

**TURIZM SOHASIDA KLASTER MODELLARI SAMARADORLIGINI
BAHOLASH MEZONLARI ASOSIDA ULARNING KLASTERGA MOSLIK
XUSUSIYATLARINI ANIQLASH**

D.Umbarov

Qarshi davlat universiteti

Turizm va marketing kafedrası

mustaqil tadqiqotchisi

Annotatsiya. *Ushbu tadqiqotda turizm sohasida turli xil klaster modellari tahlil qilinib, ularning klasterga moslik (klasterboplik) xususiyatlari aniqlangan. Ayniqsa, ziyorat turizmi kabi ma'naviy qadriyatlarga asoslangan turizm yo'nalishi uchun an'anaviy klaster modellarining qay darajada mos kelishi o'rganilgan. Qiyosiy tahlil asosida ziyorat turizmiga mos keladigan klasterboplik mezonlari ishlab chiqildi. Ular orasida geografik yaqinlik, destinacion boshqaruv, mahalliy infratuzilma, diniy-axloqiy qadriyatlarni inobatga olish, xizmatlar zanjiri, resurslarning o'zaro integratsiyasi va turizm ishtirokchilarining hamkorligi asosiy o'rin egallaydi. Tadqiqot natijalari asosida ziyorat turizmini rivojlantirishda yangi, moslashtirilgan klaster modelini yaratish bo'yicha amaliy takliflar berilgan.*

Kalit so'zlari. *Turizm klasteri, klasterboplik, ziyorat turizmi, destinatsion menejment, turistik model, klaster yondashuvi, raqobatbardoshlik, ziyorat klasteri, turistik resurslar, klasterlash mezonlari.*

Kirish. So'nggi yillarda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasi milliy iqtisodiyotning strategik yo'nalishlaridan biri sifatida e'tirof etilmoqda. Davlat tomonidan turizm infratuzilmasini rivojlantirish, yangi turistik yo'nalishlar ochish, xususan, ziyorat turizmi kabi istiqbolli tarmoqlarga e'tiborning ortib borayotgani ushbu sohaning kompleks yondashuvlar asosida boshqarilishini talab etmoqda. Turizmning barqaror rivojlanishini ta'minlashda zamonaviy menejment texnologiyalari, xususan, klasterlash yondashuvi alohida o'rin tutadi.

Klasterlash — bu hududiy, iqtisodiy va ijtimoiy resurslarni bir butun tizimga birlashtirish orqali turizm xizmatlarini takomillashtirish va raqobatbardosh turistik mahsulotlar yaratishga xizmat qiluvchi zamonaviy boshqaruv usulidir. Bugungi kunda Yevropa, Osiyo va boshqa mintaqalarda turli tarmoqlarda, jumladan, turizm sohasida ham muvaffaqiyatli faoliyat yuritayotgan yuzlab klasterlar mavjud. Ular orasida raqobatbardoshlikni ta'minlovchi, tashrif buyuruvchilar ehtiyojlarini to'laqonli qondira oluvchi va mahalliy iqtisodiyotga ijobiy ta'sir ko'rsatuvchi klaster modellari ajralib turadi.

Biroq, ziyorat turizmi o'zining ma'naviy-diniy xarakteri bilan klassik iqtisodiy yondashuvlarga to'liq mos kelavermaydi. Shu bois, mavjud turistik klaster modellari

ziyosat turizmi sharoitida qanday ishlashi, ularning qanday klasterboplik xususiyatlarga ega ekani alohida ilmiy tahlilni talab qiladi. Chunki ziyosat turizmida faqat iqtisodiy manfaat emas, balki ma'naviy qadriyatlar, diniy an'analar va axloqiy-me'yorlar ham asosiy o'rin egallaydi.

Asosiy qism. Turizm sohasida raqobat ustunligini ta'minlashning muhim omillaridan biri — hududlarning sayyohlik salohiyatidan samarali foydalanish va joylarda turizm biznesini kompleks rivojlantirishdir. Shu nuqtai nazardan, alohida turizm hududlarida sayyohlik biznesini tashkil etishning istiqbolli shakli sifatida turistik klasterlarni yaratish va rivojlantirish keng ko'lamda qo'llanilmoqda. Ayni paytda Yevropada 100 tagacha tadbirkorlik sub'yektlarini qamrab oluvchi 392 ta, shuningdek 50 tadan ortiq kompaniyalarni birlashtiruvchi 471 ta klaster muvaffaqiyatli faoliyat yuritmoqda. Klaster yondashuvi doirasida ziyosat turizmini rivojlantirishga oid masalalar hali yetarli darajada o'rganilmagan. Bu holat, ushbu turizm yo'nalishining iqtisodiy qiymatini oshirish haqidagi yondashuvlar, axloqiy va diniy e'tiqodlar bilan to'qnash kelishi mumkinligi bilan izohlanadi. Ziyosat turizmi — bu Alloh yo'lida savobli va ma'naviy qadriyatlarga asoslangan sayohat faoliyatidir. Shu bois, bizning ilmiy izlanishimizning muhim vazifasi — xorijiy va milliy turistik klaster modellari asosida ziyosat turizmi uchun zarur bo'lgan klasterboplik (klasterga moslik) xususiyatlarini aniqlashdan iborat. Ushbu masalani hal etishda qiyosiy tahlil usuli asosida ilg'or turistik klaster modellari bosqichma-bosqich o'rganildi.

Qiyosiy tahlil o'tkazish jarayonida har bir modelning ziyosat klasterboplik xususiyatlariga mos kelishi yoki mos kelmasligi aniqlab olinadi. Bunda biz iqtisodiy tarmoqlarda, turizm sohasida va ziyosat turizmida klasterlarni shakllantirishning o'ziga xos belgilarini inobatga olib, ularni uchta guruh bo'yicha 10 ta xususiyatlarini aniqlab oldik. Guruhlar kesimida klasterlarni shakllantiruvchi xususiyatlari 1-rasmda ko'rsatilgan.



1-rasm. Xo‘jalik yuritishning turli darajalarida klasterlarni shakllantirishning o‘ziga xos belgilari (xususiyatlari)

“Turistik klasterning global raqobatbardoshligining rivojlanish modeli”ni jadvaldagi “Klasterlarni turli xo‘jalik yuritish darajalarda shakllantirish xususiyatlari” bilan solishtirganda, iqtisodiy tarmoqlarda klasterlarni shakllantiruvchi 5 ta xususiyatlariga to‘liq mos keladi (ular jadvalga “+” belgisi bilan ko‘rsatilgan), turizm klasteri uchun zaruriy xususiyatlarning 6-chisi - “Turistik hududlarning shakllanganligi” ga uncha mos kelmaydi (bu holat jadvalda “-” belgisi bilan ko‘rsatilgan) va 7-chisi – “Nomoddiy xususiyatdagi turistik mahsulotning texnologik zanjirini yaratish” hamda 8-chisi – “Hududda turagentlik va turoperatorlarning ustunligi” xususiyatlariga to‘liq mos keladi. Biroq, tahlil qilinayotgan klaster modeli ziyorat turizmida klasterlarni shakllantiruvchi ikkala: 9-chi - “Jozibador ziyorat destinatsiya (hudud)larning mavjudligi” va 10-chi - “Ziyoratchilarning klasterda ishtiroki” xususiyatlariga mos kelmasligi aniqlandi. Bu holat jadvalda “-” belgisi bilan ifodalangan.

Klasterlashtirilgan turistik destinatsiya modelining, fikrimizcha, kamchiligi – destinatsion menejment va marketingni inobatga olmaganligi hamda modelning tuzilishida qo‘shilgan qiymat zanjiri (7-chi xususiyat) o‘z aksini topmasdan qolganligida. Yuqoridagi modelga o‘xshab, unda ham ziyorat turizmida klaster shakllantiruvchi ikkala xususiyatlari ham inobatga olinmasdan qolgan.

Turistik klasterning tizimli modeli “Klasterlarni turli xo‘jalik yuritish darajalarda shakllantirish xususiyatlari” bilan solishtirganda, iqtisodiy tarmoqlarda klasterlarni shakllantiruvchi 5 ta xususiyatlaridan faqat 3 tasi – “Hududiy birlik”, “Tarmoq va tarmoqlararo aloqalarning mavjudligi” va “Kooperatsion aloqalar” xususiyatlariga hamda turizm sohasida klasterlarni shakllantiruvchi barcha xususiyatlariga to‘liq mos keladi. Lekin, ziyorat turizmida klasterlarni shakllantiruvchi ikkala: 9-chi - “Jozibador ziyorat destinatsiya (hudud)larning mavjudligi” va 10-chi - “Ziyoratchilarning klasterda ishtiroki” xususiyatlariga esa mos kelmaydi.

Keyingi bosqich Ziyorat klasterlarni shakllantirish uchun maqbul modellarni tavsiya etish. Tahlili natijasida turistik hudud bilan bog‘liq bo‘lgan 3 ta - “Klasterlashtirilgan turistik destinatsiya”, “Turistik klasterning geografik” va “Destinatsion menejment” modellari ziyorat klasterini shakllantirish uchun maqbul modellar sifatida tavsiya etiladi.

Shunday qilib, O‘zbekistonda turizmning istiqbolli shakli sifatidagi ziyorat turizmini klaster yondashuvida rivojlantirish uchun ilg‘or klaster modellarining beshta klassik xususiyatlari bilan bir qatorda uning yana uchta turizm sohasi uchun zarur va ikkita ziyorat turizmi uchun yetarli -“muqaddas joylarning mavjudligi” va “ziyoratchilarning klasterda ishtiroki” kabi xususiyatlarini inobatga olgan taqdirdagina, fikrimizcha, ziyorat turistik klasterini shakllantirish imkoni vujudga keladi.

Xulosa va takliflar. Ziyorat turizmi uchun alohida klaster modeli ishlab chiqilishi zarur. Bu model mavjud ilg‘or klaster modellari asosida shakllantirilishi, lekin diniy va ma’naviy qadriyatlarni inobatga olgan holda moslashtirilgan bo‘lishi lozim. Turizm klaster modellarini baholashda quyidagi klasterboplik mezonlari asosiy mezon sifatida belgilanishi mumkin:

- ✓ Geografik yaqinlik va logistik qulaylik;
- ✓ Ziyorat manzillarining jozibadorligi va tarixiy-diniy ahamiyati;
- ✓ Mahalliy infratuzilma va xizmatlar darajasi;
- ✓ Mahalliy aholi va tadbirkorlarning ishtiroki;
- ✓ Destinacion menejment tizimining mavjudligi;
- ✓ Transport, xavfsizlik, ekologik muvozanat va axloqiy me’yorlarga rioya qilish.

Hududiy boshqaruv organlari va turizm sohasidagi ilmiy markazlar hamkorligida ziyorat klasterlarini shakllantirishga oid eksperimental loyihalar ishlab chiqilishi va sinovdan o‘tkazilishi maqsadga muvofiqdir. Ziyorat turizm klasterlarini barpo etishda xalqaro tajribadan (masalan, Makkadagi Haj logistikasi yoki Hindistondagi diniy festivallarni tashkil etish tizimi) o‘rganish va moslashtirish foydalidir. Turizm oliy ta’lim muassasalari uchun ziyorat turizmi klasterlashiga doir fanlar va modullar ishlab chiqilishi, bu yo‘nalishda yangi ilmiy tadqiqotlar qo‘llab-quvvatlanishi kerak.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Kim, N., & Wicks, B.E. (2008). Tourism Clusters: Korean Tourism Policy and Practice. *International Journal of Tourism Research*, 10(1), 1–15.
2. Malakauskaite, A., & Navickas, V. (2010). The Role of Clusters in the Tourism Industry Development. *Engineering Economics*, 61(1), 50–57.
3. Бойко, А. Е. (2012). Системная модель туристического кластера: методология формирования. *Вестник Санкт-Петербургского университета экономики и финансов*, №6, 48–53.
4. Карпова, Е. Г. (2016). Модель туристического кластера на основе процессного подхода. *Современные научные исследования и инновации*, №12.
5. Морозов, М. А., & Львова, Т. В. (2019). Географическая модель туристического кластера на основе картографической таксономии. *География и туризм*, №2, 75–82.
6. Навруз-Зода, Б.Н., Ибрагимов, Н.С. (2021). Дестинационное управление туристическими кластерами в Узбекистане: теория и практика. *Журнал "Turizm va Marketing"*, №4, 22–29.
7. Porter, M.E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press, New York.
8. OECD (2009). *Clusters, Innovation and Entrepreneurship*. OECD Publishing.
9. UNWTO (2016). *Tourism and Culture Synergies*. World Tourism Organization.
10. Lipina, S. A., Agapova, E. V., Lipina, A. V. (2016). *Зелёная экономика. Глобальное развитие*. Москва: Финансы и статистика.