



KLASTER YONDASHUVI ASOSIDA IJTIMOIIY TURIZM SOHASINING INNOVATSION FAOLLIGI VA RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR TAHLILI

Rasulov Sherzod Ashirovich

Farg'ona Davlat universiteti

ORCID: 0009-0005-3118-9031

gwerzod@gmail.com

Annotatsiya. Ushbu maqolada klaster yondashuvi asosida ijtimoiy turizm sohasining innovatsion faolligi va raqobatbardoshligini oshirishga ta'sir etuvchi omillar tahlili, ijtimoiy turistik klasterlarni rivojlantirishdan uning alohida tashkilot va muassasalari uchun biznes muhiti va biznes yuritish xususiyatlari, faoliyat xarajatlarini qisqartirish, maqsadli va istiqbolli turizm bozorlarini rivojlantiruvchi turistik mahsulotni shakllantirish va realizatsiya qilishda moslashuvchanlik va raqobatbardoshlikni oshirish, turizm klasteriga qo'shilish korxonalarga klaster tarkibidagi ta'lim va ilmiy muassasalar tomonidan ishlab chiqarilgan intellektual mahsulotlar, klasterlar raqobatbardoshligini turli jihatdan baholash hamda klasterning innovatsion faolligini jarayonli yo'naltirilgan modeli ishlab chiqilgan va amaliyotda foydalanishga tavsiya qilindi.

Kalit so'zlar: ijtimoiy turizm, ta'sir etuvchi omillar, innovatsion klaster, ijtimoiy turizm klasteri, turistik mahsulot, turizm bozori, klaster raqobatbardoshligi, biznes muhiti va biznes yuritish xususiyatlari, klasterlar raqobatbardoshligi.

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ПОВЫШЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СФЕРЫ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА

Расулов Шерзод Аширович

Ферганский государственный университет

Аннотация. В данной статье представлен анализ факторов, влияющих на повышение инновационной активности и конкурентоспособности сферы социального туризма на основе кластерного подхода, от развития кластера социального туризма до особенностей бизнес-среды и ведения бизнеса для его отдельных организаций и учреждений, снижения затрат на деятельность, повышения гибкости и конкурентоспособности при формировании и реализации туристского продукта, развивающегося целевые и перспективные туристские рынки, включение в туристский кластер рекомендовано предприятиям разрабатывать и применять на практике интеллектуальные продукты, выпускаемые образовательными и научными учреждениями в составе кластера, различные аспекты оценки конкурентоспособности кластеров, а также процессно-ориентированную модель инновационной деятельности кластера.

Ключевые слова: социальный туризм, факторы влияния, инновационный кластер, кластер социального туризма, туристский продукт, туристский рынок, конкурентоспособность кластера, особенности бизнес-среды и ведения бизнеса, конкурентоспособность кластеров.

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ACTIVITY AND COMPETITIVENESS OF THE SOCIAL TOURISM SECTOR ON THE BASIS OF THE CLUSTER APPROACH

Rasulov Sherzod Ashirovich
Fergana State University

Annotation. *In this article, on the basis of the cluster approach, an analysis of factors affecting the development of innovative activity and competitiveness of the social tourism sector, features of business environment and business conduct for its individual organizations and institutions from the development of the social tourist cluster, reduction of operating costs, flexibility and competitiveness in the formation and realization of a tourist product, integration into the tourism cluster was recommended to enterprises to develop and use in practice intellectual products produced by educational and scientific institutions within the cluster, to assess the competitiveness of clusters in various ways, and a process-oriented model of the cluster's innovative activity.*

Keywords: *social tourism, influencing factors, innovation cluster, social tourism cluster, tourist product, tourism market, cluster competitiveness, business environment and features of Doing Business, Cluster competitiveness.*

Kirish.

Ijtimoiy turizm sohasida klasterlarni qo'llash imkoniyatlariga bir qator ijobiy va salbiy omillar ta'sir ko'rsatadi, chunki ijtimoiy turizm sohasida klaster loyihalarini muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun, avvalo, respublikamizda tashqi siyosat, ma'muriy, institusional tizimdan tortib, ijtimoiy turizm infratuzilmasi rivojlanishigacha bo'lgan muammolarni tizimli hal qilish zarur.

Shuning uchun respublikamizda eng muhim iqtisodiy muammolarni hal qilishga hissa qo'shadigan va hududlarning iqtisodiy o'sishi va rivojlanishini ta'minlaydigan tarmoqlararo klaster shakllanishi mumkin bo'lgan yirik raqobatbardosh ijtimoiy turizm tuzilmalarini yaratish muhim hisoblanadi. Muayyan hududning raqobatbardoshligi tadbirkorlik faoliyatining ustuvor turlari asosida ijtimoiy turizm klasterlarini shakllantirish va mavjud turizm resurslardan optimal foydalanishga erishish imkonini beradi. Bu esa turistik hududni kengaytiradi va hududlarda iqtisodiy, ekologik, ijtimoiy-demografik barqarorlikni ta'minlashga xizmat qiladi.

Jahon miqyosida yuz berayotgan global o'zgarishlar ta'sirida taraqqiyotning bugungi bosqichida ijtimoiy-iqtisodiy tizimlarda xizmatlashuv tendensiyasi kuzatilmoqda. Ijtimoiy-iqtisodiy tizimlar faoliyatining xizmatlashuv darajasining ortishi bilan mahsulot ishlab chiqarish, ishlar bajarish jarayonlari asosiy faoliyat bilan bog'liq ko'rsatilayotgan xizmatlar hajmi va sifatining raqobat ustunligi omiliga aylanishiga olib keladi. Servislashuv jarayonining kengayishi bilan milliy va global darajada faoliyat ko'rsatuvchi xizmatlar sohasi tarkibidagi tuzilmalarning alohida mamlakatlar hamda jahon miqyosida rivojlanish sur'ati ortadi. Ana shunday tuzilmalardan biri turizm sohasi va uning tarkibidagi tarmoqlar hisoblanib, so'nggi davrlardagi iste'molchilarning dam olish hamda jismoniy va aqliy tiklanish uchun ehtiyojlarining daromadlar darajasiga bog'liq holda ortib borishi natijasida sohaning global darajada tez sur'atlardagi rivojlanishi kuzatilmoqda.

XX asrning ikkinchi yarmi xizmat ko'rsatish sohasining jadal rivojlanish davri sifatida tarixga kirdi. Jahon banki ma'lumotlariga ko'ra, u global YAIMning taxminan 70% ini tashkil etgan. Xizmat ko'rsatish sohasining yuqori darajada rivojlanishi ta'lim, turizm, tibbiyot, moliya va boshqalarni o'z ichiga olgan turli xizmat ko'rsatish faoliyati bilan bog'liq. Bundan tashqari, xizmat ko'rsatish sohasi daromad darajasini va bandlik ulushini oshiradi. Iqtisodiyotda xizmat

ko'rsatishning yuqori ulushi sifatli infratuzilmani tashkil etgan holda milliy iqtisodiyotning yuqori darajada rivojlanganligidan dalolat beradi.

Adabiyotlar sharhi.

Ijtimoiy turizm sohasida "klaster siyosati", "turistik klaster" tushunchalari hozirgi vaqtda turizmga bag'ishlangan zamonaviy ilmiy adabiyotlarda ko'p qo'llanilayotgan tushunchalar hisoblanadi.

Ijtimoiy turizm sohasidagi barcha rejalashtirilgan va realizatsiya qilinayotgan klaster loyihalari asosan sanoat klasterini shakllantirish sohasidagi xorijiy tadqiqotlar (Marshall, Porter (2001) nazariyalari)ga asoslangandir. Bunda klaster shakllanishining asosiy jihatlari quyidagilardan iborat.

O'zbekiston Respublikasining "Turizm to'g'risida"gi Qonunida turizm tushunchasiga quyidagicha ta'rif berilgan: "Turizm – jismoniy shaxsning vaqtincha bo'lish mamlakatidagi (joyidagi) manbalardan daromad olib borish bilan bog'liq bo'lgan faoliyat bilan shug'ullanmagan holda doimiy yashash joyidan jo'nab ketishi (sayohat qilishi)" (Qonun, 2019).

Turizm sohasidagi faoliyatni 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 (Sharifxujjaev, Abdullaev, 2001).

Demchenkoning (2011) fikricha turizmning rivojlanishi yetarlicha vaqt davomida ijtimoiy-iqtisodiy ko'rsatkichlarning dinamik o'zgarishini tavsiflovchi iqtisodiy tizimlar evolyusiyasi bilan belgilanadi. Ichki turizmni, shuningdek, umuman turistik tizimni rivojlantirish jarayonlariga tizimli yondashuv "taraqqiyot" va "jarayon" tushunchalarini tavsiflovchi falsafiy kategoriyalarga asoslangan bo'lib, bu turli ob'ektlardagi o'zgarishlarning qonuniyatlarini, ya'ni yangi sifat holatiga o'tishni anglatadi.

Kachmarik (2012) turizmning rivojlanishiga ko'plab ob'yektiv va sub'yektiv omillar guruhlari ta'sir qiladi, deb hisoblashadi. Ularning fikriga ko'ra, zamonaviy dunyoda turizmning jadal o'sishi birinchi navbatda ob'yektiv omillar guruhlarning harakati bilan bog'liq.

Turizm faoliyatini tashkil etish va boshqarish jarayonlariga yondashuvlar ichida Birjakov va Demchenkoning (2011) tadqiqotlari alohida o'rin tutadi. Chunki ushbu tadqiqotlarda turistik mahsulotning shakllanishi va rivojlanish bosqichlari chuqur o'rganilgan, turlarni tashkil qilish shart-sharoitlari tizimlashtirilgan, shu bilan birga ichki turizm faoliyati geografiyasi tahlil qilingan.

Ko'plab mamlakatlarda klaster iqtisodiyoti rivojining keng tajribasi mavjud bo'lib, turli adabiyotlarda klasterning ta'riflari keltiriladi. Klaster nazariyasi tashabbuskori bo'lgan Porterning (2001) fikriga ko'ra, klaster muayyan sohada umumiy va tashqi aloqalar bilan bir-biriga bog'liq bo'lgan kompaniyalar (yetkazib beruvchilar, ishlab chiqaruvchilar va boshqalar) va ularning asosiy faoliyati bilan bog'liq bo'lgan muassasalar (ta'lim muassasalari, davlat boshqaruvi organlari, infratuzilma)ning geografik yaqin guruhidir.

Shkejevning (2012) fikriga ko'ra, klasterli integratsiya maqsadlari shakllanishining alohida yo'nalishlarini ajratish imkonini beradi, biroq ushbu tadqiqotlarda klasterli tarkibiy tuzilish integratsiyasining maqsadlar prizmasidagi mohiyati va uning shakllanish ketma-ketligi yetarli darajada o'rganilmagan.

Jahon miqyosida so'nggi yillarda turizm sohasining rivojlanish tendensiyalari sohaning barqaror rivojlanishi faqatgina kirish turizmi orqaligina ta'minlanmasdan, mamlakatlar hududida ichki turizmning alohida turlarini ham ustuvor rivojlantirish orqali amalga oshirish talab etiladi.

Turizm xizmatlari bozorida yaratilgan turistik mahsulot – bu ichki turistlarning talabini hisobga olgan holda turoperator tomonidan shakllantiriladigan va turistik sayohat shaklida targ'ib qilinadigan hamda amalga oshiriladigan turistik resurslar va turistik qo'llanmalar, gid-

ekskursovodlik xizmatlarini ko'rsatish, turistlarning harakatini ta'minlovchi transport xizmatlari, yashash, oziq-ovqat va tibbiy sug'urta xizmatlari yig'indisi hisoblanadi.

Turizm tizimlari va korxonalari faoliyatida ham boshqaruvning an'anaviy shaklida ko'rsatib o'tilgan boshqaruv qonunlari va tamoyillariga amal qiladi, ichki turizm faoliyati bilan shug'ullanuvchi tuzilmalari ham umumiy belgilangan boshqaruv maqsadlari, funksiyalari va vazifalari doirasida faoliyat ko'rsatadi. Biroq ichki turizm faoliyatini boshqarish jarayonlari iqtisodiyotning boshqa tizim va korxonalaridan farqlanuvchi o'ziga xos jihatlarga ham egadir. Ichki turizm faoliyatida ham turizmning boshqa yo'nalishlari kabi menejmentning asosiy vazifasi umumiy tendensiya va uning rivojlanish qonuniyatlarini aniqlash hamda o'ziga xos tomonlarini topishdan iborat.

Tadqiqot metodologiyasi.

Maqolada klaster yondashuvi asosida ijtimoiy turizm sohasining innovatsion faolligi va raqobatbardoshligini oshirishga ta'sir etuvchi omillar tahlili bo'yicha iqtisodchi olimlar va mutaxassislarining 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 muhokamasi.

Ijtimoiy turizm sohasida klaster shakllanishining asosan to'rtta modeli mavjud bo'lib, ular quyidagilardan iborat:

1. O'zbekiston Respublikasi Turizm qo'mitasi tomonidan amalga oshirilayotgan ijtimoiy **infratuzilma modeliga** misol sifatida Samarqandda yaratilgan Samarqand turistik markazini keltirish mumkin. Markazda ulkan inshootlarning barpo etilishi o'zining betakrorligi bilan mahalliy va xorijiy sayyohlarni keng jalb qilish imkoniyatini yaratadi.

2. **Sinergetik model** mamlakatimizda kichik va xususiy biznesni qo'llab-quvvatlash dasturlari doirasida hududiy klasterni rivojlantirish asosida strategik rejalashtirish va dasturiy-maqsadli yondashuv metodologiyasi orqali amalga oshirilmoqda.

3. **Hududiy modelida** klaster loyihalari respublikamizning deyarli barcha hududlarida amalga oshirilmoqda. turistik hududlar va ularning infratuzilmasini rivojlantirish bo'yicha davlat siyosatini amalga oshirish respublikamiz imijini yaxshilash va oshirishga yo'naltirilgan.

4. Yuqoridagi barcha modellarning xususiyatlarini o'z ichiga olgan **aralash model**. Ushbu modelga ko'ra, joriy yilda Samarqand viloyatida Qoratepa-Omonqo'ton tog' turizmi klasteri tashkil etilishi ko'zda tutilgan. Davlat va hududiy hokimiyat organlarining faol ishtiroki bilan biznes hamjamiyatlari, xususiy sarmoyalar ham hududda turizmni rivojlantirishga katta hissa qo'shmoqda. Samarqand viloyatida turizm sohasini rivojlantirish maqsadida 2020-yilda umumiy qiymati 306,6 milliard so'mlik 74 ta investitsion loyiha amalga oshirildi, 763 nafar yangi ish o'rinlari yaratildi. Jumladan, 17 ta mehmonxona, 29 ta oilaviy mehmon uyi, 3 ta xostel, "turizm qishlog'i", "turizm ko'chasi", 9 ta ekoturizm maskani tashkil etildi.

Ijtimoiy turizm klasterini shakllantirishning aralash modeli ham uni amalga oshirishda bir qator muammolarga duch kelishi mumkin: turistik klasterning o'zi ichki muammolari (tashkilotlar va xodimlarning yuqori qo'nimsizligi, turistik resurslardan samarasiz foydalanish, mahalliy hokimiyat va boshqa tarmoqlar vakillari bilan ba'zi ziddiyatlarning mavjudligi) va boshqalar.

Ijtimoiy turizm klasteri shaklini kelajakda nafaqat klasterning barcha a'zolari, balki butun klaster joylashgan hudud uchun ham muhim strategik innovatsiya sifatida ta'riflash mumkin. Turizm klasteri samaradorligini baholash uning tarkibiga kiradigan alohida (shu jumladan, kichik) tashkilot, turizm klasteri faoliyatining samaradorligi hamda turizm klasteri faoliyatining hudud rivojiga ta'siri nuqtai nazaridan amalga oshirilishi kerak.

Ijtimoiy turistik klasterni rivojlantirishdan uning alohida tashkilot va muassasalari uchun foydalari ko'p jihatdan biznes muhiti va biznes yuritish xususiyatlariga bog'liq, lekin umuman

olganda, ular ishlab chiqarish va boshqa xarajatlarni qisqartirish, maqsadli va istiqbolli turizm bozorlarini rivojlantiruvchi turistik mahsulotni shakllantirish va realizatsiya qilishda moslashuvchanlik va raqobatbardoshlikni oshirishdan iborat. Bundan tashqari, turizm klasteriga qo'shilish korxonalariga klaster tarkibidagi ta'lim va ilmiy muassasalar tomonidan ishlab chiqarilgan intellektual mahsulotlar va yuqori malakali kadrlardan erkin foydalanish imkonini beradi.

Yangi turistik mahsulot sinovdan muvaffaqiyatli o'tgan taqdirda, 1-jadvalda ko'rsatilganidek, ijtimoiy turizm klasterining iqtisodiy ko'rsatkichlari tahlil qilinadi, uning turizm bozorida raqobatbardoshligi baholanadi.

1-jadval

Klasterlar raqobatbardoshligini turli jihatdan baholash

Baholash aspekti	Qo'llaniladigan ko'rsatkich	O'lchash uslubi
Turizm bozorida o'rni	Tashqi bozordagi ishtiroki	Tashqi bozorda klaster ulushining o'zgarishi
	Eksport hajmining o'sishi	klaster uchun turmahsulotlarr eksporti hajmining o'sishi
	Eksport uchun yangi bozorlar	Klaster tarkibidagi tashkilotlarning yangi turistik bozorlarda ishtirok etuvchilari soni
Tarmoqda texnologik liderlik	Klaster tarkibiga kiruvchi tashkilotlar obro'yi	Sohada aniq klasterning ilmiy-tadqiqot ishlanmalari ahamiyati to'g'risida ekspertlar so'rovi
	Yangi turistik mahsulotlar yaratish	Innovatsion tavsifga ega bo'lgan turistik mahsulotlar va xizmatlar miqdori
	Mutaxassislarning malaka darajasi	Boshqa klasterlar bilan taqqoslash bo'yicha malaka darajasidagi barcha o'zgarishlar tadqiqoti
Yangilanishga turistik klasterlarning qobiliyati	Yangi turistik tashkilotlarni tashkil etish	Klaster tarkibida tashkilotlar o'zgarishi
	Xorijiy tashkilotlarning kirishi	Klaster doirasida kiritilgan xorijiy investitsiyalar hajmi
	Iqtisodiy faollik darajasi	Yalpi hududiy mahsulot tarkibida turistik klaster hissasining o'zgarishi

Umuman olganda, respublikamiz uchun ijtimoiy turizm klasterlari ichki turizm bozorining o'sish nuqtasi va xalqaro turizm bozoriga yanada kengayish uchun muhim rol o'ynaydi. Masalan, o'tgan yillar davomida Samarqandga tashrif buyurgan sayyohlar asosan shahardagi tarixiy obidalar va muqaddas qadamjolarga borish bilan cheklanganlar xolos. "Ziyorat turizmi yo'nalishidagi sayyohlar Imom Buxoriy majmuasi va shu kabi boshqa obektlarga borardi. Endilikda Samarqandda ziyorat turizmi obektlari soni 50 tadan oshdi. Shuningdek, 42 ta gastronomik turizm nuqtasi, 25 ta ekoturizm maskani, 21 ta tibbiy turizm muassasasi, 10 ta etnoturizm, 16 ta agroturizm obekti tashkil etildi va ularning barchasida hamma vaqt sayyohlar bor".

Ma'lumki, birinchi ijtimoiy turistik klasterdan keyin odatda yangi turistik klasterlar shakllanadi va bunda butun mamlakat va uning alohida hududlarining xalqaro raqobatbardoshligi sezilarli darajada oshadi. Yuqori raqobatbardoshlik ko'pincha alohida turistik klasterlarning kuchli pozitsiyalariga tayanadi, bunday klaster shakllaridan tashqarida, hatto eng rivojlangan xizmat ko'rsatish iqtisodiyoti ham ko'pincha o'rtacha natijalar beradi.

Ijtimoiy turistik klaster shakllanganda barcha xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlar va tarmoqlar bir-birini qo'llab-quvvatlay boshlaydi. Ushbu holatda foyda bunday o'zaro manfaatli munosabatlarning barcha sohalarida taqsimlanadi. Turizm klasterining boshqa tarmoqlaridan

kelayotgan yangi tashkilotlar uning rivojlanishini tezlashtiradi hamda ilmiy-tadqiqot ishlarini amalga oshirishga turli yondashuvlarni rag'batlantiradi, yangi raqobatbardosh va innovatsion strategiyalarni joriy etish uchun zarur moliyaviy va boshqa vositalarni taqdim etadi. Shunday ekan, klaster doirasida va klasterlararo darajada axborotlarning erkin almashinuvi hamda yetkazib beruvchilar, turoperatorlar, sayyohlik agentliklari yoki boshqa hududlardagi hamkorlar, ko'plab raqobatchilar va iste'molchilar bilan aloqada bo'lgan iste'molchilar kanallari orqali innovatsiyalarning tarqalish tezligi jadallashadi.

Tadqiqotimizning natijalaridan kelib chiqadigan bo'lsak, muayyan bir hududda innovatsion ijtimoiy turizm klasteriga ega bo'lishning barcha asosiy afzalliklari quyidagilardan iborat:

servis-ishlab chiqarish omillarini samarali uyg'unlashtirish, axborotlar va ijtimoiy infratuzilmalardan samarali foydalanish, faoliyatni muvofiqlashtirish, halol raqobatni rag'batlantirish asosida faoliyat samaradorligini oshirish;

ijtimoiy turizm klasteri doirasida tadbirkorlarning turizm mahsuloti va xizmatlarini shakllantirish va joriy etishdagi mavjud bo'shliqlar to'g'risida xabardorligi hisobiga yangi tadbirkorlik turlarining shakllanishi;

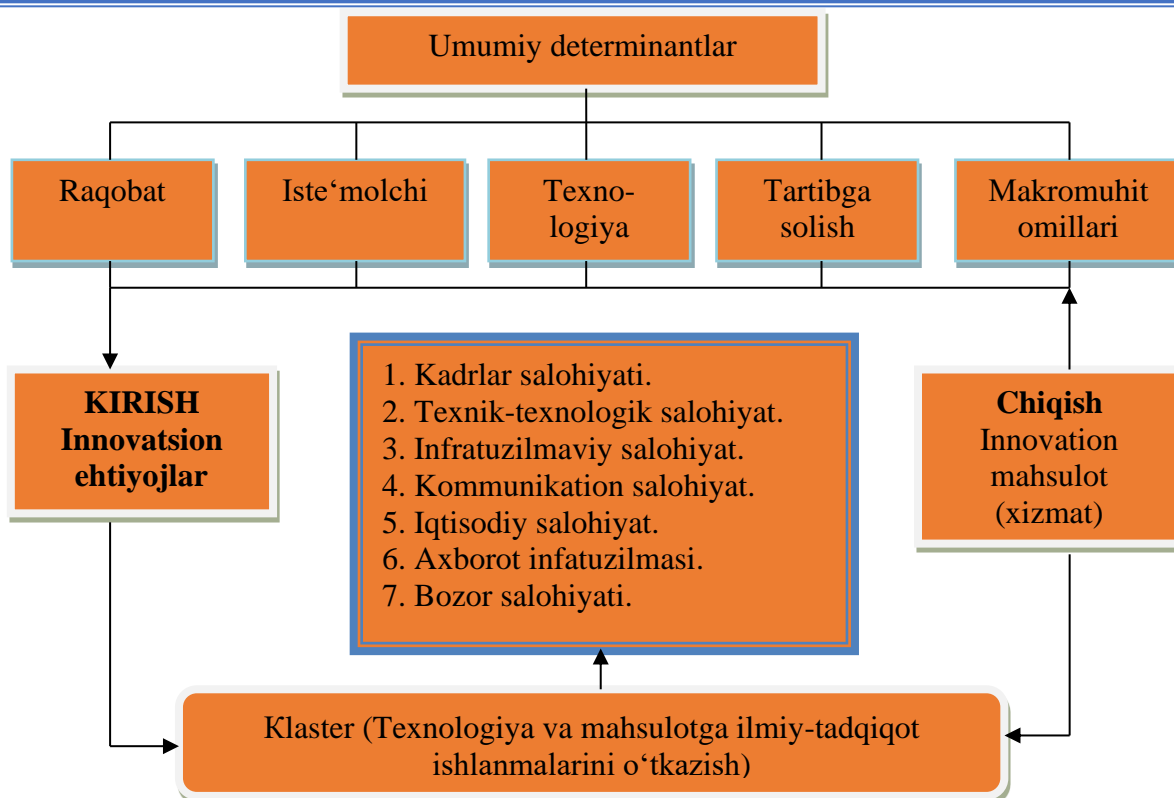
turistlarning differensiyallashgan ehtiyojlariga tashkilotlarning omilkor munosabati, yangi texnologiyalar, innovatsion mahsulotlar, kontragentlar bilan mumkin bo'lgan munosabatlar yoki arzon narxlarda ishlash tajribasi to'g'risidagi ma'lumotlarning mavjudligi sababli innovatsiyalar va yangiliklarni tarqatish;

yangi innovatsion mahsulot va texnologiyalarni ommalashtirish, texnologiya standartlarini uyg'unlashtirish va "harakat vertikal" doirasida ishlab chiqarishni tashkil etishga ko'maklashish;

Bizning fikrimizcha, ijtimoiy turistik klasterning faoliyat yuritishi faqat uning strategik raqobatbardosh va qiyosiy ustunliklarini ta'minlaydigan elementlar o'rtasida o'rnatilgan ijtimoiy va iqtisodiy aloqalar bilan amalga oshirilishi mumkin. Ushbu aloqalar, shubhasiz, xizmat ko'rsatish va ishlab chiqarish jarayonining yangi modellarini ishlab chiqish, texnik va boshqa tijorat ma'lumotlarini almashish, umumiy marketing strategiyalarini ishlab chiqishga ko'maklashadi. Bular quyidagilardan iborat: 1) bir xil mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalar (joylashtirish, transport, umumiy ovqatlanish, xordiq chiqarish va ko'ngilochar tadbirlar sohasida faoliyat yurituvchi tashkilotlar; 2) bir xil toifadagi turistik mahsulotni shakllantiruvchi va amalga oshiruvchi tashkilotlar o'rtasidagi hamkorlik va integratsiya; 3) turistik-rekreationsalohiyatning tarkibiy qismlari va turizm sohasidagi xo'jalik yurituvchi subektlar o'rtasidagi aloqalar; 4) ilmiy-tadqiqot institutlari tomonidan turistik korxonalarining konsalting xizmatlari; 5) turizm sohasidagi boshqaruv institutlari va xo'jalik yurituvchi subektlar o'rtasidagi munosabatlar.

Tashqi muhit va uning manfaatdor tashkilotlarining innovatsion ehtiyojlari, innovatsion turizm mahsulotlarining o'ziga xos turlari jarayonli yondashuv asosida sotiladi (1-rasm), ular doimo iste'molchi, jamiyat va davlat tomonidan baholanadi. Turistik klasterning asosini ko'pincha kadrlar, texnik-texnologik, infratuzilma, kommunikatsiya, iqtisodiy va axborot infratuzilmasi bilan bog'liq salohiyat ko'rsatkichlari (omillari) tashkil etadi.

Ijtimoiy turizm klasterini shakllantirish strategiyasi ijtimoiy turizm klasterining o'zagi bo'lgan yirik innovatsion markazdan tashkilot va tarmoqlarga innovatsiyalarning tarqalishi va qabul qilinishi jarayonini tezlashtirishga mo'ljallangan. Binobarin, turistik klasterlarning ahamiyati tashkilotlararo o'zaro hamkorlikni kuchaytirish va innovatsiyalar va ilmiy-tadqiqot ishlanmalarini rag'batlantirishda namoyon bo'ladi. Turizm klasterini barpo etish bitta maxsus zona doirasida ma'lum bir hududdagi biznes loyihalari, fundamental ishlanmalar, turizm mahsulotlari va xizmatlarini loyihalash tizimlarini birlashtirish hamda ularning tegishli ishlab chiqarishlarini tayyorlash zarurati bilan bog'liq.



1-rasm. Klasterning innovatsion faolligini jarayonli yo'naltirilgan modeli

Turizm tashkilotlarini innovatsiyalarni "joylashtirish", ularning mavjud innovatsion salohiyatidan maksimal darajada foydalanish lozim. Ushbu muammolarni bartaraf etish uchun umumiy va maxsus determinantlarini hisobga oladigan innovatsion faoliyat strategiyalari shakllantirilishi lozim. Umumiy determinantlar jamiyat va innovatsiyalarni idrok etish va tarqatishdan manfaatdor aniq tomonlarning ehtiyojlarini hisobga olishni o'z ichiga oladi. Aniq determinantlar turistik xizmatlar iste'molchilari tomonidan innovatsiyalarga bo'lgan bunday ehtiyoj va talablarni amalga oshirishni ta'minlash uchun mo'ljallangan.

Xulosa va takliflar.

Xizmat ko'rsatish turistik klaster uchun majburiydir, chunki u klaster tizimini rejalashtirish, tartibga solish, muvofiqlashtirish va nazorat qilishni ta'minlaydi va bunday kompleksning samaradorligi o'z-o'zini tartibga solish modeli bilan bog'liq amaldagi biznes tuzilmalarining faoliyati bilan bog'liq turizmni boshqarish organlari faoliyatining xususiyatlari bilan belgilanadi.

Klasterining innovatsion asoslari ilmiy-innovatsion komplekslari doirasida ochib beriladi. Ilmiy va innovatsion bilimlarni shakllantirish, klaster va hudud doirasida rekreatsiya va turizmni rivojlantirish, yangi mahsulot va texnologiyalarni ishlab chiqish, ilmiy va loyihalar bilan ta'minlashni qo'llab-quvvatlashga ixtisoslashgan. Innovatsion va ilmiy soha bilan chambarchas bog'liq holda turizm va mehmondo'stlik sohasida o'ziga xos ta'lim kompleksi mavjud, chunki klasterning muvaffaqiyatli rivojlanishi kadrlar tayyorlash tizimiga bog'liq.

Turizm faoliyatini tashkil etish va boshqarish jarayonlariga tizimli yondashuv nazariy va amaliy xususiyatlarga ega bo'lgan bir qator tizim samaralarini olish uchun ichki turizmning eng muhim segmentlarini optimallashtirishga imkon beradi, shuningdek ularning rivojlanishini dinamik jihatdan tasavvur qilishga va tarkibiy elementlarni funksional maqsadlarga muvofiq tuzishga imkon beradi.

Mamlakat hududlarida turizmni yanada rivojlantirish bo'yicha uzoq muddatli dasturlar va yo'nalishlarni ishlab chiqishga qaratilgan chora-tadbirlar majmui bo'lishi mumkin. Shunday qilib, mamlakat ichidagi turizm faoliyati chuqur tarmoqlararo aloqalar va murakkab

munosabatlarga asoslangan bo'lib, o'zgaruvchanlik va uning rivojlanishidagi qarama-qarshi tendensiyalar bilan tavsiflanadi, shuning uchun uni faqat tizimli yondashuv asosida ko'rib chiqish va tahlil qilish kerak.

Turizm faoliyatini tashkil etish va boshqarish jarayonlariga tizimli yondashuv nazariy va amaliy xususiyatlarga ega bo'lgan bir qator tizim samaralarini olish uchun ichki turizmning eng muhim segmentlarini optimallashtirishga imkon beradi, shuningdek ularning rivojlanishini dinamik jihatdan tasavvur qilishga va tarkibiy elementlarni funksional maqsadlarga muvofiq tuzishga imkon beradi.

Adabiyotlar/Lumepamypa/Reference:

Hamidov O.H. (2017) *O'zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirishni boshqarish mexanizmini takomillashtirish. i.f.d. (DSc) dissertatsiyasi avtoreferati. Samarqand.*

Ibadullayev N. (2010) *Turistik resurslardan foydalanish samaradorligini oshirish imkoniyatlari (Samarqand viloyati misolida). Iqt.fan.nomzodi diss. avtoreferati. Samarqand.*

Norqulova D.Z. (2018) *O'zbekistonda sotsial turizm xizmatlarini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish. (Ph.D) falsafa doktori. diss. avtoref. Samarqand.*

Porter M. (2001) *Competition Moscow: Publishing House Williams. -P. 207.*

Ro'ziyev S. (2009) *O'zbekiston madaniy turizm bozori va uning istiqbollari. Iqt. fan...diss. – Toshkent.*

Биржаков, М.Б. (2011) *Экономическая безопасность туристской отрасли. / М. Б. Биржаков. - Москва; Санкт-Петербург: Герда, 2007. – 458 с.; Демченко, С.Г. Проблемы и перспективы развития регионального туризма в России /С.Г.Демченко, И.С.Кабиров - Казань: Идательство «Познание» Института экономики, управления и права, – 192 с.*

Демченко С.Г. (2011) *Проблемы и перспективы развития регионального туризма в России /С.Г.Демченко, И.С.Кабиров - Казань:Идательство «Познание» Института экономики, управления и права, – 192 с.*

Качмарек, Я. (2012) *Туристический продукт. Замысел. Организация. Управление: учебное пособие [Электронный ресурс] / Я. Качмарек, А. Стасяк, Б. Влодарчик. - М.: Юнити-Дана, - 496 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru>*

Қонун (2019) *Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида”ги Қонуни. 2019 йил 18 июлдаги ЎРҚ-549-сон Қонуни. Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 19.07.2019 й., 03/19/549/3446-сон; Қонунчилик маълумотлари миллий базаси, 21.04.2021 й., 03/21/683/0375-сон, 12.10.2021 й., 03/21/721/0952-сон.*

Усманова Д. (2009) *Особенности формирования туристского продукта и перспективные направления его развития. к.э.н., дисс. – Самарканд, СамИЭС.*

Шарифхўжаев М., Абдуллаев Ё. (2001) *Менежмент: Дарслик. — Тошкент, “Ўқитувчи”, - 75-77-бб.*

Шкежев, Р.Х. (2012) *Стратегическое управление взаимодействием субъектов интеграционных структур региональной экономики / Р. Х. Шкежев // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. № 2 (30).*