MINTAQAVIY TURIZM INFRATUZILMASIDAN SAMARALI FOYDALANISHNING KLASTER MEXANIZMINI SHAKLLANTIRISH MUMAMMOLARI

Barataliyev Faxriddin Muxitdin o'g'li
UBS Toshkent filiali, 2-kurs magistri
https://doi.org/10.5281/zenodo.20273123

Annotatiya. *Ushbu maqolada mintaqaviy turizm infratuzilmasidan samarali foydalanishning klaster mexanizmini shakllantirishning nazariy va amaliy jihatlari tahlil qilinadi. Turizm klasterlari hududning turistik salohiyatini integratsiyalashgan holda rivojlantirish, infratuzilma obyektlaridan yuklamani kamaytirmagan holda ularning bandlik darajasini oshirish va resurslardan kompleks foydalanish imkonini beruvchi muhim vosita sifatida qaraladi. Maqolada mintaqalarda turizm infratuzilmasining mavjud holati, klaster mexanizmini joriy etishdagi tashkiliy-iqtisodiy to'siqlar, davlat-xususiy sheriklik va institutsional muhitning rolini tahliliy baholashga alohida e'tibor qaratilgan. Shuningdek, turizm klasterlarini boshqarishning samarali modellari, ularning moliyaviy barqarorligini ta'minlash yo'llari va infratuzilma obyektlaridan mavsumiylik omilini kamaytirgan holda foydalanish mexanizmlari taklif etiladi.*

Kalit so'zlar: *mintaqaviy turizm, turizm infratuzilmasi, turizm klasteri, klaster mexanizmi, infratuzilmadan samarali foydalanish, davlat-xususiy sheriklik, tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlar, mintaqaviy rivojlanish, turizmda mavsumiylik, institutsional muhit, hududning turistik salohiyati, moliyaviy barqarorlik, boshqaruv modellari.*

Аннотация. *В данной статье анализируются теоретические и практические аспекты формирования кластерного механизма эффективного использования региональной туристской инфраструктуры. Туристские кластеры рассматриваются как важный инструмент, позволяющий интегрированно развивать туристский потенциал территории, повышать уровень загрузки объектов инфраструктуры без снижения их пропускной способности и обеспечивать комплексное использование ресурсов. Особое внимание в статье уделяется аналитической оценке современного состояния туристской инфраструктуры в регионах, организационно-экономическим барьерам при внедрении кластерного механизма, а также роли государственно-частного партнёрства и институциональной среды. Кроме того, предлагаются эффективные модели управления туристскими кластерами, пути обеспечения их финансовой устойчивости и механизмы использования объектов инфраструктуры с минимизацией фактора сезонности.*

Ключевые слова: *региональный туризм, туристская инфраструктура, туристский кластер, кластерный механизм, эффективное использование инфраструктуры, государственно-частное партнёрство, организационно-экономические механизмы, региональное развитие, сезонность в туризме, институциональная среда, туристский потенциал территории, финансовая устойчивость, модели управления.*

Annotation. *This article analyzes the theoretical and practical aspects of forming a cluster mechanism for the effective use of regional tourism infrastructure. Tourism clusters are considered as an important tool that enables the integrated development of a region's tourism potential, increases the utilization rate of infrastructure facilities without reducing their capacity, and ensures the*

comprehensive use of resources. Special attention is paid to the analytical assessment of the current state of tourism infrastructure in the regions, organizational and economic barriers to the implementation of the cluster mechanism, as well as the role of public-private partnerships and the institutional environment. Furthermore, effective models for managing tourism clusters, ways to ensure their financial sustainability, and mechanisms for using infrastructure facilities while minimizing the seasonality factor are proposed.

Keywords: *regional tourism, tourism infrastructure, tourism cluster, cluster mechanism, effective use of infrastructure, public-private partnership, organizational and economic mechanisms, regional development, seasonality in tourism, institutional environment, tourism potential of the territory, financial sustainability, management models.*

KIRISH

Xalqaro turizm jahon iqtisodiyotining muhim sohasi bo‘lib, u butun jahon hamjamiyati va alohida mintaqa hamda mamlakatlar iqtisodiyotiga salmoqli ta’sir ko‘rsatadi. Ba’zi mamlakatlarda turizm sohasi valyuta tushumlarining asosiy manbai bo‘lib, aholi turmush farovonligini ta’minlashga xizmat qiladi. XXI asrning boshida xalqaro turizm jahon eksportidagi hissasi bo‘yicha avtomobil va neft eksportini orqada qoldirib, birinchi o‘ringa chiqib oldi. COVID-19 pandemiyasidan avvalgi davrda Jahon turistik tashkiloti ma’lumotlariga ko‘ra, 2020 yilda turizm industriyasi hissasiga jahon YaIMning 10,3%, jahon ekspotining 7%, xizmatlar eksportining 27,4%, kapital qo‘yilmalarining 9%, iste’mol xarajatlarining 11%, soliq tushumlarining 5%dan ziyodi to‘g‘ri kelgan, turizm sektori aholi bandligini ta’minlashda muhim ahamiyatga ega, pandemiyagacha bo‘lgan davrda iqtisodiyotda band bo‘lgan har 11 kishining bittasi shu sohada faoliyat ko‘rsatgan. Shuni ta’kidlash zarurki, xalqaro turizm COVID-19 pandemiyasidan eng katta zarar ko‘rgan sohalardan biridir. 2020 yilda turizmning jahon YaIM dagi ulushi 50,4%, yoki 4,8 trln. dollarga qisqarib, 5,3%ni tashkil etdi, taqqoslash uchun jahon iqtisodiyoti qisqarishi 3,3%ni tashkil etdi. Bu davrda sohada band bo‘lganlarning 18,2 %, yoki 62 mln. kishi ishdan ketishga majbur bo‘ldi, WTTC ma’lumotlariga ko‘ra, 2020 yilda turistlarning mamlakat ichida sayohat uchun xarajatlari 45%ga, xorij safarlariga sarflagan xarajatlari esa deyarli 70%ga kamaydi[1].

ADABIYOTLAR SHARHI

Turizm sohasi va uning turli shakllarini rivojlantirishning nazariy-metodologik jihatlari ko‘plab xorijlik olimlar jumladan: A.Yu.Aleksandrova[2], I.T.Balabanov[3], M.A.Jukova[4], A.B.Kosolapov[5] va boshqalar tomonidan tadqiq qilingan. Ushbu muammolarni o‘rganishga O‘zbekistonlik olimlardan K.X.Abduraxmonov[6], N.T.To‘xliev[7] va boshqalarning ilmiy ishlari bag‘ishlangan. Ammo, bevosita respublikamiz milliy turizmining mintaqa darajasidagi ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish xususiyatlari va tendensiyasini ilmiy jihatdan asoslash, mintaqalarning turistik salohiyatidan samarali foydalanishni ta’minlaydigan tashkiliyiqtisodiy tizimni takomillashtirish bo‘yicha ilmiy-tadqiqot ishlari yetarli darajada olib borilmagan.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqot jarayonida ilmiy bilishning mantiqiy abstraksiya, induksiya va deduksiya, tizimli tahlil kabi usullaridan keng qamrovli tartibda foydalanilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Mamlakatimizda turizm sohasini rivojlantirish, uning alohida mintaqalar iqtisodiyoti raqobatbardoshligini oshirish, sohaga xorijiy investitsiyalarni jalb etishda klasterli yondashuvdan foydalanish masalalari bo‘yicha bir qancha tadqiqotlar amalga oshirilgan. Jumladan,

B.D.Ollanazarov: “turistik klasterda yo‘lga qo‘yilgan o‘zaro hamkorlik sababli yangi mahsulot va xizmatlarni yaratish uchun sharoit, innovatsion va ishbilarmonlik raqobatchilik muhiti yuzaga keladi. Ko‘pgina turistik klasterlar o‘zlariga yaqin, hamkor sanoat tarmoqlari korxonalari va qo‘llabquvvatlovchi klasterlar bilan, masalan, sport va turistik buyum-jihozlar, oziq-ovqat mahsulotlari, ichimliklar, OAV sohasi tabiiy va madaniy yodgorliklarni muhofaza etib doimiy ravishda aloqalarni mustahkamlab boradilar”, deb hisoblaydi.

Shunday qilib, turistik klaster hududiy jihatdan yaqin joylashgan, faoliyati bevosita yoki bilvosita turizm bilan bog‘liq bo‘lgan tadbirkorlik faoliyati subyektlari, davlat muassasalari, jamoatchilik tashkilotlarining yig‘indisidan iborat bo‘lib, ularning o‘zaro hamkorligi va ta’sirining asosiy maqsadi joylashgan hududning innovatsiya salohiyatidan foydalangan va uni rivojlantirgan holda sifatli, raqobatbardosh turistik mahsulotni ishlab chiqishdan iboratdir.

Ilmiy adabiyotlarda turistik klasterning mohiyati bo‘yicha quyidagi fikrlar bildirilganini ko‘rish mumkin:

– turistik klaster turistik korxonalar, asosiy va qo‘shimcha xizmatlarni ko‘rsatuvchi subyektlarning turistik mahsulotni yaratish yuzasidan ishlab chiqarish, texnologik va axborot almashinuvi bo‘yicha o‘zaro munosabatlarda faoliyat yurituvchi tizimidir;

– turistik klaster turizm faoliyati bilan shug‘ullanuvchi kompaniya va muassasalarning geografik hududda to‘planishidir. Bu kompaniya va muassasalar tarkibiga ta’minotchilar, xizmat ko‘rsatuvchilar, davlat muassasalari, universitetlar kiradi;

– turistik klaster bevosita turizm sektoriga qarashli muassasalardan tashqari qo‘shimcha yordamchi muassasalar, transport infratuzilmasi, ta’lim va kasbiy tayyorlash tizimlari, konsalting va boshqa xizmatlarni ko‘rsatuvchi tuzilmalarni o‘z ichiga oluvchi hududdir. Demak, turistik klasterlarga aniq hududiy chegaraga egaligi, raqobatbardosh turistik mahsulot ishlab chiqishga ixtisoslashganligi, klaster qatnashchilari o‘rtasida turli xil o‘zaro ta’sirning mavjudligi, qo‘llab-quvvatlovchi tarmoqlarning mavjudligi kabi xususiyatlar xosdir. Shu bilan birga klasterlarning tuzilma sifatida innovatsionlik xususiyatlari hamda mintaqaning iqtisodiy rivojlanishini ta’minlashdagi roliga alohida e’tibor qaratish zarur.

Turistik klasterlarni tashkil etish va rivojlantirishdan asosiy maqsad mintaqaning tabiiy, ijtimoiy-iqtisodiy resurs va innovatsiya salohiyatidan foydalangan holda sifatli, raqobatbardosh turistik mahsulotlar ishlab chiqishdan iborat. Mintaqalarning turistik-rekreatsion klasteri uning tarkibiga kiradigan xo‘jalik yurituvchi subyektlar faoliyati samaradorligini oshirish uchun qulaylik tug‘diradi. Natijada ular uchun axborot almashinuvi va yangiliklarni joriy etish, hamjihatlikdagi harakatlarni muvofiqlashtirish ishlarini yengillashtirish, turistlarga xizmat ko‘rsatuvchi infratuzilma ob’ektlaridan birgalikda foydalanish imkoniyatlari kengayadi.

Turizmni rivojlantirishda klaster siyosatini qo‘llash, klasterlarni shakllantirish va rivojlantirish jarayonlari klaster subyektlari o‘rtasidagi o‘zaro munosabatlarni tartibga soluvchi rasmiy va norasmiy institutlar yig‘indisidan iborat bo‘lgan qulay institutsional muhit sharoitida yuz beradi. Turistik klasterni shakllantirishda davlat ishtiroki zarurligini inkor qilmasdan, bunday tuzilmalarning shakllanishi va faoliyat yuritishida asosiy o‘rin tadbirkorlik subyektlariga tegishli ekanligini ta’kidlash zarur.

Tadbirkorlik subyektlarining integratsiyalashuvga, samarali va ochiq hamkorlikka tayyorligi, kooperatsiya munosabatlarining yaxshi yo‘lga qo‘yilganligi hamda norasmiy aloqalarning rivojlanganligi hududda klasterlarni shakllantirish va rivojlantirishda muhim ahamiyatga ega. Ta’lim instituti turistik klaster shakllanishida muhim ahamiyatga ega ijtimoiy institut bo‘lib, unda joylashgan

tadbirkorlik subyektlarini malakali kadrlar bilan ta’minlaydi. Turizm klasterlarining innovatsionlik xususiyati klasterda faoliyat ko‘rsatuvchi ilmiy tadqiqot institutlarining faoliyatiga bog‘liqdir. Ilmiy tadqiqot institutlari tomonidan yaratilgan yangiliklarning joriy etilishi turistik mahsulotlarning raqobatbardosh bo‘lishiga olib keladi. Shuni ta’kidlash lozimki, keyingi yillarda mamlakatimizda turistik klasterlarni shakllantirish masalasiga alohida e’tibor berilmoqda. 2020 yil 18 iyulda qabul qilingan O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi Qonunida turistik klasterlarga quyidagicha ta’rif berilgan: “Kompleks turistik xizmatlar hamda turistning va ekskursantning ehtiyojlarini qanoatlantirish uchun zarur bo‘lgan boshqa qo‘shimcha xizmatlar ko‘rsatuvchi mustaqil tashkilotlar hamda yakka tartibdagi tadbirkorlar majmui turistik klasterdir.

Turistik klasterlar kompleks turistik xizmatlar ko‘rsatish, turistik faoliyatning raqobatbardoshliligi va sifatini oshirish maqsadida turistik mahsulotni shakllantiradi, targ‘ib etadi va realizatsiya qiladi”. Shuningdek, mamlakatda maxsus turistik hududlarni, jumladan, klasterlarni tashkil etish masalasiga O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi 2020 yil 5 yanvardagi PF-5611-son Farmonida tasdiqlangan “2020-2025 yillarda O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish Konsepsiyasi”da mamlakat hududlarida tematik turistik zonalari va klasterlarni yaratish orqali hamda turizmning istiqbolli turlarini (ziyorat, ma’rifiy, ekologik, etnografik, gastronomik, sport, davolovchi sog‘lomlashtiruvchi, qishloq, sanoat, ishbilarmonlik va boshqalarni) hisobga olgan holda, yangi turizm dasturlarini ishlab chiqish vazifasi qo‘yilgan. Turistik klasterlarga xos bo‘lgan xususiyatlarni tahlil etish mamlakatimizning ko‘plab mintaqalarida turistik klasterlarni shakllantirish uchun imkoniyat mavjudligini ko‘rsatdi.

Tabiiy-rekreatsion, tarixiy-madaniy resurs salohiyati, turistik mahsulotlarni ishlab chiqishda kichik korxonalarning faol ishtiroki, turizm rivojlanishini tartibga solishga oid hududiy tashkilotlar tizimining mavjudligi turistik klasterni shakllantirishda muhim omil bo‘lib hisoblanadi[8]. Shu bilan birga bu vazifani hal etishda klasterlar rivojlanishi uchun samarali institutsional muhitni shakllantirish kerak. Turistik klasterlarni tashkil etish mintaqaning iqtisodiyijtimoiy va innovatsion salohiyatini kengaytirish, uning raqobatbardoshligini oshirish imkoniyatini beradi. Turizm klasterlarini tashkil etish uchun qulay institutsional muhitni shakllantirishda davlat va huquq, fuqarolik jamiyati, tadbirkorlik, fan va ta’lim institutlarining birgalikdagi faoliyati muhim ahamiyatga egadir.

Ta’kidlash joizki, respublikamiz mintaqalarida turizmni rivojlantirishda klaster yondashuvi imkoniyatlaridan shu kungacha deyarli foydalanilmayapti. Chunki, turizm noyob xususiyatlarga ega bo‘lgani holda turizmni rivojlantirishga klaster yondashuvini tadqiq qilish, uni keng joriy qilish masalasi alohida ahamiyat kasb etadi.

Turistik klasterda klaster a’zolari o‘rtasidagi o‘zaro aloqalarning mohiyati shundaki, ulardan birining yaxshi ishlashi qolgan ishtirokchilar muvaffaqiyatining garovi va o‘zaro jamoaviy bozorni ifodalaydi[9]. Demak, turistik klasterning barcha kompaniyalari hamkorlikdagi faoliyatdan juda keng doiradagi imkoniyatlar va yakuniy umumiy daromadlar ko‘rinishida foyda oladi. Turistik klasterda yo‘lga qo‘yilgan o‘zaro hamkorlik sababli yangi mahsulot va xizmatlarni yaratish uchun sharoit, innovatsion va ishbilarmonlik raqobat muhiti yuzaga keladi. Ko‘pgina turistik klasterlar o‘zlariga yaqin, hamkor sanoat tarmoqlari korxonalari va qo‘llab-quvvatlovchi klasterlar bilan, masalan, sport va turistik buyum-jihozlar, oziq-ovqat mahsulotlari, ichimliklar, OAV sohasi, tabiiy va madaniy yodgorliklarni muhofaza etib doimiy ravishda aloqalarni mustahkamlab boradilar. Mamlakat turistik

destinatsiyalari raqobatbardoshligini ta’minlash, uning tabiiy-rekreatsiya salohiyati va tarixiy madaniy resurslaridan foydalanishda turizm klasterlarini tashkil etish quyidagi imkoniyatlarni beradi:

– turizm biznesi, fan va davlat boshqaruv tashkilotlarining birgalikdagi harakatlarining muvofiqlashtirilishi;

– turistik klaster qatnashchilari faoliyatining resurslarga ega bo‘lish imkoniyatini (axborot, innovatsiya va texnologik) kengaytirish hamda infratuzilma ob’ektlaridan birgalikda foydalanish yo‘li bilan xarajatlarni, jumladan, transaksiya xarajatlarini kamaytirish asosida samaradorligini oshirish;

– turizm xizmatlarini ishlab chiqaruvchilari va iste’molchilari o‘rtasidagi o‘zaro ta’sirni kuchaytirish asosida innovatsion mahsulotlarni yaratish va bozorga olib chiqish jarayonini jadallashtirish;

– klasterni 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.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Turizm sohasida davlat siyosatining asosiy yo‘nalishlari turizm infratuzilmasini rivojlantirish, turizm resurslaridan oqilona foydalanish va ularni asrash, investitsiyalar jalb etish, tadbirkorlik faoliyati sub’ektlari uchun turizm xizmatlari bozorida teng imkoniyatlar yaratish huquqiy-me’yoriy bazani takomillashtirish, turistlar xavfsizligi, ularning huquqlari, qonuniy manfaatlari va mol-mulki muhofaza qilinishini ta’minlash, kadrlar tayyorlash, qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirish, xorijiy mamlakatlar va xalqaro tashkilotlar bilan hamkorlik hamda aloqalarni rivojlantirishga qaratish maqsadga muvofiqdir. Shu o‘rinda respublikamizda turizm industriyasini yanada rivojlantirish uchun quyidagi masalalarga e’tibor berish lozim, deb hisoblaymiz:

1. O‘zbekistonning turizm bozoriga mahalliy va xorijiy tadbirkorlarni jalb etish.
2. O‘zbekiston universitetlari xamkorligida MICE[1] turizmini targ‘ib etish, turli yo‘nalishlarda tadbirlar tashkil etish.
3. Universitetlararo bo‘lib o‘tadigan tadbirlarda texnika vositalarining ishlashini taminlash.
4. MICE turizm soxasidagi professional kadrlarni tayyorlashni nazorat qilish.
5. MICE turizmida qatnashchilarga beriladigan sertifikatlarni, nashrlarni va boshqa kerakli reklamalarni amalga oshirish uchun maxsus konsalting xizmati markazini tashkil etish.

Bugungi kunda O‘zbekiston mintaqalarida faoliyat ko‘rsatayotgan turistik marshrutlar an’anaviy, klassik tarzda ishlab chiqilganligi, mamalkatimizning barcha hudud va mintaqalarini qamrab ololmaganligi tufayli Markaziy turizm mintaqasi bo‘yicha “O‘zbek xalqining me’rosi va betakror tabiati” nomli yangi turistik paket va uning “Samarqand – Urgut – Samarqand – Navoiy – Buxoro – Nurota – Jizzax – Zomin – G‘allaorol – Samarqand” yo‘nalishidagi turistik marshrutlari ishlab chiqilgan.

[1]**MICE turizmi** — bu uchrashuvlar, rag‘batlantiruvchi safarlar, konferensiyalar hamda ko‘rgazmalarni tashkil etish va o‘tkazishga ixtisoslashgan ishbilarmonlik turizmi sohasi hisoblanadi. Mazkur turizm turi biznes aloqalarini rivojlantirish, korporativ hamkorlikni mustahkamlash va xalqaro iqtisodiy integratsiyani kengaytirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Turizm sohasining YaIMdagi ulushini aniq baholash maqsadida, yalpi hududiy mahsulotni hisoblash metodikasi asosida, dissertatsiya ishida markaziy mintaqa turistik xizmatlarining yalpi xududiy maxsulotdagi ulushi hisob-kitob qilindi. Markaziy turizm mintaqasida turistik xizmatlar xajmining yalpi xududiy mahsulotidagi ulushi 0,9 % ni tashkil qilishi, mintaqa katta turistik saloxiyatga ega bo‘lsada, undan samarali foydalanilmasligi tufayli mintaqadagi viloyatlar iqtisodiyoti bu jarayondan juda kam miqdorda foyda olishi aniqlangan.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO’YXATI

1. https://stat.uz/uz/- O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo’mitasi sayti ma’lumotlari
2. Александрова А. Ю. Международный туризм. Учебное пособие для вузов. - М.: Аспект Пресс, 2001.– 464 с
3. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма. -М.: Финансы и статистика, 2003. – 176 с
4. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе. Учебное пособие. - М.: КНОРУС, 2006. - 160 с
5. А.Б.Косолапов Туристское страноведение. Европа и Азия: учебно – практическое пособие. – 2-е изд., стер– М.2006-400с.
6. Абдурахмонов К. Туристическая индустрия в условиях пандемии. Туризмда инновацион-инвестиция жараёнларини ривожлантириш истиқбол-лари. / 2020 йил 3 июн. Халқаро илмий-амалий конференцияси материаллари. Самарқанд, СамИСИ, 2020.;
7. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Национальные модели развития туризма. -Т.: Гос.науч.изд-во «Ўзбекистон миллий энциклопедияси», 2006. – 424 с.;
8. Окладникова Е.А. Международный туризм. География туристских ресурсов мира. -М.: Омега – Л, 2002, 213 с.
9. Козырев В.М, Зорин И.В, Сурин А.И. Менеджмент туризма. Экономика туризма. Учебник (серия менеджмент туризма), (ГРИФ). -М.: Финансы и статистика. 2004. – 203 с.