



MINTAQADA ZIYORAT TURIZM KLASTERINI SHAKLLANTIRISH ORQALI IQTISODIY SAMARADORLIKNI OSHIRISH IMKONIYATLARI

J.N.Uzaqov-Axborot texnologiyalari va menejment universiteti iqtisodiyot kafedrasida katta o'qituvchisi, Qarshi muhandislik iqtisodiyot instituti mustaqil tadqiqotchisi

Annotatsiya. Maqolada ziyorat turizm samaradorligini oshirishda turistik klasterlarni shakllantirish modellari ishlab chiqilgan, turizm xizmatlar bozorini rivojlantirishda klaster usullaridan foydalanish tajribasi bo'yicha fikrlar olimlar talqini orqali asoslangan hamda turistik klasterlarni tashkil qilish va rivojlantirish bo'yicha taklif va tavsiyalar berilgan.

Kalit so'zlar. Ziyorat, ziyorat klasteri, turizm, samaradorlik, klaster, model, destinatsiya, konsentratsiya, muqaddas maskan, qo'shilgan qiymat zanjiri, aqlli ziyorat hududi.

Kirish. Bugungi kunda ziyorat turizm sohasining rivojlanishi va uni iqtisodiyotning yetakchi sohalaridan biriga aylantirish bu esa mamlakatning iqtisodiy o'sishini ta'minlash va jahon hamjamiyatidagi nufuzini oshirishdagi ahamiyati bilan bog'liq.

Prezidentimiz Sh.M. Mirziyoyev tomonidan "2022-2026-yillarda Yangi O'zbekiston taraqqiyot Strategiyasi"da ziyorat turizm sohasini rivojlantirishning ustuvor maqsadlaridan biri sifatida, "O'zbekiston bo'ylab sayohat qiling" dasturi doirasida mahalliy sayyohlar sonini 12 million nafardan oshirish, Respublikaga tashrif buyuradigan xorijiy turistlar sonini 9 million nafarga yetkazish vazifasi qo'yilgan.

Bundan tashqari, mamlakatimiz iqtisodiyotining barqaror rivojlanishini ta'minlashning hozirgi sharoitlarida ziyorat turizm sohasining investitsion jozibadorligini oshirish, davlat va xususiy biznesning sheriklik mexanizmidan



foydalangan holda ziyorat turizm samaradorligini oshirishda turistik klasterlash usulidan foydalanish yo'llari qo'llab-quvvatlash muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Mavzuga oid adabiyotlar sharhi. Hozirgi paytda klaster strategiyasi va uning imkoniyatlaridan foydalanish kundan-kunga dolzarb masalalar qatoridan joy olmoqda. Bu borada xorijlik M.Porter[1], M.Enrayt[2], M.J. Enright[3], A.V. Mitrofanova[4], T.V.Mirol'yubova[5] kabi olimlarning g'oyalarida ko'rishimiz mumkin.

Turizmدا klasterlash masalalari yuzasidan mamlakatimiz olimlaridan M.T.Alimova[6] "hududiy davlat boshqaruvi organlari tarkibida istiqbolli turistik klasterlarni shakllanishi va rivojlanishiga ko'maklashish, klaster dorasidagi ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarni o'zaro muvofiqlashtirish, uning rivojlanish yo'lidagi to'siqlarni bartaraf etish bo'yicha chora-tadbirlar dasturini ishlab chiqish va ularning ijro etilishini nazorat qilish vazifalarini bajaruvchi ishchi guruhning tashkil etilishi esa ushbu yo'nalishdagi masalalarni amalga oshirish samaradorligini oshirishga xizmat qiladi" kabi fikrlarni;

A.M.Abduvohidovning[7] "Turizmda investitsiya loyihalarini takomillashtirishda asosan turistik korxonalar va xususiy turistik firmalarning ham alohida o'rni bo'lishi kerak. Chunki mamlakatga investitsiya ajratmoqchi bo'lgan xorijiy kompaniyalar eng avvalo mamlakat turistik korxonalarining iqtisodiy rivojlanganlik darajasiga hamda faoliyatning kelgusida daromad olib kela olish rejalariga alohida e'tibor qaratadilar" fikrlari;

YE.V. Golisheva[8] "Turizm sohasini rivojlantirishda fan, ta'lim, biznes va madaniyat subyektlarining birgalikdagi ta'lim faoliyati uchun ilmiy-ta'lim turistik klaster ko'rinishida ta'lim tizimini innovatsion boshqarishning yangi mexanizmini joriy etish" kabi fikrlarini yuritishgan.

Shuningdek, S.Nurmatova[9], S.R.Safayeva[10], B.X.Turayev[11], O.H.Hamidov[12]larning ilmiy tadqiqotlarida o'z ifodasini topgan.

Demak, O‘zbekistonda klaster yondashuvida ziyorat turizmini xalqaro miqyosda rivojlantirish maqsadida ilg‘or klaster modellarini o‘rganib, ularni turistlar tashrif buyuradigan diqqatga sazovor joylarini turlarga ajratish maqsadga muvofiq bo‘lib, bu esa turizmning mintaqa iqtisodiyotiga ijobiy ta‘siri kuchayishiga yordam beradi.

Tadqiqot metodologiyasi. O‘tkazilgan ilmiy tadqiqotlar natijasida ziyorat turizmning samaradorligini oshirish bo‘yicha turistik klasterlar faoliyati yuzasidan taklif va tavsiyalar keltirilgan. Tadqiqot jarayonida tizimli yondashuv, abstrakt-mantiqiy fikrlash, taqqoslash, omilli tahlil va qiyosiy tahlil etish usullaridan foydalanilgan.

Tahlil va natijalar. Ziyorat turistik klasterlarini xususan, shakllantirishning muhim bosqichlaridan biri mukammal klaster modelini tuzishdan iborat. M.Porter klasterning iqtisodiy modelini mukammal darajada tuzish yo‘lini ko‘rsatgan.

Uning to‘rtta “brilliant romblari”:

- 1) strategiya, tuzilish va raqobat;
- 2) talabning holati;
- 3) omillar uchun shart-sharoitlar;

4) turdosh va qo‘llab-quvvatlovchi sohalar yig‘indisi, aynan qiymat yaratish bilan bog‘liq tuzilmalarini shakllantirishini yorqin ifodalaydi[1]. Uning mashhur “brilliant romblari” turli tarmoq va sohalarda klaster modellarini yaratishda metodologik asos sifatida xizmat qilib kelmoqda.

O‘zbekistonda klaster yondashuvida ziyorat turizmini 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. Turistik klasterlarni shakllantirishning tarmoq modellari.
2. Turistik klasterlarini shakllantirishning mintaqaviy modellari.

3. Klasterlarni shakllantirishning turistik hudud (destinatsion) modellari.

Ziyorat turistik 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'rtta: 1). TZZO- Turizm ziyoratbop ziyorat obekti; 2). DSTZJ - Diqqatga sazovor turizm ziyorat joyi. 3). MZM- Muqaddas ziyorat maskan. 4). JTZH- Jozibador turistik ziyoratgoh hudud sifat darajalariga bo'lingan. Muqaddas joylarning bunday tasniflash ziyorat klasterining poydevorini yaratish, uning sarhadlarini aniqlashga xizmat qiladi.

Masalan, O'zbekistonda yetishtiriladigan qovunlarni xorijlik fuqarolar iste'mol qilmoqchi bo'lsalar, qovunlarni ular yashaydigan hududlarga yetkazib berish kerak bo'ladi. Lekin, 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 qatorda, uning hududga mansubligi, birlashtiriladigan korxonalarining territorial yaqinligi (hudud jihati)ni ham inobatga olish zarur, deb hisoblaymiz.

Turistik 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 usullaridan foydalanish va rivojlanish bilan bog'liq bo'lgan yuqori texnologik firmalarining konsentratsiyasidan iborat bo'lishi mumkin" [2].

Mintaqaviy turistik klaster - bu gorizontal aloqalar bilan birlashtirilgan turizm sohasi va u bilan bogʻlangan turli tarmoqlardagi korxonalar majmuida ifodalangan turizmni hududiy tashkil etish shaklidir. Mintaqaviy turistik klasterlarning oʻziga xos xususiyatlari birlashtirilgan korxonalar oʻrtasida gorizontal ravishdagi aloqalarni oʻrnatishdan iborat. Bu klaster ishtirokchilarning kooperatsiyasi va ularning raqobati asosida yaratilib, barcha uyushtirilgan korxonalar va tashkilotlar umumiy maqsadga erishish uchun ishlaydilar.

“Turistik hudud” turizm sohasida “strategik biznes birligi” sifatida namoyon boʻladi 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 eʼtiborga olish maqsadga muvofiq boʻlar edi. Shu sababdan, ziyorat turistik klasterlarini shakllantirishda yangicha yondashuv kerak boʻladi.

Klasterlarni shakllantirishning turistik hududiy (destinatsion) modellari turistlar tashrif buyuradigan mahalliy hudud (joy) lari negizida klasterlarni yaratish bilan tavsiflanadi. Chunki, sayohat va ziyorat maʼlum 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 boʻladi. Klaster doirasida mahalliyashtirish ichki guruhda umumiy, koʻpincha noformal, intensiv va chambarchas bogʻlanganlikni ifodalaydi. Mahalliyashtirish tufayli klaster qatnashuvchilari oʻrtasida gʻoyalar, yangi texnologiyalar toʻgʻrisidagi axborotlarni oʻrtoqlashish imkoni paydo boʻladi. Shu sababdan klasterlar, birinchi navbatda hudud darajasidan rivojlanib boradilar[5].



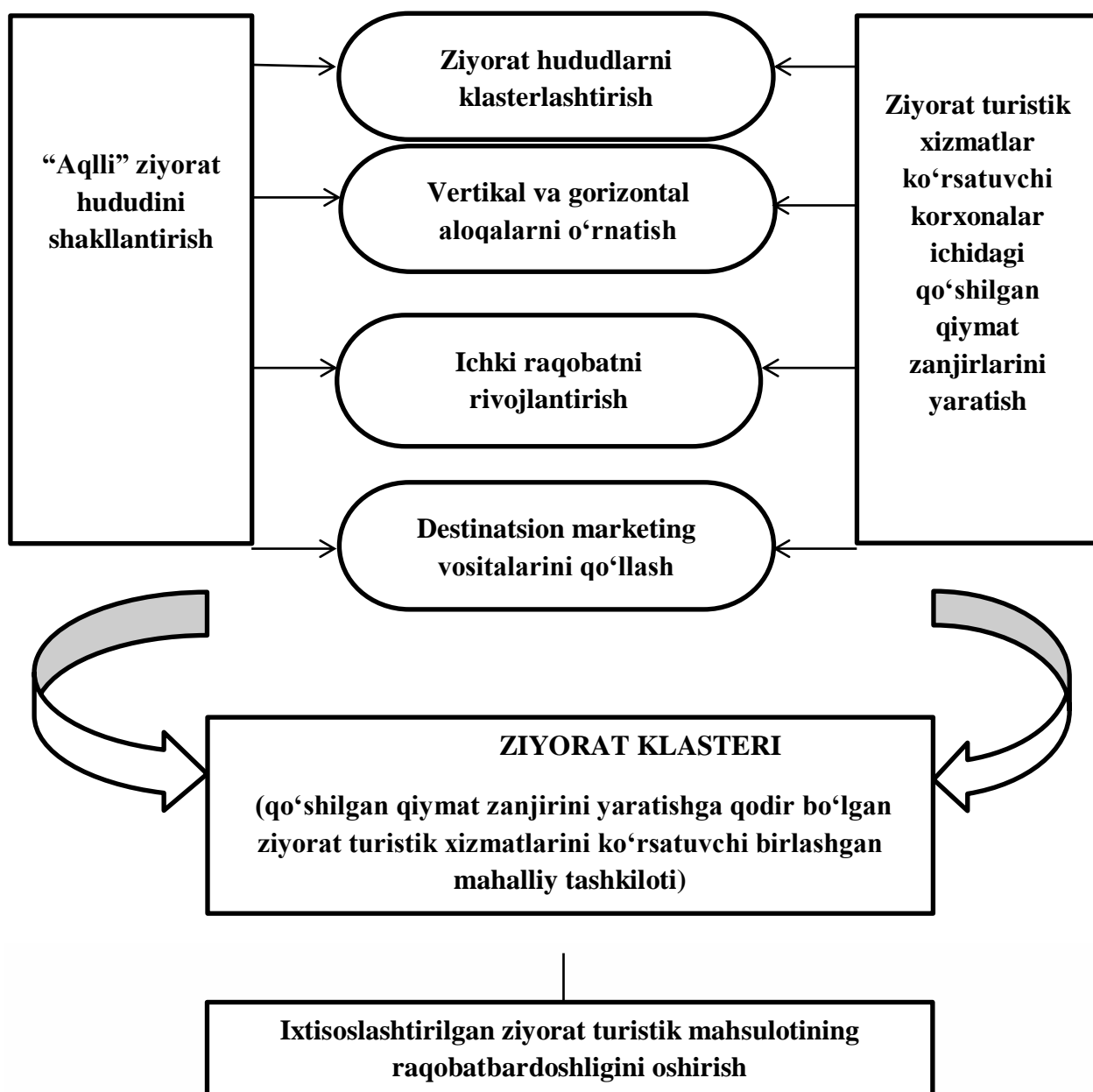
Turistik klasterlar muayyan hudud bilan bevosita bog‘liqligi tufayli “turistik destinatsiya” tushunchasining tarkibiy qismi sifatida amal qiladi. YA’ni, turistik klasterlar turistik destinatsiyalarning tarkibiy qismi hisoblanadi.

Xorijiy sayyohlik biznesi tajribasida aynan destinatsiya turizmning asosiy elementi va uning raqobat ustunligini ta’minlovchi omil sifatida tan olinadi[3].

Turistik klasterni shakllantirishning to‘rt qatlamli destinatsion yondashuvini inobatga olgan holda va ziyorat turistik klasterining organik tuzilishdan kelib chiqib muqaddas joylarning “klasterbop ziyoratgoh” aniqlovchisi (determinanti) negizida, biz “Ziyorat turistik klasterini shakllantirishning “aqlli” turistik hudud (destinatsion) modeli”ni quyidagi ko‘rinishda tavsiya etamiz (1-rasm).

1-rasmdan ko‘rinib turibdiki, ziyorat turistik klasterini shakllantirishning “aqlli” 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 “aqlli” ziyorat hududini shakllantirish. “Aqlli” 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 “aqlli” ziyorat hududlari vujudga keladi va ular klaster shakllantiruvchi tayanch asos sifatida xizmat qiladilar;



1-rasm. Ziyorat klasterini shakllantirishning "aqlli" turistik hudud (destinatsion) modeli.

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" [1], deb tushuniladi.



Qo‘shilgan qiymat zanjiri klaster doirasida xo‘jalik yurituvchi subyektlarining qiymatini ko‘paytirish imkonini yaratadi.

Xulosa va takliflar. 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 firmalarning birlashuvi evaziga ziyorat turizmini tashkil etishning klaster shaklini vujudga keltiradi.

Ziyorat hududlarni ziyorat klasterboplik darajasini aniqlash metodologiyasi va mezonlarini ishlab chiqib, ular asosida muqaddas joylarning ziyorat klasterbopligini to‘rtta:

- 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.

Shu nuqtai nazardan, Qashqadaryo mintaqasida ziyorat turizmi klasterlarini shakllantirish muhim bo‘lib, iqtisodiy-ijtimoiy va innovatsion salohiyatini kengaytirish, uning raqobatbardoshligini oshirish, ziyorat turizmini yanada rivojlanishini ta‘minlash imkoniyatini beradi.



Foydalanilgan adabiyotlar:

- [1] Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М.: Альпина Паблицер, 2016. С.73.
- [2] 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.
- [3] Ritchie B.J.R., Crouch J.I. The competitive destination: a sustainable tourism perspective. UK, CABI Publishing. Wallingford. 2003.172 p.
- [4] Митрофанова А.В. Региональный туристский кластер как форма пространственной организации туризма (на примере Калининградской области). Автореферат дисс...к.г.н. Калининград.2010.24 с. С.4.
- [5] Миролюбова, Т.В. Закономерности и факторы формирования и развития региональных кластеров: монография/ Т.В. Миролюбова, Т.В. Карлина, Т.Ю. Ковалева; Перм. гос. нац. иссл.ун-т. Пермь, 2013 – 283 с.
- [6] Алимова М.Т. Худудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденциялари (Самарқанд вилояти мисолида): иқтисодиёт фанлари доктори илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация. – С.: СамИСИ, 2017. - 265 б.;
- [7] А.М.Абдувоҳидов, Ф.С.Қутлимуротов “Туризм иқтисоди” Ўқув кўлланма. – Тошкент-2011. 105 бет;
- [8] Голышева Е.В., Хужаназарова Н. “Научно-образовательный туристский кластер:новый механизм инновационного управления на примере Узбекистана”: (scholar.bpengi.com).– 290 с.;
- [9] Жалолиддинова Х., Нурматова С. Туризм в Узбекистане после COVID-19. //Научно-электронный журнал «Экономические и инновационные технологии», 2021. - № 1 (январь-февраль). – С. 333-341;



[10] Safarova N.N. Iqtisodiyotning barqaror rivojlanishiga turizm sohasi ta'sirini baholash usullarini takomillashtirish: i.f.d.. dokt. dissertatsiya avtoref. – Tashkent, 2018;

[11] Тураев Б.Х. Развитие организационно-экономических механизмов управления региональным туризмом: Автореф... докт. экон. наук. – Т., 2011. – 52 с.;

[12] Hamidov O.H. O'zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirishni boshqarish mexanizmini takomillashtirish. Iqt. fan. dokt. (DSc) diss... avtoreferati. – Samarqand, 2017.-7 b.