILNI TAKOMILLASHTIIRISH.....	151-158
<i>Samandarov O'gabek, Ismoilov Shohjahon</i> TURIZMNI RIVOJLANTIRISH OMILLARI VA ULARNING O'ZIGA XOS JIHATLARI .....	159-164
<b>09.00.00 - ФАЛСАФА ФАНЛАРИ</b>	
<i>Saidova Kamola Uskanbaevna</i> ФЕНОМЕН СВОБОДЫ ДЛЯ ЧЕЛОВЕКА И ОБЩЕСТВА: КОМПАРАТИВИСТСКИЙ АНАЛИЗ .....	165-173
<i>Omonturdiyev Orzu G'afforovich</i> INSONNING MA'NAVIY MOHIYATINI SHAKLLANTIRISHDA QADRIYATLARNING AHAMIYATI .....	174-179
<i>Ochilova Guzal' Aralovna</i> YUKSAK MA'NAVIYAT-MANFAATLAR BIRLIGINI TA'MINLASHNING MUHIM OMILI.....	180-185
<i>Nurmatova Umida Jalolidinovna</i> MUTOLAA, SAVODXONLIK VA TA'LIMNING ANTINOMIK XUSUSIYATLARI.....	186-192
<i>Vafayeva Dilafruz Artikovna</i> AHMAD YASSAVIY TASAVVUFIIY TA'LIMOTIDA MA'NAVIY BARKAMOLLIK.....	193-198
<i>Karimov Zafarbek Ataboyevich</i> IJTIMOIY-PSIXOLOGIK MEKANIZMLARINING SOG'LOM TURMUSH TARZINI SHAKLLANTIRISHDAGI AHAMIYATI.....	199-202
<i>Bozorova Ro'zigul Sharofovna</i> MEHRSIZLIK HODISASINI KELITIRIB CHIQUVCHI OMILLAR .....	203-212
<i>Xudoyberdieva Anorabonu Hayotovna</i> DINIY MANBALARDA IJTIMOIIY HAMKORLIK O'OYALARI .....	213-218
<i>Tursunkulova Shaxnoza Tuychiyevna</i> TASAVVUF FALSAFASIDA GO'ZALLIKNING IMMANENT JIHATLARI .....	219-224

<i>Dehqonov Behzod Baxtityorovich</i> YANGI O'ZBEKISTONDA UCHINCHI RENESSANS POYDEVORINI QURISHDA YETTI PIRNING BAG'RIKENGLIK G'OYALARINI O'RNI VA AHAMIYATI .....	225-230
<i>Abdullayeva Firuza Sharipovna</i> NASIRIDDIN TUSIYNING IDROK NAZARIYASI VA KOMILLIK FALSAFASI .....	231-236
<i>Murtozayev Shahobiddin Baxriddinovich</i> SHIHOBUDDIN UMAR SUXRAVARDIYNING "AVORIF UL -MAORIF" ASARI VA UNDA ILGARI SURILGAN G'OYALAR .....	237-243
<i>Ибрагимов Солижон Эргашович</i> АХБОРОТ ХУРУЖИ ВА "ОММАВИЙ МАДАНИЯТ" ТАҲДИДИ.....	244-251
<b>10.00.00 - ФИЛОЛОГИЯ ФАНЛАРИ</b>	
<i>Qodirova Mukaddas Tog'ayena</i> BIZNES DISKURSINING MURAKKAB LINGVISTIK TABIATI.....	252-257
<i>Abdullayev Ikramjon Xashimdjanoich</i> DIFFERENT APPROACHES TO THE QUANTITATIVE-STATISTICAL CHARACTERISTICS OF PARTS OF SPEECH IN THE ENGLISH LANGUAGE .....	258-265
<i>Hamroyeva Sharifa Shukur qizi</i> TARJIMADA MILLIY SO'ZLARNING BERILISHI (OYBEKNING "NAVOIY" ROMANI INGLIZCHA TARJIMASI MISOLIDA) .....	266-271
<i>Olimova Gulfiza Muradullayevna</i> BADIY SAN'AT TURLARINING XORAZM DOSTONLARIDA QO'LLANILISHI.....	272-281
<i>Айниддинов Иқрориддин Шарифович</i> АДАБИЙ МАНБАЛАРДА АШРАФ САМАРҚАНДИЙНИНГ ТАРЖИМАИ ҲОЛИНИНГ ЎРГАНИЛИШИ .....	282-287
<i>Turaeva Dilfuza Daminovna</i> O'ZBEK TILIDA OBRAZLI SO'ZLARNING SEMANTIK XUSUSIYATLARI .....	288-295
<i>Mahmudova Nilufarxon Ravshanovna</i> LISONIY GRADASIYANING MORFOLOGIK, LEKSIK-SEMANTIK SATHDA PARADIGMA SIFATIDA NAMOYON BO'LISHI .....	296-305
<i>Ashurova Maftuna Asqar qizi, Yuldoshev Rustam Dilshod ugli</i> LINGUOCULTURAL COMPARATIVE ANALYSIS OF IDIOMS IN ENGLISH AND UZBEK LANGUAGES .....	306-311
<i>Isroilova Manzura Jamolovna</i> FRANSUZ PUBLITSISTIK MATNLARDA KOMPARATIV FRAZELOGIK BIRLIK LARNING KOMMUNIKATIV TA'SIRI XUSUSIDA .....	312-317
<i>Шамақсудова Саодат Хидоятовна</i> МАССМЕДИА АСПЕКТНИНГ МЕДИАМАТН ШАКЛИГА КЕЛИШИДАГИ ЎЗИГА ХОСЛИКЛАР.....	318-324
<i>Шатова Ирина Юрьевна</i> ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ ЛЕКСИКИ ПО РОДУ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛИЦ В РУССКОМ И УЗБЕКСКОМ ЯЗЫКАХ .....	325-330
<i>Nortoyeva Nodira Muhammadaliyevna</i> FRAZELOGIK DERIVATLARNI KONTEKSTLARDA ISHLATILISHINING KOGNITIV ASOSLARI .....	331-335

<i>Alimjanova Shohsanam Azamat qizi</i> KO'P MA'NOLI IBORALARNING KOGNITIV XUSUSIYATLARI .....	336-340
<i>Турниязова Шахноза Нигматовна</i> МАТНДАГИ БОҒЛАНИШЛИЛИК ҲАҚИДА АЙРИМ МУЛОҲАЗАЛАР .....	341-347
<i>Mamarasulova Iroda Jumanovna, Xojimetov Sa'dulla Jumanazarovich</i> INGLIZ ADABIYOTI TUSHUNCHALARINING XILMA -XILLIGI .....	348-352
<i>Aminova Dilnoza Hikmatullayevna</i> THE IMPORTANCE OF INTERCULTURAL COMMUNICATION IN THE ORIGIN OF MILITARY TERMINOLOGY .....	353-358
<b>12.00.00 - ЮРИДИК ФАНЛАР</b>	
<i>Исломқулова Шоҳсанам Ваҳобжон қизи</i> ВРАЧНИНГ КАСБИЙ ЖАВОБГАРЛИГИНИ СУҒУРТА ҚИЛИШ ТУШУНЧАСИ ВА МОҲИЯТИ .....	359-365
<i>Mamatallyev To'liqin Xushmamat o'g'li</i> O'ZBEKISTONDA MASOFAVIY TA'LIM HUQUQIY ASOSLARINING SHAKLLANISHI .....	366-378
<b>13.00.00 - ПЕДАГОГИКА ФАНЛАРИ</b>	
<i>Saidov Jur'at Sodirovich</i> МАКТАВГАСНА ТА'LIM TASHKILOTLARIDA BOLALARGA TARBIYA BERISHNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI .....	379-384
<i>Yusupaliyeva Shaxnoza Hakimjanovna,</i> ТЕХНИК ОЛИЙ О'QUV YURTLARIDA OO'ZAKI NUTQ KOMPETENSIYALARINI RIVOJLANTIRISH USUL VA METODLARI .....	385-390
<i>Таджиходжаева Эльвира Рашидовна</i> ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДОВ ИГРОПЕДАГОГИКИ В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ .....	391-396
<i>Тўрахонова Барно Турсунбой қизи</i> БЎЛАЖАК ПЕДАГОГ-ПСИХОЛОГЛАРНИ ТАРБИЯВИЙ ФАОЛИЯТНИ ТАШКИЛ ЭТИШГА ТАЙЁРЛАШНИНГ ДИДАКТИК ИМКОНИЯТЛАРИ .....	397-406
<i>Ashurova Sitora Erkinovna</i> USING DIGITAL TECHNOLOGIES IN EDUCATION .....	407-412
<i>Каримжоновна Мунаввар Ибрагимовна</i> ХИЗМАТ ИТЛАРИНИ МАХСУС ЙЎНАЛИШГА ТАЙЁРЛАШДА УНГА ТАЪСИР ҚИЛУВЧИ ОМИЛЛАР ТАҲЛИЛИ (Божхона қўмитасининг Миллий кинология маркази мисолида).....	413-421
<i>Xamirayev Rustam Abdirazakovich</i> VOLEYBOLCHILARDA HARAKAT SIFATLARINI RIVOJLANTIRISHNING USLUBIY ASOSLARINI ТАКОМИЛЛАСHTIRISH .....	422-426
<i>Хашимова Масуда Камилжановна</i> КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К ПРОЦЕССУ НРАВСТВЕННОГО ВОСПИТАНИЯ НА ОСНОВЕ ИНТЕГРАЦИИ НАУК .....	427-435
<i>Бердикулова Насиба Эркинжоновна</i> СОДЕРЖАНИЕ ПРИМЕНЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ И ИНТЕГРАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В НАЧАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ .....	436-442



*Saidnazarova Gulshan Bolta qizi*

AL-BUXORIYNING MA'NAVIY-AXLOQIY QARASHLARINI O'RGANISH PEDAGOGIK MUAMMO

SIFATIDA .....443-448

08.00.00- Иқтисодиёт фанлари

**Xalilov Qahramon Qurbonboyevich**

Qarshi davlat universiteti

“Turizm va marketing” kafedrasining tadqiqotchisi

### **MINTAQADA TURIZM HUNARMANDCHILIK KLASTERINI SHAKLLANTIRISHNING DESTINATSION MODEL**

**Annotatsiya.** Mintaqada raqamli texnologiyalardan foydalanib turizm va hunarmandchilikni klasterini shakllantirishning destinatsiya modelini nazariy asoslari ishlab chiqilgan. Turizm hunarmandchilik faoliyatini talab va taklif qonuni asosida rivojlantirish, uning yalpi ichki mahsulot va aholi jon boshiga to‘g‘ri keluvchi xizmatlar hajmidagi o‘zgarishini oshirish, hududlarda aholini yangi ish o‘rinlari bilan ta‘minlash hamda soha korxonalarida boshqaruvning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirilgan.

**Kalit so‘zlar:** Turizm hunarmandchilik klasteri, destinatsion model, hunarmandchilikni rivojlantirish strategiyasi, raqamli texnologiya, empirik model, ekonometrik model, prognoz natijalari, axborot tizimi, endogen o‘zgaruvchilar, ekzogen o‘zgaruvchilar.

**Khalilov Kahramon Kurbanboyevich**

Karshi State University

Researcher of the "Tourism and Marketing" Department

### **DESTINATION MODEL OF TOURISM CRAFT CLUSTER FORMATION IN THE REGION**

**Abstract.** The theoretical foundations of the destination model of the formation of a cluster of tourism and handicrafts in the region using digital technologies have been developed. Development of tourism craft activities based on the law of demand and supply, increasing its change in the volume of gross domestic product and services per capita, providing residents with new jobs in the regions, and organizational and economic mechanisms of management in industry enterprises. improved.

**Key words:** Tourism craft cluster, destination model, craft development strategy, digital technology, empirical model, econometric model, forecast results, information system, endogenous variables, exogenous variables.

**Халилов Қаҳрамон Қурбонбоевич**

Каршинский государственный университет

научный сотрудник отдела «Туризм и маркетинг»

### **ДЕСТИНАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА В РЕГИОНЕ**

**Аннотация.** Разработаны теоретические основы дестинационной модели формирования кластера туризма и ремесел в регионе с использованием цифровых технологий. Развитие туристско-ремесленной деятельности на основе закона спроса и предложения, увеличения ее изменения в объеме валового внутреннего продукта и услуг на душу населения, обеспечения жителей новыми рабочими местами в регионах, а также организационно-экономических механизмов управления на предприятиях отрасли.

**Ключевые слова:** туристско-ремесленный кластер, модель дестинации, стратегия развития ремесла, цифровые технологии, эмпирическая модель, эконометрическая модель, результаты прогнозирования, информационная система, эндогенные переменные, экзогенные переменные.

DOI: <https://doi.org/10.47390/SPR1342V3SI8Y2023N17>

## Kirish

Qashqadaryo viloyati Respublikaning boy sayyohlik va hunarmandchilik salohiyatiga qaramay, uning ko'pgina hududlari hali ham turistik va rekreatsion rivojlanish nuqtai nazaridan kam o'rganilgan. O'zbekiston Respublikasining turistik va rekreatsion faoliyatni rivojlantirish uchun jozibador mintaqalaridan biri Qashqadaryo viloyatidir. Boy tabiiy resurslar va tarixiy-madaniy merosga ega hamda keyingi yillarda O'zbekiston Respublikasi hukumatining, shuningdek, turizm sohasi olimlari va mutaxassislari viloyatining diqqat markazida bo'lib kelmoqda.

Jahonda global o'zgarishlar tendensiyalari so'nggi davrda turizm hunarmandchiligi sohasining yaratilayotgan yalpi ichki mahsulot tarkibidagi o'sish sur'ati ortib borayotganligini ko'rsatmoqda. Turizm hunarmandchilikni rivojlantirish bilan bog'liq omillar turizm faoliyatini kengaytirish hamda uni boshqarish jarayonlarini takomillashtirish orqali iqtisodiy taraqqiyotni ta'minlash zarurati yuzaga kelmoqda. Butunjahon turizm tashkiloti (BTT) ma'lumotlari bo'yicha «sayyoramizdagi ishlab chiqarish-xizmatlar bozori aylanmasining 10 foizi turizm sohasining hissasiga to'g'ri keladi. 2022 yilga borib xalqaro turizm sayohatlaridan olinadigan daromadlar bir yilda 2,0 trillion AQSH dollarini tashkil qilishi prognoz qilinmoqda»[1]. Shuning uchun jahon iqtisodiyotini rivojlantirishda turizm hunarmandchiligining taraqqiyoti nisbatan ustuvorlikka ega bo'lib, bu esa sohada boshqaruv bilan bog'liq metodologiyani takomillashtirishni talab etadi.

Mintaqada turizm hunarmandchiligini rivojlantirishning destinatsion yondashuvi. Destinatsion yondashuvi doirasida sayyohlik hududlarni turistik oqimlarni yuzaga keltiruvchi hududlar tomon siljitish va hunarmandchilik mahsulotlarini sotish imkoniyatlari vujudga keladi. Xalqaro va ichki turistik bozorlarni o'zlashtirishda, ko'pgina tadqiqotchilarning fikriga ko'ra, «mahalliy turistik destinatsiyalar samarali hisoblanadilar»[2]. «Turistik destinatsiya» (tourist destination) atamasini ilk marta Yangi Zelandiyalik olim N.Leyper tomonidan 1979 yilda «turistlar uchun jozibadorlikka ega bo'lgan geografik hudud» talqinida ilmiy ayirboshlashga kiritilgan[3].

Turizmga bag'ishlangan xorijiy va mamlakatimizdagi adabiyotlarda turizm obyektini sifatidagi «turistik destinatsiya» tushunchasining turli modellari mavjud.

Turistik destinatsiyaning tizimli modeli. Yangi Zelandiyalik olim N.Leyper o'zining turistik destinatsiya modelida sayyohlik bilan o'zaro aloqada bo'ladigan to'rtta quyidagi hudud turlarini ajratib ko'rsatadi.

- 1) turistlarni yuboradigan va ularning yashash joylari bilan bog'liq bo'lgan turistik oqimlarni vujudga keltiruvchi hududlar;
- 2) sayyohlarni hududgacha yetkazish va qaytarish bilan bog'liq bo'lgan tranzit hududlar;
- 3) turistlarning borib sayohatini amalga oshiradigan hudud;
- 4) sayohatgohni tanlashga ta'sir o'tkazuvchi atrof muhit.

Turistik destinatsiya turizm tizimining asosiy yadrosi, muhim elementi hisoblanadi. Turizmning konseptual modeli asosida turizm sohasi tizim sifatida turizm subyekti va obyektini tizim ostilarini o'z ichiga qamrab oladi. Bunda turistik subyektni turistlar tashkil etilsa, uning obyektini turistik resurslar va turistik xizmatlarni ko'rsatadigan korxonalar hamda

tashkilotlardan tarkib topadi. Turistlar bu tizim doirasida agar talabni ifodalanuvchilari yoki xaridorlar bo'lsalar, ularning qarshilarida sotuvchilar – turistik tovar va xizmatlarni ta'minlovchilar turadilar.

Turistik hududning geografik modeli. Rossiyalik olim Morozov M. A. sayyohlar uchun ma'lum bir jozibadorlikka ega bo'lgan geografik hudud sifatida turistik destinatsiyani belgilaydi. Ushbu ta'rifda jozibadorlik asosiy tafsilot hisoblanib, u turli sayyohlar guruhlariga uchun turli xil bo'lishi mumkin[4]. Ushbu model klasterlar joylashgan hududga bog'liq bo'lgan "Kartografik taksonomiya" degan yondashuvga asoslanadi[5]. "Taksonomiya" (yunon tilidan "taxis" – o'rnashgan joy va "nomos" - qonun) - voqelikning murakkab sohalari, odatda iyerarxik tuzilish (geografiya obyektlari)ga ega bo'lgan voqelikning murakkab sohasini tasniflash va tizimlashtirish nazariyasidir. Bunda "Kartografik taksonomiya" deganda, mualliflar turistik resurslar, xususiyatlari va turistik hududlarning rivojlanish omillari to'g'risidagi ma'lumotlarni kartografik taksonomiya yordamida taqdim etish usuli deb, tushunadilar. "Kartografik takson" esa o'rganilayotgan obyektning yagona resurs (ko'rsatkichi) ni o'z ichiga oladigan hududiy birliklari to'plami sifatida talqin etiladi. "Hududiy birlik" - xaritada 1x1 kilometr gorizont tekislikka mos keladigan, unga berilgan tartib raqami (koordinatalari) bo'lgan hududning maydoni nazarda tutiladi.

Nikolayev S.S. o'z tadqiqotlarida turistik destinatsiyaning ijtimoiy-madaniy modeli ishlab chiqqan. Bu model turistik hududlarning marketing tomonini ham ko'rib chiqadi[6]. Turistik hududning ijtimoiy-madaniy modeli marketing yoki talabni shakllantirish bilan bog'liq. Bu modelga muvofiq, turistik destinatsiya - bu na faqat turistik talabning namoyon bo'ladigan joy, balki, turistlar bilan doimiy ravishda aloqada bo'lgan mahalliy aholi yashaydigan manzil hamdir.

### **Tadqiqot metodlari**

Turizm va hunarmandchilik faoliyatini talab va taklif qonuni asosida rivojlantirish, uning yalpi ichki mahsulot va aholi jon boshiga to'g'ri keluvchi xizmatlar hajmidagi o'zgarishini oshirish, hududlarda aholini yangi ish o'rinlari bilan ta'minlash hamda soha korxonalarida boshqaruvning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish bo'yicha ilmiy tadqiqotlar olib borilmoqda. Shu jihatdan hunarmandchilik korxonalaridagi gorizont va vertikal boshqaruv tuzilmalarini kengaytirish, raqamli bronlash tizimlaridan global va lokal darajada foydalanish, faoliyat samaradorligini ta'minlovchi destinatsion boshqaruv modellari va mexanizmlarini zarur element (tuzilma ishtirokchilari, boshqaruv usullari, resurs komponentlari)lar bilan to'ldirish orqali takomillashtirish, shuningdek, hududiy (mezo, makro) darajada multiplikativ samarani keltirib chiqarish, hunarmandchilik resurs bazasiga ega mamlakatlarda turizm hunarmandchiligi faoliyatini boshqarish metodologiyasini takomillashtirish bo'yicha ilmiy tadqiqotlar olib borish ustuvor yo'nalishlardan hisoblanadi.

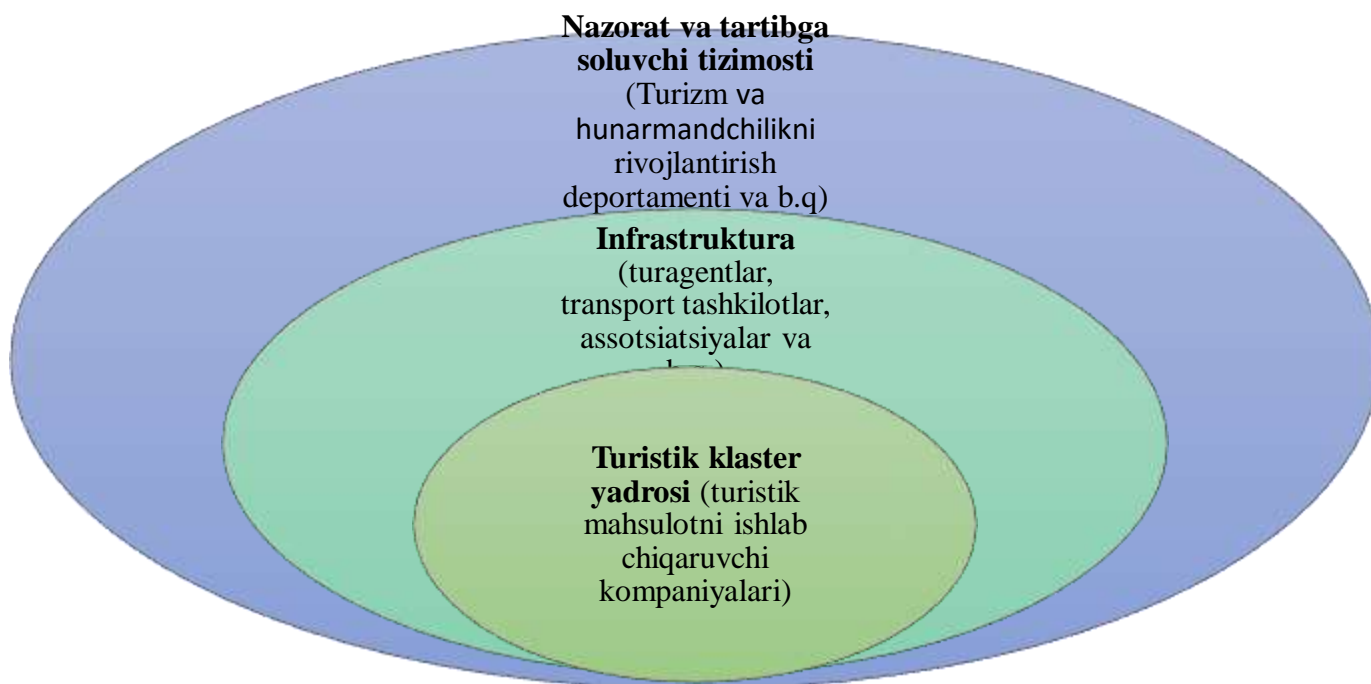
Mintaqada turizm va hunarmandchilikni klasterlarini klasterlarini xususan, Qashqadaryoda klasterni shakllantirishning muhim bosqichlaridan biri mukammal klaster modelini tuzishdan iborat. M.Porter tomonidan klasterning iqtisodiy modelini mukammal darajada tuzish yo'lini ko'rsatilgan. Uning to'rtta "brilliant romblari": 1) strategiya, tuzilish va raqobat; 2) talabning holati; 3) omillar uchun shart-sharoitlar; 4) turdosh va qo'llab-quvvatlovchi sohalarning yig'indisi, aynan qiymat yaratish bilan bog'liq tuzilmalarini shakllantirishini yorqin ifodalaydi. Uning mashhur "brilliant romblari" turli tarmoq va sohalarda klaster modellarini yaratishda metodologik asos sifatida xizmat qilib kelmoqda.

Mintaqa klaster yondashuvida turizm va hunarmandchilikni xalqaro miqyosda rivojlantirish maqsadida, sayyohlik amaliyotida qo'llanib kelinayotgan ilg'or klaster modellarini o'rganib, ularni turistlar tashrif buyuradigan diqqatga sazovor joy (destinatsiya)larini qay darajada inobatga olganligi bo'yicha uchta turlarini ajratishni maqsadga muvofiq, deb hisoblaymiz. Bular:

1. Turizm va hunarmandchilik klasterlarni shakllantirishning tarmoq modellari.
2. Turizm va hunarmandchilik klasterlarini shakllantirishning mintaqaviy modellari.
3. Turizm va hunarmandchilik klasterlarni shakllantirishning turistik hudud (destinatsion) modellari.

Turizm va hunarmandchilik klasterlarini shakllantirishning tarmoq modellari sanoat, qishloq xo'jaligi va boshqa tarmoqlarda yaratilgan ilg'or klasterlarni turizm sohasiga transformatsiya qilish yo'li bilan moslashtirish asnosida, Turizm va hunarmandchilik klaster modellarini shakllantirilganligi bilan tavsiflanadi. Ularning asosini klaster yadrosi tashkil etadi. Bunda, klaster yaratish tamoyili: "avval yadro, keyin klaster" hisoblanadi. Dastlab klaster yadrosini tashkil qilib, keyin uning negizida klasterning o'zi yaratiladi. Poydevor rolini klaster yadrosi va ustqurma sifatida hamkor korxonalar va biznes muhit xizmat qilib kelgan. Ularning o'ziga xos xususiyati – bitta katta korxonada atrofida bir nechta kichik korxonalarini birlashtirishdan iborat. Bunday klaster modellari, odatda, uch qatlamli tuzilishga ega (1-rasm) bo'ladilar.

1-rasmdan ko'rinib turibdiki, turistik klasterining tarmoq modelining birinchi, markaziy qatlami – "klaster yadrosi" deb, nomlanadi va u klaster xo'jaligining asosiy mahsulot va xizmatlarini yaratadigan lider korxonalar va tashkilotlardan tarkib topadigan tuzilma sifatida shakllantiriladi va mijozlarni o'ziga tortadigan markaz rolini o'ynaydi. Turistik klasteri yadrosiga turoperatorlik va turagentlik firmalari, mehmonxonalar, ovqatlanish maskanlar, hordiq chiqarish inshootlar, transport xizmat ko'rsatuvchilar kiradi. Klasterning ikkinchi qatlami asosiy va qo'shimcha korxonalar va tashkilotlarining faoliyatini qo'llab-quvvatlaydigan infratuzilmalardan iborat bo'ladi. Uchinchi qatlami esa turizmni rivojlantirish departamenti va boshqa nazorat hamda tartibga soluvchi tizimosti organlaridan iborat.



**1-rasm. Turistik klasterining tarmoq modeli<sup>1</sup>**

Ushbu modelning kamchiligi hunarmandchilik turizmining o'ziga xos xususiyatini inobatga olmasligida, deb hisoblaymiz. Gap shundaki, hunarmandchilik turizmining o'ziga xos xususiyati va uning sanoat, qishloq xo'jaligi va boshqa tarmoqlardan farqi shundaki, turistik xizmatlari mijozlari yashaydigan manzillarga etib ko'rsatilmadan, aksincha, bo'lajak sayyohlar o'zlari yashaydigan joydan chiqib, turizm hududiga kelgan holda ushbu xizmatlardan foydalanadilar. Ya'ni, tovar mijoz tomon emas, aksincha, mijoz tovar tomon harakatlanadi. Xorijlik sayyohlar mamlakatimizdagi obidalarni ko'rish yoki muqaddas joylarni ziyorat qilish istak-xohishini amalga oshirishi uchun, ularning O'zbekistonga tashrif buyurishiga to'g'ri keladi. Shuning uchun, ziyorat turistik klaster modelini shakllantirishda klaster yaratishning qo'shilgan qiymat zanjirini yaratish maqsadida korxonalarni birlashtirish (tarmoq jihati) bilan bir qatarga, uning hududga mansubligi, birlashtiradigan korxonalarining territorial yaqinligi (hudud jihati)ni ham inobatga olish zarur, deb hisoblaymiz.

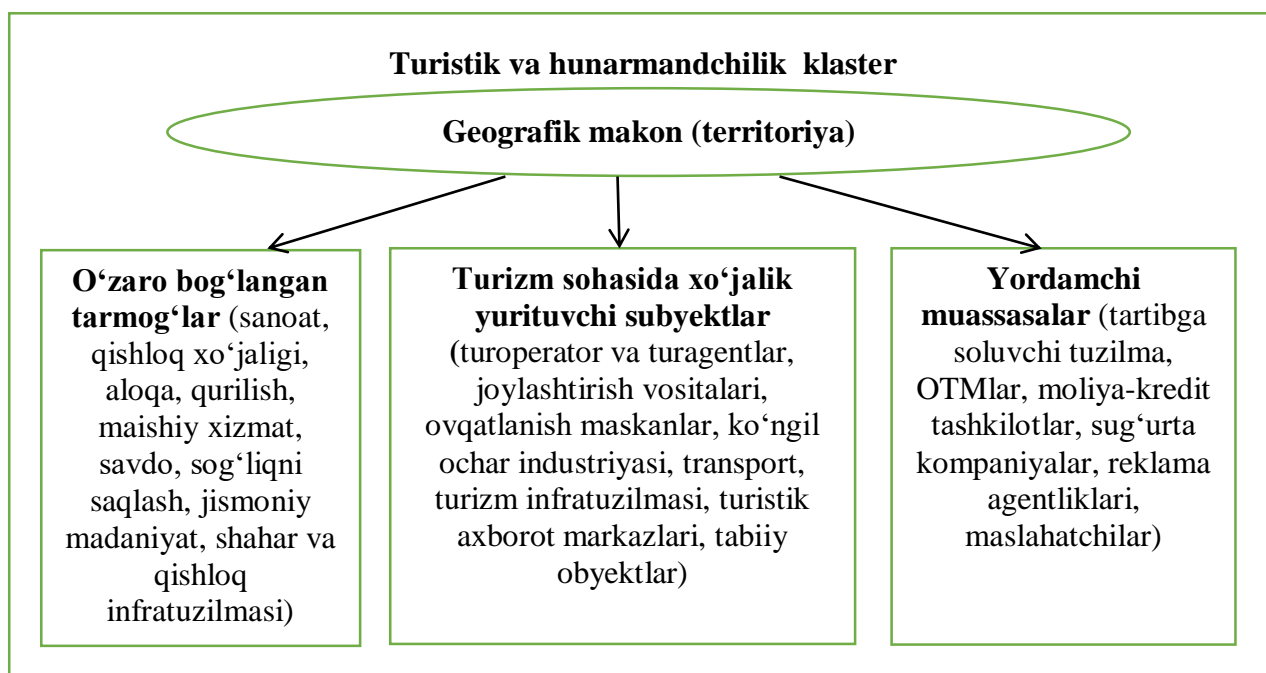
Turizm va hunarmandchilik klasterlarini shakllantirishning mintaqaviy modellari hududlardagi sayyohlik salohiyatidan oqilona foydalanish va ularning raqobatbardoshligini oshirish maqsadida shakllantiriladi. "Mintaqaviy klaster, - amerikalik iqtisodchi M.Enrayt ta'rifiga ko'ra, - bu bir yoki bir nechta bir-biriga bog'langan iqtisodiyot tarmoqlarida faoliyat ko'rsatadigan firmalarning geografik birlashmasidir. Mintaqaviy klaster kichik va o'rta korxonalar joylashgan sanoat rayoni; umumiy ishlab chiqarish usullardan foydalanish va rivojlanish bilan bog'liq bo'lgan yuqori texnologik firmalarining konsentratsiyasidan iborat bo'lishi mumkin"[12].

Mintaqaviy turistik klaster - bu "gorizontal aloqalar bilan birlashtirilgan turizm sohasi va u bilan bog'langan turli tarmoqlardagi korxonalar majmuida ifodalangan turizmni hududiy tashkil etish shaklidir". Mintaqaviy turistik klasterlarning o'ziga xos xususiyatlari

<sup>1</sup> Кизим А.А., Вальвашов А.Н., Кулькова И.В. Повышение инвестиционной привлекательности региона на основе развития туристического кластера. Региональная экономика: теория и практика. 2010.№ 26 (161). С.52-59.

birlashtirilgan korxonalar o'rtasida gorizontaal ravishdagi aloqalarni o'rnatishdan iborat. Bunda, klaster ishtirokchilarning kooperatsiyasi va ularning raqobati asosida yaratib, barcha uyushtirilgan korxonalar va tashkilotlar umumiy maqsadga erishish uchun ishlaydilar.

Turizm va hunarmandchilik klasterlar mintaqaning turli hududlarida yaratiladi. Ular mikrodarajada - mintaqacha ichidagi turistik klaster; mezodarajada - mintaqaviy turistik klaster; makrodarajada - mintaqalararo turistik klaster shakllarida tuziladi. Mintaqaviy turistik klasterlar geografik makon negizida shakllantiriladi (2-rasm).



## 2-rasm. Turizm va hunarmandchilik klasterining mintaqaviy modeli

2-rasmdan ko'rinib turibdiki, turistik klasterning mintaqaviy modelining poydevorini geografik makon va uning ustqurmasini turizm sohasida xo'jalik yurituvchi subyektlar va u bilan bog'liq tarmoqlar hamda yordamchi muassasalar tashkil etadi. Turli hududlarda mintaqaviy turistik klasterlarning tuzilishi mintaqadagi turistik resurslarning hududiy birlashuviga, turli ixtisosliklar bo'yicha turistik korxonalar konsentratsiyasining shart-sharoitlariga qarab tarkibiy qismlarga farqlanadi.

Biroq, turistik klasterlarini shakllantirishning mintaqaviy modellarida asosiy e'tiborni gorizontaal aloqalarga qaratib, vertikal aloqalar yetarli darajada inobatga olinmasdan qolmoqda va bu holat klaster ichida raqobatni rivojlantirishga to'sqinlik qiladi. Modelda klaster ko'proq turistik zonalar va majmualarga o'xshab ketadi. Ushbu modelda geografik yondashuv qo'llanilgan bo'lib, unda asosiy e'tibor turistik taklif omillariga, joylarning turistik salohiyatiga qaratib, hududlarning sayyoh va ziyoratchilar nigohidan jozibadorligi, ularning marketing jihati e'tibordan chetga qolgan.

Shuningdek, ushbu modellarning mualliflari ikkita o'xshash - "mintaqaviy turizm" va "turistik hudud" tushunchalari o'rtasidagi tafovutlarni inobatga olmasdan, ularga aynan bir xil ma'nodosh atamalar deb qaralmoqda. V.A.Kvartalniy va I.V.Zorinning ta'riflariga ko'ra, "mintaqaviy turizm ma'lum bir mintaqaga xos bo'lgan turizm faoliyati, turizmni rivojlantirish sharoitlari va shunga o'xshash turistik rivojlanish darajasiga ega bo'lgan mamlakatlar yoki

hududlar majmuidir". Mintaqaviy turizm manfaatlari nuqtai nazaridan mintaqaga, birinchidan, turistlarga xizmat ko'rsatuvchi turistik qiziqish obyektlari va infratuzilma joylashgan muayyan hudud sifatida qaraladi. Ikkinchidan, mintaqa malakali ishchilar bilan ta'minlash, turistik hududlarni shakllantirish va boshqarish orqali mintaqada turizmning barqaror rivojlanishini ta'minlovchi ijtimoiy-iqtisodiy majmuadir[7].

"Turistik hudud" va "mintaqaviy turizm" tushunchalarining umumiyligi ularning geografik xususiyatida, ma'lum territoriya bilan bog'langanligidadir. "Turistik hudud" tushunchasi "mintaqaviy turizm" dan farqli ravishda ham geografik va ham mahsulot birligi sifatida yuzaga chiqadi. Ya'ni, turistik hudud turistlar tomonidan o'z sayyohlik maqsadlarini amalga oshiradigan turistik joy sifatida tavsiflanadi va xorijiy adabiyotlarda "turistik destinatsiya" iborasi bilan ifodalanadi. Agar "turistik hudud" geografik va mahsulot birligi bo'lsa, "mintaqaviy turizm" faqat geografik birligidir. "Turistik hudud" turizm sohasida "strategik biznes birligi" sifatida namoyon bo'ladi va klaster usulida turistik biznesni yuritishda muhim ahamiyat kasb etadi. Shuning uchun turistik klaster modellarini shakllantirishda turistik taklif bilan bir qatorda turistik talabni ham hisobga olishga imkon beradigan destinatsiya jihatini ham e'tiborga olish maqsadga muvofiq bo'lar edi. Shu sababdan, ziyorat turistik klasterlarini shakllantirishda yangicha yondashuv kerak bo'ladi.

Klasterlarni shakllantirishning turistik hududiy (destinatsion) modellari turistlar tashrif buyuradigan mahalliy hudud (joy)lari negizida klasterlarni yaratish bilan tavsiflanadi. Chunki, sayohat va ziyorat ma'lum bir diqqatga sazovor va muqaddas joylarda amalga oshiriladi. Odatda, sayyohlar va ziyoratchilar sayohat va ziyorat qilish uchun bir necha joylarni tanlab boradigan joyining turistik destinatsiyasini shakllantiradilar.

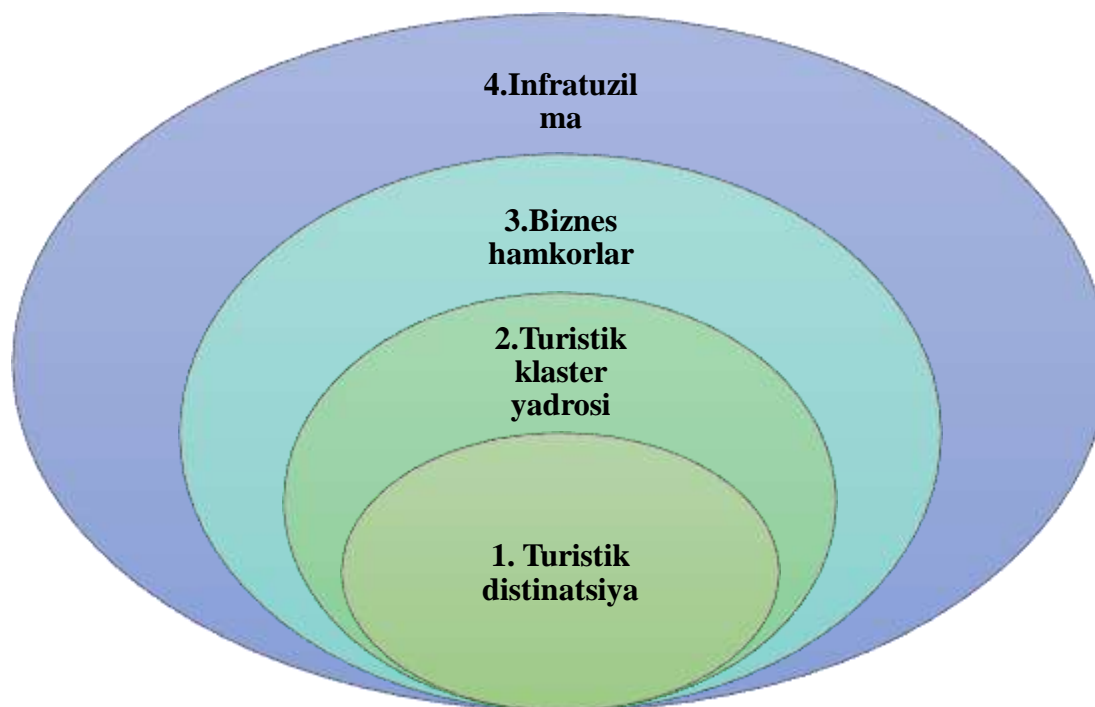
Hududiy turistik klasterning tub belgilaridan biri, uning joylarda mahalliyashtirilganligida namoyon bo'ladi. Klaster doirasida mahalliyashtirish ichki guruhda umumiy, ko'pincha noformal, intensiv va chambarchas bog'langanlikni ifodalaydi. Mahalliyashtirish tufayli klaster qatnashuvchilari o'rtasida g'oyalar, yangi texnologiyalar to'g'risidagi axborotlarni o'rtoqlashish imkoni paydo bo'ladi. Shu sababdan klasterlar, birinchi navbatda hudud darajasidan rivojlanib boradilar. Turistik klasterlar muayyan hudud bilan bevosita bog'liqligi tufayli "turistik destinatsiya" tushunchasining tarkibiy qismi sifatida amal qiladi. YA'ni, turistik klasterlar turistik destinatsiyalarning tarkibiy qismi hisoblanadi. Xorijiy sayohlik biznesi tajribasida aynan destinatsiya turizmning asosiy elementi va uning raqobat ustunligini ta'minlovchi omil sifatida tan olinadi[33].

Polsha olimlari A.Malakauskaynte va V.Naviskas (A.Malakauskaite, V.Navickas) tomonidan yaratilgan "Klasterlashtirilgan turistik destinatsiya modeli"da turistik hududlar negizida turistik klasterlarni yaratish sa'y-harakatlari amalga oshirilgan. Ular tavsiya etgan model boshqa modellarga nisbatan turistik klasterlarini shakllantirishda tayanch asos sifatida "turistik destinatsiya" tanlab olingan (3-пачм). Ushbu modelning o'ziga xos xususiyati uning to'rt qatlamli destinatsion yondashuvligida. U yuqorida ko'rib chiqilgan klasterning tarmoq va mintaqaviy modellariga nisbatan turistik destinatsiyani klaster shakllantiruvchi poydevor sifatida tanlab, uning ustqurmasida an'anaviy uchta – klaster yadrosi, hamkor tashkilotlar va infra- va infotuzilmalarni barpo etgan.

Turistik klasteri yadrosini "turistik destinatsiya" negizida yaratish, fikrimizcha, turistik klasterlashtirishning to'g'ri yo'lidir. Chunki, mutaxassislarning fikricha, klasterlarni shakllantirishning ilk bosqichi uning joylashish sarhadini aniqlab olishdan iborat. Bu bosqichda

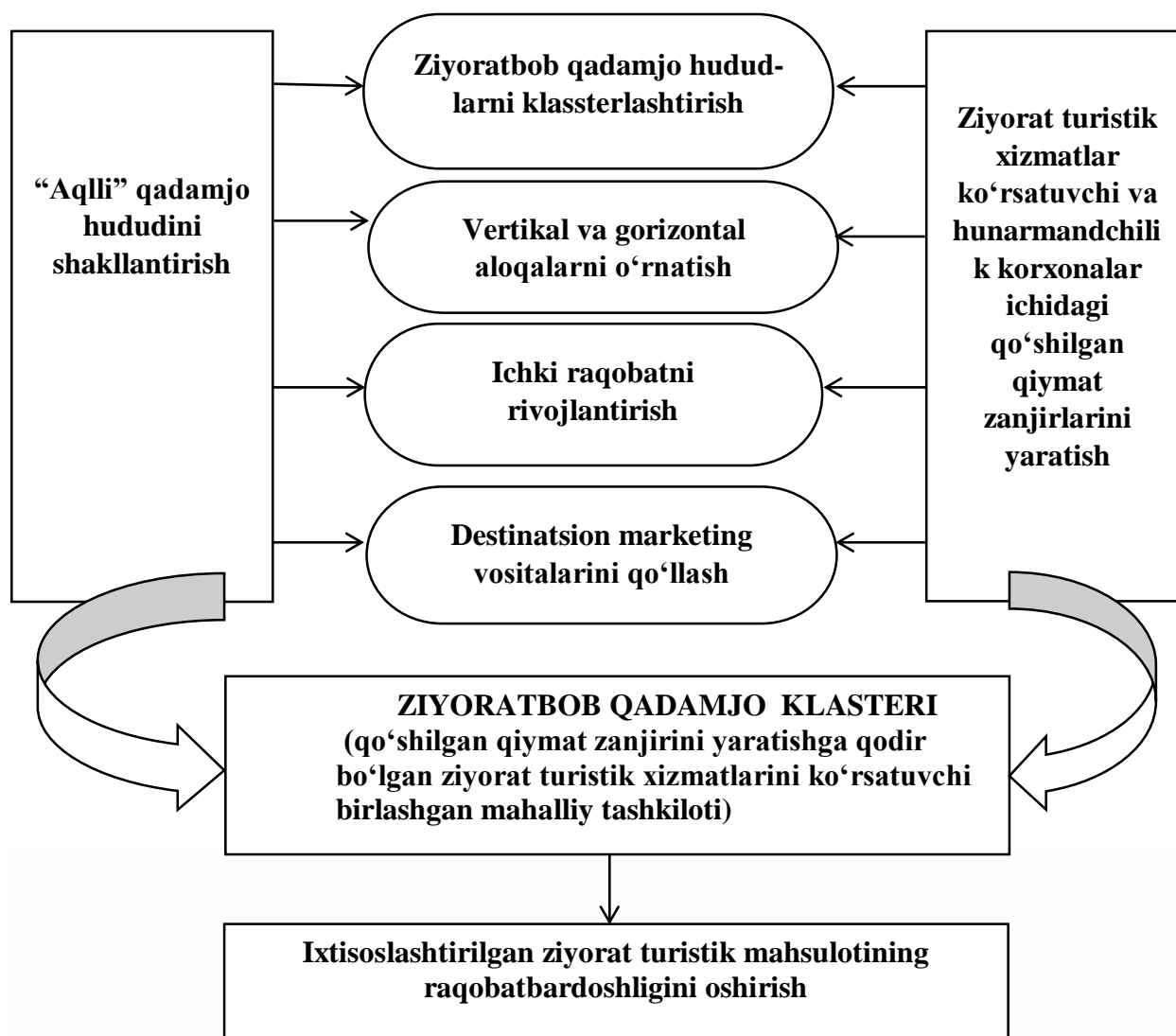


mazkur hudud klaster xususiyatlariga javob berishi, ushbu hududda noyob sayyohlik resurslari yoki diqqatga sazovor joylarning mavjudligi hamda klaster tuzilmasida davlat va notijorat tashkilotlarining borligi, ularning klaster bilan qanday aloqadorligini aniqlaydi. Ushbu bosqichdan o'tish sayyohlik klaster haqiqatan ham mavjud ekanligini ko'rsatadi va so'ngra uning tarkibiy tuzilmasini - klaster yadrosini, bir-biriga yaqin, o'zaro bog'liq va klasterga xizmat ko'rsatadigan korxonalar hamda klaster infratuzilmasini shakllantirish mumkin bo'ladi.



### **3-rasm. Klasterlashtirilgan turistik destinatsiya modeli**

Turistik klasterlarni shakllantirishning to'rt qatlamli destinatsion yondashuvini inobatga olgan holda va turizm hunarmandchiligi klasterining organik tuzilishdan kelib chiqib hunarmandlar joylashgan muqaddas joylarning "klasterbop qadamjo" aniqlovchisi (determinanti) negizida, biz "Turizm hunarmandchilik klasterini shakllantirishning "aqlli" turistik hudud (destinatsion) modeli"ni quyidagi ko'rinishda tavsiya etamiz (4-pacm).



**4-rasm. Ziyoratbob qadamjolar klasterini shakllantirishning "aqli" turistik hudud (destinatsion) modeli**

4-rasmdan ko'rinib turibdiki, ziyorat turistik klasterini shakllantirishning "aqli" turistik hudud modeli klasterning territorial va tarmoq jihatlarini aks ettiradigan ikkita nisbatan mustaqil qismlardan iborat:

Birinchisi, turistik hududda AKT va Internet imkoniyatlaridan keng foydalanish oqibatida "aqli" ziyorat hududini shakllantirish. "Aqli" ziyorat hududining mazmun-mohiyati, uch darajali smart modeli va klaster shakllantiruvchi xususiyati dissertatsiyaning 1.3 paragrafida batafsil yoritib berilgan. Muqaddas joylarni ziyorat klasterlarga aylantirish natijasida klasterbop "aqli" ziyorat hududlari vujudga keladi va ular klaster shakllantiruvchi tayanch asos sifatida xizmat qiladilar.

Ikkinchisi, ziyorat turistik xizmatlar ko'rsatuvchi firmalar ichidagi qo'shilgan qiymat zanjirlarini yaratish. "Qo'shilgan qiymat zanjiri" M.Porter ta'biriga ko'ra, "kompaniyaning o'z mahsulotlarini yaratish, ishlab chiqarish, marketing, yetkazib berish va xizmat ko'rsatishga qaratilgan turli tadbirlari majmui"[8], deb tushuniladi. Qo'shilgan qiymat zanjiri klaster doirasida xo'jalik yurituvchi subyektlarining qiymatini ko'paytirish imkonini yaratadi. Ziyorat turistik xizmatlarini ko'rsatish jarayonida yaratilgan qo'shimcha qiymat qanchalik yuqori bo'lsa, klasterda tadbirkorlik faoliyati shunchalik samarali bo'ladi. Shuning uchun qo'shilgan

qiymat zanjirlarini yaratishga qodir ziyorat turistik xizmatlar ko'rsatuvchi firmalarni birlashuvi evaziga ziyorat turizmini tashkil etishning klaster shaklini vujudga keltiradi.

Qayd qilish joizki, turizm hunarmandchilik hududlarni shakllantirish va firmalar ichidagi qo'shilgan qiymatni yaratish jarayonlarining o'zaro aloqadorligi va o'zaro ta'siri natijasida ziyorat klasteri vujudga keladi. Muayyan qadamjolar negizida qo'shilgan qiymat zanjirini yaratishga qodir bo'lgan qadamjo turistik xizmatlar ko'rsatuvchi birlashgan mahalliy tashkilotni tuzishga ko'maklashadigan tashkiliy va iqtisodiy dastak, vosita va usullarini aniqlashtirib olish kerak. Biz tavsiya etilayotgan konseptual modeldagi qarama-qarshi tomonlarida joylashtirilgan ikkita yetakchi tarkibiy qismlarining uzviy bog'lanishi, fikrimizcha, to'rta tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari orqali amalga oshirish mumkin. Bu mexanizmlar 4-chi rasmda ikkita klaster shakllantiruvchi yetakchi qismlarining o'rtasida joylashtirilgan. Qadamjo klasterini shakllantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari tarkibiga biz quyidagilarni tavsiya etamiz: qadamjo hududlarni klasterlashtirish; vertikal va gorizontal aloqalarni o'rnatish; ichki raqobatni rivojlantirish; destinatsion marketing vositalarini qo'llash.

Qadamjo ziyorat klaster tuzish modelining ushbu tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarining har birini ko'rib chiqamiz.

Qadamjo ziyorat hududlarni klasterlashtirish deganda biz muqaddas joylarni ziyorat klasterbopligini aniqlash mezonlari bo'yicha turli sifat darajalarga bo'lish jarayonini nazarda tutamiz. Biz muqaddas joylarning ziyorat klasterboplik darajasini aniqlash metodologiyasi va mezonlarini ishlab chiqib, ular asosida muqaddas joylarning ziyorat klasterbopligini to'rta: 1) "muqaddas maskan"; 2) "diqqatga sazovor muqaddas joy"; 3) "jozibador ziyorat hududi"; 4) "klasterbop ziyoratgoh" sifat darajalariga bo'lingan. Muqaddas joylarning bunday tasniflash ziyorat klasterining poydevorini yaratish, uning sarhadlarini aniqlashga xizmat qiladi. Hududiy turistik klasterni yaratishning muhim sharti joylarda turistik va infratuzilma obyektlarining mavjudligidir. Turistik klaster bitta cheklangan hudud doirasida turistik xizmat ko'rsatuvchi o'zaro bog'langan korxonalar va tashkilotlarning konsentratsiyalashganlik darajasi bilan tavsiflanadi. Ziyorat turistik klasterining hududiy yaqinligi muqaddas joylar bilan bog'liq. Demak, ziyoratchi avval safar maqsadi asosida o'z "ziyosat hududi" ni shakllantiradi-da, so'ngra tanlangan ziyorat hududiga to'g'ridan-to'g'ri safar qiladi. N. V. Rubsova haqli ravishda "chegaralardagi o'zgarishlar va turistik yo'nalishlarning roli turistik klasterning geografik konsentratsiyasini belgilaydi"[9], deb ta'kidlaydi. Aynan klasterbop ziyoratgoh, fikrimizcha, klaster yadrosi hosil qiladigan poydevor sifatida xizmat qiladi.

Vertikal va gorizontal aloqalarni o'rnatish. Qadamjo ziyorat turizmini klaster usulida tashkil etish ziyorat turistik xizmatlar majmuasining texnologik zanjirini yaratishni taqozo etadi. Buning uchun xizmat ko'rsatish jarayonining barcha ishtirokchilarini bir-biriga birlashtirish kerak bo'ladi. Bunday klaster birlashuvi vertikal integratsiya doirasida amalga oshiriladi. "Vertikal integratsiya - bozorda qo'shimcha raqobat ustunliklariga ega bo'lish maqsadida mahsulot ishlab chiqarish, sotish va marketingi bosqichlarida ishtirok etuvchi ilgari mustaqil xo'jalik yurituvchi subyektlarning iqtisodiy, moliyaviy va tashkiliy birlashuvidir"[38]. Bunday integratsiyada qadamjo ziyorat klasteri doirasida yagona texnologik jarayonlarning birlashishi amalga oshiriladi va pirovardida ziyorat klasteri xizmat majmuasining barcha zanjir halqalari klaster nazoratiga o'tadi. Klaster endi xizmatlarni yetkazib beradigan vositachilari bilan hamkorlik qilmasdan, yetkazib beruvchi firmalarni klasterning ajralmas qismiga

aylantiradi. Vertikal integratsiya natijasida tranzaksion xarajatlarning kamayishi va butun xizmat ko'rsatish jarayonini jadallashishi tufayli xizmatlar tannarxi pasayadi.

Klaster doirasida gorizontal integratsiya jarayonida yagona texnologik zanjir bilan bog'liq bo'lmagan korxonalarining birlashuvi amalga oshiradi. Gorizontal aloqalar biznes hamkorlar o'rtasida kooperatsiya munosabatlariga asoslanadi. Bunday aloqalar turistik klasterda banklar, mehmonxonalar, turoperatorlar, umumiy ovqatlanish korxonalar, konsalting firmalar va boshqa turizm bilan bog'liq tashkilot va muassasalarning birlashuvida namoyon bo'ladi. Gorizontal integratsiya klaster doirasida biznes hamkorlar o'rtasida kooperatsiya munosabatlariga asoslanadi. Gorizontal integratsiya – korxonalarining bir yoki bir necha tarmoqlar doirasida integratsiyalashuvi turidir. Bunday integratsiya bir firma shu xizmat ko'rsatish sohasida va shu xizmat ko'rsatish darajasida bo'lgan boshqa firmani o'z nazoratiga olganda yoki o'z zimmasiga olganda yuzaga keladi. Ishlab chiqarishning bir xil bosqichlarida, savdo zanjirining bir bo'g'inida, bir xil sanoat sohasida bir xil bozor segmentida ishlaydigan va raqobatlashadigan va bir xil yoki o'xshash mahsulotlar ishlab chiqarishga ixtisoslashgan yoki o'xshash xizmatlar yoki shunga o'xshash xizmatlarni taqdim etadigan firmalarning integratsiya turidir. Gorizontal integratsiyaning ijobiy oqibatlariga quyidagilar kiradi: ishlab chiqaruvchilar sonini kamaytirish; sinergetik samara olish; yetkazib beruvchilar va iste'molchilarning bozor ta'sirini kamaytirish; raqobat ustunliklariga ega bo'lish; ishlab chiqarish jarayonini himoya qilish va pozitsiyaning barqarorligini ta'minlash maqsadida raqobat to'qnashuvidan xavf darajasini kamaytirish.

Ichki raqobatni rivojlantirish. Klasterning firma, kompaniya, korporatsiya va boshqa xo'jalik yuritish shakllaridan farqli o'laroq, o'z tarkibiy bo'linmalari o'rtasida ichki raqobat uchun qulay imkoniyatga egaligida. Mutaxassislarining fikricha, "klasterlashtirishning sinergetik samarasini raqobat oldi birlashuvi ta'minlaydi". Klaster ichida raqobatni ta'minlashda "Raqobat benchmarking", deb nomlangan klaster shakllantirish vositasi muhim rol o'ynaydi. Benchmarking (ingliz tilidan "bench" — "daraja", "mark" — "belgi") o'z biznesini yaxshilash maqsadida boshqa kompaniyalardan bilim va ma'lumot olish uchun o'rganishni bildiradi. Benchmarking – mavjudlaridan eng yaxshi boshqaruv va biznesni yuritish usulini topish va o'rganish jarayonidir. Boshqacha aytganda benchmarking yetakchi korxonalarining ilg'or tajribalaridan foydalanish, ilg'or tajribani orttirish, etalon qiyoslash degan ma'nolarini bildiradi. Benchmarking amaliyotining eng ko'p tarqalgan turlariga: ichki, funksional, global, umumiy va uyushmali qiyoslash, raqobatbardoshlik benchmarking va jarayon benchmarking kiradi[10]. Raqobat benchmarking jarayoni ketma-ket harakatlarning quyidagi bosqichidan iborat[11]: takomillashtirishni taqozo etadigan biznes-jarayonlar va vazifalarni aniqlab olish; tahlil qilinadigan ko'rsatkichlarni aniqlash; o'rganilayotgan sohaning ichidagi va tashqarisidagi eng yaxshi iqtisodiy subyektlarni birday qilish; tanlangan yo'nalish bo'yicha to'plangan ko'rsatkichlarni baholash; o'lchovlar haqida ma'lumotlarni tayyorlash; liderlik va o'z ko'rsatkichlarini taqqoslash va tahlil qilish; o'tkazilgan tadqiqotlar asosida xatolar ustida ishlash; ishlab chiqish, amalga oshirish va yakunlash.

Destinatsion marketing vositalarini qo'llash. Klaster yondashuvida ziyorat turistik faoliyatini samarali tashkil etish uchun bu sohada "destinatsion marketing" konsepsiyasini qo'llash lozim. Destinatsion marketing – bu turistik talabni boshqarishning hududiy usul va shakllaridir. U turistik hududning sayyohlik xizmatlarga bo'lgan talabning darajasi va tarkibini shakllantirish hamda mazkur turistik talabning vujudga kelish vaqtini aniqlash bilan

shug'ullanadi. Destinatsion talab va hududiy taklifning integratsiyasi natijasida turistik-jozibali joylar turistik destinatsiyalarga aylanadi. Ziyorat klasterlarini yaratish jarayonida, bizning fikrimizcha, turistik xizmatlar bozori bilan bog'liq bo'lgan to'rtta qo'yidagi destinatsion marketing vositalaridan foydalanish maqsadga muvofiq bo'ladi: klasterlarning ixtisoslashtirilgan ziyorat turistik mahsulotini yaratish; ixtisoslashgan klaster mahsulotiga ziyoratchilarga manzur narxlarni o'rnatish; ziyorat hududlar bo'yicha tijorat asosida ziyoratchilarni tashrifini tashkil etish; ziyorat klasterlarning brendini yaratish, reklamasini tashkil etish va sayr-u tomoshalarni rag'batlantirish chora-tadbirlarni ko'rish.

Marketingni destinatsion konsepsiyasini ziyorat klasterini shakllantirishda qo'llash evaziga bu sohada tadbirkorligini jadal rivojlantirish va turistik oqimlarni barqarorlashtirishga erishish imkoniyatlari vujudga keladi.

Yuqorida tavsiflangan tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlar ta'sirida Ziyorat klasterini shakllantirishning "aqli" turistik hudud (destinatsion) modelida "qo'shilgan qiymat zanjirini yaratishga qodir bo'lgan ziyorat turistik xizmatlarini ko'rsatuvchi birlashgan mahalliy tashkiloti" talqinidagi ziyorat klasteri shakllanadi.

Nihoyat, tavsiya etilayotgan klaster modelimizda ziyorat hududlarni shakllantirish va ziyorat turistik xizmatlar ko'rsatuvchi firmalar ichidagi qo'shilgan qiymatni yaratish jarayonlarining o'zaro aloqadorligi va o'zaro ta'sirini klasterlashtirish, vertikal va gorizontall integratsiyalash, klaster ichidagi raqobatni benchmarking orqali rivojlantirish hamda destinatsion marketing vositalarini qo'llash evaziga shakllantirilgan yangi sifatga ega ziyorat klasterining sinergetik samarasi - ixtisoslashtirilgan ziyorat turistik mahsulotining raqobatbardoshligini oshirishda namoyon bo'ladi. Klasterning ushbu samarasi 4-chi rasmning eng pastki qismida ko'rsatilgan.

#### **Адабиётлар/Литература/References:**

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016 yil 2 dekabrda "O'zbekiston Respublikasi sayyohlik sohasini rivojlantirishni tezlashtirish choratadbirlari to'g'risida"gi farmoni.
2. Понятие вертикальной и горизонтальной интеграции (2020). <https://dividendoff.net/investitsii/gorizontalnaya-integracziya.html> (дата обращения: 22.03.20 г).
3. Кластерная экономика и промышленная политика: теория и инструментарий (2015) / под ред. д-ра экон. наук, проф. А.В. Бабкина. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та. – 588 с. С.98.
4. Воеводина Н. А., Логинова Е. Ю., Толберг В. Б., Кулагина А. В. (2020).
5. Бенчмаркинг – инструмент развития конкурентных преимуществ. <http://litra.pro/benchmarking--instrument-razvitiya-konkurentnih-preimuschestv/voevodina-n-a/read/1> (дата обращения: 30.03.20 г.).
6. Андрей Моисеев.(2020) Бенчмаркинг:сущность, этапы и инструменты. <http://umom.biz/benchmarking-sushhnost-etapy-instrumenty/#ixzz6I9oSRU8L> (дата обращения: 20.03.2020).
7. Рябуха А.Ю. Управление развитием местных сообществ на основе использования туристского пространства: дис. ... канд. экон. наук. Краснодар, 2006.

8. Боголюбов В.С., Орловская В.П. Экономика туризма. 3-е изд. - М.: Академия, 2005, 192 с.
9. Кабушкин Н.И., Менеджмент туризма: Учебник/-3-изд., испр. – Мн.: Новое знание, 2002. – 409с., 25с.
10. Николаев С. С. Стратегия формирования единого туристского пространства в регионе: На примере Санкт-Петербурга и Ленинградской области // Автореферат кандидата экономических наук. [Электронный ресурс]. Санкт-Петербург. 2000. - Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/strategiya-formirovaniya-edinogo-turistskogo-prostranstva-v-regione-na-primere-sankt-peterbu.28.02.2012.g>.
11. Себекина Т. А. Формирование комплекса продвижения туристских услуг дестинации (на примере Камчатки): // Автореферат кандидата экономических наук. [Электронный ресурс]. Москва. 2006. - Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/formirovanie-kompleksa-prodvizheniya-turistskikh-uslug-destinatsii-na-primere-kamchatki>
12. Enright M.J. Survey of the Characterization of Regional Clusters: Initial Results. Working Paper \\ Institute of Economic Policy and Business Strategy: Competitiveness Program University of Hong Kong. 2000. 21 p. P: 2.

# SCIENCEPROBLEMS.UZ

## ИЖТИМОЙ-ГУМАНИТАР ФАНЛАРНИНГ ДОЛЗАРБ МУАММОЛАРИ

*№ 5/8 (3) – 2023*

## АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО- ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

## ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

**Ижтимоий-гуманитар фанларнинг долзарб муаммолари**” электрон журнали 2020 йил 6 август куни 1368-сонли гувоҳнома билан давлат рўйхатига олинган.

**Муассис:** “SCIENCEPROBLEMS TEAM” масъулияти чекланган жамияти

**Таҳририят манзили:**

100070. Тошкент шаҳри, Яккасарой тумани, Кичик Бешёғоч кўчаси, 70/10-уй. Электрон манзил:

[scienceproblems.uz@gmail.com](mailto:scienceproblems.uz@gmail.com)

**Боғланиш учун телефонлар:**

(99) 602-09-84 (telegram).