TURISTIK DESTINATSIYALARNING RAQOBATBARDOSHLIGINI BAHOLASH: RITCHIE–CROUCH MODELINI O‘ZBEKISTON HUDUDLARIGA MOSLASHTIRISH

Karimov Shahbozxo‘ja Xamdamjon o‘g‘li

Farg‘ona davlat universiteti

Turizm va menejment kafedrasi o‘qituvchisi

Annotatsiya: Tezisda turistik destinatsiyalar raqobatbardoshligini baholashning nazariy asoslari ko‘rib chiqilgan va J.R.B. Ritchie hamda G.I. Crouch tomonidan ishlab chiqilgan raqobatbardosh destinatsiya modelini O‘zbekiston hududlariga moslashtirish yo‘llari taklif etilgan. Mahalliy baholash yondashuvlari (turistik klasterboplik mezonlari, TRIS–EFQM shkalasi, infratuzilmaviy ko‘rsatkichlar) model komponentlari bilan bog‘langan, Samarqand–Buxoro, Jizzax va Toshkent misolida qiyosiy tahlil berilgan hamda hududiy turizm klasterlarini rivojlantirish bo‘yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: turistik destinatsiya, raqobatbardoshlik, Ritchie–Crouch modeli, O‘zbekiston turizmi, turizm klasteri, baholash metodologiyasi, hududiy rivojlanish.

Kirish

Turizm jahon iqtisodiyotining eng jadal rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri bo‘lib, destinatsiyaning raqobatbardoshligi uning xalqaro bozordagi o‘rni va barqaror rivojlanishini belgilaydi. O‘zbekiston boy madaniy merosi, tarixiy obidalari va xilma-xil tabiiy landshaftlari tufayli katta turistik salohiyatga ega, biroq bu salohiyatni to‘liq ro‘yobga chiqarish uchun hududlar raqobatbardoshligini ilmiy asoslangan usullar bilan baholash zarur.

Mavzuning dolzarbligi. “O‘zbekiston – 2030” strategiyasida xorijiy turistlar sonini 15 millionga, ichki sayyohlar sonini 25 millionga yetkazish hamda xususiy investitsiyalar hisobiga 30 ta yirik turizm klasterini tashkil etish vazifalari belgilangan [8; 9]. Hozirda xorijiy turistlar soni 11 milliondan oshgani va strategiya loyihasida bu maqsad 20 millionga oshirilayotgani [10] baholash tizimiga bo‘lgan ehtiyojni yanada kuchaytiradi. Mavjud yondashuvlar esa ko‘pincha umumiy xarakterda bo‘lib, har bir mintaqaning o‘ziga xos resurslari va rivojlanish darajasini to‘liq hisobga olmaydi [2].

Tadqiqot maqsadi – Ritchie–Crouch modelini O‘zbekiston hududlarining turistik raqobatbardoshligini baholash uchun moslashtirish va shu asosda hududiy turizmni rivojlantirish bo‘yicha tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat. **Vazifalar:** 1) modelning nazariy asoslarini o‘rganish; 2) O‘zbekistondagi mavjud baholash yondashuvlarini tahlil qilish; 3) model komponentlari uchun mahalliy mezon va ko‘rsatkichlarni aniqlash; 4) amaliy tavsiyalar berish.

Ilmiy yangilik – xalqaro miqyosda tan olingan Ritchie–Crouch modeli mahalliy baholash yondashuvlari (klasterboplik mezonlari, TRIS–EFQM shkalasi elementlari) bilan integratsiya qilinib, O‘zbekiston hududlari uchun kompleks baholash tizimining nazariy asosi taklif etilgan.

Asosiy qism

1. Ritchie–Crouch modelining nazariy asoslari

G.I. Crouch va J.R.B. Ritchie tomonidan ishlab chiqilgan raqobatbardosh destinatsiya modeli (Calgary modeli) destinatsiya raqobatbardoshligini o‘rganishdagi eng keng qamrovli yondashuvlardan biri hisoblanadi [6; 7]. Model M. Porterning qiyosiy va raqobat ustunligi g‘oyalariga tayanadi: qiyosiy ustunlik destinatsiyaga berilgan resurslar bilan, raqobat ustunligi esa ulardan samarali foydalanish qobiliyati bilan belgilanadi. Modelga ko‘ra, raqobatbardoshlik beshta asosiy komponent orqali shakllanadi: 1) asosiy resurslar va jozibadorlik omillari; 2) qo‘llab-quvvatlovchi omillar va resurslar; 3) destinatsiya siyosati, rejalashtirish va rivojlantirish; 4) destinatsiya boshqaruvi; 5) shartlovchi va kuchaytiruvchi omillar. Bu komponentlar global (makro) va raqobat (mikro) muhit ta’sirida faoliyat ko‘rsatadi [7]. Shunday qilib, raqobatbardoshlik faqat tabiiy va madaniy resurslar bilan emas, balki boshqaruv sifati, infratuzilma va tashqi muhit bilan ham belgilanadi.

2. O‘zbekistonda raqobatbardoshlikni baholashga oid yondashuvlar

Mahalliy tadqiqotlarda sayohat maskanlarining “turistik klasterbopligi”ni baholash tizimi taklif etilgan: maskanlar to‘rt darajaga ajratiladi – “Diqqatga sazovor muqaddas joy” (0–40 ball), “Turistik maskan” (41–70 ball), “Jozibador turistik hudud” (71–85 ball) va “Klasterbop sayohatgoh” (86–100 ball). Klaster shakllantirishning asosiy mezonlari sifatida “hududga tegishlilik” va “qo‘shilgan qiymat zanjiri bilan bog‘langanlik” belgilangan,

metodologik asos sifatida esa TRIS–EFQM modelining baholash shkalasidan foydalanilgan [1].

G.P. Gulyamova mintaqa salohiyatini yagona usul bilan baholab bo‘lmasligini, har bir hudud uchun uning resurslari va rivojlanish yo‘nalishiga mos alohida ko‘rsatkichlar tizimi zarurligini ta’kidlaydi [2]. Infratuzilmaviy mezonlar – transport qulayligi, joylashtirish vositalari sifati, xizmat ko‘rsatish darajasi, xavfsizlik, raqamlashtirish, ekologik barqarorlik va investitsion jozibadorlik – bo‘yicha tahlil O‘zbekiston transport integratsiyasi va raqamlashtirishda Ispaniya, Turkiya, BAA va Janubiy Koreyadan ortda qolayotganini ko‘rsatadi [3]. X. Tashpulatov Turkiya tajribasi asosida raqobatbardoshlikni Porterning “olmos” modeli omillari orqali tahlil qilib, muvaffaqiyat davlat siyosati, infratuzilma loyihalari, marketing va xususiy sektor bilan hamkorlikka bog‘liqligini qayd etadi [4]. D.B. O‘roqova esa Farg‘ona, Samarqand–Buxoro, Toshkent va Xorazm turistik hududlarini ajratib, Jizzax viloyatini istiqbolli, ammo salohiyati to‘liq o‘zlashtirilmagan hudud sifatida baholaydi hamda UN Tourism standartlariga mos statistik ko‘rsatkichlardan (joylashtirilgan shaxslar soni, tunashlar, o‘rtacha qolish muddati) foydalanishni tavsiya etadi [5].

3. Modelni O‘zbekiston hududlariga moslashtirish

Yuqoridagi yondashuvlar asosida model komponentlari uchun quyidagi mahalliy mezonlar taklif etiladi (1-jadval). Har bir komponent bo‘yicha sub-ko‘rsatkichlar ekspert baholash va statistik ma’lumotlar asosida 0–100 ballik shkalada baholanadi [1], komponentlar vazni esa hududning ixtisoslashuviga qarab belgilanadi [2].

1-jadval. Ritchie–Crouch modeli komponentlarining O‘zbekiston sharoitiga moslashtirilgan ko‘rsatkichlari

Komponent	Model bo‘yicha mazmuni	O‘zbekiston uchun ko‘rsatkichlar
Asosiy resurslar va jozibadorlik omillari	Tabiiy sharoit, madaniyat va tarix, faoliyat turlari, tadbirlar, bozor aloqalari	Klasterboplik darajasi (0–100 ball); YuNESKO ro‘yxatidagi obidalar; ziyorat turizmi obyektlari; tabiiy-rekreatsion hududlar (Chimyon, Zomin)
Qo‘llab-quvvatlovchi omillar va resurslar	Infratuzilma, transport qulayligi, mehmondo‘stlik, tadbirkorlik	Aeroport va temir yo‘l qatnovlari; mehmonxona o‘rinlari; raqamli xizmatlar; kadrlar malakasi [3]
Siyosat, rejalashtirish va rivojlantirish	Brend, strategiya, rivojlanish konsepsiyasi, monitoring	“O‘zbekiston – 2030” maqsadlari; hududiy dasturlar; klaster rejalari [2]
Destinatsiya boshqaruvi	Marketing, xizmat sifati, investitsiya, inqirozni boshqarish	Davlat-xususiy sheriklik (DXSh) loyihalari; investor imtiyozlari; marketing faolligi [3; 4]
Shartlovchi va kuchaytiruvchi omillar	Joylashuv, xavfsizlik, imidj va xabardorlik, narx/qiymat, sig‘im	Xavfsizlik darajasi; “Buyuk Ipak yo‘li” imidji; narx-sifat nisbati; tunashlar va o‘rtacha qolish muddati [5]

Global va raqobat muhiti alohida tuzatuvchi omil sifatida hisobga olinadi: siyosiy barqarorlik, vizasiz rejim kengayishi va islohotlar ijobiy ta’sir ko‘rsatsa, Markaziy Osiyo davlatlari bilan mintaqaviy raqobat va global iqtisodiy tebranishlar xatarlar sifatida baholanadi.

4. Hududlar misolida qiyosiy tahlil

Samarqand–Buxoro hududi asosiy resurslar komponenti bo‘yicha eng yuqori, ya’ni “Klasterbop sayohatgoh” darajasida baholanadi. Biroq qo‘llab-quvvatlovchi omillar bo‘yicha raqamlashtirish va transport integratsiyasidagi kamchiliklar [3] umumiy ballni pasaytiradi, shu bois boshqaruv komponentida klaster boshqaruvi va marketing samaradorligi asosiy ustuvorlik bo‘ladi.

Jizzax viloyati tabiiy-rekreatsion resurslari yuqori bo‘lsa-da, infratuzilma, boshqaruv hamda imidj va xabardorlik ko‘rsatkichlari bo‘yicha past ball oladi [5]. 2024-yilda joylashtirilgan shaxslar sonining 66,3 ming kishiga yetgani ijobiy dinamikani ko‘rsatadi va maqsadli investitsiyalar orqali raqobatbardoshlikni oshirish imkoniyati mavjudligidan dalolat beradi.

Toshkent shahri mamlakatning asosiy kirish nuqtasi va biznes markazi sifatida qo‘llab-quvvatlovchi omillar bo‘yicha yuqori ball oladi, ammo madaniy-tarixiy jozibadorlik

bo‘yicha Samarqand va Buxorodan ortda qoladi. Shu sababli biznes, MICE va shahar turizmi mahsulotlarini rivojlantirish uning raqobat ustunligini kuchaytiradi.

Demak, moslashtirilgan model har bir hududning kuchli va zaif tomonlarini aniqlab, klaster yondashuvi orqali hududiy ixtisoslashuv va qo‘shilgan qiymat zanjirini rivojlantirishga asos yaratadi [1–3].

Xulosa

Tadqiqot natijalari Ritchie–Crouch modelining beshta komponenti va tashqi muhit omillarini O‘zbekistonning turistik salohiyati, mahalliy baholash yondashuvlari va strategik maqsadlari bilan integratsiya qilish mumkinligini ko‘rsatdi. Klasterboplik shkalasi [1], hududiy o‘ziga xoslik tamoyili [2], infratuzilmaviy mezonlar [3], Turkiya tajribasi [4] va hududiy statistik ko‘rsatkichlar [5] model komponentlariga singdirilib, hududlar raqobatbardoshligini kompleks baholashning nazariy asosi shakllantirildi. Tadqiqot nazariy xarakterga ega bo‘lib, modelni amaliyotda sinash uchun keng ko‘lamli ma’lumotlar va ekspert baholashlari talab etiladi.

Tavsiyalar: 1) har bir komponent uchun miqdoriy va sifat ko‘rsatkichlari tizimini ishlab chiqish; 2) modelni Samarqand–Buxoro va Jizzax hududlarida pilot tarzda sinovdan o‘tkazish; 3) hududiy raqobatbardoshlik monitoringi uchun yagona ma’lumotlar bazasini yaratish; 4) infratuzilma va raqamlashtirishda davlat-xususiy sheriklikni kengaytirish; 5) turizm kadrlarini tayyorlash dasturlarini xalqaro standartlarga moslashtirish.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. “Tafakkur va talqin” konferensiyasi materiallari. 2-qism. – Buxoro: Buxoro davlat universiteti, 2025. – https://buxdu.uz/media/tafakkur_va_talqin/2-qism_konferensiya_materiallari_09.09.25_compressed.pdf

2. Gulyamova G.P. Mintaqaning turizm salohiyatini baholash va rivojlantirish yo‘nalishlari // Xalqaro moliya va hisob. – 2024. – № 1. – https://interfinance.tsue.uz/wp-content/uploads/2024/01/Гулямова-Г.П.-3-2.pdf

3. O‘zbekiston turizm industriyasining raqobatbardoshligi: infratuzilmaviy mezonlar tahlili // O‘zbekiston iqtisodiyoti (O‘zMU). – https://journals.nuu.uz/index.php/economyuzb/article/download/10596/6316/25253

4. Tashpulatov X. Turkiya tajribasi asosida O‘zbekiston turizm sektorining raqobatbardoshlik darajasini kompleks baholash metodikasini takomillashtirish. – https://zenodo.org/records/20024391

5. O‘roqova D.B. Jizzax viloyatining turistik-rekreatsion salohiyatini baholash. – 2026. – https://zenodo.org/records/21965442

6. Crouch G.I., Ritchie J.R.B. Tourism, competitiveness, and societal prosperity // Journal of Business Research. – 1999. – Vol. 44, № 3. – P. 137–152.

7. Ritchie J.R.B., Crouch G.I. The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective. – Wallingford: CABI Publishing, 2003. – 272 p.

8. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentyabrdagi PF-158-son “O‘zbekiston – 2030” strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni. – https://lex.uz

9. 2030-yilgacha turizmni rivojlantirish uchun munosib sharoitlar yaratiladi // O‘zA. – https://uza.uz/ar/posts/2030-yilgacha-turizmni-rivojlantirish-uchun-munosib-sharoitlar-yaratiladi_570366

10. Xorijiy turistlar sonini 2030-yilgacha 20 million nafarga yetkazish — ustuvor vazifa // O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi. – 16.01.2026. – https://gov.uz/oz/uzbektourism/news/view/120827