

8. Kennedy, J. (2017). Current Trends in Service Quality: A Transportation Sector Review. Journal of Applied Business and Economics, 19(12), 57.
9. Grönroos, C. (1999). Internationalization strategies for services. Journal of services marketing.
10. Barabino, B., Deiana, E., & Tilocca, P. (2012). Measuring service quality in urban bus transport: a modified SERVQUAL approach. International journal of quality and service sciences.
11. Hatcher, L., & Stepanski, E. J. (1994). A step-by-step approach to using the SAS system for univariate and multivariate statistics. SAS Institute.
12. Sofroniou, N., & Hutcheson, G. D. (1999). The multivariate social scientist. The Multivariate Social Scientist, 1-288.
13. Gorsuch, R. L. (1983). Factor Analysis. Hillsdale, NJ: Lawrence Earlbaum Associates.
14. Pintilescu, C. (2007). Analiză statistică multivariată. Editura Universității "Alexandru Ioan Cuza".
15. Tufis.P, 2009, "Modele de ecuatii structurale cu variabile observate, suport de curs ASIS"
16. csu.edu/garson/PA765/factor.htm (Garson, 2010)
17. Malhotra.N. K, 1998, "Marketing Research", An Applied Orientation, New Jersey: Prentice Hall.
18. DeCoster, J. (2004). Data Analysis in SPSS. Retrieved March 4, 2011, from [http. www. stat-help. com/notes. html](http://www.stat-help.com/notes.html).
19. Raubenheimer, J. (2004). An item selection procedure to maximize scale reliability and validity. SA Journal of Industrial Psychology, 30(4), 59-64.
20. Fogg, B. J., Marshall, J., Laraki, O., Osipovich, A., Varma, C., Fang, N., ... & Treinen, M. (2001, March). What makes web sites credible? A report on a large quantitative study. In Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems (pp. 61-68).
21. Mallery, P., & George, D. (2000). SPSS for windows step by step. Allyn & Bacon, Inc.

УЎК: 338.48

Навруз-зода Зебинисо Бахтиёрвна

Бухоро давлат университети

"Иқтисодиёт" кафедраси и.ф.ф.д (PhD)

ЗИЁРАТ ТУРИСТИК КЛАСТЕРИНИ ШАКЛЛАНТИРИШНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

Аннотация: Мақолада хизмат кўрсатиш соҳасини ҳудудий жиҳатдан самарали ташкил этишга қодир бўлган кластер механизмларини зиёрат туризмни ривожлантиришда қўллаш, кластер атамасини илмий жиҳатдан ёритиш ва кластер ёндашувида зиёрат туризмни ривожлантириш учун муқаддас жойларни кластерлаштириш шарт-шароитлари ўрганилган.

Калит сўзлар: зиёрат туризми, туристик кластер, муқаддас жой, зиёрат кластери, туристик ҳудуд, зиёрат дестинация, кластернинг органик тузилиши, кластер модели.

Кириш. Жаҳонда туристик кластерларни ташкил қилиш ва уларни инновацион ривожлантиришга йўналтирилган кенг қамровли илмий тадқиқотлар олиб борилмоқда. Амалга оширилаётган илмий изланишлар таркибида туризм соҳасида кластерларнинг ўзига хос хусусиятлари ва шакллантириш босқичлари, аломатлари, амал қилиш самарадорлиги, ҳудудларнинг рақобатбардошлигини ошириш, инновацион туристик маҳсулот ва хизматларни яратиш каби йўналишлардаги тадқиқотларга алоҳида эътибор берилмоқда.

Ўзбекистонда туризмнинг салоҳиятли ва истикболли турларидан бири зиёрат туризми ҳисобланади. Унинг ўзига хос хусусияти комил инсонни ҳам жисмоний, ҳам маънавий жиҳатдан шакллантиришга ижобий таъсир кўрсатиши билан боғлиқ. Бугунги кунда жаҳондаги туристик объектларнинг 90 фоизидан дан ортиғи бевосита ёки билвосита

сиғиниш ёки дин билан алоқадор¹. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев 2021 йилдаги Олий Мажлисга Мурожаатномасида “Туризмни ривожлантириш бўйича 2021 йилда ҳам изчил ислохотларни давом эттирамиз. Айниқса, зиёрат туризми ва ички туризмни ривожлантиришга алоҳида эътибор берилади”², деб таъкидладилар.

Методология. Зиёрат туризмини ривожлантиришнинг амалдаги анъанавий усул ва воситалари асосий сажда қиладиган муқаддас жойларни жозибали зиёрат дестинацияларга айлантириш, зиёратчилар турли қатламларининг талаб-эҳтиёжларини тўлиқ инobatга олиш, ҳалол туристик хизматлари сифатини ошириш, туристик фаолиятни мажмуали ва кам харажатлар билан юритиш, давлат-хусусий шериклиги усул ва воситаларини зиёрат туризмни ташкил қилишда қўллаш, зиёрат туристик фаолиятининг инновацион ва инвестицион фаоллигини ошириш, рақамли зиёрат туризмини ривожлантириш каби кенг қамровли ва самарали имкониятлардан янги Ўзбекистонни барпо этиш ва ривожлантиришда талаб даражасида фойдаланиш имконини бермайти. Хизмат кўрсатиш соҳасини ҳудудий жиҳатдан самарали ташкил этишга қодир бўлган кластер механизмларини зиёрат туризмини ривожлантиришда қўллаш мақсадга мувофиқ бўлади.

“Кластер” атамасининг иқтисодий жиҳатига Гарвард университети профессори Майкл Портер эътибор қаратиб, унга “бу маълум бир соҳада ўзаро боғлиқ компаниялар 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 ташкилотларнинг ҳамкорликда ишлашининг муваффақияти, айнан уларнинг географик яқинлигидан боғлиқ бўлиб қолади. Бу ерда бир хил соҳадаги корхона ва ташкилотларнинг горизонтал интеграцияси ҳақида сўз кетади. Улар вертикал тарзда боғланган бир тармоқдаги ёки тармоқлараро корхона ва ташкилотлар билан ҳамкорликни йўлга қўйиб, ишлашлари ҳам мумкин. Яъни “кластер” зиёрат туризмини ташкил этишнинг шакли сифатида, биринчи навбатда туристик бизнес юритувчи субъектларнинг ҳудудий бирлигини яратишни тақозо этади. Бундай ҳудудий birlik бўлмаса, кластернинг синергетик самараси юзага чиқмайди ва бундай хизмат кўрсатиш шаклини тармоқ ёки тармоқлараро ҳамкорлик дейиш мумкин бўлади.

Янгиланаётган Ўзбекистонда туризм бизнесни ташкил этишда кластер усулидан фойдаланишнинг ҳуқуқий асоси яратилган. Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида” янги таҳрирдаги қонуннинг 19-моддасида киритилган “туристик кластер” атамасига “Комплекс туристик хизматлар ҳамда туристнинг ва экскурсантнинг эҳтиёжларини қаноатлантириш учун зарур бўлган бошқа қўшимча хизматлар кўрсатувчи мустақил ташкилотлар ҳамда яқка тартибдаги тадбиркорлар мажмуи туристик кластердир”, деб таъриф берилган. Мазкур қонунда туристик кластернинг афзал томонлари қуйидагича тавсифланган: “Туристик кластерлар комплекс туристик хизматлар кўрсатиш, туристик фаолиятнинг рақобатбардошлилиги ва сифатини ошириш мақсадида туристик маҳсулотни шакллантиради, тарғиб этади ва реализация қилади”⁴.

Кластер ёндашувида зиёрат туризмини ривожлантиришнинг муҳим шартларидан бири - зиёрат кластери объектлари бўлмаган муқаддас жойларни зиёрат ҳудуд (дестинация) ларга айлантиришдан иборатдир. Чунки, муқаддас жой – зиёрат туристик кластерининг ядросини шакллантирувчи таянч асос сифатида хизмат қилади. Муқаддас жойлар мусулмонларнинг диний ҳаётида муҳим ўрин тутади. “Муқаддас жой” деганда одатда зиёратчилар томонидан сажда ва эътиқод қилинадиган барча табаррук ва кадрли объектлар

¹ Папириян, Г. А. Международные экономические отношения: маркетинг в туризме / Г. А. Папириян. — М. : Финансы и статистика, 2000.- С. 201.

² Президент Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга ва Ўзбекистон халқига Мурожаатномаси. <https://president.uz/uz/lists/view/4056> [29.12.2020].

³ Porter, M. E. Clusters and the new economics of competition. Harvard Business Review, 76(6), 1998.P: 77-90.

⁴ Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида” қонуни. Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 18.07.2019 й., 03/19/549/3446-сон.

(қабр, мақбара, кадамжо, хонақо, масжид ва бошқа объектлари) назарда тутилади. Улар ўзига хос муқаддаслик ва сайёрлик хусусиятларининг уйғун бирлиги туфайли зиёратчилар учун жозибадор кадамжо ҳисобланади. Лекин, зиёратчилар, одатда, туристик салоҳияти юқори бўлган ҳудудларга зиёрат қилишни афзал кўрадилар. Шунинг учун, зиёрат туристик салоҳиятга эга муқаддас жойларнинг қайси сифат даражада қарор топганини билиб, улар негизида зиёрат туристик кластерларини шакллантириш ва ривожлантириш имкони пайдо бўлади.

Кластер ёндашувида зиёрат туризмни ривожлантириш учун муқаддас жойларни кластерлаштириш шарт-шароитларини ўрганиш талаб этилади. “Муқаддас жойларни кластерлаштириши” деганда биз бундай жойлар негизида зиёрат кластерларини шакллантириш жараёнини назарда тутамиз. Зиёрат кластерларини шакллантириш учун муқаддас жойларда, фикримизча, қуйидаги шарт-шароитлар мавжуд бўлиши лозим (2.1.1-расм):

Биринчидан, муқаддас жойларнинг муқаддаслик кўлами. “Муқаддас жойнинг муқаддаслик кўлами” деганда, биз унинг саждагоҳ сифатидаги ҳудудий нуфузи ҳамда эътиқод ва ибодат қилиш учун ўзига жалб этадиган зиёратчиларнинг сонини назарда тутамиз. Муқаддас жойнингбундай кўлами қанча кенг бўлса, уни турли ҳудудлардан қатнаб зиёрат қиладиган



1.1-расм. Муқаддас жойларни кластерлаштириш шарт-шароитлари¹

зиёратчилар оқими шунча кўпаяди ва унинг кластер шакллантирувчанлик хусусияти юқори бўлади. Масалан, оддий қабристондаги қабр эгасининг санокли авлод-аждодлари учун муқаддас жой ҳисобланиб, улар қабристонга, одатда, жума, диний байрамлар ва бошқа кунларда зиёрат қилишга келиб турсалар, Саудия Арабистоннинг Мадина шаҳри Набавий масжидидаги пайғамбар Муҳаммад (с.а.в.) қабрлари бутун дунё мусулмонлари учун муқаддас жой саналади ва 1400 йилдан бери ҳар куни юз минглаб, мавсумларда эса миллионлаб одамлар уни зиёрат қилишади. Шунинг учун, зиёрат кластерларни бошқа турдаги кластерлар сингари яратишнинг муҳим шarti кўпинча кластерга “бирлаштирувчи

¹Манба: муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

ташкilotларнинг географик яқинлиги ва улар ўртасидаги яқин алоқаларнинг мавжудлигидан”¹бевосита боғлиқ бўлиб қолади.

Иккинчидан, муқаддас жойларнинг сайёрлик даражаси. Муқаддас жойларнинг ушбу даражаси зиёратчиларнинг мобиллиги, ҳаракатчанлиги ёки доимий яшаб турган манзилидан узоқлашиб, муқаддас масканлар томон сафарга бориб туришини ифодалайди. Муқаддас жойлар қанча обод, диний расм-русмларни бажариш учун қулай, йўллари равон, транспорт қатнови мавжуд бўлса, уларнинг сайёрлик даражаси шунча юқори бўлиб, бундай зиёрат масканларга сафар қиладиган сайёҳларнинг сони ҳам қўпайиб боради.

Масалан, минг афсуски, Имом Ал-Бухорий қабри шўролар даврида қаровсиз қолган ва унга сафар қилиш имкони мавжуд бўлмаган муқаддас жойга айланган эди. 1956 йилда Индонезиянинг собиқ президенти Сукарно Совет Иттифоқида расмий ташриф буюрганида Имом Ал-Бухорий қабрини зиёратига бориш истагини билдирган. СССР раҳбарияти ҳайратда қолган ва Ўзбекистон раҳбариятига бундай саёҳатни ташкил қилишларини буюрган. Ўзбекистон раҳбарияти Самарқанд вилояти раҳбариятига бундай топшириқни берганлар. Мутасаддилар алломанинг қабрини суриштириб, жойини аниқлаб, бориб кўрганларида, қабристоннинг харобазор ҳолатида ва уни зиёрат қилишга яроқсизлигига гувоҳ бўлиб, юқори органларга бу ҳақида хабар берганлар. Юқоридан эса 3 кун муддатда қабристонни ободонлаштириш ва унга туташадиган йўللарни равон ва асфальт қилиш топшириғи берилган. Сукарнони эса Москвадан Тошкентга поезд билан 3,5 суткада олиб келганлар ва 4-чи куни кечки пайтда ушбу қабристонга олиб борганлар. Меҳмон қабри зиёрат қилган ва ачинарли аҳволини кўриб, қабристоннинг ҳар бир қарич тупроғи учун мос вазнида олтин тўлаш эвазига Индонезияга олиб бориш хоҳишини билдирган. Лекин, СССР раҳбарияти бунга розилик билдирмасдан, Имом Ал-Бухорий шахсиятини ўрганиш ва унинг мақбарасини ободонлаштиришга киришиш топшириғини берганлар². Мустақил Ўзбекистон даврида Самарқанд вилояти, Пайариқ тумани, Хартанг қишлоғидаги кўримсиз муқаддас жой 10 гектар майдондан иборат бўлган кўркам - “Имом Ал-Бухорий мемориал мажмуаси” кўринишида зиёрат дестинацияси (худуди)га айлантирилди ва у ҳозирги вақтда минглаб ички ва ташқи зиёратчи ва саёҳатчиларнинг жозибали зиёрат маскани сифатида дунёда машҳур бўлиб бормоқда.

Шунинг учун, бошқа туристик кластерлар каби зиёрат кластерларини шакллантиришнинг яна битта аҳамиятли шarti муқаддас жойларни “сайёҳлар кириб бориши учун иқтисодий, транспорт ва бошқа қулай имкониятлари мавжуд бўлган жозибадор туристик дестинацияларга”³ айлантириш ҳисобланади.

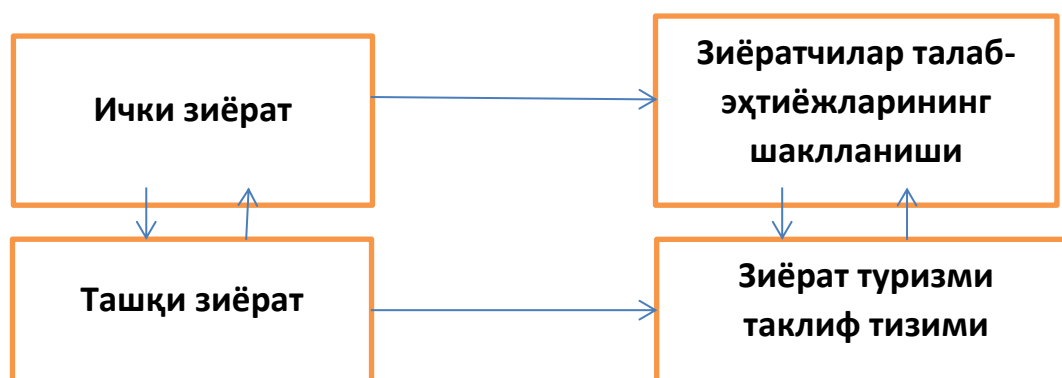
Учинчидан, муқаддас жойларнинг зиёрат маҳсулоти сифатида юзага чиқиши. “Зиёрат маҳсулоти” деганда, зиёратчиларнинг “сафар пайтида истеъмол қилиши учун зарур бўлган ва маълум истеъмол қийматига эга бўлган моддий ашёлар ва хизматлар мажмуи тушунилади”⁴. Агар зиёратнинг ички томони зиёрат туризмнинг талаб томонини тавсифласа, унинг ташқи томони ушбу туризм турининг таклиф томонини характерлайди. Натижада, инсоннинг ички дунёсига сафар - зиёрат туризмнинг субъекти сифатида шаклланиб, “муқаддас жойлар” эса зиёрат туризмнинг объектини ташкил этади. Зиёратнинг ички ва ташқи турларининг уйғун ривож топиши зиёратчиларнинг талаб-эҳтиёжини юзага келтирадики, натижада зиёрат туризми таклиф тизими шаклланиб боради (1.2-расмга қаранг).

¹Лапыгин Ю. Н., Тулинова Д. В. Условия формирования кластера // Вестник ГУУ. 2020. №7.114-119 с. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/usloviya-formirovaniya-klastera> (дата обращения: 24.12.2020. С.116.

²Знаете ли вы кто первым из туристов совершил зиерат на могилу Имама аль-Бухари? <https://uzbektourism.uz/ru/newnews/view?id=559>

³Морозов М. А., Рубин Ю. Б., Бубнова Г. В., Львова Т. В. Моделирование туристских кластеров дестинации. Прикладная Информатика. №6(42) 2012.72-80 с. С:75.

⁴Пардаев М.Қ. Атамалар таърифлари. Сервис илмий-амалий журнал. 2019, 3-махсус сон. С.194-197, 197 б.



1.2-расм. Зиёрат туризмида талаб ва таклифнинг уйғун шаклланиши¹

Қайд қилиш жоизки, зиёрат туризми таклиф тизими ҳам *зиёрат эҳтиёжи туғиладиган* ва ҳам *зиёрат сафари амалга ошадиган* манзил-маконларда зиёратчи ва зиёрат хизмат кўрсатувчилар ўртасида вужудга келади. Бунда муқаддас жойларнинг зиёрат маҳсулоти фақат саёхат давомида истеъмол қилинадиган - транспорт компаниялари, жойлаштириш муассасалари, умумий овқатланиш ташкилотлари, музей ҳамда экскурсия хизматларини етказувчилар, саёхат давомида фойдаланиладиган бошқа маҳсулот ёки хизматлар мажмуидан иборат бўлади². Натижада, кластер атрофида бирлашган барча ишлаб чиқарувчилар билан боғлиқ бўлган муайян зиёрат туристик маҳсулотни яратиш ва хизмат кўрсатишга ихтисослашган хўжалик юретишнинг янги шаклдаги туристик ташкилоти вужудга келади.

Тўртинчидан, муқаддас жойларда зиёратчилар учун туристик хизматлар мажмуасининг технологик занжирини тузиш мумкинлиги. Муқаддас жойларнинг зиёрат маҳсулоти сифатида юзага чиқиши натижасида, “муқаддас жой” янги сифат босқичи - “зиёрат дестинация”га айланади. Агар “муқаддас жойлар” фақат зиёрат қилиш масканларни, зиёрат таклифини ёхуд зиёратчилар нигоҳидан потенциал зиёрат объектларни тавсифласа, зиёрат дестинациялар ҳам географик ва ҳам маркетинг таркибий қисмларидан иборатдир. Унинг географик таркибий қисми муқаддас жойлар шаклида намоён бўлса, маркетинг таркибий қисми эса ташриф мақсади шаклига эга бўлади. Шундай қилиб, зиёрат дестинация дестинацион маркетингнинг интеграцион компоненти сифатида ҳудудларга бўлган зиёратчиларнинг талаб-эҳтиёжларини ҳудуддаги зиёрат таклифи (маҳсулоти) билан уйғунлаштирувчи восита ролини ўйнайди. “Зиёрат дестинациялар” зиёрат туризмида стратегик бизнес бирликлар сифатида намоён бўлади ва кластернинг органик тузилиши туфайли янги сифат – зиёрат кластерга айланади (1.3-расм).

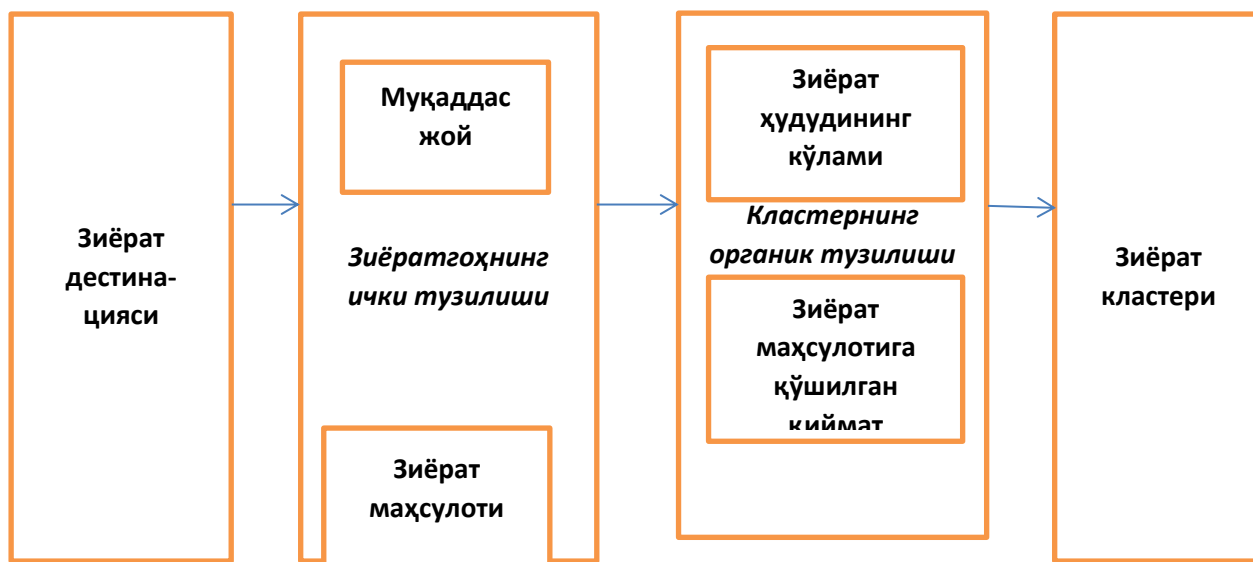
Кластерни шакллантиришнинг методологик асосини ҳудудий-географик яқинлашиш ташкил этиши ва кластерларнинг рақобат устунлигини таъминловчи муҳим восита сифатида қўшилган қиймат занжирини яратиш имкони мавжудлигини инобатга олган ҳолда биз зиёрат кластерининг янги таркибий хусусияти - “*органик тузилиши*” ни ўрганиш масаласига эътибор қаратмоқчимиз.

Кластернинг органик тузилишини кластерларни шакллантирувчи бош мезонлари асосида тузиш мумкин бўлади. Гап шундаки, туризм соҳасидаги кластер мазмун-моҳиятига кўра “ҳудуд ва тармоқ белгилари бўйича маҳаллийлаштирилган ишлаб чиқариш (хизмат кўрсатиш) тизимидир”³.

¹Манба: муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

²Ибрагимов Н.С. Туристтик ҳудудни барқарор ривожлантиришнинг устувор йўналишлари.”Дурдона” нашриёти. Бухоро. 2020.-С:72.

³Ульянченко Л.А. Теория и методология реализации кластерного подхода в индустрии туризма (на примере Московской области). Автореферат дисс.. д.э.н. Санкт-Петербург. 2012.50 с. С. 6.



1.3-расм. Зиёрат destinasiасининг зиёрат кластерига айлантириш жараёни¹

Бундан келиб чиқиб, кластерларни шакллантирувчи иккита бош мезонни ажратиш мақсадга мувофиқ бўлади. Булар, агар биринчиси кластерларнинг “*ҳудудга мансублиги*” бўлса, иккинчиси – кластердаги хизмат кўрсатувчи субъектларнинг “*қўшилган қиймат занжири*” билан боғланганлиги ҳисобланади. Зиёрат туристик кластернинг *ҳудудга мансублиги* муқаддас жойлар билан боғлиқдир. Чунки, туризм соҳасида кластерларни яратиш ва ривожлантиришда кластерларнинг айнан ҳудудий жиҳати муҳим аҳамият касб этади. Зиёратчи сафарга чиқиш олди, дастлаб ўз зиёрат мақсадидан келиб чиқиб, борадиган “зиёрат ҳудуди” ёхуд “туристик destinasiаси”ни шакллантириб, кейин бевосита зиёрат сафарига чиқади. Н.В.Рубцова тўғри таъкидлайдики, “туристик destinasiасининг чегаралари ва ролининг ўзгариши туристик кластернинг географик концентрациясини белгилайди”². Зиёрат ҳудуди ёхуд зиёрат сафар мақсадини амалга оширишга мўлжалланган зиёратгоҳ, фикримизча, зиёрат кластерларининг ядросини шакллантиришнинг пойдевори сифатида хизмат қилади.

Зиёрат кластерининг қиймат орттирувчанлиги туристик хизматларни кўрсатадиган асосий ва қўшимча ташкилотларнинг бир-бири билан иқтисодий ҳамкорлиги ва ушбу ҳамкорликдан иқтисодий манфаатдорлигини ифодалайди. Гап битта географик территорияда йиғилган зиёрат туристик хизмат кўрсатувчи субъектларнинг қўшилган қиймат занжирида уланиши ҳақида кетяпти. Туристик кластерда қийматнинг жамғариш тизими тўртта занжирлар туридан иборат бўлади: 1) таъминловларнинг қўшилган қиймат занжири (транспорт ва алоқа компаниялар); 2) жойлашиш воситалари ва кўнгил очиш масканлари занжири; 3) туристик маҳсулотни сотиш каналлари занжири (туроператор, турагентлар); 4) сайёҳларнинг занжири³. Бутун жаҳон туристик ташкилоти маълумотларига кўра, сайёҳларнинг етти кунлик олис туристик ҳудудларда туришлари вақтида 10 та дан 20 тагача занжирлар ишга тушар экан. Сайёҳларга экскурсия бюроси, туристик адабиётларга ихтисослашган китоб ҳамда сувенир сотадиган дўконлар, суғурта компаниялари, валюта айирбошлаш шаҳобчалари, такси хизмати ва бошқа 30-50 та турли фирмалар хизмат кўрсатиш жараёнига жалб қилинади⁴. Яъни зиёрат туристик кластерларни яратиш жараёнида кластерга киритиладиган ҳар бир корхона, ташкилот ва муассаса *қўшилган*

¹Манба: муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

²Рубцова Н. В. Концептуальная модель туристского кластера: история вопроса и современный подход // Вестник РТГЭУ. 2014. №3 (71). Москва. С.49-70 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptualnaya-model-turistskogo-klastera-istoriya-voprosa-i-sovremennyy-podhod> (дата обращения: 13.02.2020).

³Александрова А.Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования. Современные проблемы сервиса и туризма. №1, 2007. 51-61 с.С:53.

⁴ Public-Private Sector Cooperation: Enhancing Tourism Competitiveness\WTO Business Consul. Madrid: WTO, 2000. P.88.

қиймат яратишига қодир бўлиши керак. Акс ҳолда, улар кластер ичида иқтисодий манфаат келтирмайдиган, ортиқча хўжалик юритувчи субъект бўлиб қоладилар.

Зиёрат туристик кластерининг органик тузилиши диққатга сазовор муқаддас жойлар негизда зиёратчиларнинг талаб-эҳтиёжларини инобатга олган ҳолда шакллантирилган жозибали зиёрат ҳудуд (дестинация) лари ва туристик хизмат кўрсатиш технологик занжири билан боғлиқ субъектлари мутаносиблигини ифодалайди (1.4-расмга қаранг).



1.4-расм. Зиёрат туристик кластерининг органик тузилиши¹

“Кластернинг органик тузилиши” мультипликатори – унинг фаолият турида яратиладиган қўшилган қиймат миқдорининг ушбу кластернинг амалга ошириладиган территория кўламига нисбатини ифодалайди ва уни қуйидаги формула билан ҳисоблашни биз тавсия этамиз:

$$\text{Кот} = \text{Кқк} \setminus \text{Кхк}$$

Бу ерда: **Кот** – кластернинг органик тузилиши; **Кқк** – кластер доирасида яратилган қўшилган қиймат миқдори; **Кхк** – кластер ҳудудининг кўлами.

“Кластернинг органик тузилиши” мультипликатори кластер тузилмасида яратиладиган қўшилган қиймат миқдорини (кластернинг фойдаси плюс иш ҳақи) унинг ҳудудий кўлами (сотик ёки гектар)га нисбатини ифодалайди. Кластернинг органик тузилиши мультипликатори коэффициент шаклига эга бўлади. У 1 бирлик ҳудудга тўғри келадиган қўшилган қиймат миқдорини ифодалайди. Кластернинг органик тузилиши қанча юқори бўлса, 1 бирлик ҳудудда шунча кўпроқ қўшилган қиймат тўғри келади.

Масалан, 1 га ҳудудни ишғол қиладиган муқаддас қадамжога анъанавий, кластерсиз усулда туристик фаолият билан шуғулланиш натижасида агар 1,0 млн.сўм даромад тўғри келса, кластер ёдашувида ушбу ҳудудда туризм фаолиятини ташкил этишда трансакцион (келишувларни амалга оширишда вужудга келадиган) харажатларнинг қисқартирилиши ва синергетик самарага эришиш ҳисобидан зиёрат ҳудуди даромади 2-3 мартага кўпайиб бориш имконига эга бўлади.

Шундай қилиб, юқорида тасниф ва тавсифланган муқаддас жойларнинг “муқаддаслик кўлами”, “сайёрлик даражаси”, “зиёрат маҳсулотини юзага чиқиши” ва “зиёратчилар учун туристик хизматлар мажмуасининг технологик занжирини тузиш мумкинлиги” каби кластерлаштириш шарт-шароитларининг реал ҳолатини баҳолаш асосида у ёки бу муқаддас

¹Манба: муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

жойнинг қай даражада зиёрат кластерини шакллантириш хусусиятига эга эканлигини аниқлаш мумкин, деган хулосага келинди.

Туризм соҳасида рақобат устунлигининг муҳим шартларидан бири худудларнинг сайёҳлик салоҳиятидан самарали фойдаланиб, жойларда туризм бизнесини комплекс ривожлантиришга эришиш ҳисобланади. Алоҳида туризм худудларида сайёҳлик бизнесини ташкил этишнинг самарали ва туризм оламида шуҳрат қозонган шакли сифатида туризм кластерларини яратиш ва ривожлантириш хизмат қилади. Ҳозирги вақтда Европада 100 тадан тadbirkorлик субъектларини ўз ичига қамраб олувчи 392 та кластерлар ва 50 дан 100 тагача фирмалардан таркиб топган 471 та кластерлар муваффақият билан фаолият юритиб келмоқда¹.

Кластер ёндашувида зиёрат туризмни ривожлантириш тематикаси бўйича туризм соҳаси олимлари томонидан ҳозиргача илмий изланишлар деярли олиб борилмаган десак, хато қилмаган бўламиз. Чунки, туризмнинг бу турида қиймат орттириш тўғрисида фикр юритиш, одоб-ахлоқ нормаларига унча мос келмайди. Зиёрат туризми Оллоҳ йўлидаги савобли ва хайр-саховатлиликка йўналтирилган сайёҳлик фаолияти бўлиб, у муқаддас жойлар ва табаррук шахсларга сажда ва ибодатга асосланади. Ваҳоланки, кластернинг муҳим иқтисодий механизмларидан бири - *қўшилган қиймат занжири*ни яратиш орқали *бизнес юритувчи субъектларнинг қийматини орттириш* билан бевосита боғлиқдир. Шунинг учун, биз хориж ва мамлакатимиз олимлари томонидан ишлаб чиқилган илғор назарий туристик кластер моделларининг кластербоплик (кластер яратишга қодирлик) хусусиятларини ўрганиш асосида зиёрат кластерларини шакллантириш учун зарурий, етарли ва қўшимча хусусиятларини аниқлаб олиш диссертация мазкур параграфининг тадқиқот вазифаси деб, белгиладик. Ушбу вазифани ечишда биз илмий тадқиқотнинг қиёсий таҳлил усулидан фойдаланган ҳолда туристик кластер моделларининг зиёрат кластербоплиги хусусиятларига мослигини босқичма-босқич аниқлашни мақсадга мувофиқ деб, изланишнинг қуйидаги босқичларини ажратдик:

Биринчи босқич. *Илғор туристик кластер моделларини танлаб олиш.* “Туристик кластер модели” - бу рақобатбардош туристик хизматлар кўрсатиш учун зарур шарт-шароитларни ярата оладиган, ресурсларни мувофиқлаштириш ва тарқатиш учун зарур бўлган элементларнинг изчил ривожланаётган мажмуидир². Яъни, кластер модели ўзига хос кластер ҳосил қилувчи қолипга ўхшаб кетади ва у кластерларни шакллантиришнинг методологик ҳамда методик асосларини ташкил этади. Агар модель қанча мукамал ишлаб чиқилган бўлса, унинг назарий асосида фойда келтирадиган амалий кластерларни яратиш имкони шунча кенгайди. Таҳлил учун дунёнинг турли тармоқ ва соҳаларида олимлар томонидан яратилган кўплаб кластер моделлари орасидан биз айнан туризм соҳасига мўлжаллаб ишлаб чиқилган кластер моделларини танлашни афзал кўрдик. Бунда, чуқур илмий изланишларга асосланган, зиёрат туристик кластерларни шакллантириш учун амалий аҳамиятга эга, ишончли илмий манбалари мавжуд бўлган концептуал туристик кластер моделларини аниқлашга ҳаракат қилдик. Туризмга бағишланган адабиётларда мавжуд бўлган турли туристик кластер моделларини ҳар томонлама ва чуқур ўрганиш натижасида, улардан 6 та илғорини танлаб олиб, ҳар бири тўғрисидаги умумий маълумотларини 1.1-жадвалнинг 2-4-чи устунларида жойлаштирдик.

¹Tourist Clusters. Destinations and Competitiveness, Theoretical issues and empirical evidence, edited by Francesco Capone, Routledge Taylor and Francis Group, London, New York, 2016.95 p.

² Сорпова Наталья. Методические аспекты формирования туристского кластера. <https://pandia.ru/text/77/156/22996>. (дата обращения:10.04.2020).

1.1-жадвал

Туристтик кластер моделлари ва уларнинг кластербоплик хусусиятлари¹

| Т/р | Илғор кластер моделлари | Муаллифи (муаллифлари) | Моделнинг устун кластербоплик хусусиятлари |
|-----|--|--------------------------------|--|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Туристтик кластернинг глобал рақобатбардошлигини ривожланиш модели | N.Kim& E. Wicks | Кластерни яратишда географик яқинлигига эътибор қаратиш |
| 2 | Кластерлаштирилган туристик дестинация модели | A.Malakauskaite, V. Navickas | Туристтик дестинацияси негизида кластер ядросини яратиш |
| 3 | Туристтик кластернинг тизимли модели | А.Е.Бойко | Кластер доирасида технологик занжирни шакллантириш |
| 4 | Жараён ёндашуви асосида туристик кластернинг таркибий модели | Е.Г.Карпова | Туризмда қийматни жамғариш тизимини ҳисобга олган ҳолда жараён ёндашуви асосида туристик кластернинг таркибини тузиш |
| 5 | Туристтик кластернинг географик модели | М.А.Морозов, Т.В.Львова | Картографик таксонлар асосида туристик дестинацияларни кластерлаштириш |
| 6 | Туристтик кластернинг дестинацион менежмент модели | Б.Н.Навруз-Зода, Н.С.Ибрагимов | Жозибатор туристик ҳудудларни шаллантириш |

Хулоса

Кластер ёндашувида зиёрат туризмни ривожлантириш учун муқаддас жойларни кластерлаштириш шарт-шароитларини ўрганиш талаб этилади. “Муқаддас жойларни кластерлаштириш” деганда улар негизида зиёрат кластерларини шакллантириш жараёни назарда тутилади. Муқаддас жойларнинг “муқаддаслик кўлами”, “сайёрлик даражаси”, “зиёрат маҳсулотининг юзага чиқиши” ва “зиёратчилар учун туристик хизматлар мажмуасининг технологик занжирини тузиш мумкинлиги” каби кластерлаштириш шарт-шароитларининг реал ҳолатини баҳолаш асосида у ёки бу муқаддас жойнинг қай даражада зиёрат кластерини шакллантириш хусусиятига эга эканлигини аниқлаш мумкин.

Кластерларни шакллантирувчи бош мезон сифатида унинг органик тузилиши ҳисобланади. Зиёрат туристик кластерининг органик тузилиши диққатга сазовор муқаддас жойлар негизида зиёратчиларнинг талаб-эҳтиёжларини инобатга олган ҳолда шакллантирилган жозибали зиёрат ҳудуди (дестинация) лари ва туристик хизмат кўрсатиш технологик занжири билан боғлиқ субъектлари мутаносиблигини ифодалайди.

Адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида” қонуни. Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 18.07.2019 й., 03/19/549/3446-сон.
2. Папирян, Г. А. Международные экономические отношения: маркетинг в туризме / Г. А. Папирян. — М.: Финансы и статистика, 2000.- С.
3. Президент Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга ва Ўзбекистон халқига Мурожаатномаси. <https://president.uz/uz/lists/view/4056> [29.12.2020].
4. Porter, M. E. Clusters and the new economics of competition. Harvard Business Review, 76(6), 1998.P: 77-90.

¹Манба: муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

5. Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида” қонуни. Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 18.07.2019 й., 03/19/549/3446-сон.
6. Лапыгин Ю. Н., Тулинова Д. В. Условия формирования кластера // Вестник ГУУ. 2020. №7.114-119 с. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/usloviya-formirovaniya-klastera> (дата обращения: 24.12.2020. С.116.
7. Морозов М. А., Рубин Ю. Б., Бубнова Г. В., Львова Т. В. Моделирование туристских кластеров дестинации. Прикладная Информатика. №6(42) 2012.72-80 с. С:75.
8. Пардаев М.Қ. Атамалар таърифлари. Сервис илмий-амалий журнал. 2019, 3-маҳсус сон. С.194-197, 197 б.
9. Ибрагимов Н.С. Туристик ҳудудни барқарор ривожлантиришнинг устувор йўналишлари.”Дурдона” нашриёти. Бухоро. 2020.-С:72-
10. Ульяновченко Л.А. Теория и методология реализации кластерного подхода в индустрии туризма (на примере Московской области). Автореферат дисс.. д.э.н. Санкт-Петербург. 2012.50 с. С. 6.
11. Александрова А.Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования. Современные проблемы сервиса и туризма. №1, 2007. 51-61 с. С:53.
12. Рубцова Н. В. Концептуальная модель туристского кластера: история вопроса и современный подход // Вестник РТГЭУ. 2014. №3 (71). Москва. С.49-70
13. Сорпова Наталья. Методические аспекты формирования туристского кластера. <https://pandia.ru/text/77/156/22996>. (дата обращения: 10.04.2020).
14. 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