

HUDUDIY IJTIMOY TURIZM KLASASTERINING INNOVATSION SALOHİYATINI RIVOJLANTIRISH YO‘LLARI

Rasulov Sherzod Ashirovich

Farg‘ona Davlat universiteti mustaqil tadqiqotchi

E-mail: gwerzod@gmail.com

Annotatsiya

Ushbu maqolada hududiy ijtimoiy turizm klasterining innovatsion salohiyatini rivojlantirish yo‘llari, ijtimoiy turizm klasterini shakllantirishda davlat ishtiroki zarurligi hamda klaster yondashuvi, hududiy ijtimoiy turizmni rivojlantirish dasturlari bo‘yicha turistlik klasterlar turistlik va madaniy yo‘nalishning o‘zaro bog‘langan obektlari – joylashtirish vositalari, ovqatlanish tashkilotlari, zarur asosiy va yordamchi infratuzilma bilan jihozlangan qo‘shimcha va tegishli xizmatlar majmuasi asosida ijtimoiy turizm sohasini innovatsion rivojlantirishning iqtisodiy mexanizmi modeli ishlab chiqilib, amaliyotda foydalanishga tavsiya qilindi.

Kalit so‘zlar: ijtimoiy turizm klasteri, davlat ishtiroki, klaster yondashuvi, innovatsion rivojlantirish, ovqatlanish tashkilotlari, innovatsion salohiyat, klasterlar tarmog‘i, xorij tajribalari.

Аннотация

В данной статье рассматриваются пути развития инновационного потенциала регионального кластера социального туризма, необходимость участия государства в формировании кластера социального туризма и кластерного подхода, программы развития регионального социального туризма туристские кластеры как взаимосвязанные объекты туристско-культурного направления – разработана и рекомендована к применению на практике модель экономического механизма инновационного развития сферы социального туризма на основе комплекса дополнительных и сопутствующих услуг, оснащенных средствами размещения, организациями общественного питания, необходимой базовой и вспомогательной инфраструктурой.

Ключевые слова: кластер социального туризма, участие государства, кластерный подход, инновационное развитие, организации питания, инновационный потенциал, сеть кластеров, зарубежный опыт.

Annotation

In this article, the ways of developing the innovative potential of the regional social tourism cluster, the need for state participation in the formation of the social tourism cluster and the cluster approach, programs for the development of territorial social tourism, the tourist clusters of the region are interconnected objects of the tourist and cultural direction – on the basis of a complex of additional and related services equipped with accommodation tools, catering organizations, the necessary basic and auxiliary infrastructure, a model of the economic mechanism for the innovative development of the social tourism sector was developed and recommended for use in practice.

Keywords: social tourism cluster, state participation, cluster approach, innovation development, catering organizations, innovation potential, cluster network, overseas experiences.

KIRISH

Tabiiy va tarixiy-madaniy turizm resurslarining o'ziga xos xususiyatlariga ega O'zbekistonning yuqori turistik salohiyati, YUNESKO ro'yxatiga kiritilgan jahon merosi obektlarining mavjudligi milliy iqtisodiyot, xususan, turizm sohasini rivojlantirishning asosiy vositalaridan biridir. O'zbekistoning hududlarida juda ko'p jozibali va hatto noyob turizm obektlari mavjud bo'lib, ularning rivojlanishi turizm sohasidagi milliy siyosatni realizatsiya qilishning ustuvor yo'nalishlaridan biridir.

Mamlakatimizda hududlarning raqobatbardosh salohiyatini rivojlantirish va ro'yobga chiqarishga yo'naltirilgan klasterlar tarmog'ini yaratish hamda innovatsion yuqori texnologiyali klasterlarni shakllantirish 2025-yilgacha bo'lgan muddatda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish konsepsiyasiga muvofiq amalga oshiriladi.

Yangi O'zbekistonda turizm xizmatlari sohasini keng qamrovli rivojlantirish borasida tarkibiy o'zgarishlar amalga oshirilayotgan sharoitda ichki turizm faoliyatini rivojlantirishga keng imkoniyatlar ochayotganidan dalolat bermoqda. "Yangi O'zbekistonning Taraqqiyot strategiyasida ichki turizm sohasini rivojlantirish mahalliy sayyohlar sonini 12 million nafardan oshirish hamda respublikaga tashrif buyuradigan xorijiy turistlar sonini 9 million nafarga yetkazish va ...2026-yilgacha bo'lgan davrda sohada band bo'lgan aholi sonini 2 baravar oshirib, 520 ming nafarga yetkazish, turizm va madaniy meros ob'ektlari infratuzilmasini rivojlantirish hamda 8 mingdan ortiq madaniy meros ob'ektlaridan samarali foydalanish" kabi keng ko'lamli muhim vazifalar belgilangan.[1] Mazkur vazifalarning muvaffaqiyatli ijrosi mamlakatimizda ichki turizm sohasi faoliyatini boshqarish jarayonida mavjud turistik resurs komponentlaridan samarali foydalanish, sohaning hududiy iqtisodiyot rivojlanishiga ta'sir etuvchi samarasini baholash, soha korxonalari faoliyatida raqobatbardoshlik ustunliklaridan foydalanish, yuzaga kelishi mumkin bo'lgan risklarni boshqarish, ijtimoiy-iqtisodiy inqirozlar sharoitida sohaning tiklanish strategiyalarini ishlab chiqish bilan bog'liq jarayonlarning takomillashuvini talab etadi.

Yuz berayotgan global trendlar va ularning afzalligini hisobga olgan holda 2017 yildan boshlab mamlakatimizda ham milliy iqtisodiyotning keskin o'sishiga turtki beruvchi tizim sifatida jadal rivojlantirishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Bu borada davlat tomonidan sohani rivojlantirishga oid qator me'yoriy-huquqiy hujjatlar qabul qilinib, yaratilgan huquqiy baza negizida milliy turizm tizimini shakllantirish va rivojlantirish ustuvor yo'nalishlardan biri sifatida belgilandi.

Turizm sohasini barqaror rivojlantirishning yana bir muhim shartlaridan biri, yuqorida aytib o'tilganidek, soha faoliyati bilan bog'liq boshqa bir qancha tarmoqlarni ham baravar rivojlantirishga erishishdan iborat. Chunki sohaning barqaror faoliyati unga tegishli bo'lgan ayrim tarmoqlar faoliyati bilan chambarchas bog'liqdir.

ADABIYOTLAR TAHLILI

Turistik ob'yektlar tarkibidagi asosiy turistik resurslar (bilim olish, tadbirkorlik, davolash-sog'lomlashtirish) infratuzilma tizimlari bilan turopoperatorlar vositasida birikadi va turistik mahsulot shakllanadi.

Turizm faoliyatini rivojlantirishda boshqarish jarayonlarini kengroq tavsiflash uchun ularning tarkibiy elementlarini o'zaro bog'liqligi, shuningdek vaqtinchalik xususiyatlarini aniqlash nuqtai nazaridan ko'rib chiqish kerak. Boshqaruv jarayonlariga tizimli yondashuv, ma'lum vaqt oralig'idagi ma'lumotlar asosida turistik mahsulotning tarkibiy qismlari rivojlanish darajasini nafaqat miqdoriy, balki sifat jihatidan baholashga, turistik korxonalar faoliyatining samaradorligini aniqlashga imkon beradi.

K.Braun va R.Geddeslarning fikriga ko'ra, ijtimoiy turizm klasterini rivojlantirishda davlatning ishtiroki xususiy va xorijiy investitsiyalarni jalb etish bo'yicha dasturlarni qo'llab-quvvatlash, ijtimoiy turizm infratuzilmasini rivojlantirish, zarur meyoriy-huquqiy hujjatlarni ishlab chiqish, turistlarning xavfsizligini ta'minlash, atrof-muhit va tarixiy yodgorliklarni himoyalashda namoyon bo'ladi [2].

Ijtimoiy turizm klasterini shakllantirishda davlat ishtiroki zarurligini inkor qilmasdan, bunday tuzilmalarning shakllanishi va faoliyat yuritishida asosiy o'rin tadbirkorlik subektlariga tegishli ekanligini ta'kidlash zarur. Tadbirkorlik subektlarining integratsiyalashuvga, samarali va ochiq hamkorlikka tayyorligi, kooperasiya munosabatlarining yaxshi yo'lga qo'yilganligi hamda norasmiy aloqalarning rivojlanganligi hududda klasterlarni shakllantirish va rivojlantirishda muhim ahamiyatga ega. [3]

A.E.Boykoning fikricha, barcha klaster tuzilmalarining samarali faoliyat yuritishi nafaqat hudud budjetini sezilarli darajada to'ldirishi, balki mahalliy aholi uchun keng bandlik maydonini shakllantirish, qo'shimcha investitsiyalar jalb etishni rag'batlantirish, tarixiy-madaniy obidalarini, alohida muhofaza etiladigan joylarni asrab-avaylash, tabiiy hududlar, ekologik vaziyatni yaxshilash, xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish, hududning ixtisoslashtirilgan turistik va boshqa infratuzilmasini yaxshilash, sayyohlarni mamlakatda dam olishga qayta yo'naltirish imkonini beradi.[4]

Turizm sohasining rivojlanishi ko'p jihatdan, aytib o'tilganidek, mavjud tabiiy-iqtisodiy resurslarning mavjudligi va ushbu resurslarning iqtisodiy faoliyatga kiritilganligiga bog'liq. Iqtisodiy terminologiyada turistlar, ya'ni xizmatlar iste'molchilari tomonidan tanlanadigan va ushbu hududda yaratilgan xizmatlarni iste'mol qilinadigan hudud "turistik destinatsiya" deb ataladi.[5]

Turistik nuqtayi nazardan xizmatlarni yaratish, turistik destinatsiyalardan faoliyatda samarali foydalanish va boshqarish ularning raqobat ustunliklarini belgilaydi. Bu esa, o'z navbatida, turistik faoliyat samaradorligini oshiradi.

Turistik faoliyatini boshqarish jarayonida ham marketing, rejalashtirish, tashkil etish, muvofiqlashtirish, rag'batlantirish, hisob va nazorat funksiyalari kabi umumiy funksiyalar bilan birgalikda asosiy faoliyatni boshqarish, qo'shimcha xizmatlarni

boshqarish, xizmat sifatini boshqarish hamda mehnat va ish haqini boshqarish kabi aniq funksiyalar bajarilishi ta'minlanadi.[6]

Ayrim tadqiqotlarda turistik raqobatbardoshlikni boshqarish samaradorligini baholash bo'yicha xususiy holatlar uchun uslubiyot taklif etilgan bo'lsada, ushbu tadqiqotlar turistik destinatsiyalarning raqobatbardoshligini baholash uslubiyoti mezo darajadagi destinatsiyalar uchun ishlab chiqilgan.[7]

Ahamiyatli tomoni shundaki, hududlardagi mavjud turistik raqobatbardoshlikni boshqarish samaradorligini baholash bo'yicha alohida uslubiyot mavjud emasligini hisobga olgan holda tadqiqotni amalga oshirish jarayonida mikro darajadagi destinatsiyalarda raqobatbardoshlikni boshqarish samaradorligini baholash bo'yicha umumiy foydalanish uchun uslubiyot takomillashtirildi.

Biroq, mamlakatimizda ijtimoiy turizmni rivojlantirish bo'yicha klaster strategiyasining barcha mavjud jozibadorligiga qaramay, yuqoridagi jarayonlarga risk sezilarli darajada to'sqinlik qiladi. Shunday qilib, mamlakatda turizmni rivojlantirish bo'yicha ishlab chiqilayotgan dasturlar yoki turizmni rivojlantirish strategiyasining asosiy maqsadi xorijiy sayyohlarni jalb qilishdan iboratdir. Binobarin, ushbu maqsadga erishish sayyohlarni yetkazib beruvchi asosiy davlatlarga respublikaning ijobiy imijini shakllantirish bilan bevosita bog'liq. Mamlakatning bugungi iqtisodiy-ijtimoiy rivojlanish darajasini hisobga olsak, turizmni rivojlantirish bo'yicha ulkan imkoniyatlar va resurs salohiyati mavjud.

METODOLOGIYA

Maqolada hududiy ijtimoiy turizm klasterining innovatsion salohiyatini rivojlantirish yo'llari bo'yicha iqtisodchi olimlar va mutaxassislarning fikrlariga tayangan holda dialektik va tizimli yondashuv, qiyoslash, emperik tadqiqot hamda qiyosiy tahlil kabi usullari orqali sanoat korxonalari faoliyatini boshqarishning ustuvor yo'nalishlarini belgilash bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Rivojlanayotgan ijtimoiy turizm klasterining markaziy bo'g'ini yoki yadrosi turoperatorlar va sayyohlik agentliklari kompaniyalari guruhi yoki infratuzilma obektlari (masalan, joylashtirish obektlari) yoki turistik qiziqish obektlari (masalan, muzeylar, yirik turistik majmualar) bo'lishi mumkin. Shu bilan birga, har qanday holatda klaster rivojlanishining asosiy sharti mintaqada uning turistik marshrutlari va oqimlarining mavjudligi hisoblanadi. Shu asosda vujudga keladigan turizm klasterlariga misol sifatida barqaror turistik oqimlarni keltirib chiqaradigan madaniy tadbirlar bilan bog'liq holda turizmni faollashtirish mumkin.

Hududiy miqyosda klasteri shakllantirish muammosi va turizm klaster siyosatining real voqeligi davlat organlari darajasida ham o'z aksini topgan va qo'llab-quvvatlanmoqda. Shunday qilib, mamlakatimizda 2025-yilgacha bo'lgan muddatda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish konsepsiyasida davlat klaster siyosati iqtisodiy munosabatlar tizimini rivojlantirishda ma'muriy va boshqa to'siqlarni olib tashlashga yordam beradigan yangi murakkab institut sifatida tan olingan.

Bizning fikrimizga ko'ra mintaqaning innovatsiya salohiyatidan foydalanish va uni kengaytirishda ijtimoiy turizm klasterlarini tashkil etish quyidagi imkoniyatlarni beradi:

- turizm biznesi, fan va davlat boshqaruv tashkilotlarining birgalikdagi harakatlarining muvofiqlashtirilishi;
- ijtimoiy turizm klasterlari qatnashchilari faoliyatining resurslarga ega bo'lish imkoniyatini (axborot, innovatsiya va texnologik) kengaytirish hamda infratuzilma obektlaridan birgalikda foydalanish yo'li bilan xarajatlar, jumladan, transaksiya xarajatlarini kamaytirish asosida samaradorligini oshirish;
- ijtimoiy turizm xizmatlarining ishlab chiqaruvchilari va iste'molchilari o'rtasidagi o'zaro ta'sirni kuchaytirish asosida innovatsion mahsulotlarni yaratish va bozorga olib chiqish jarayonini jadallashtirish;
- klasterlarni shakllantirishda ishtirok etuvchi investorlar uchun imtiyozlarning mavjudligi sababli mintaqada qulay investitsiya muhitini shakllantirish;
- yangi biznesni yaratish va rivojlantirish sharoitlari yaxshilanishi tufayli raqobatning rag'batlantirilishi;
- turistik mahsulotni iste'molchilarga yetkazib berishning barcha zarur bo'g'inlari bitta hududda to'planishi natijasida qo'shilgan qiymat o'sishining yopiq zanjiri shakllanishi.

Yevropa Ittifoqi mamlakatlarida tashkil etilgan ijtimoiy turizm klasterlarning rivojlanish xususiyatlarini tahlil etish ularning muvaffaqiyati klaster qatnashchilari o'rtasida shartnoma munosabatlari shakllanishi uchun maxsus shart-sharoit yaratish muhim ekanligini ko'rsatdi. Bu jihatdan yetakchi o'rin davlat va huquq institutlariga tegishli bo'lishi kerak, jumladan, davlat klasterga tadbirkorlik subektlari, investorlar, fan va ta'lim vakillarini jalb etish yo'li bilan ular o'rtasidagi munosabatlar rivojlanishini rag'batlantirishi mumkin.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 24-dekabrda "Samarqand viloyatining turizm va transport salohiyatidan samarali foydalanish, viloyatni "Samarqand — Yangi O'zbekistonning turizm darvozasi" konsepsiyasi asosida rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PQ-455-son¹ qarori qabul qilinib, unga muvofiq "Samarqand – Yangi O'zbekistonning turizm darvozasi" targ'ibot kampaniyasi yo'lga qo'yildi. Shunga ko'ra, 2026-yil 1-yanvargacha tadbirkorlar: 4 yulduzli va undan yuqori toifadagi mehmonxona uchun zarur tovarlarni olib kirganda bojxona bojini hamda Samarqand turistik markazida qurilish uchun "vaqtincha olib kirish" bojxona rejimiga olib kiriladigan uskunalar uchun davriy bojxona to'lovlarini to'lashdan ozod etiladi. Shuningdek, Samarqand turistik markazi hududida chet ellik shaxslar uchun boj olinmaydigan savdo do'konlari tashkil etiladi. 2023-yil 1-sentabrgacha shaharlararo va xalqaro avtobus qatnovlari axborot texnologiyalari orqali yo'lga qo'yiladi. Mazkur tizimda: chiptalarni "Uzbus" platformasida xarid qilish tartibi; avtobuslarga GPS qurilmalarini o'rnatish hamda monitoring qilish bo'yicha yagona platforma yaratiladi.

¹ <https://lex.uz/docs/-6325919?ONDATE=24.05.2023%2000>

Shunday qilib, hududiy ijtimoiy turizmni rivojlantirish dasturlarida odatda turistik klasterlar turistik va madaniy yo‘nalishning o‘zaro bog‘langan obektlari – joylashtirish vositalari, ovqatlanish tashkilotlari, zarur asosiy va yordamchi infratuzilma bilan jihozlangan qo‘shimcha va tegishli xizmatlar majmuasi ekanligi ko‘rsatilgan. Avtoturistik klasterlar iste’molchilarga turistik, qo‘shimcha va turdosh xizmatlarni bir-birini to‘ldiradigan va avtoturistlar uchun madaniyatli xizmat ko‘rsatish shartlarini kafolatlaydigan tashkilot va korxonalarni birlashtiradi.

Turistik va avtoturistik klasterlarning mohiyati va mazmunini bunday umumlashtirilgan tushunish klaster yondashuvini muvaffaqiyatli amalga oshirishga yordam bera olmaydi. Klaster nazariyasiga ko‘ra, klasterlar ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatuvchi tashkilotlar hamda ilmiy-tadqiqot ishlari bilan shug‘ullanuvchi muassasalarning hududiy va tarmoq yaqinligi asosida shakllantirilishini ta’kidlashni zarur deb hisoblaymiz. Bu esa pirovard natijada mahsulot tannarxini pasaytirish, taqdim etilayotgan mahsulot va xizmatlar hamda ularning milliy va xalqaro miqyosda raqobatbardoshligini oshirish imkonini beradi. Aynan innovatsion sektor bilan integratsiya bunday ustunliklarga erishish imkonini beradi.

Demak, ijtimoiy turizm klasterlarni qo‘llashni ta’riflash tegishli meyoriy-huquqiy hujjatlar (dasturlar, strategiyalar, konsepsiyalar) va turistik klasterlarni shakllantirish va rivojlantirishga qaratilgan texnologiya, chora-tadbirlar tizimi sifatida talqin qilish kerak. Turistik klaster esa – mavjud turistik resurslar va ixtisoslashtirilgan infratuzilma, yagona boshqaruv organi – klaster ma’muriyati ostidagi tashkilotlarning innovatsion faolligi negizida faoliyat yurituvchi turistlarga xizmat ko‘rsatishga ixtisoslashgan geografik jihatdan yaqin va o‘zaro bog‘langan obektlar majmuasi sifatida ular birgalikda raqobatbardosh turistik mahsulot va xizmatlarni taklif qilish orqali turistlarning ehtiyojlarini samarali qondira oladi.

Cheklovchi omillar nafaqat tashqi muammolar va risklar, balki ichki muammolar ham bo‘lib, ular, birinchi navbatda: turizm xodimlari malakasining pastligi; turizm sohasidagi aksariyat tashkilotlarda mavjud bo‘lgan ichki korporativ muammolar; xizmat ko‘rsatish jarayonlarini texnik va texnologik ta’minlash bo‘yicha xorijiy turistik kompaniyalardan sezilarli darajada orqada qolishi; ham budget, ham budgetdan tashqari mablag‘larni o‘zlashtirish; turizm sohasida biznes yuritishning shaffof bo‘lmagan texnologiyalari va boshqalar.

N.V.Shabalina ijtimoiy turizm klasterlarini shakllantirish va rivojlantirishning asosiy muammolari sifatida quyidagilarni ajratib ko‘rsatadi [8]: klasterlarni qo‘llashning barcha afzalliklari va samarasini ro‘yobga chiqarish va amalga oshirishga qodir bo‘lgan yuqori malakali mutaxassislarning yetishmasligi; turizm sohasidagi tadbirkorlarning past innovatsion madaniyati; strategik rejalashtirish va davlat-xususiy sheriklik asosidagi faoliyatning yetarli darajada rivojlanmaganligi; mintaqalarning infratuzilmaviy muammolari; turistik klasterlarni shakllantirish va ishga tushirishning uzoq davri; turistik klasterlarni qo‘llash bo‘yicha meyoriy-huquqiy bazaning, birinchi navbatda, mintaqaviy darajada nomukammalligi.

Bugungi kunda klaster loyihalarini amalga oshirishga qaratilgan tadbirlarni rejalashtirish alohida e’tiborga loyiq. Klaster loyihalarini rejalashtirish va amalga

oshirishda ishlab chiquvchilar bunday turistik tuzilmalarni joylashtirishni nazarda tutishlari zarur. Turizm sohasida klasterlar turistlarni jalb qilish uchun axborot, ekologik, resurs ta'minoti, ma'muriy, boshqaruv, texnik-texnologik, ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish uchun zarur shart-sharoitlar yaratmasdan, faqat infratuzilmaviy jihatdan rivojlanmoqda.

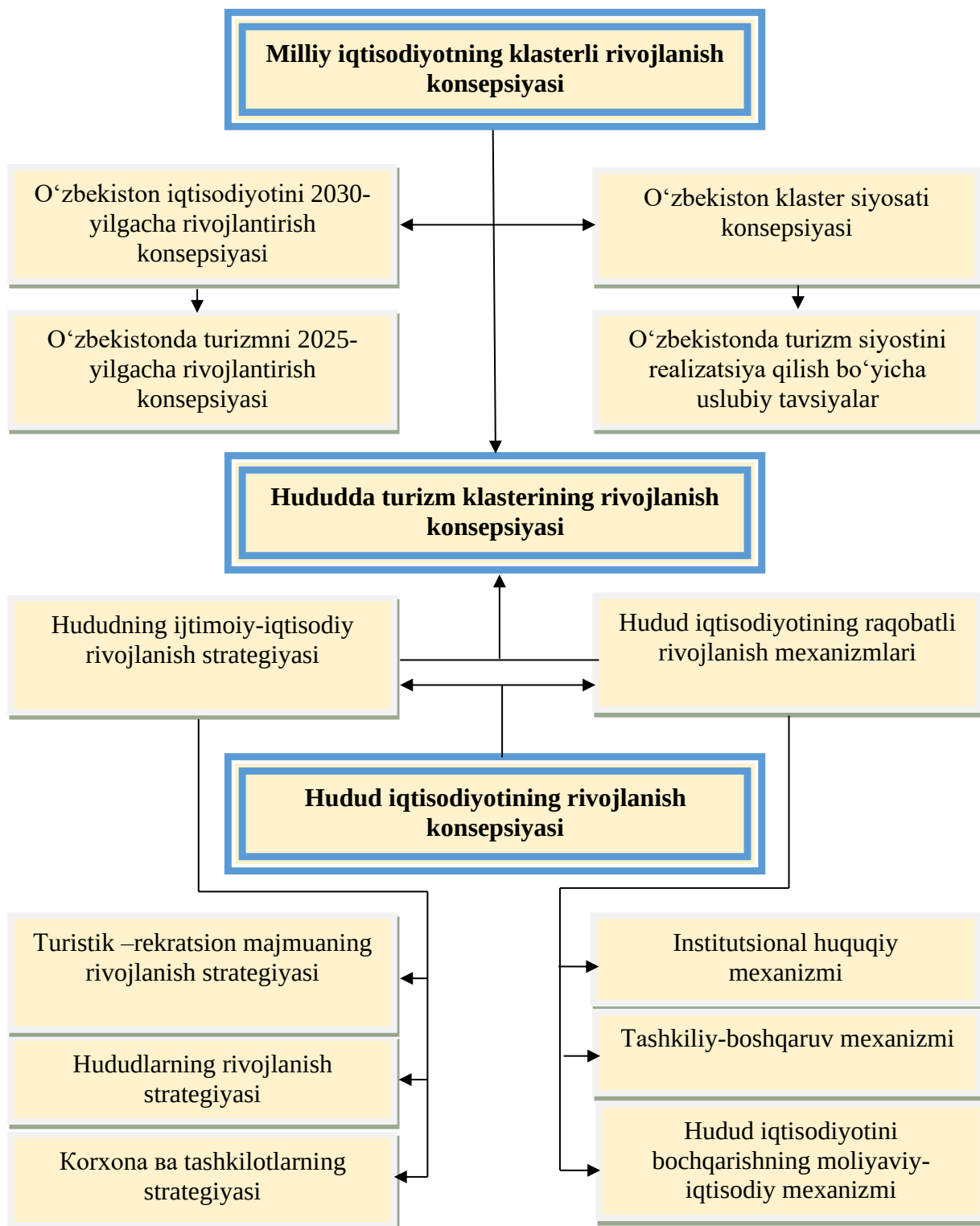
Milliy va xalqaro turizm bozorlarida klasterlarni joylashtirish bo'yicha reklama-axborot ishlarini tashkil etish ishlariga alohida e'tibor qaratish zarur. Aslida, taklif etilayotgan dastur faqat klasterlarni shakllantirishni nazarda tutadi, lekin ularning muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi, kirish va ichki turizm manfaati uchun alohida tuzilmalarining holatiga bog'liq.

Bizning fikrimizcha, klasterlarni tatbiq etish milliy iqtisodiyotni klasterli rivojlantirish konsepsiyasi va hudud iqtisodiyotining strategik klasterli rivojlanish konsepsiyasiga muvofiq bo'lishi lozim va quyidagi uslubiy yondashuvni nazarda tutishi kerak (1-rasm).

Turistik korxonalar raqobatbardoshligini baholash turistik xizmatlar bozorida real vaziyatni vujudga keltirish hamda tegishli dasturlarni ishlab chiqish imkonini beradi. Zamonaviy sharoitlarda raqobatbardoshlikni baholashning ko'plab usullari va metodologiyalari mavjudligiga qaramay, hozirgacha turistik destinatsiyalarning raqobatbardoshligi darajasini tatbiq etilishi mumkinligini asalovchi to'laqonli metodologiya mavjud emas. Raqobatbardoshlikni baholash bo'yicha ilmiy tadqiqotlarda aniq hisoblash usuli asosidagi ko'rsatkichlardan keng foydalaniladi. Bu usullarda axborot olish manbalari va ko'rinishlarining turli-tumanligi holatida raqobatbardoshlik darajasi bo'yicha xilma-xil shakldagi ma'lumotlar tahliliga asoslanadi (2-rasm).

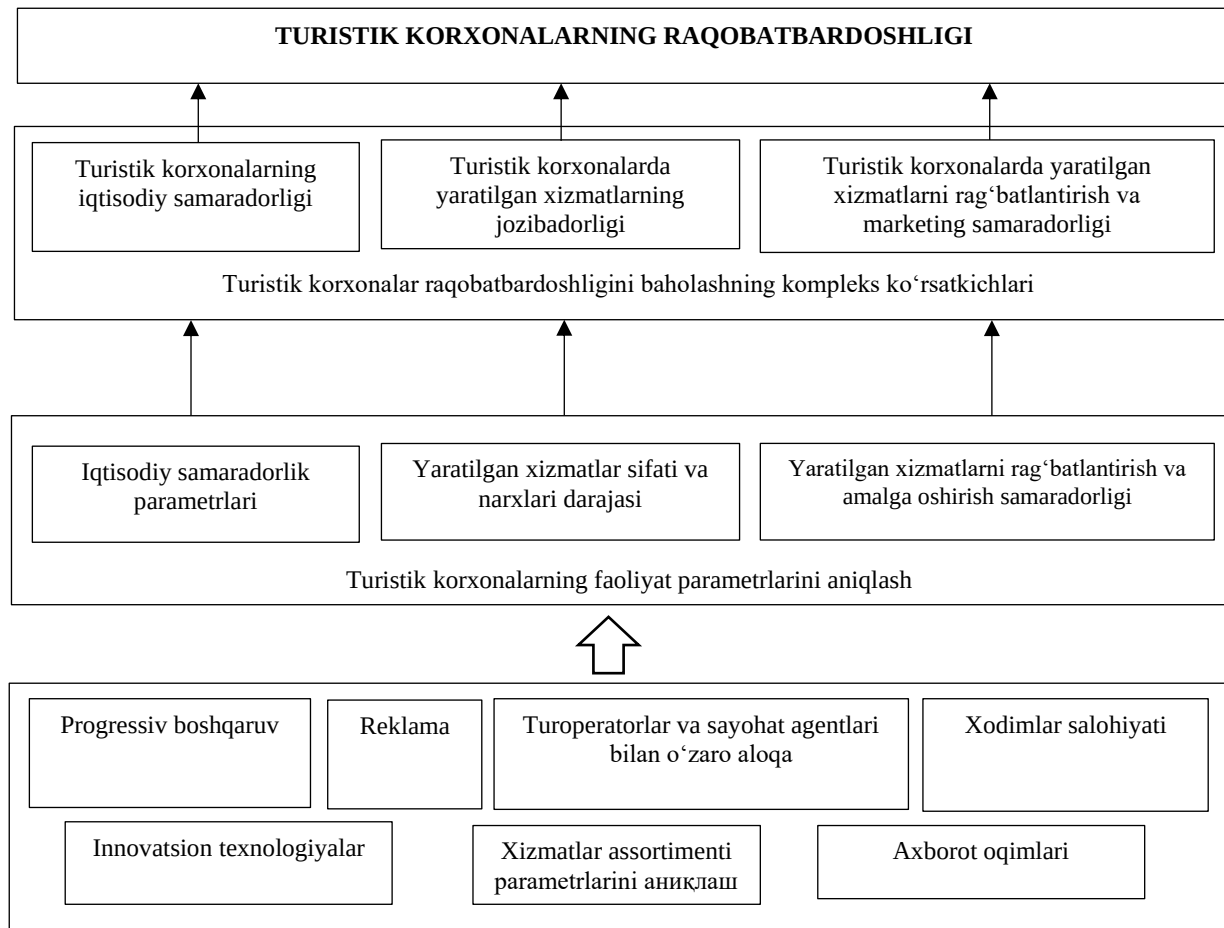
Nazariy tadqiqotlar asosida turistik destinatsiyalarning raqobatbardoshligini tavsiflovchi parametrlar uchta asosiy guruh: turistik destinatsiya xizmatlarining jozibadorligi bo'yicha raqobatbardoshligi, turistik destinatsiyalardagi korxonalar faoliyatining iqtisodiy natijasi, ya'ni faoliyat yuritishning iqtisodiy samaradorligi, turistik destinatsiyada yaratilgan turmahsulotni sotish samaradorligiga ajratib olindi.

Ushbu yondashuvga asoslangan holda, biz, mamlakatimizda klaster loyihalarini milliy, hududiy darajalarda rivojlanayotganini ko'rish mumkin. Hududiy turistik klasterlar, asosan, bir yoki bir nechta turistik markazlarni o'z ichiga olgan turistik tuzilmalar ko'rinishida faoliyat yuritadi va bir qator xo'jalik subektlari va korxona va tashkilotlarni o'z ichiga oladi.



1-rasm. Klaster yondashuvi asosida ijtimoiy turizm sohasini innovatsion rivojlantirishning iqtisodiy mexanizmi modeli¹

¹ Muallif ishlanmasi



2-rasm. Turistik korxonalar raqobatbardoshligining asosiy elementlari¹

XULOSA VA TAKLIFLAR

Klasterlarni qo'llash jarayoni – bu umuman olganda mamlakatimiz iqtisodiyoti, xususan, turizm sohasi rivojlanishidagi innovatsion usul va davlat uchun ahamiyatli tendensiyalardan biridir. Ta'kidlash kerakki, klaster yondashuvining innovatsion komponenti ma'muriy-huquqiy va siyosiy sharoitlarga qaraganda butunlay boshqacha ichki va tashqi muhit sharoitlari va omillari bilan belgilanadi. Shunga ko'ra, tahlil natijalari ko'rsatmoqdaki, turizm klasterining innovatsion salohiyati innovatsion mahsulotlar va ishlanmalarni yetkazib beruvchilarning butun tizimi orqali amalga oshiriladi, bunga quyidagilar kiradi: milliy va hududiy tarmoq tuzilmalari (vazirliklar, agentliklar, turizm departamentlari)ning barcha tartibga solish funksiyalari; hokimiyat va boshqaruv organlari bilan davlat-xususiy sheriklik modeliga muvofiq klaster doirasida hamkorlik qiluvchi ishbilarmon doiralar vakillari; ta'lim muassasalari va ilmiy-tadqiqot ishlari bilan shug'ullanuvchi tashkilotlar; turizmni rivojlantirish borasida turli tashabbuslar bilan harakat qilayotgan mahalliy hamjamiyat va h.k.

¹ Muallif ishlanmasi

FOUDALANILGAN ADABIUOTLAR RO'YXATI

1. G'ulomova G.P. **Turistik klasterlarning innovatsion muhiti** // Iqtisod va moliya, 2019, 11(131), 17-22-betlar. <https://cyberleninka.ru/article/n/turizm-klasterlarining-institutsional-mu-iti/viewer>
2. Бойко А.Е. **Формирование туристских кластеров как инструмент развития внутреннего туризма в России** // Власть и управление на Востоке России, 2009, № 2 (47), С. 224-228.
3. Шабалина Н.В. **Введение в туристскую кластеризацию** [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.bzm.su/articles/article-05>
4. Гончарова Н.А. **Формирование системы управления туристской дестинацией**. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Санкт-Петербург: НОУ ВПО «БАТиП», 2014, С. 17.
5. Sharifxo'jayev M., Abdullayev U. **Menejment: Darslik**. – Toshkent: “O'qituvchi”, 2001. – 75-77-betlar.
6. Дудуцкий Д.Ю. **Закономерности развития туристской дестинации и пути повышения её конкурентоспособности (на примере Пермского края)**. Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата экономических наук. Сочи: НОУ ВПО, 2015, С. 13-15.
7. Navruz-Zoda Z.B. **Turistik hududlar negizida ziyorat klasterlarini shakllantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari**. Ph.D. falsafa doktori dissertatsiyasi avtoreferati. Urganch, 2021.
8. Norqulova D.Z. **O'zbekistonda sotsial turizm xizmatlarini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish**. Ph.D. falsafa doktori dissertatsiyasi avtoreferati. Samarqand, 2018.
9. Ro'ziyev S. **O'zbekiston madaniy turizm bozori va uning istiqbollari**. Iqtisodiyot fanlari doktori dissertatsiyasi. Toshkent, 2009.
10. Усманова Д. **Особенности формирования туристского продукта и перспективные направления его развития**. к.э.н., диссертация. Самарканд, СамИЭС, 2009.