

TURIZM KLASTERLARINI SHAKLLANTIRISHNING ASOSIY TAMOYILLARI

*Shoxro'y Navruz-zoda.,
Buxoro davlat universiteti,
“Turizm va mehmonxona xo'jaligi”
kafedrasida o'qituvchisi*

Annotatsiya. Turistik klasterlarni shakllantirishda besh tamoyil asos bo'lib, ular xo'jalik yurituvchi subyektlarning bir hududda joylashganligi, qo'shilgan qiymat zanjirining yaratilishida klaster qatnashchilarining chuqur texnologik kooperatsiyaga kirishishi, o'zaro hamkorlikdagi aloqa va raqobatning uyg'unligi, innovatsiyaviyligi, davlat-xususiy sherikchiligidan iborat.

Kalit so'zlar: turistik klaster, tamoyil, qiymat zanjiri, hamkorlik, innovatsiyaviylik.

Аннотация. В основу формирования туристских кластеров положены пять принципов: расположение хозяйствующих субъектов на одной территории, участие участников кластера в глубоком технологическом сотрудничестве в создании цепочки добавленной стоимости, гармония коммуникации и конкуренция во взаимной сфере. кооперация, инновационность, государственно-частное партнерство.

Ключевые слова: туристический кластер, принцип, цепочка создания стоимости, сотрудничество, инновации.

Annotation. Five principles are the basis for the formation of tourist clusters, they are the location of economic entities in the same area, the participation of cluster participants in deep technological cooperation in the creation of the added value chain, the harmony of communication and competition in mutual cooperation, innovativeness, public-private partnership.

Key words: tourism cluster, principle, value chain, cooperation, innovation.

Turistik klasterlar quyidagi muhim tamoyillar asosida shakllanadi va faoliyat yuritadi:

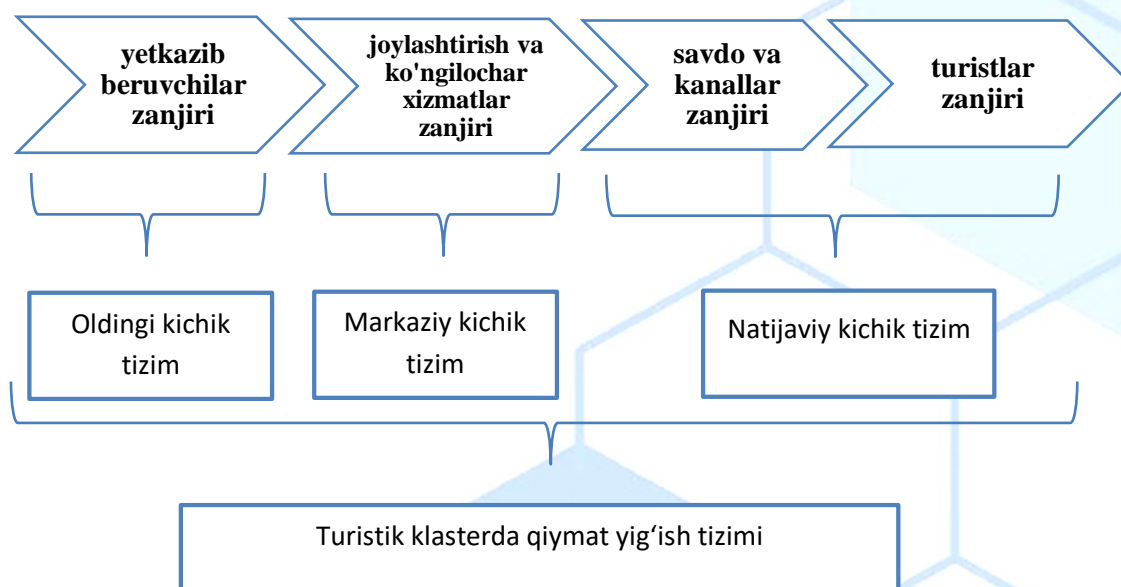
1. **Xo'jalik yurituvchi subyektlarning bir hududda joylashganligi.** Klasterlarni shakllantirishning ajralmas sharti iqtisodiy birliklarning geografik yaqinligi bo'lib, u transport va aloqa xarajatlarini kamaytirish, tezkor iqtisodiy o'zaro ta'sir o'rnatish, ijtimoiy kapital almashinuvi va o'quv jarayonlarini ta'minlaydi. Turistik klasterlarning geografik miqyosi mahalliy, mintaqaviy hamda mintaqalararo bo'lishi mumkin.

Turizm klasterida qiymatlarni to'plash tizimiga to'rt turdagi yetkazib beruvchilar (birinchi navbatda transport kompaniyalari), turar joy va ko'ngilochar muassasalar,

turistik mahsulotlarni tarqatish kanallari (turoperatorlar, sayyohlik agentliklari), shuningdek, xaridor-turistlarning o‘z qiymatlari zanjirlari kiradi (1-rasm).

Butunjahon turistik tashkilotining ma’lumotlariga ko‘ra, sayyohning yetti kunlik uzoq turistik markazda bo‘lishi davomida 10 dan 20 tagacha zanjir xizmat ko‘rsatadi. Ular ekskursiya byurosi, maxsus turistik kitoblar do‘konlari va sug‘urta kompaniyalaridan tortib, esdalik do‘konlari, valyuta ayirboshlash shaxobchalari, taksilar va boshqalardan iborat 30-50 ta turli kompaniyalarni jalb qiladi.

2. **Qo‘shilgan qiymat zanjirining yaratilishida klaster qatnashchilarining chuqur texnologik kooperatsiyaga kirishishi.** Klaster ko‘plab iqtisodiy agentlarni o‘z ichiga olgan murakkab ichki tuzilishga ega. Uning tarkibiga turizm mahsulotlarini ishlab chiqaruvchi va sotuvchi asosiy kompaniyalar, yordamchi (tegishli) ishlab chiqarishlar, shuningdek, ta’lim muassasalari, ilmiy-tadqiqot tashkilotlari kiradi. Klaster a’zolari qiymat zanjirlari va qiymat to‘plash tizimlarida ishtirok etish orqali o‘zaro chuqur texnologik hamkorlikka kirishadilar. Yuqorida ta’kidlab o‘tilganidek, klasterning mohiyati uning tarkibiga kiruvchi firmalarning



1-rasm. Turistik klasterda qiymat yig‘ish tizimi¹

qiymat zanjirlari ko‘rinishidagi o‘zaro aloqalari orqali ochib beriladi. Qo‘shimcha qiymat – bu to‘g‘ridan to‘g‘ri ma’lum bir korxonada, ma’lum bir firmada qo‘shilgan tovarlar va xizmatlar qiymatining bir qismi. Korxonada ishlab chiqarish faoliyatining har bir turi qo‘shimcha qiymat yaratadi. Ular firma ichidagi qiymat zanjirlarini hosil qilishda biri ikkinchisining davomi sifatida muayyan ketma-ketlikda tizilgan. Raqobat

¹ Manba: Public-Private Sector Cooperation: Enhancing Tourism Competitiveness / WTO Business Council. Madrid: WTO, 2000. P.88.

ustunligiga erishish uchun firma o'zining qiymat zanjirini ham, uni yetkazib beruvchilar va iste'molchilar bilan bog'laydigan tashqi zanjirlarni ham optimallashtirishi kerak. Dinamik ravishda rivojlanayotgan klaster turli xil qiymat zanjirlarini o'z ichiga oladi, ularning barchasi M. Porter qiymatlarni yig'ish tizimi deb atadi (value system, "qiymatlar tizimi" deb tarjima qilinadi).

3. O'zaro hamkorlikdagi aloqa va raqobatning uyg'unligi. Klasterning muhim xususiyati hamkorlik va raqobatning kombinatsiyasi – klasterga a'zo firmalar o'rtasidagi o'zaro munosabatlarning ikkita asosiy turi. Bir xil yoki o'xshash mahsulotlarni ishlab chiqaradigan va qiymat zanjirining bir xil bo'g'iniga mansub kompaniyalar to'g'ridan to'g'ri raqobatchilardir, ayni paytda ular ko'pincha qo'shma strategik ittifoqlarni tuzadilar. Bunday raqobat yaqinligi ishlab chiqarishning barcha omillari unumdorligini oshirishga qaratilgan doimiy mahsulot va texnologik innovatsiyalarning harakatlantiruvchi kuchi bo'lib, innovatsiyalarning tez tarqalishini ta'minlaydi.

Buni Avstraliyaning Kvinslend shtati, Tropik Shimoliy Kvinslendning ekoturizm klasterining rivojlanishi tasdiqlaydi (1-jadval). Avstraliyaning ushbu tez rivojlanayotgan hududida turizm yalpi hududiy mahsulotning 24% dan ortig'ini tashkil etadi. Tropik Shimoliy Kvinslendning dam olish maskani sifatida mashhurligi 1980-yillarda mahalliy turizm sanoati va mintaqaviy byuroning ushbu hududni ichki va xalqaro sayohat bozorlarida ilgari surish bo'yicha birgalikdagi sa'y-harakatlari tufayli o'sishni boshladi. Rivojlanishning ushbu dastlabki bosqichida bir nechta sayyohlik kompaniyalari bir-biri bilan yaqin hamkorlik qildilar. Turizm industriyasining nisbatan kichikligi va korxonalarining geografik jihatdan yaqinligi tranzaksiya xarajatlari juda past bo'lgan hamkorlikni va ular o'rtasida ishonchni o'rnatishga yordam berdi. Faqatgina ular birgalikda o'sish va raqobatbardoshlikka erishisha oldilar. Masalan, turizmning ayrim turlarini, xususan, bepul tog' chang'isi yoki tayyorlangan yo'laklardan tashqarida tog' yonbag'irlarida snoubordda uchishni rivojlantirish bo'yicha kelishilgan pozitsiya hamkorlikning harakatlantiruvchi kuchi bo'ldi.

Sayyohlik kompaniyalari ko'plab sohalarda hamkorlik qiladilar, ularning asosiylari marketing va atrof-muhitni muhofaza qilishdir. Ularning sa'y-harakatlari ixtisoslashgan mintaqaviy agentlik tomonidan qo'llab-quvvatlanadi, uning vazifasi Tropik Shimoliy Kvinslendni turizm bozorida targ'ib qilishdir. Davlat-xususiy sheriklikni mustahkamlashga marketingni rivojlantirish strategiyasi, turistik hududning jozibador qiyofasi, shuningdek, qator ekologik dasturlarning birgalikda ishlab chiqilishi yordam berdi.

Avstraliya turizm klasterining tarixi shuni ko'rsatadiki, barqaror o'sishga erishish va raqobatni saqlab qolish uchun kollektiv yondashuv muhim ahamiyatga ega.

1-jadval

Tropik Shimoliy Kvinslend turizm klasterini rivojlantirishning asosiy bosqichlari²

Yillar	O‘zaro munosabatlar	Rivojlanish shartlari
1980-yillar boshlari	chuqur hamkorlik	kam sonli turistik korxonalar, sayyoh tor oqimlari
1980-yillar oxirlari	raqobat va qarama-qarshilik	turistik bumning boshlanishi
1989-1990-yillar	Hamkorlik	havo transporti xodimlari ish tashlashi
1990-yillar	hamkorlikning zaiflashishi	turistik bum
1990-yillar oxirlari	hamkorlikni kengaytirish	tadbirkorlik va turistik faollikning pasayishi

4. **Innovatsiyaviyligi.** Klasterlar yuqori raqobatbardoshdir. Bunga cheklangan hududda turdosh va yordamchi tarmoqlarning firmalari to‘planganligi, ishlab chiqarish ko‘lami va xilma-xillik bo‘yicha tejashni ta‘minlaydigan tashkilotlar, shuningdek, iqtisodiy resurslar, ma‘lumotlar, munosabatlar tufayli erishiladi. Masalan, AQSHda, Napa vodiysida (Kaliforniya) – vinochilik turizmi klasteri tashkil etilgandan so‘ng, mamlakatning yetakchi vinochilik mintaqasida turizm sanoatining rivojlanishi shu qadar tezlashdiki, turizm tez orada vinochilikni chetga surdi va mintaqadagi asosiy iqtisodiy faoliyatga aylandi.

5. **Davlat-xususiy sherikchiligi.** Klasterlar davlat-xususiy sheriklik tamoyillari asosida shakllantirilib faoliyat yuritadi. Davlat turizm klasterini shakllantirish va uni rivojlantirishda, ayniqsa, rivojlantirishning dastlabki bosqichda muhim rol o‘ynaydi, u buni turizm biznesi bilan yaqindan, strategik ittifoqda amalga oshiradi. Shunday qilib, AQShning Napa vodiysida sayyohlik klasterini shakllantirish jarayonida davlat va xususiy sektor mintaqa brendini yaratish va uni Amerika bozorida bir vaqtning o‘zida ikki maqsadda, ham vinochilik markazi, ham turizm hududi sifatida ilgari surishda yaqindan hamkorlik qildilar. Bu kuchli marketing loyihasi edi. Yana bir misol, Meksikada Kankun turizm klasterini yaratishda davlat loyiha ishlab chiquvchisi, menejeri va investori sifatida ishtirok etdi.

² Александрова А.Ю. Кластерные принципы организации туристского пространства (мировой опыт).

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati.

1. Shohru, N. Z. (2021). INNOVATIVE ORGANIZATIONAL FORMS OF YOUTH TOURISM DEVELOPMENT IN POST PANDEMIC CONDITIONS. *Scientific reports of Bukhara State University*, 5(4), 162-171.
2. Навруз-зода, Ш. Б. (2023). ЁШЛАР ТАШРИФ ЖОЙЛАРИНИНГ САЁХАТ КЛАСТЕРБОПЛИК ДАРАЖАСИНИ КРИ ТИЗИМИ БЎЙИЧА БАҲОЛАШ. " *Экономика и туризм*" *международный научно-инновационной журнал*, 4(12).
3. Навруз-Зода, З. Б., & Навруз-Зода, Ш. Б. Паломничество как устойчивая туристическая основа ислама.
4. Navruz-zoda, S. (2022). METHODOLOGY AND CRITERIA FOR DETERMINING THE DEGREE OF CLUSTER FORMATION OF YOUTH TOURIST DESTINATIONS. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.Uz)*, 22(22).
5. Navruz-zoda, S. (2021). СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.Uz)*, 7(7).
6. Navruz-zoda, S. (2022). ЁШЛАР ТУРИЗМИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА КЛАСТЕРЛАРИНИНГ ТАШКИЛИЙ МЕХАНИЗМЛАРИ. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.Uz)*, 21(21).
7. Kh, J. K. (2024). SMART TOURISM—AN APPROACH ASSOCIATED WITH TOURISM IN ORDER TO OBTAIN ECONOMIC BENEFITS FOR A REGION: Yangi O'zbekiston taraqqiyotida tadqiqotlarni o'rni va rivojlanish omillari. Yangi O'zbekiston taraqqiyotida tadqiqotlarni o'rni va rivojlanish omillari, 6(2), 118-122.
8. Jafarova, K. (2023). Conservation and promotion of Bukhara's historical center using digital technologies. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 38(38).
9. Khalimovna, J. K. (2023). INFLUENCE OF LOCAL FOOD ON TOURIST MOTIVATION IN BUKHARA. *Journal of new century innovations*, 31(1), 121-124.
10. Khalimovna, J. K. (2023). THE ROLE OF FAMILY BUSINESSES IN THE ECONOMY OF THE COUNTRY: THE EXAMPLE OF BUKHARA REGION. *Лучшие интеллектуальные исследования*, 11(3), 91-95.
11. Кадирова, Ш. (2023). MINTAQADA TURIZMNING BARQAROR RIVOJLANISHIDA KADRLAR MALAKASINI OSHIRISH MASALALARI. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 35(35).
12. Кадирова, Ш. (2023). TURISTIK OQIMNING O'SISHIDA TRANSPORTLARINING ANAMIYATI. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 35(35).

13. Хайруллаева, Н. Н., & Кадилова, Ш. Х. (2017). ИНТЕГРАЦИЯ СТРАТЕГИИ НА СЕРВИСНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ (ПРИМЕР ГОСТИНИЦ БУХАРЫ “МАЛИКА”) INTEGRATION STRATEGIES AT SERVICE ENTERPRISES (Example of Bukhara “Malika” hotels). Редакционная коллегия: СВ Дусенко—доктор социологических наук, профессор НЛ Авилова—доктор исторических наук, профессор, 462.
14. Кадилова, Ш. (2023). THE ROLE OF TRANSPORT AND TOURISM PROGRAMS IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN UZBEKISTAN. ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz), 35(35).
15. Kadirova, S. K. (2022). Improving Transport Service for the Development of Tourism in Uzbekistan. American Journal of Social and Humanitarian Research, 3(12), 27-33.
16. Sarvinoz, S., & Kadirova, S. (2021). ВАЖНОСТЬ ВЕБ-САЙТОВ И СИСТЕМ ОНЛАЙН БРОНИРОВАНИЯ В ПРОДВИЖЕНИИ УСЛУГ СРЕДСТВ РАЗМЕШЕНИЙ. ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz), 8(8).
17. Khabibullayevna, K. S., & Gulasal, N. (2023). THE IMPORTANCE OF NEW TRANSPORT ROUTES IN THE DEVELOPMENT SERVICE SECTOR. ОБРАЗОВАНИЕ НАУКА И ИННОВАЦИОННЫЕ ИДЕИ В МИРЕ, 16(4), 3-6.
18. Khabibulloyevna, K. S., & Ergashovna, L. M. (2022). The Importance of Developing Sustainable Tourism. Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance, 3(4), 49-56.
19. Эргашева, А. Ф., Кадилова, М. М., & Кадилова, Ш. Х. (2020). Роль туризма народных промыслов в Бухарской области. European science, 1, 50.
20. Nematilloevna, K. N., Khabibulloyevna, K. S., & Mahbuba, K. THE ECONOMIC ESSENCE OF THE SYSTEM. NATURAL AND RECREATIONAL AREAS IN TOURISM SPHERE.
21. Кадилова, Ш. Х., & Хайруллаева, Н. Н. (2017). Интеграция стратегии на сервисных предприятиях (пример гостиниц бухары" малика"). In Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в россии (pp. 462-469).
22. Kadirova, S. X. Formation Of National Attention In Innovative Education-Preschool Educational Schools. European Journal of Research and Reflection in Educational Sciences. A peer reviewed journal.
23. Kadirova, S. H. (2018). THE SIGNIFICANCE OF TRANSPORT SERVICES IN THE TOURISM MARKETING. Студенческий вестник, (10-5), 64-66.
24. Xayrullayeva, N., Kadirova, S., & Aripova, M. (2021). The Role of Education and Sustainable Tourism in Achieving Cost Effectiveness during a Pandemic. ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz), 8(8).

25. Xayrullayeva, N., Kadirova, S., & Aripova, M. (2021). Organization of regional tourism based on tourism and innovation cluster. Центр научных публикаций (buxdu.uz), 8(8).
26. Урокова Дилфуза Бахриддиновна, & Толипов Мухаммадали Улугбек Угли (2020). Факторы, влияющие на развитие туризма в Узбекистане. Достижения науки и образования, (3 (57)), 21-23.
27. Ruzieva Gulinoz Fatilloeyvna, & Urakova Dilfuza Bahriddinovna (2021). THE ECONOMIC IMPORTANCE OF NATIONAL CRAFTS IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM. Academy, (1 (64)), 52-54.
28. Baxriddinovna, O. D., & Avazovna, A. M. (2023). IMPROVING EFFICIENCY BASED ON THE COMPANY'S EMPLOYMENT INCENTIVES. PEDAGOGS jurnali, 34(1), 33-39.
29. Baxriddinovna, O. D. (2023). TURIZM XIZMATLAR BOZORIDA RAQOVATBARDOSHLIKNING MONIYATI. ОБРАЗОВАНИЕ НАУКА И ИННОВАЦИОННЫЕ ИДЕИ В МИРЕ, 16(2), 158-163.
30. Урокова, Д., & Акрамова, Н. (2023). SCRUM: ГИБКИЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ПРОЕКТАМИ СФЕРА ТУРИЗМА. Talqin va tadqiqotlar, 1(1).
31. Bahriddinovna, U. D. (2021, November). Development of the Service Sector: A Comparative Analysis of National and Foreign Practices. In " ONLINE-CONFERENCES" PLATFORM (pp. 222-228).
32. Bahriddinovna, U. D. FOREIGN PRACTICES OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE SERVICE SPHERE.
33. Bahriddinovna, U. D. Independent researcher Bukhara State University.
34. Bahriddinovna, U. D. DEVELOPMENT TRENDS SERVICE RENDERING IN UZBEKISTAN.