

**КЛАСТЕР МОДЕЛЛАРИНИНГ ЗИЁРАТ КЛАСТЕРБОПЛИК ХУСУСИЯТЛАРИГА
МОСЛИГИНИНГ ҚИЁСИЙ ТАҲЛИЛИ**

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СООТВЕТСТВИЯ МОДЕЛЕЙ ТУРИСТСКИХ
КЛАСТЕРОВ С ХАРАКТЕРИСТИКАМИ ПАЛОМНИЧЕСКОГО
КЛАСТЕРООБРАЗОВАНИЯ**

**COMPARATIVE ANALYSIS OF THE COMPATIBILITY OF MODELS OF TOURIST
CLUSTERS WITH THE CHARACTERISTICS OF PILGRIM CLUSTER FORMATION**

Тўхлиев Искандар Суюнович

СамИСИ проф., и.ф.д.,

Наврўз-зода Зебинисо Бахтиёрвна

БухДУ иқтисодиёт каф. кат. ўқит.

Аннотация. Мақолада олтига илгор кластер моделининг зиёрат кластербоплик хусусиятларига мослигини аниқлаш мақсадида уларнинг ҳўжалик юрийтишининг турли даражалардаги ўнта кластер шакллантирувчи хусусиятлари билан солиштирилиш йўли билан қиёсий таҳлил ўтказилган. Таҳлил натижасида туризм ҳудуди билан боғлиқ 3 та - “Кластерлаштирилган туризм дестинацияси”, “Туризм кластерининг географик” ва “Дестинацион менежмент” моделлари зиёрат кластерини шакллантирилиш учун мақбул моделлар сифатида танлаб олинган.

Таянч сўзлар: зиёрат туризми, туризм кластери, зиёрат кластери, кластерларни шакллантирилиш, туризм дестинация, дестинацион менежмент.

Аннотация. В статье на основе сравнительного анализа шести продвинутых моделей туристского кластера с десятью кластерообразующими признаками различных уровней хозяйствования определяется их соответствия признакам формирования паломнического кластера. В результате анализа были выбраны три модели - «Модель кластеризованной туристской дестинации», «Географическая кластерная модель» и «Модель дестинационного менеджмента», которые могут служить основой для формирования паломнического кластера.

Ключевые слова: паломнический туризм, туристский кластер, паломнический кластер, формирование кластера, туристская дестинация, дестинационный менеджмент.

Abstract. In the article, based on a comparative analysis of six advanced models of a tourist cluster with ten cluster-forming characteristics of different levels of management, their correspondence to the characteristics of the formation of a pilgrimage cluster is determined. As a result of the analysis, three models were selected - the “Clustered tourist destination model”, “Geographical cluster model” and “Destination management model”, which can serve as the basis for the formation of a cluster cluster.

Key words: pilgrimage tourism, tourist cluster, pilgrimage cluster, cluster formation, tourism destination, destination management.

Қириш. Ўзбекистон катта сайёхлик салоҳиятга эга ўлка бўлиб, унинг туризм ресурсларидан узоқ йиллар самарали ва оқилона фойдаланмай келинган. Бунга сабаб туризм иқтисодиётининг иккинчи даражали соҳа эканлиги ҳамда унинг рақобатбардошлиги ва туризм хизматлари кўрсатиш сифатининг пастлигида эди. Охирги уч йилда туризм соҳасини иқтисодиётининг стратегик тармоғига айлантирилиш стратегик вазифасини амалга оширилиш жараёнида мамлакатимизнинг зиёрат туризми бўйича жозибадор сайёхлик ҳудуд сифатида халқаро миқёсда нуфузи йил сайин ошиб бормоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев 2020 йилдаги Олий Мажлисга Мурожаатномасида зиёрат туризмини жадал ривожлантирилиш зарурлиги тўғрисида фикр

юритиб, юртимизда 8 минг 200 дан зиёд маданий мерос объекти мавжуд бўлиб, туризм маршрутларига уларнинг атиги 500 таси киритилганлигини қайд этди ва Ўзбекистон Ҳукуматида зиёрат ва анъанавий туризм йўналишларига кирувчи объектлар сонини 800 тага етказиш бўйича чора-тадбирлар ишлаб чиқиш вазифаси юклатилди [1].

Мамлакатимизда зиёрат туризмни жадал ривожлантириш учун уни самарали ташкил этишнинг инновацион усулларини қўллаш тақозо этадики, бундай усуллардан бири кластер ёндашуви ҳисобланади. Чунки туризм соҳасида рақобат устунлигининг муҳим шартларидан бири ҳудудларнинг сайёҳлик салоҳиятидан самарали фойдаланиб, жойларда туризм бизнесини комплекс ривожлантиришга эришиш ҳисобланади. Алоҳида туризм ҳудудларида сайёҳлик бизнесини ташкил этишнинг самарали ва туризм оламида шуҳрат қозонган шакли сифатида туризм кластерларини яратиш ва ривожлантириш хизмат қилади. Ҳозирги вақтда Европада 100 тадан фирмаларни ўз ичига қамраб олувчи 392 та кластерлар ва 50 дан 100 тагача фирмалардан таркиб топган 471 та кластерлар муваффақият билан фаолият юритиб келмоқда [2].

Асосий қисм. Адабиётларда “кластер” тушунчасининг турли ёндашувлари бўйича турлича талқинлари мавжуд. “Кластер” атамасининг иқтисодий жиҳатида Гарвард университети профессори Майкл Портер эътибор қаратиб, унга “бу маълум бир соҳада ўзаро боғлиқ компания ва муассасаларнинг географик концентрацияси” [3] деб, таъриф берган. М.Портернинг кластерга берган ушбу таърифида “географик концентрация” ибораси эътиборга молик деб, ҳисоблаймиз. Чунки кластернинг ўзига хос хусусияти бир хил соҳадаги корхона ва ташкилотларни ҳамкорликда ишлашининг муваффақияти, айнан уларнинг географик яқинлигидан боғлиқ бўлиб қолади.

Бу ерда бир хил соҳадаги корхона ва ташкилотларнинг горизонтал интеграцияси ҳақида сўз боради. Улар вертикал тарзда боғланган бир тармоқдаги ёки тармоқлараро корхона ва ташкилотлар биланам ҳамкорликни йўлга қўйиб ишлашлари ҳам мумкин. Яъни “кластер” хўжалик юритишнинг шакли сифатида, биричи навбатда, бизнес юритувчи субъектларнинг ҳудудий бирлиги яратилишини тақозо этади. Бундай ҳудудий бирлик бўлмаса, кластернинг синергетик самараси юзага чиқмайди ва бундай хўжалик юритиш шаклини тармоқ ёки тармоқлараро ҳамкорлик дейиш мумкин.

Туризм соҳасида кластер тадқиқотлари унча кўп олиб борилмаганига қарамай, кластерлар зиёрат ҳудудларини шакллантириш, муқаддас жойларга ташриф буюрадиганларни кўпроқ жалб этиш ва уларнинг рақобат устунлигини оширишда муҳим аҳамият касб этади. Биз турли олимлар томонидан ишлаб чиқилган туризм кластери моделларини қиёсий таҳлил қилиш асосида Ўзбекистонда зиёрат кластерларини шакллантириш ва ривожлантириш имкониятлари бўйича ўз тавсияларимизни ишлаб чиқамиз.

“Туризм кластери” – туризм соҳасида хизмат кўрсатувчи корхона, ташкилот ва муассасаларининг бирлашмасидир. Бу иборанинг турли талқинлари мавжуд. Бир гуруҳ олимлар туризм кластерини тор маънода – “минтақавий туризм-рекреация тизими сифатида” [4], бошқалари уни кенг маънода – “ҳудуднинг манфаатлари, мустақиллиги, рақобатбардошлиги ва барқарор ривожланишини кучайтиришга йўналтирилган минтақавий бошқарув механизми сифатида” [5] ўрганадилар.

“*Туризм кластери модели*” – рақобатбардош туризм хизматлари кўрсатиш учун зарур шарт-шароитларни ярата оладиган, ресурсларни мувофиқлаштириш ва тарқатиш учун зарур элементларнинг изчил ривожланаётган мажмуидир [6]. Туризмга бағишланган хорижий ва мамлакатимиздаги адабиётларда туризмни кластер ёндашувида ташкил этиш ва ривожлантиришнинг турли назарий моделлари мавжуд. Биз туризм кластерининг моделларининг зиёрат кластербоплик хусусиятларига мослигини аниқлаш мақсадида “туризм кластери моделлари” тафсилоти бўйича олимларнинг олти та илғор моделини танлаб олдик ва қиёсий таҳлил ўтказиш учун *1-жадвалнинг 1-6-сатрларида* жойлаштирдик.

Қиёсий таҳлил жараёнида туризм кластерлари моделларининг зиёрат кластерини шакллантириш хусусиятларига мослигини аниқлаш учун “тармоқлараро ўзаро ҳамкорлик шакли сифатидаги туризм кластерларининг зарур ва етарли хусусиятларини аниқлаш

мақсадга мувофиқ бўлади” [7, 48 б.]. Бунда, биз хўжалик юритишнинг турли даражаларида кластерларни шакллантиришнинг ўзига хос белгиларини ҳисобга олиб, уларни ўрта гуруҳи бўйича 10 та хусусиятини аниқлаб олдик. Гуруҳлар кесимида кластерларни шакллантирувчи хусусиятлари куйидагилардан иборат:

I. Иқтисодий тармоқларда кластерларни шакллантириш хусусиятлари:

1. Ҳудудий бирлик.
2. Тармоқ ва тармоқлараро алоқалар мавжудлиги.
3. Кооперацион алоқалар.
4. Давлат-хусусий шериклик.
5. Ички рақобат.

II. Туризм соҳасида кластерларни шакллантириш хусусиятлари:

1. Туризм ҳудудлари шакллантирилганлиги.
2. Номоддий хусусиятдаги туризм маҳсулотининг технологик занжирини яратиш.
3. Ҳудудда турагентлик ва троператорларнинг устунлиги.

III. Зиёрат туризмида кластерларни шакллантириш хусусиятлари:

1. Жозибадор зиёрат дестинация (ҳудуд)лар мавжудлиги.
2. Зиёратчиларнинг кластерда иштироки.

1-жадвал

**Туризм кластери моделларининг зиёрат кластербоплиги
хусусиятларига мослигининг қиёсий таҳлили***

Тур	Туризм кластери моделлари (муаллифлари ва давлати)	Кластерларни турли хўжалик юритиш даражаларида шакллантириш хусусиятлари									
		Иқтисодий тармоқларда					Туризм соҳасида			Зиёрат туризмида	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Туризм кластерглобал рақобатбардошлигининг ривожланиш модели (N. Kim & E. Wicks, АҚШ)	+	+	+	+	+	-	+	+	-	-
2.	Кластерлаштирилган туризм дестинацияси модели (A. Malakauskaite, V. Navickas, Польша)	+	+	+	+	+	+	-	+	-	-
3.	Туризм кластерининг тизимли модели (А.Е. Бойко, Россия)	+	+	+	-	-	-	+	+	-	-
4.	Жараён ёндашуви асосида туризм кластерининг таркибий модели (Е.Г. Карпова, Россия)	+	+	+	-	+	-	+	+	-	+
5.	Туризм кластерининг географик модели (М.А. Морозов, Т.В. Львова, Россия)	+	+	+	-	-	+	-	-	-	-
6.	Туризм кластерининг дестинацион менежмент модели (Б.Н. Наврўз-Зода, Н.С. Ибрагимов, Ўзбекистон)	+	+	+	-	-	+	-	+	-	-

Муаллиф ишланмаси.

*Изоҳ: «+» - хусусият мавжуд; «-» - хусусият мавжуд эмас.

Ушбу кластер шакллантирувчи хусусиятларни ўрта гуруҳ бўйича юқорида санаб ўтилган тартиб-рақамга риоя этган ҳолда ифодаланган 1 дан 10 гача сонларда 1-жадвалнинг устунларида жойлаштириб қўямиз.

1-жадвалнинг маълумотларидан фойдаланиб, кластер моделларининг зиёрат кластербоплик хусусиятларига мослигини қиёсий таҳлил ўтказиш мақсадида танланган 6 та моделдан ҳар бирининг мазмун-моҳияти ва ички тузилиши мақолада навбатма-навбат ёритилган ҳолда, уларнинг хўжалик юритишнинг иқтисодиёт тармоғидаги 5 та, туризм соҳасидаги 3 та ва зиёрат туризмидаги 2 та (жами 10 та) кластер шакллантирувчи хусусиятлари билан қиёслаб борилади. Қиёсий таҳлил ўтказиш жараёнида ҳар бир моделнинг зиёрат кластербоплик хусусиятларига мос келиши ёки мос келмаслиги аниқлаб олинади.

Агар ўрганилаётган кластер модели кластер шакллантирувчи хусусиятига мос келса, моделнинг жадвалдаги сатри (масалан, 1-сатрда жойлашган “Туризм кластери глобал рақобатбардошлигининг ривожланиш модели”)ни кесишиб ўтадиган кластербоплик хусусиятининг сони жойлашган устуни (масалан, 1-устунда жойлашган “Ҳудудий бирлик”

хусусияти)да “+” белгиси, агар мос келмаса – “-” белгиси кўйиб чиқилади. Шундай қилиб, жадвалдаги 6 та кластер моделининг ҳар бири 10 та кластербоплик хусусиятлари билан солиштириб чиқиш йўли билан қиёсий таҳлил амалга оширилади.

1-жадвалнинг 1-сатридан кўриниб турибдики, илк туристик модель АҚШ олимлари Н. Ким ва Б. Викс (Namhyun Kim & Bruce E. Wicks) томонларидан тузилган бўлиб, Майкл Портернинг классик – “Бриллиант модели”ни туризм соҳасига мослаштирилган, “*Туризм кластери глобал рақобатбардошлигининг ривожланиш модели*” деб номланади. Бу кластер модели тўрта омилга асосланади: асосий ресурслар ва диққатга сазовор жойлар; дестинацион менежмент; тўлдирувчи шароитлар ва талаб шартлари. Моделда кластер иштирокчилари сифатида ҳукмат органлари, дестинацион менежмент ташкилотлари, университетлар, туризм соҳаси билан боғлиқ оддий ва трансмиллий компаниялар ажратилган. Кластер моделида омиллар ва иштирокчиларнинг ўзаро алоқадорлиги ва ҳамкорлиги натижасида туризм рақобат устунлигига эга бўлиб, ижтимоий-иқтисодий ривожланишни таъминланувчи воситага айланиши кўрсатилган [8, 5 б.].

“Туризм кластери глобал рақобатбардошлигининг ривожланиш модели”ни жадвалдаги “Кластерларни турли хўжалик юритиш даражаларда шакллантириш хусусиятлари” билан қиёсланганда, иқтисодий тармоқларда кластерларни шакллантирувчи 5 та хусусиятига тўлиқ мос келади (улар жадвалга “+” белгиси билан кўрсатилган), туризм кластери учун зарур хусусиятларнинг 6 – “Туризм ҳудудларининг шаклланганлиги” га унча мос келмайди (бу ҳолат жадвалда “-” белгиси билан кўрсатилган) ва 7 – “Номоддий хусусиятдаги туризм маҳсулотининг технологик занжири яратиш” ҳамда 8 – “Ҳудудда турагентлик ва троператорларнинг устунлиги” хусусиятларига тўлиқ мос келади.

Бироқ таҳлил қилинаётган кластер модели зиёрат туризмда кластерларни шакллантирувчи иккала: 9 – “Жозибадор зиёрат дестинация (ҳудуд)ларнинг мавжудлиги” ва 10 – “Зиёратчиларнинг кластерда иштироки” хусусиятларига мос келмаслиги аниқланди. Бу ҳолат жадвалда “-” белгиси билан ифодаланган.

Қиёсланадиган иккинчи туризм модели Польша олимлари А. Малакаускайте ва В. Навискас (A. Malakauskaite, V. Navickas) ишланмалари бўлиб, у “*Кластерлаштирилган туризм дестинацияси модели*” деб номланади [9]. Туризмда кластерлаштириш назариясининг ривожланиши натижасида туризм кластерининг ҳудуд манфаатларини мустаҳкамлашга, унинг мустақиллиги, рақобатбардошлиги ва барқарор ривожланишига кўмаклашувчи ҳудудий бошқарув механизми сифатида ўрганилувчи янгича модулнинг пайдо бўлишига олиб келди.

Бу модулнинг моҳияти шундан иборатки, тармоқлараро ўзаро ҳамкорлик нафақат кластерга киритилган компаниялар, балки туризм кластери фаолият юритувчи ҳудуд – туризм дестинациясининг узоқ муддатда рақобатбардошлигини оширишга ҳам бевосита кўмаклашади. Унда туризм дестинациясини тарқатиш майдонининг кўлами ҳар хил бўлиши мумкин. Бу модель бошқа моделлардан фарқли ўларок, “туризм ҳудуди (дестинацияси)” элементини камраб олади ва унинг мавжудлиги туризм моделининг зарур хусусиятларидан бири ҳисобланади [10, 57 б.].

Бу моделда рақобатбардошлик, ички рақобат интеграцияга асосланади, унда ҳудуднинг ривожланиши эътиборга олинган, ҳукматнинг қўллаб-қувватлаши ва академик институтларнинг иштироки ҳам мавжуд. Моделнинг, фикримизча, камчилиги – дестинацион менежмент ва маркетингни ҳисобга олмаганлиги ҳамда моделнинг тузилишида қўшилган қиймат занжири (7-хусусият) ўз аксини топмасдан қолганлигида. Юқоридаги моделга ўхшаб, унда ҳам зиёрат туризмида кластер шакллантирувчи иккала хусусият ҳам ҳисобга олинмай қолган.

Туризм кластерлари эволюциясидаги навбатдаги модель Россия олими А.Е. Бойко томонидан ишлаб чиқилган бўлиб, “*Туризм кластерининг тизимли модели*” деб номланади [11]. Мазкур модель ресурсларни мувофиқлаштириш ва тарқатиш учун зарур элементларнинг изчил ривожланаётган мажмуи шаклида шакллантирилган. Моделни амалга ошириш истеъмолчилар эҳтиёжларини кондирувчи рақобатбардош туризм хизматлари

кўрсатиш учун шароит яратиш имконини беради. Бу модель кластернинг тизимлилиги, элементларнинг ўзаро боғликлиги ва бир-бирини тўлдиришини акс эттиради. У ҳар қандай минтақа ёки ҳудудлар гуруҳи учун ишлатилишини кўзлайди.

Моделни лойиҳалаш учун туризм ресурслари пойдевор сифатида танланган, чунки улар туризмни ривожлантиришда муҳим ўринга эга ва туризм саёҳатларининг асосий сабабчиси ҳам ҳисобланади. “Туризм кластерининг тизимли модели” куйидаги элементларни ўз ичига олади: туризм ресурслари; туроператор ва турагентлар; жойлаштириш воситалари, овқатланиш, транспорт ва дам олиш хизматларини кўрсатувчи провайдерлар; туристларга қўшимча (чакана, жумладан сувенирлар савдо, суғурта, алоқа, молия, тиббий) хизматлар кўрсатувчи корхоналар; ташқи муҳит омиллари. Мазкур туризм кластерини яратиш куйидаги етти босқичини ўз ичига олади: чегараларни аниқлаш; идеаллаштирилган моделни яратиш; шаклланиш салоҳиятини ўрганиш; туризм маҳсулотларини тавсифлаш; инфратузилмани таҳлил қилиш; ташқи шаклланиш шароитларини ўрганиш; умумий натижаларни баҳолаш ва лойиҳа модели ҳамда ривожланиш стратегиясини танлаш.

Мазкур кластер модели 1-жадвалдаги “Кластерларни турли хўжалик юритиш даражаларида шакллантириш хусусиятлари” билан қиёслаганда, иқтисодий тармоқларда кластерларни шакллантирувчи 5 та хусусиятдан фақат 3 таси – “Ҳудудий бирлик”, “Тармоқ ва тармоқлараро алоқалар мавжудлиги” ва “Кооперацион алоқалар” хусусиятлари ҳамда туризм соҳасида кластерларни шакллантирувчи барча хусусиятларга тўлиқ мос келади. Лекин зиёрат туризмида кластерларни шакллантирувчи иккала: 9 – “Жозибадор зиёрат дестинациялари (ҳудудлари) мавжудлиги” ва 10 – “Зиёратчиларнинг кластерда иштироки” хусусиятларига эса мос келмайди.

Қиёсланувчи тўртинчи туризм кластери модели россиялик олими Е.Г. Карпова томонидан яратилган “*Жараён ёндашуви асосида туризм кластерининг таркибий модели*” ҳисобланади [12]. Муаллиф томонидан туризмда қийматни жамғариш тизимини ҳисобга олган ҳолда жараён ёндашуви асосида туризм кластерининг таркибий модели таклиф этилган. Моделнинг афзал томони “сотиш каналлари – транспорт хизматлари – жойлаштириш воситалари – овқатланиш масканлари – кўнгилочар иншоотлар – туризм хизматлари мажмуаси истеъмоли” занжирини тузиш ҳамда ҳудудда маҳаллий устунликлар асосида максимал даромад олиш учун ҳамкорлик, рақобат ва инфратузилмани ривожлантириш кўзда тутилган. Бу модель доирасида қўшилган қиймат занжиридан таркиб топган қиймат ошириш тизимини яратган ҳолда туризм кластери таркибий моделининг асосий элементлари аниқланган.

Моделнинг асосий элементи туристларнинг эҳтиёжлари бўлиб, уларни қондириш учун туризм хизматларини мажмуали кўрсатишнинг асосий жараёни шакллантирилади. Бунда асосий бизнес жараёнлари сотиш каналлари, транспорт хизмат кўрсатувчилари, жойлаштириш воситалари, овқатланиш масканлари, кўнгилочар муассасалардан иборат занжирни ўз ичига олган туризм кластерининг қийматини жамғариш тизими сифатида қаралади. Жараён ёндашуви нуқтаи назаридан бу моделнинг кириш жараёнини – туризм хизматларини яратиш ташкил этилса, чиқиш жараёни – туризм хизматлари мажмуасини истеъмол қилиш кўринишида намоён бўлади.

Туристларнинг қониқиш даражаси кластердаги барча иш жараёнлари натижаларини баҳолаш мезони сифатида ўрганиб, тескари алоқа орқали мувофиқлаштириш ва бошқариш жараёнининг мазмуни аниқланади. Бу модель иқтисодий тармоқларда кластерларни шакллантирувчи фақат 4 – “Давлат-хусусий шериклик” хусусиятига, туризм соҳасида кластерларни шакллантиришнинг 6 – “Туризм ҳудудлари шаклланганлиги” хусусиятига ва зиёрат туризмида кластерларни шакллантирувчи 9 – “Жозибадор зиёрат дестинация (ҳудуд)лари мавжудлиги” хусусиятига эса мос келмайди.

Туризм кластерларини шакллантиришнинг бешинчи қиёсланаётган модели сифатида россиялик олимлари М.А.Морозов ва Т.В.Львованинг “*Туризм кластерининг географик модели*” танланган [13]. Бу модель кластерлар жойлашган ҳудудга боғлиқ “Картографик таксономия” деган ёндашувга асосланади. “Таксономия” (юнон тилидан “*taxis*” – ўрнашган

жой ва “nomos” – қонун) воқеликнинг мураккаб соҳалари, одатда иерархик тузилиш (география объектлари)га эга воқеликнинг мураккаб соҳаларини таснифлаш ва тизимлаштириш назариясидир.

Бунда “Картографик таксономия” деганда, муаллифлар туризм ресурслари, хусусиятлари ва туризм ҳудудларининг ривожланиш омиллари тўғрисидаги маълумотларни картографик таксономия ёрдамида тақдим этиш усули деб, тушунадилар. “Картографик таксон” эса ўрганилаётган объектнинг ягона ресурс (кўрсаткичи) ни ўз ичига олувчи ҳудудий бирликлари тўплами сифатида талқин этилади. “Ҳудудий бирлик” – харитадаги 1х1 километр горизонтал текисликка мос келадиган, унга берилган тартиб рақами (координаталари) бўлган ҳудуднинг участкаси назарда тутилади. Масалан, “Красная Поляна” туризм дестинацияси топографик хаританинг “А24В30” ҳудудий бирлиги бўйича картографик таксонларида тасвир этилади.

Картографик таксономияга асосланган кластерлаштириш амалиёти туризм дестинациясини географик моделлаштириш учун зарур маълумотларни тўплаш, сақлаш, фойдаланиш ва айирбошлаш имконини беради. Туризм дестинацияси моделининг географик тавсифи туризм кластерларининг истеъмол сегментлари бўйича массивлари сифатида тақдим этилади, бу ерда кластерлар саёҳат мотивларига қараб истеъмолчиларнинг ресурслари ва инфратузилмаси талабларига мувофиқ шакллантирилади.

Муаллифлар “кластер” деганда муайян туризм тури учун талаб этилувчи шарт-шароитларга жавоб бера оладиган дестинация (ҳудуд)ларни танлаб олишни назарда тутадилар. Ҳар бир жой, минтақа ҳудудида турли ўзаро таъсир этувчи жараёнларни ўрганиш ва ушбу ҳудудларни туризм дестинацияларига айлантириш мақсадида кластер моделида картографик таксономия воситаси ёрдамида ахборот бериш усули ишлаб чиқилган.

Мазкур кластер модели иқтисодий тармоқларда кластер шакллантирувчи 4- ва 5- туризм соҳасида кластерларни шакллантиришнинг 7- ва 8- ҳамда зиёрат туризмида кластерларни шакллантирувчи иккала: 9 – “Жозибатор зиёрат дестинация (ҳудуд)ларининг мавжудлиги” ва 10 – “Зиёратчиларнинг кластерда иштироки” хусусиятларига эса мос келмаслиги аниқланди.

Туризм кластерининг олтинчи қиёслаш модели ўзбек олимлари Б. Наврўз-Зода ва Н. Ибрагимов томонидан яратилган бўлиб, у туризм кластерининг “*Дестинацион менеджмент модели*” кўринишига эга[14]. Ушбу модель тўрта қуйидаги жабҳалардан иборат: туризм хизматлари бозори ва сайёҳларни хатти-ҳаракатларини ўрганиш, мақсадли туристик сегментларни ажратиш ва ташриф мақсадларини аниқлаш билан боғлиқ бўлган *маркетинг* жабҳаси; туристик жозибатор жой ва масканларни танлаш ва сайёҳат амалга оширадиган туристик манзил (дестинация)ларни шакллантиришга қаратилган *ташқикий* – *ҳудудий* жабҳаси; туризм ҳудудларининг интеграциялашган туристик таклиф тизимини яратиш билан боғлиқ бўлган *ишлаб чиқариш* жабҳаси; туристик оқимларни туристик жозибатор жойлар томон жалб қилиш жараёнини ташкил этиш билан боғлиқ бўлган *ташқикий-бошқарув* жабҳаси.

“Дестинацион менеджмент модели” кўринишидаги туризм кластериини Ўзбекистон шароитида шакллантиришнинг қуйидаги 8 та босқичи муаллифлар томонидан ажратилади: сайёҳат мақсадини аниқлаш; туристик кластерга қарадиган объектларини танлаш; туристик кластерларни шакллантирувчи асосий омилларини аниқлаш ва уларни таҳлил қилиш; туристик кластерлаштиришнинг тамойилларини асослаш; туристик кластерлаштиришнинг мезонларини ишлаб чиқиш; жозибали туристик кластерларни яратиш; туристик кластер менежменти тизимини ташкиллаштириш; туристик кластерларни ривожлантириш стратегияларини танлаш.

Олимлар туризм кластерларнинг асосий хусусиятлари сифатида туризм кластери субъектлари, туризм ва унга яқин соҳаларда фаолият юритувчилар ўртасида ҳамкорлик мавжудлиги; ҳудудларда мавжуд диккатга сазовор жойлар ҳамда шаклланган туристик инфратузилма каби туризм ресурсларидан туризм кластери субъектларининг биргаликда фойдаланиши; туризм кластери қатнашчилари орасида вертикал ҳамда горизонтал

алокадорлик мавжудлиги; туризм кластери объект ва субъектлари рақобатбардошлигини ошириш, ҳудуд туристик маҳсулотини шакллантириш, тарғибот қилиш ва тижоратлаштириш орқали сайёҳларнинг эҳтиёжларини қондириш сингари умумий мақсадг мавжудлиги кабиларни ажратилади.

“Дестинацион менеджмент модели” 1-жадвалдаги “Кластерларни турли хўжалик юритиш даражаларда шакллантириш хусусиятлари” билан қиёслаганда, иқтисодий тармоқларда кластерларни шакллантиришнинг 1-, 2- ва 3-чи хусусиятларига тўлиқ мос келади. Туризм соҳасида кластерларни шакллантиришнинг 8 – “Ҳудудда турагентлик ва троператорларнинг устунлиги” хусусиятларига ҳам мос келади. Бироқ, таҳлил қилинаётган кластер модели, бошқалари каби, зиёрат туризмда кластерларни шакллантирувчи иккала хусусиятларга мос келмаслиги аниқланди.

Хулоса ва таклифлар. Туризм кластерларини шакллантириш турли моделларининг зиёрат кластербоплик хусусиятларига мослигининг қиёсий таҳлили натижасида қуйидаги хулосаларга келинди:

1. Ўзбекистонда туризмнинг истиқболли шакли сифатидаги зиёрат туризмини кластер ёндашувида ривожлантириш учун кластерлар моделларининг бешта классик хусусиятлари билан бир қаторда унинг яна учта туризм соҳаси учун зарур ва иккита зиёрат туризми учун етарли - “муқаддас жойлар мавжудлиги” ва “зиёратчиларнинг кластерда иштироки” хусусиятларини ҳисобга олган тақдирдагина зиёрат кластерини ташкил этиш имкони вужудга келади.

2. Туризмда кластер ёндашувидан фойдаланишда ушбу соҳасининг ўзига хос хусусияти сифатида кластерни туристик ҳудуд (дестинация) контекстида кўриб чиқиш зарур деб, ҳисоблаймиз. Бундан келиб чиқиб, туризм дестинацияси билан боғлиқ 3 та - “Кластерлаштирилган туризм дестинацияси”, “Туризм кластерининг географик” ва “Дестинацион менеджмент” моделлари зиёрат кластерини шакллантириш учун мақбул моделлар сифатида хизмат қилиши мумкин.

3. Ислом ҳамкорлик ташкилоти ва фан-маданият (ISESCO)нинг қарорига кўра 2020 йил 1 январдан эътиборан қадимий ва навқирон Бухоро шаҳри Ислом маданияти пойтахти унвонини қабул қилиб олиши ва ушбу брендининг халқаро миқёсда нуфузини ошириш учун ҳудудда мавжуд кўпгина муқаддас жой ва табарруқ қадамжоларнинг зиёратчилар нигоҳидан жозибadorлигини ошириш ва ҳудудга наф келтира олишга қаратилган таъсирчан ва самарали чора-тадбирларни кўришни тақозо этади.

4. Ўзбекистонда зиёрат туризм оқимларини кескин кўпайтириш мақсадида географик жиҳатдан бир-бирига яқин жойлашган жозибador зиёрат масканлари негизида ҳудудий зиёрат кластерларни ташкил этиш мақсадга мувофиқ. Жумладан, Бухоро вилоятининг 5 та туманида жойлашган “хожагон-нақшбандия” тариқати силсиласининг олтин ҳалқаси билан узвий боғланган етти та пири комиллар зиёратгоҳлари негизида “Етти Пир” зиёрат кластерини ташкил этиш тавсия этилади.

Шундай қилиб, юқорида қайд этилган таҳлил йўллари ва чора-тадбирлар орқали Ўзбекистонда маданий туризм билан бир қаторда зиёрат туризмини ҳам кластер усулида жадал ривожлантириш имконияти янада кенгайиб, Ислом дунёсининг миллионлаб сайёҳлари мамлакатимизга зиёрат учун келишлари таъминланади.

АДАБИЁТЛАР

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. <https://president.uz/ru/lists/view/3324> (мурожаат санаси: 24.01.2020).
2. Tourist Clusters, Destinations and Competitiveness, Theoretical issues and empirical evidence, edited by Francesco Capone, Routledge Taylor and Francis Group, London, New York, 2016.95 p.
3. Porter, M. E. Clusters and the new economics of competition. Harvard Business Review, 76(6), 1998.P: 77-90.
4. Лысикова О.В. Саратовский туристско-рекреационный кластер: предпосылки создания и развития. – Елец: Елецкий гос. ун-т им.И.А.Бунина, 2009.
5. Петрова О.Н. Кластер как инструмент обеспечения конкурентоспособности туристского комплекса региона. Региональная экономика: теория и практика. 2010. №13(148). С.45-51
6. Наталья Сорпова. Методические аспекты формирования туристского кластера.

<https://pandia.ru/text/77/156/22996.php> (дата обращения: 10.04.2020).

7. Даниленко Н.Н., Рубцова Н.В. К вопросу о содержании понятия «Туристский кластер» // Региональная экономика: теория и практика. 2013. №33. 45-53 с. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-soderzhanii> (дата обращения: 12.04.2020).

8. Kim N., Wicks B. E. Rethinking Tourism Cluster Development Models for Global Competitiveness. July 30, 2010. International CHRIE Conference-Refereed Track. P. 28. Published by ScholarWorks@UMass Amherst, 2010. http://scholarworks.umass.edu/refereed/CHRIE_2010/Friday/28 (дата обращения: 13.04.2020).

9. Malakauskaite A., Navickas V. The role of clusters in the formation process of tourism sector competitiveness: conceptual novelties. *Economics and Management*, 2010, № 15. 149–154 pp.

10. Рубцова Н.В. Концептуальная модель туристского кластера: история вопроса и современный подход // Вестник ТГЭУ. 2014. №3 (71). 49-70 с. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptualnaya-model> (дата обращения: 08.04.2020).

11. Бойко А.Е. Формирование кластеров как инструмент повышения конкурентоспособности туристских услуг. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Новосибирск — 2011. 24 с.

12. Карпова Е.Г. Развитие сферы туристских услуг крупного туристского центра на основе кластерного подхода. Автореферат дисс. к.э.н. Санкт-Петербург — 2012. 19 с.

13. Морозов М.А., Львова Т.В. Кластерный подход в моделировании туристских дестинаций (на примере Красной Поляны). Вестник Российского государственного торгово-экономического университета. Научный журнал. № 9 (57). Москва. 2011. С. 93-105.

14. Navruz-Zoda B., Ibragimov N. Ways of Applying Destination Management Concepts to the Development of Internal Tourism in Uzbekistan // *International Tourism and Hospitality in the Digital Age. USA.* – 2015. – 174-192 pp.

УДК: 327

ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИЗМ: МАЗМУН-МОҲИЯТИ ВА РИВОЖЛАНИШ БОСҚИЧЛАРИ

ТУРИЗМ В УЗБЕКИСТАНЕ: СУЩНОСТЬ И ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ

TOURISM IN UZBEKISTAN: THE ESSENCE AND STAGES OF DEVELOPMENT

Бойматов Фарҳоджон Зиёдқўзи ўғли
ЎзДЖТУ таянч докторанти (PhD)

Аннотация. Ушбу мақола Ўзбекистонда миллий туризм ва унинг ривожини ёритишига бағишланади. Унда туризм соҳасида тадқиқот олиб боровчи олимлар томонидан яратилган, туризмнинг тарихий ривожланишига бағишланган илмий адабиётлардан фойдаланган ҳолда туризм тушунчасига таъриф берилади. Миллий туризмнинг пайдо бўлиши, унинг тарихий тараққиёт босқичлари тадқиқ этилади. Бу жараёнда Буюк Ипак йўлининг ўрни ва аҳамиятига ҳам тўхталиб ўтилади. Бугунги кунда миллий туризмга берилаётган эътибор, соҳада қабул қилинган ҳуқуқий-меъёрий ҳужжатлар, олиб борилаётган ислохотлар ўрганилган.

Таянч сўзлар: туризм, Буюк Ипак йўли, Бир макон, бир йўл, ЮНЕСКО, саёҳат, элчилар.

Аннотация. Данная статья посвящена освещению национального туризма в Узбекистане и его развитию. Описывается концепция туризма с использованием научной литературы по историческому развитию туризма, созданной учеными, проводящими исследования в этой области. Исследуются развитие туризма и исторические этапы его развития, а также подчеркивается роль и значение Великого Шелкового пути. Кроме того, внимание уделяется национальному туризму, нормативно-правовым актам, принятым в этой сфере, и проводимым реформам.

Ключевые слова: туризм, Великий Шелковый путь, Один пояс, один путь, ЮНЕСКО, путешествие, посланники.

Abstract. This article is devoted to the coverage of national tourism in Uzbekistan and its development. The concept of tourism is described using scientific literature on the historical development of tourism, created by scientists conducting research in this area. The development of