

MINTAQAVIY TURIZMNI BARQAROR RIVOJLANTIRISH STRATEGIYASI

Gulmanov Maxsud Aminovich

Abu Rayhon Beruni nomidagi
Urganch davlat universiteti
“Iqtisodiyot” kafedrası dotsenti

Annotatsiya

Maqolada mintaqaviy turizmni barqaror rivojlantirish strategiyasining nazariy va konseptual asoslari tahlil qilindi. Unda iqtisodiy samaradorlik, ekologik muvozanat, ijtimoiy-madaniy integratsiya va institutsional boshqaruv o‘lchamlari tizimli ravishda o‘rganildi. Xalqaro tajribalar asosida mintaqaviy darajada qo‘llash mumkin bo‘lgan ko‘p komponentli strategik model ishlab chiqildi. Tadqiqot jarayonida destinatsion boshqaruv, klaster yondashuvi va raqamli texnologiyalarning ahamiyati asoslab berildi. Natijada barqaror turizmni ta‘minlashda integratsiyalashgan boshqaruv va resurslardan oqilona foydalanish muhimligi aniqlangan.

Kalit so‘zlar: barqaror turizm, mintaqaviy rivojlanish, turizm strategiyasi, ekologik muvozanat, DMO, klaster, raqamli turizm.

Аннотация

В статье были проанализированы теоретические и концептуальные основы стратегии устойчивого развития регионального туризма. Системно рассмотрены экономическая эффективность, экологическое равновесие, социально-культурная интеграция и институциональное управление. На основе международного опыта разработана многокомпонентная стратегическая модель, применимая на региональном уровне. В ходе исследования обоснована роль управления дестинациями, кластерного подхода и цифровых технологий. В результате установлена значимость интегрированного управления и рационального использования ресурсов для обеспечения устойчивого развития туризма.

Ключевые слова: устойчивый туризм, региональное развитие, стратегия туризма, экологическое равновесие, DMO, кластер, цифровой туризм.

Abstract

The article analyzed the theoretical and conceptual foundations of a sustainable regional tourism development strategy. Economic efficiency, environmental balance, socio-cultural integration, and institutional governance were systematically examined. Based on international experience, a multi-component strategic model applicable at the regional level was developed. The study justified the importance of destination management, cluster approaches, and digital technologies. The findings identified integrated governance and efficient resource utilization as key factors in ensuring sustainable tourism development.

Keywords: sustainable tourism, regional development, tourism strategy, environmental balance, DMO, cluster, digital tourism.

KIRISH

Turizm jahon iqtisodiyotining tarkibiy qismlaridan biri sifatida XX asrning ikkinchi yarmidan boshlab barqaror oʻsish tendensiyasiga ega boʻlib, bugungi kunda milliy va mintaqaviy iqtisodiyotlar uchun muhim omilga aylangan. Jahon Turizm Tashkiloti (UNWTO) maʼlumotlariga koʻra, 2023-yilda dunyo boʻylab xalqaro sayyohlar soni 1,3 milliard kishiga yetib, pandemiyadagi pasayishdan keyin 2019-yil koʻrsatkichlarining 88 foizini tikladi [1]. Jahon Sayohat va Turizm Kengashi (WTTC) esa 2023-yilda turizm sektorining jahon yalpi ichki mahsulotiga qoʻshgan hissasi 9,5 trillion AQSh dollarini tashkil etganini, bu esa global YaIMning 8,8 foiziga tengligini qayd etdi [5].

Ammo turizmning nisbatan tez surʼatlar bilan oʻsishi oʻzi bilan bir qator tarkibiy muammolarni ham olib keldi. Turistik oqimlarning maʼlum hududlarda haddan tashqari toʻplanishi (over-tourism), tabiiy ekotizimlar va madaniy merosga salbiy taʼsir, mahalliy aholining iqtisodiy manfaatlardan yetarlicha foyda koʻrmasligi va turizm daromadlarining markazlashib qolishi - bularning barchasi mintaqaviy rivojlanish nazariyasida yangi yondashuvlarni, xususan, barqaror turizm konsepsiyasini muhim boʻgʻinga aylantirdi.

Mintaqaviy barqaror turizm masalasi bir tomondan global iqlim oʻzgarishlari, boshqa tomondan esa mahalliy iqtisodiy tengsizliklarni bartaraf etish zarurati bilan uzviy bogʻliq. Brundtland komissiyasining "Bizning umumiy kelajagimiz" hujjatida belgilangan "kelajak avlod ehtiyojlarini xavf ostiga qoʻymasdan, bugungi ehtiyojlarni qondirish" tamoyili turizm sohasida ham fundamental asos boʻlib xizmat qilmoqda [2]. Ushbu tamoyilni konkret strategik amaliyotga tatbiq etish esa mintaqaviy iqtisodiyot, boshqaruv nazariyasi va turizm geografiyasi kesishmasida yangi tadqiqot yoʻnalishlarini talab qilmoqda.

Oʻzbekiston Respublikasida ham turizm sohasini rivojlantirish soʻnggi yillarda kuchli siyosiy va institutsional diqqat markaziga kirdi. Prezidentning 2019-yil 5-yanvardagi PF-5611-son Farmoni¹ doirasida turizm infratuzilmasini rivojlantirish, turistik yoʻnalishlarni diversifikatsiya qilish va xalqaro standartlarga muvofiqlikni taʼminlash maqsadlari belgilab qoʻyildi [10]. Ushbu yondashuv mintaqaviy darajada barqaror turizm strategiyasini ishlab chiqish va amaliyotga joriy etishni yanada muhim va dolzarb vazifaga aylantirdi.

Ushbu tadqiqot mintaqaviy turizmni barqaror rivojlantirishning nazariy-konseptual asoslarini sistemali tarzda ochib berish, xalqaro tajribani tahlil qilish va koʻp oʻlchamli strategik model taklif qilish maqsadini koʻzlaydi. Maqolada barqaror turizm strategiyasining toʻrtta asosiy oʻlchamiga - iqtisodiy, ekologik, ijtimoiy-madaniy va institutsional - alohida eʼtibor qaratiladi hamda ularning mintaqaviy darajada integratsiyalashuvi uchun konseptual doira taklif etiladi.

¹ Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvar PF-5611-son "Oʻzbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qoʻshimcha chora-tadbirlar toʻgʻrisida" Farmoni <https://lex.uz/docs/-4143188>

ADABIYOTLAR SHARHI

Barqaror turizm konsepsiyasi akademik muhitda 1990-yillardan boshlab jiddiy nazariy poydevorga ega bo'la boshladi. Hunter barqaror turizmni yagona belgilangan paradigma sifatida emas, balki turli sharoit va kontekstlarga moslasha oladigan adaptiv paradigma sifatida ta'rifladi va bu yondashuv mintaqaviy xilma-xillikni hisobga olish zaruratini asosladi [19]. Swarbrooke esa barqaror turizm menejmenti bo'yicha yaxlit konseptual tizimni taklif qilib, ekologik, iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy o'lchamlarning birgalikdagi tahlilini talab qildi [18].

Butler tomonidan ishlab chiqilgan "Turistik hududning rivojlanish sikli" (TALC) modeli mintaqaviy turizmni rivojlantirish strategiyasining nazariy asoschisi sifatida tan olingan. Ushbu model turizm destinatsiyalarining eksploratsiya, jalb etish, rivojlanish, mustahkamlanish va tanazzul bosqichlarini tavsiflab, har bir bosqichda turli boshqaruv yondashuvlarini talab qiladi [3]. Inskeep esa integrallashgan va barqaror turizm rejalashtirish usullarini kompleks tizimga keltirdi, mintaqaviy rejalashtirish va destinatsion boshqaruvning o'zaro bog'liqligini asosladi [4].

Weaver barqaror turizmning nazariy tadqiqotida "aqalli barqarorlik" (weak sustainability) va "kuchli barqarorlik" (strong sustainability) o'rtasidagi farqni aniqlab berdi. Birinchisida iqtisodiy kapital ekologik kapitalning o'rnini bosishi mumkin deb ko'rilsa, ikkinchisida tabiiy kapital almashtirilib bo'lmaydigan va uni saqlab qolish shart deb qaraladi [8]. Mintaqaviy turizm strategiyasini loyihalashda ushbu farq muhim amaliy ahamiyat kasb etadi, chunki barqarorlikning qaysi modeli tanlangani butun siyosiy yo'nalishni belgilaydi.

Ritchie va Crouch raqobatbardosh destinatsiya modelida barqarorlik va raqobatbardoshlikning bir-birini to'ldiruvchi g'oyalari ekanligi asoslantirildi: barqaror destinatsiya uzoq muddatda raqobatbardosh bo'ladi, raqobatbardosh destinatsiya esa barqaror bo'lishi shart [14]. Ular taklif qilgan konseptual modelda destinatsiyaning iqtisodiy resurslar, fizik kapital, inson resurslari, ma'lumotlar/kapital, infratuzilma va tarixiy merosdan iborat "asosiy resurslar" tizimi barqaror strategiya shakllantirishning boshlang'ich nuqtasi hisoblanadi.

Hall turizm siyosatida boshqaruv tipologiyasini ishlab chiqib, to'rt asosiy modelni - bozor, korporativ, davlat va hamkorlik boshqaruvi - tahlil qildi va mintaqaviy turizmga ko'p manfaatdor tomonlarni jalb qiluvchi hamkorlik modeli eng samarali natijalarga erishganini ko'rsatdi [13]. Mowforth va Munt barqaror turizm masalasini siyosiy iqtisodiyot nazariyasi nuqtai nazaridan ko'rib chiqib, turizm manfaatlarining taqsimlanishida kuch va vakolat munosabatlari muhim rol o'ynashini ta'kidladi [7].

Bramwell va Lane barqaror turizm tadqiqotidagi innovatsion yo'nalishlarni umumlashtirib, yirik ma'lumotlar tahlili, raqamli texnologiyalar va ko'p manfaatdor tomonlar hamkorligining yangi imkoniyatlarini ko'rsatdi [17]. Ular xususan, mahalliy jamiyatlar, davlat idoralari, xususiy sektor va nodavlat tashkilotlar o'rtasidagi hamkorlikning institutsional shakllarini yaratish zaruratini asoslab berdi.

Eagles, McCool va Haynes qo'riqlanadigan hududlarda barqaror turizm tamoyillarini tatbiq etishning metodologik asoslarini ishlab chiqdi va mintaqaviy boshqaruv sxemalarida ekologik sig'imning raqamli monitoring tizimlarini joriy etish

zaruratini asoslab berdi [21]. Stabler mintaqaviy turizm iqtisodiyotida resurslardan foydalanish samaradorligi va eksternalities muammosini batafsil tahlil qildi [20].

OECD ning 2022-yilgi "Turizm tendensiyalari va siyosati" hisobotida raqamli transformatsiya turizm sektoridagi barcha jarayonlarni qayta shakllantirmoqda - marketing, bron qilish, xizmat ko'rsatish va monitoring - degan xulosa asosli dalillar bilan keltirildi [9]. Hisobotda xususan, smart turizm platformalari turistik oqimlarni samarali boshqarish, talab-taklif muvozanatini real vaqtda kuzatish va resurslardan foydalanishni optimallashtirish imkonini berishini ko'rsatdi. Raqamli infratuzilmaga investitsiyalar esa mintaqaviy turizm barqarorligini ta'minlashning strategik vositasiga aylanmoqda.

Kozak va Baloglu turistik destinatsiyalarni boshqarish va marketing qilishning zamonaviy yondashuvlarini tahlil qilib, brendlash va pozitsionlash jarayonlarida mintaqaviy o'ziga xoslikni saqlab qolishning strategik ahamiyatini ko'rsatdi [24]. Sharpley barqaror turizm va atrof-muhit o'rtasidagi munosabatlarni turli nazariy paradigmalarda orqali tahlil qilib, "barqaror turizm" iborasining ko'pincha turli manfaatdor tomonlar tomonidan turlicha talqin qilinishini akademik jihatdan asoslab berdi [16].

METODOLOGIYA

Metodologiya bo'limi tadqiqotning nazariy va amaliy asoslarini tizimli yondashuv orqali o'rganishga yo'naltirildi. Tadqiqotda sistemali adabiyotlar tahlili, qiyosiy tahlil va konseptual modellashtirish usullari qo'llanildi. Xalqaro tashkilotlar hisobotlari hamda ilmiy maqolalar asosida barqaror turizm rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillar ajratib olindi. Qiyosiy tahlil doirasida turizm sohasida yuqori natijalarga erishgan davlatlar tajribasi o'rganildi va ularning asosiy mexanizmlari umumlashtirildi. Mintaqaviy darajada qo'llash mumkin bo'lgan strategik model ishlab chiqildi. Tadqiqot jarayonida iqtisodiy, ekologik va ijtimoiy ko'rsatkichlar o'zaro bog'liqlikda tahlil qilindi hamda ularning barqaror rivojlanishdagi o'rni aniqlangan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Barqaror mintaqaviy turizm strategiyasini shakllantirishda besh asosiy tamoyil o'zaro chambarchas bog'liq holda namoyon bo'ladi. Ushbu tamoyillar UNWTO ning barqaror turizm ko'rsatkichlari tizimi [1] va Yevropa Komissiyasining turizm sohasidagi o'tish yo'l-xaritasi [6] asosida quyidagicha tizimlashtirish mumkin:

1-jadval

Barqaror mintaqaviy turizm strategiyasining asosiy tamoyillari¹

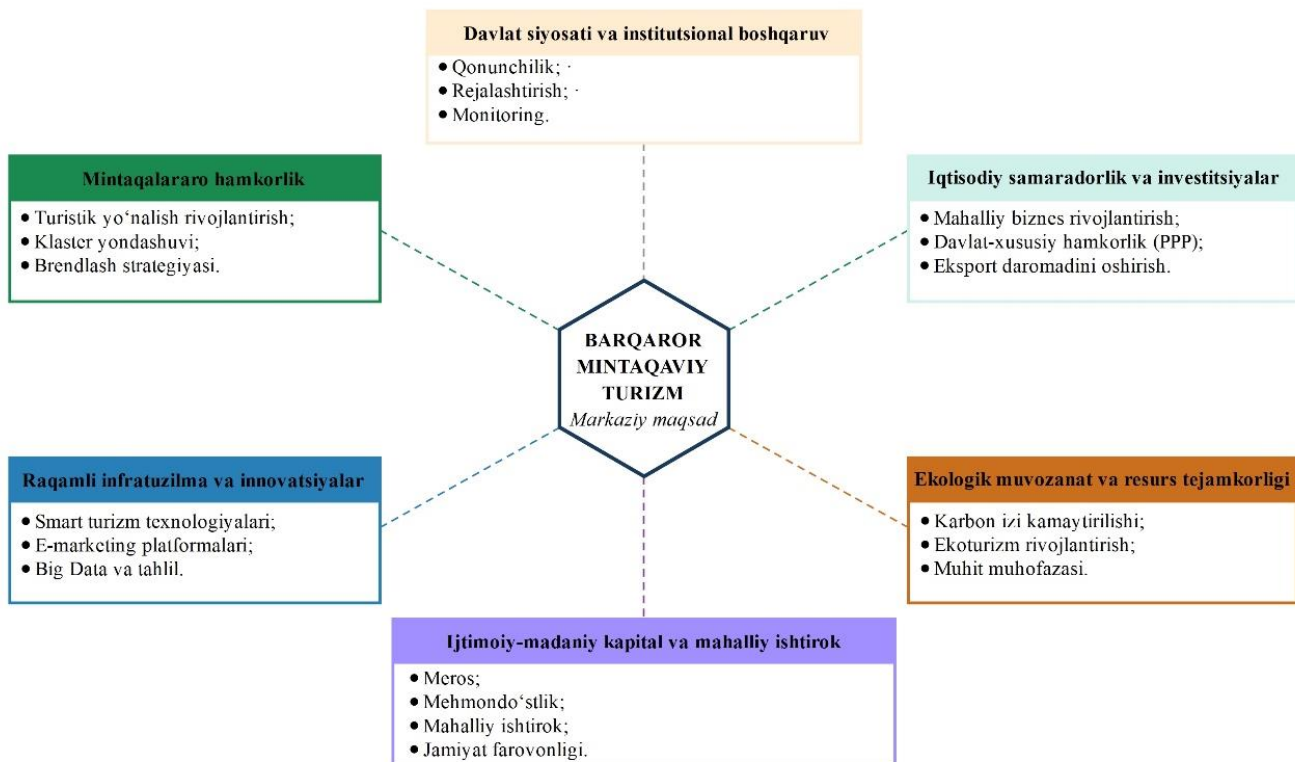
| № | Tamoyil | Asosiy ko'rsatkichlar |
|---|-----------------------------|--|
| 1 | Iqtisodiy samaradorlik | Mahalliy YaIM ulushi, bandlik darajasi, eksport daromadi |
| 2 | Ekologik muvozanat | Karbon izi, chiqindilarni boshqarish, suvdan foydalanish |
| 3 | Ijtimoiy integratsiya | Mahalliy ishtirok darajasi, madaniy meros holati |
| 4 | Institutsional samaradorlik | Boshqaruv sifati, me'yoriy baza, xalqaro muvofiqlik |
| 5 | Raqamli integratsiya | Smart turizm tizimlari, e-xizmatlar, ma'lumotlar tahlili |

¹ Manbalar asosida muallif tomonidan tuzildi.

Iqtisodiy samaradorlik tamoyili mintaqaviy turizm strategiyasining iqtisodiy barqarorligini ta'minlashni ko'zda tutadi. Bu degani mahalliy iqtisodiyotga turizm daromadlarining to'liq va adolatli taqsimlanuvi, importga bog'liqlikning minimallashtirish va mahalliy zanjirli ta'sir (linkage effect) ning oshirilishidir. WTTC ning 2023-yilgi hisobotiga ko'ra, turizm sektorida har bir ish o'rni iqtisodiyotning boshqa sektorlarida o'rtacha 1,5 qo'shimcha ish o'rnini yaratadi [5]. Bu multiplikator effekt mintaqaviy iqtisodiy barqarorlik uchun alohida ahamiyat kasb etadi.

Ekologik muvozanat tamoyili turizm faoliyatini tabiat sig'imi (carrying capacity) doirasida saqlashni talab qiladi. Yevropa Komissiyasining 2021-yilgi hujjatida [6] turistik ko'rsatkichlar ustidan raqamli monitoring tizimlari joriy etish, ekologik sertifikatlash dasturlari kengaytirish va "yashil turizm" standartlarini qonunchilik orqali tartibga solish - bularning barchasi barqaror turizm siyosatining asosiy vositalari sifatida tavsiya qilingan.

Ijtimoiy integratsiya tamoyili mahalliy aholi - ayollar, yoshlar, qishloq jamoalari - turizmning barcha bosqichlariga, ya'ni qarorlar qabul qilishdan tortib xizmatlar taqdim etishgacha jalb etilishini ta'minlashni anglatadi. OECD (2022) hisobotida [9] mahalliy aholining turizm daromadlaridan foyda olishi uchun ijtimoiy kooperativlar, mahalliy DMO tuzilmalari va mikro-kreditlash dasturlari samarali vosita ekanligi ko'rsatilgan.



1-rasm. Mintaqaviy turizmni barqaror rivojlantirish strategik tizimi¹

Institutsional samaradorlik esa barcha boshqa tamoyillarni amalga oshirish uchun asos bo'lib xizmat qiladi. Qonunchilik bazasi, litsenziyalash tizimi, monitoring va

¹ Manbalar asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

nazorat mexanizmlari, hamda xalqaro standartlarga muvofiqlik - bularning barchasi mintaqaviy turizm tizimining hayotiy saqlanishi uchun zarur institutsional kapitaldir [13].

Adabiyotlar tahlili va qiyosiy tahlil natijalariga tayangan holda mintaqaviy barqaror turizm strategiyasining konseptual modeli ishlab chiqildi. Ushbu model oltita o'zaro bog'liq komponentdan iborat bo'lib, har bir komponent o'zaro ta'sir va almashinuv kanallar orqali bog'langan (1-rasm).

Modelning markazida "Barqaror Mintaqaviy Turizm" konsepsiyasi joylashgan bo'lib, u oltita asosiy komponentdan tashkil topadi. Birinchi komponent - davlat siyosati va institutsional boshqaruv - mintaqaviy turizm tizimining qonuniy-me'yoriy, moliyaviy va nazorat mexanizmlarini o'z ichiga oladi. Ikkinchi komponent - iqtisodiy samaradorlik va investitsiyalar - xususiy sektor, xalqaro kapital va davlat-xususiy sheriklik orqali turizm zanjirini moliyalashtirishni bildiradi. Uchinchi komponent - ekologik muvozanat va resurs tejankorligi - tabiat muhofazasi va iqlim moslashuvini ta'minlaydi.

To'rtinchi komponent - ijtimoiy-madaniy kapital - mahalliy jamiyatlar ishtirokini, madaniy meros saqlanishini va mehmondo'stlik an'analarini qamrab oladi. Beshinchi komponent - raqamli infratuzilma va innovatsiyalar - smart turizm platformalari, e-marketing va ma'lumotlar tahlilini o'z ichiga oladi. Oltinchi komponent - mintaqalararo hamkorlik va klaster yondashuvi - turistik yo'nalishlar, brendlash va hududlar o'rtasidagi resurslarni birgalikda boshqarishni bildiradi.

Modelning hal qiluvchi xususiyati shundaki, u chiziqli emas, balki siklik va dinamik tuzilishga ega. Har bir komponent boshqalariga ta'sir qiladi va boshqalardan ta'sir oladi. Masalan, raqamli infratuzilmaning rivojlanishi ekologik monitoring imkoniyatlarini kengaytiradi (3-komponentga ta'sir), iqtisodiy samaradorlikni oshiradi (2-komponentga ta'sir) va mahalliy biznes yaratish uchun yangi kanallar ochadi (4-komponentga ta'sir). Ushbu dinamik o'zaro bog'liqlik modelni mintaqaviy sharoitlarga moslashuvchi va uzluksiz takomillashuvchi strategik vositaga aylantiradi.

Xalqaro tajribani o'rganish mintaqaviy barqaror turizm strategiyasini muvaffaqiyatli amalga oshirishda turli modellarning mavjudligini ko'rsatadi. Quyidagi jadvalda to'rt davlatning tajribasi qiyosiy tahlil qilindi:

2-jadval

Mintaqaviy barqaror turizm strategiyasini amalga oshirishda xalqaro tajriba 2023-yil¹

| Davlat | Yondashuv | Asosiy vosita | Natija |
|----------|------------------------|------------------------------|--------------------------|
| Ispaniya | Destinatsion boshqaruv | Turizm klasteri, brendlash | Sayyohlar soni: 85,1 mln |
| Avstriya | Barqaror tog' turizmi | Ekoturizm, mahalliy ishtirok | Yashil turizm sertifikat |
| Singapur | Raqamli-aqlli turizm | Smart turizm platformasi | 17,5 mln turist |
| Gruziya | Mintaqaviy tarqatish | Ko'p yo'nalishli marshrutlar | 7,1 mln sayyoh |

Ispaniya mintaqaviy turizm boshqaruvida destinatsion boshqaruv tashkilotlari (DMO) modelini muvaffaqiyatli tatbiq etgan misol sifatida namoyon bo'ladi.

¹ Manbalar asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

Mamlakat bo‘ylab 17 ta avtonom mintaqaning har biri o‘z mustaqil turizm strategiyasiga ega bo‘lib, milliy brendlash va mintaqaviy xususiyatlarni birlashtirishga erishilgan. WEF ning 2022-yilgi Sayohat va Turizm Rivojlanish Indeksida Ispaniya 1-o‘rinni egalladi, bu esa uning kompleks yondashuvi natijasi hisoblanadi [23].

Avstriya tajribasi tog‘ turizmi sharoitida ekologik barqarorlikni ta‘minlashning namunali sifatida o‘rganilgan. Mamlakat ekologik sertifikatlash tizimini (Ecolabel) joriy qilib, turizm korxonalarining 30 foizdan ortig‘ini “yashil standartlar”ga o‘tkazishga muvaffaq bo‘ldi. Avstriyada ekoturizm brendlash siyosati mintaqaviy aholini jalb qilish va "premium" turistik bozor segmentini zabt etishda samarali bo‘lganini OECD hisoboti tasdiqlaydi [9].

Singapur kichik hududda raqamli-aqlli turizm strategiyasini amalga oshirishning nodir namunasini taqdim etadi. Tourism Transformation Index va Smart Tourism yondashuvi doirasida barcha turistik xizmatlar raqamli platformaga o‘tkazilgan, ma‘lumotlar tahlili esa turizmni real vaqtda boshqarish imkonini bermogda. WTTC ma‘lumotlariga ko‘ra, Singapur turizm sektori mamlakatning YaIMiga 4,4 foiz hissa qo‘shmogda [5].

Gruziya mintaqaviy diversifikatsiya va ko‘p yo‘nalishli turizm marshrutlari modelining muvaffaqiyatli namunasini ko‘rsatadi. Tblisi, Kutaisi, Batumi va qishloq turizmi yo‘nalishlarini birlashtiradigan milliy turizm strategiyasi natijasida mamlakat 2023-yilda 7,1 million xorijiy sayyohni qabul qildi, bu esa yillik 10,2 foizlik o‘shishni anglatadi [1]. Mahalliy hunarmandchilik, vino turizmi va eko-yo‘nalishlarni birlashtirgan klaster modeli barqarorlikni ta‘minlashning ijtimoiy-iqtisodiy o‘lchamini kuchaytirdi.

Destinatsion boshqaruv tashkilotlari (DMO) zamonaviy mintaqaviy turizm strategiyasida ko‘p manfaatdor tomonlarni birlashtiruvchi va koordinatsion funktsiya bajaruvchi markaziy institut sifatida tan olingan. UNWTO ta‘rifiga ko‘ra, DMO - bu mintaqaning turistik rivojlanishini yo‘naltiruvchi, xususiy sektor, mahalliy hokimiyat, fuqarolik jamiyati va akademik doiralarning hamkorligini ta‘minlovchi tashkiliy tizimdir [1].

DMO ning mintaqaviy barqarorlikdagi roli uch asosiy funktsiya orqali namoyon bo‘ladi. Birinchidan, strategik rejalashtirish - mintaqaviy turizm taraqqiyotining uzoq muddatli yo‘nalishlarini belgilash, brend strategiyasini ishlab chiqish va raqobatbardosh ustunliklarni aniqlash. Ikkinchidan, bozor koordinatsiyasi - turoperatorlar, mehmonxonalar, transport kompaniyalari va restoran biznesi o‘rtasidagi aloqalarni uyushtirish va ular o‘rtasidagi munosabatlarni tartibga solish. Uchinchidan, monitoring va baholash - turistik oqimlar, iqtisodiy ta‘sir, ekologik ko‘rsatkichlar va mijozlar qoniqishini doimiy kuzatib borish [14].

Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, faol va professional ishlaydigan DMO ga ega bo‘lgan mintaqalar turizm daromadlarida o‘rtacha 25-30 foiz yuqori ko‘rsatkichlarga erishadi va turistik oqimning barqarorroq rivojlanishini ta‘minlaydi [9]. Bular DMO ning nafaqat marketing funksiyasi, balki mintaqaviy turizm ekotizimini boshqaruvchi strategik platforma sifatidagi rolini tasdiqlovchi muhim empirik dalillardir.

Klaster nazariyasi Porterning raqobatbardoshlik "olmos modeli" asosida turizm sektoriga muvaffaqiyatli tatbiq etilgan. Turistik klaster - bu bitta geografik hududda joylashgan va bir-biri bilan raqobat va hamkorlik aloqalarida bo'lgan mehmonxonalar, restoran biznesi, transport xizmatlari, madaniy obyektlar, hunarmandchilik va boshqa turizm bilan bog'liq korxonalar yig'indisidir. Klasterning barqarorlikdagi roli shundaki, u mahalliy iqtisodiy aloqalarni mustahkamlaydi, import o'rnini mahalliy tovarlar va xizmatlar bilan bostirishga yordam beradi va turizm daromadlarining "sizib chiqish" (leakage) muammosini kamaytiradi [3].

OECD tadqiqotlarida [9] turistik klasterning beshta asosiy ustunligi aniqlangan: (1) texnologiyalar va ilg'or tajribalar almashish; (2) qo'shimcha marketing imkoniyatlari va birgalikdagi brendlash; (3) umumiy infratuzilmadan foydalanish xarajatlarini kamaytirish; (4) malakali kadrlar uchun mahalliy bozor shakllantirish; (5) innovatsiyalar joriy etishni rag'batlantiradigan raqobatli muhitni yaratish. Ushbu ustunliklar aynan mintaqaviy barqaror rivojlanish vazifalariga to'g'ri keladi.

Eagles, McCool va Haynes qo'riqlanadigan hududlarda turistik klaster modelini joriy etishda tabiat sig'imini hisobga olish va ekologik monitoring tizimlarini klaster boshqaruviga integratsiya qilish muhim strategik shartlardan biri ekanligini amaliy jihatdan isbotladi [21]. Ushbu yondashuv mintaqaviy klasterlarni faqat iqtisodiy emas, balki ekologik jihatdan ham barqaror qilish imkonini beradi.

XXI asrning ikkinchi o'n yilligida raqamli texnologiyalar mintaqaviy turizm tizimlarini tubdan o'zgartirdi. Katta hajmdagi ma'lumotlar tahlili (Big Data), sun'iy intellekt asosidagi tavsiya tizimlari, Internet of Things (IoT) sensorlari, geoinformatsion tizimlar (GIS) va mobil ilovalarga asoslangan smart turizm platformalari turizm boshqaruvida yangi imkoniyatlar yaratdi. OECD hisobotida [9] raqamli texnologiyalar qo'llanishining to'rtta asosiy yo'nalishi ajratib ko'rsatildi: turistik oqimlarni real vaqtda monitoring qilish, shaxsiylashtirilgan tajriba taqdim etish, ekologik ko'rsatkichlarni avtomatlashtirilgan kuzatish va mintaqaviy resurslarni optimallashtirish.

Smart turizm tizimi mintaqaviy barqarorlikka uch muhim kanal orqali hissa qo'shadi. Birinchidan, turistik over-tourismni oldini olish - raqamli monitoring orqali turistik oqimlarni mintaqa bo'ylab tarqatish va talabni boshqarish. Ikkinchidan, resurslardan foydalanishni optimallashtirish - elektr energiyasi, suv va chiqindilarni boshqarishda raqamli monitoring tizimlarini qo'llash. Uchinchidan, mahalliy biznesni raqamli marketingga jalb qilish - mahalliy hunarmandlar, fermerlar va xizmat ko'rsatuvchilarni digital platformalarga ulash orqali daromad tarqatilishini kengaytirish.

Yevropa Komissiyasining 2021-yilgi "Turizm sohasidagi o'tish yo'l-xaritasi"da [6] smart turizm texnologiyalariga investitsiyalar turizm sektorining yashil o'tishini (green transition) tezlashtirishning asosiy instrumenti sifatida belgilangan. Xususan, yirik Yevropa shaharlarida joriy etilgan smart turizm platformalari energiya iste'molini o'rtacha 18-22 foizga kamaytirganini ko'rsatuvchi ma'lumotlar keltirilgan.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Ushbu tadqiqot natijalarini umumlashtirish shuni ko'rsatadiki, mintaqaviy turizmni barqaror rivojlantirish strategiyasi yaxlit, ko'p o'lchamli va dinamik tizimni talab qiladi. Bitta ijtimoiy-iqtisodiy o'lcham bilan cheklanib qolish yoki ekologik va madaniy jihatlarni ikkinchi darajali sanamash mintaqaviy turizm tizimining uzoq muddatli barqarorligiga zarar etkazadi. Taklif etilgan strategik model - institutsional boshqaruv, iqtisodiy samaradorlik, ekologik muvozanat, ijtimoiy-madaniy kapital, raqamli infratuzilma va mintaqalararo hamkorlik komponentlarini birlashtiruvchi - ushbu murakkablikni aks ettiruvchi nazariy vositadir.

Adabiyotlar tahlili asosida aniqlanganki, barqaror mintaqaviy turizm strategiyasining muvaffaqiyati ko'p jihatdan institutsional kapitalga - aniq vakolat taqsimlash, shaffof moliyalashtirish mexanizmlari va ko'p manfaatdor tomonlar hamkorligini ta'minlovchi tuzilmalarga - bog'liq. DMO modelining qiyosiy tahlili ko'rsatdiki, bu tashkilotlar faqat marketing emas, balki mintaqaviy turizm ekotizimini boshqaruvchi strategik platforma sifatida ishlaydi.

Xalqaro tajribaning tahlili asosida quyidagi amaliy tavsiyalar shakllandi. Birinchidan, mintaqaviy turizm strategiyasini ishlab chiqishda destinatsion boshqaruv tashkilotlarini qonuniy mustahkamlash va ularning vakolatlarini aniq belgilash zarur. Strategiya faqat markazdan turib emas, balki mintaqaning barcha manfaatdor tomonlari - mahalliy hokimiyat, biznes, fuqarolik jamiyati va akademik doiralar - ishtirokida shakllantirilishi lozim. Ikkinchidan, mintaqaviy klaster yondashuvini iqtisodiy siyosatning amaliy vositasiga aylantirish va turistik klasterlar tashkil etish uchun imtiyozli soliq rejimini va infratuzilma qo'llab-quvvatlashini joriy etish maqsadga muvofiq.

Uchinchidan, ekologik barqarorlikni ta'minlash maqsadida turistik sig'im me'yorlari (carrying capacity norms) mintaqalar kesimida hisoblab chiqilishi va qonuniy tartibda belgilanishi kerak. Raqamli monitoring tizimlari turistik oqimlarni real vaqtda nazorat qilish uchun joriy etilishi mintaqaviy over-tourism xavfini minimallashtiradi. To'rtinchidan, raqamli infratuzilma va smart turizm platformalari rivojlantirishga davlat investitsiyalarini oshirish va xususiy sektor bilan hamkorlik (PPP) modellarini kengaytirish mintaqaviy raqobatbardoshlikni oshiradi.

Beshinchidan, mahalliy aholining turizm daromadlaridan adolatli foydalanishini ta'minlash uchun ijtimoiy kooperativlar, mahalliy hunarmandchilik brendlash dasturlari va mikro-kreditlash mexanizmlari amaliy vosita bo'lib xizmat qilishi mumkin. Bu yo'nalish turistik daromadlarning mahalliy zanjir bo'ylab tarqatilishini kuchaytiradi va "sizib chiqish" muammosini kamaytiradi. Oltinchidan, mintaqalararo hamkorlik va umumiy turistik yo'nalishlar (tourist routes) shakllantirish turistik brend kuchini oshiradi, mehmonlar o'rtacha qolish vaqtini uzaytiradi va bir mintaqaning raqobatbardoshligini boshqa mintaqaga bilan birlashtirib kuchaytiradi.

Nazariy jihatdan ushbu tadqiqot mintaqaviy barqaror turizm strategiyasini ko'p o'lchamli va dinamik tizim sifatida ko'rib chiquvchi konseptual model bilan adabiyotni to'ldiradi. Strategik modelning amaliyotda sinab ko'rilishi va mintaqaviy kontekstlarga moslanishi keyingi tadqiqotlarning istiqbolli yo'nalishlaridan biri bo'lib qoladi.

O‘zbekistonning alohida viloyatlari - Samarqand, Buxoro, Xorazm va Qashqadaryo - bo‘yicha ushbu modelning empirik sinovidagi miqdoriy va sifat tadqiqotlari nazariy xulosalarni tasdiqlab va boyitishi kuzatiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. UNWTO (2023). World Tourism Barometer. Madrid: World Tourism Organization. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/wtobarometeresp.2023.21.1.1>
2. Brundtland Commission (1987). Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development. Oxford: Oxford University Press. <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>
3. Butler, R.W. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *The Canadian Geographer*, 24(1), 5-12. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
4. Inskip, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
5. WTTC (2023). *Economic Impact Report 2023*. London: World Travel & Tourism Council. <https://wttc.org/research/economic-impact>
6. European Commission (2021). *Transition Pathway for Tourism*. Brussels: European Commission. https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/eu-initiatives_en
7. Mowforth, M., & Munt, I. (2015). *Tourism and Sustainability: Development, Globalisation and New Tourism in the Third World* (4th ed.). London: Routledge.
8. Weaver, D. (2006). *Sustainable Tourism: Theory and Practice*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
9. OECD (2022). *OECD Tourism Trends and Policies 2022*. Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/a98a7ed8-en>
10. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvar PF-5611-son “O‘zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida” Farmoni <https://lex.uz/docs/-4143188>
11. O‘zbekiston Respublikasi Milliy Statistika Qo‘mitasi (2023). *O‘zbekiston raqamlarda*. Toshkent: Davlat statistika qo‘mitasi. <https://stat.uz>
12. UNWTO (2015). *Sustainable Tourism for Development Guidebook*. Madrid: World Tourism Organization. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284416745>
13. Hall, C.M. (2011). A Typology of Governance and its Implications for Tourism Policy Analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 437-457. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.570346>
14. Ritchie, J.R.B., & Crouch, G.I. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Wallingford: CABI Publishing.
15. World Bank (2022). *Tourism Recovery: Pathways to Sustainable and Inclusive Growth*. Washington, D.C.: The World Bank Group. <https://www.worldbank.org/en/topic/tourism>

16. Sharpley, R. (2009). *Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability?* London: Earthscan.
17. Bramwell, B., & Lane, B. (2012). Towards Innovation in Sustainable Tourism Research. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(1), 1-7. <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.633232>
18. Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. Wallingford: CABI Publishing.
19. Hunter, C. (1997). Sustainable Tourism as an Adaptive Paradigm. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 850-867. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00036-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00036-4)
20. Stabler, M.J. (Ed.) (1997). *Tourism and Sustainability: Principles to Practice*. Wallingford: CAB International.
21. Eagles, P.F.J., McCool, S.F., & Haynes, C.D.A. (2002). *Sustainable Tourism in Protected Areas: Guidelines for Planning and Management*. Gland: IUCN. <https://portals.iucn.org/library/efiles/documents/PAG-008.pdf>
22. O‘zbekiston Respublikasining 2019-yil 18-iyul 874-I-son "Turizm to‘g‘risida"gi Qonuni <https://lex.uz/ru/docs/-4428097>
23. WEF (2022). *Travel and Tourism Development Index 2021*. Geneva: World Economic Forum. <https://www.weforum.org/reports/travel-and-tourism-development-index-2021>
24. Kozak, M., & Baloglu, S. (2011). *Managing and Marketing Tourist Destinations: Strategies to Gain a Competitive Edge*. London: Routledge.
25. UNEP & UNWTO (2005). *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*. Paris/Madrid. <https://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf>



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir: Xakimov Ziyodulla Axmadovich
Ingliz tili muharriri: Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
Rus tili muharriri: Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
Musahhih: Karimova Shirin Zoxid qizi
Sahifalovchi va dizaynerlar: Sadikov Shoxrux Shuxratovich
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2026-yil, may, 5-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: info@marketingjournal.uz
Bot: [@marketingjournalbot](https://t.me/@marketingjournalbot)
Tel.: +998977838464, +998939266610
Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. GOCT 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**