

## САМАРҚАНД ВИЛОЯТИДА ХУДУДИЙ ТУРИСТИК КЛАСТЕРНИ ШАКЛЛАНТИРИШ АЛГОРИТМИ

**Аннотация:** Мақолада ҳудудий туристик кластернинг моҳияти ва хусусиятлари илмий-назарий жиҳатдан таҳлил қилинган. Ҳудудий туристик кластернинг таркибий элементлари ихтисослик блоки, молиявий-ҳуқуқий блок, ҳамроҳлик блоки, илм-фан ва таълим блоки, маъмурий блок, истеъмолчилар блокидан иборат бўлиши илмий асосланган. Шунингдек, Самарқанд вилоятида ҳудудий туристик кластерни шакллантириш босқичлари ишлаб чиқилган.

**Калим сўзлар:** туристик кластер, шерикчилик, рақобат, трансакцион харажатлар, блоklar, модел, туристик ресурслар реестри, кластер чегараси, кластер салоҳияти, кластер ихтисослашуви.

**Аннотация:** В статье с научно-теоретической точки зрения анализируется сущность и особенности регионального туристского кластера. Научно обосновано, что структурные элементы регионального туристского кластера состоят из блока специализации, финансово-правового блока, сопутствующего блока, блока науки и образования, административного блока и потребительского блока. Также разработаны этапы формирования регионального туристского кластера в Самаркандской области.

**Ключевые слова:** туристический кластер, партнерство, конкуренция, трансакционные издержки, блок, модель, реестр туристических ресурсов, граница кластера, потенциал кластера, специализация кластера.

**Abstract:** The article analyzes the essence and features of the regional tourism cluster from a scientific and theoretical point of view. It is scientifically proven that the structural elements of a regional tourism cluster consist of a specialization block, a financial and legal block, an accompanying block, a science and education block, an administrative block and a consumer block. The stages of formation of a regional tourism cluster in the Samarkand region have also been developed.

**Key words:** tourism cluster, partnership, competition, transaction costs, block, model, register of tourism resources, cluster boundary, cluster potential, cluster specialization.

### Кириш

Бугунги кунда мамлакатимиз туристик ташкилотлари халқаро туризм бозорида улкан тажриба ва катта салоҳиятга эга бўлган қудратли рақобатчилар билан бирга ўз фаолиятларини олиб боришмоқда. Шу сабабли, туризм тармоғини ривожлантиришга қаратилган стратегия, авваламбор, мамлакатда туристик ҳудудлар рақобатбардошлигини ошириш ва ривожлантиришга йўналтирилиши лозим.

Шуни алоҳида таъкидлаб ўтиш лозимки, мамлакатимизда мавжуд ўзига хос нодир табиий ресурслар, бой тарихий ва маданий мерос туризм соҳаси ривожланишини таъминловчи ягона ва етарли шарт-шароити бўла олмайди. Жаҳон иқтисодиётининг глобаллашуви шароитида туризм соҳасининг ривожланиши нафақат тарихий-маданий ва табиий ресурсларнинг мавжудлигига, балки зарурий инфратузилма, малакали кадрлар, илмий-ишлаб чиқариш ташкилотлари, янги замонавий информацион технологиялардан самарали фойдаланишга асосланган рақобатбардош туристик консолидацияларнинг етарли даражада ривожланганлигига боғлиқ.

Ўзбекистонда туристик ҳудуднинг рақобатбардошлигини оширишга қаратилган янгича назарий ёндашувларни ишлаб чиқишга бўлган эҳтиёж дунё тажрибасини ўрганиб чиқишни талаб этмоқда. Бу борада тўпланган назарий ва амалий тажрибаларни таҳлил

киладиган бўлсак, инновацион ёндашувларга асосланган ҳудудий кластерлар ҳудуд рақобатбардошлигини оширишнинг энг самарали шаклларида бири ҳисобланади.

#### Адабиётлар таҳлили

“Кластер” тушунчаси инглиз тилидан келиб чиққан бўлиб, “попук”, “бир шингил”, “тўп”, “тўплам” каби маъноларини англатади. “Кластер” тушунчасини биринчи бўлиб фанга Гарвард бизнес мактаби профессори Майкл Портер киритган. Портер эътироф этишича, “кластер – бу бир-бири билан рақобатлашувчи, лекин шу билан бирга бутун кластернинг рақобатбардошлигини таъминлаш мақсадида ўзаро ҳамкорликда фаолият юритувчи, географик жиҳатдан концентрациялашган ташкилотларнинг ўзаро боғланган гуруҳлари, улар фаолиятига ихтисослашган хизмат кўрсатиш ташкилотлари, жиҳозлар етказиб берувчи ташкилотлар, уларга ҳамроҳ тармоқ ташкилотлари, шунингдек, уларнинг фаолияти билан боғлиқ турли соҳа ташкилотлари (илмий-тадқиқот институтлари, ОўЮлари, стандартлаштириш бўйича агентликлар, савдо уюшмалари ва ҳ.к.) ва бошқа бир қатор ташкилотлар гуруҳидир”<sup>1</sup>. Портер ўз тадқиқотлари натижасида, халқаро миқёсда битта тармоқ доирасидаги ўзаро рақобатбардош ташкилотларнинг географик жойлашуви жиҳатидан тизимсиз равишда турли хил давлатларда сочилиб кетмасдан, балки айнан битта давлат, ҳаттоки битта ҳудуд доирасида концентрациялашув хусусиятига эга эканлигини аниқлаган.

Ушбу ҳолатнинг юзага келиши тасодифий эмас. Халқаро бозорда бир ёки бир гуруҳ ташкилотлар рақобатбардошликка эришгач, ҳудуд доирасида ўзларига географик жиҳатдан яқин жойлашган хом-ашё етказиб берувчи ташкилотлар, рақобатчи ташкилотлар ва бир қатор бошқа ҳамкор ташкилотларнинг иқтисодий фаолияти ва ҳолатига таъсир эта бошлайдилар. Шу билан биргаликда, уларнинг ютуқлари мазкур ташкилотлар рақобатбардошлигининг ошишига ижобий таъсир этади. Бунинг оқибатида “кластер”, яъни бир-бири билан узвий боғланган ҳамда рақобатбардошлигини ўсишига ўзаро кўмаклашувчи ташкилотлар уюшмаси вужудга келади.

Россиялик олим Н.А.Корчагинанинг фикрига кўра: “Кластерлар рақобатни рағбатлантируви очик тизимлардир. Уларнинг мақсади, белгиланган нархларни ушлаб туриш (фиксация) ёки рақобатни чеклаш эмас. Зарурий ахборотнинг ўзаро алмашинуви, ҳамкорликда илмий тадқиқотлар ёки экспортга қаратилган ҳаракатлар рақобатни чекламайди, аксинча ташкилотлар рақобатбардошлигининг ошишига олиб келади. Горизонтал ва вертикал алоқалар орқали бир-бири билан узвий боғланган ташкилотларнинг талаб ва истакларини ўзаро мувофиқлаштириш ҳамда ахборотлар ҳаракатини таъминловчи шароитлар кластерни самарали фаолият кўрсатишининг асосий механизмлари бўлиб хизмат қилади»<sup>2</sup>.

Туристтик фаолият самарадорлигини оширишда кластерли ёндашувдан фойдаланиш имкониятлари тўғрисида Л. Канина, К. Энц ва Дж. Харрисон, Дж. Джексон ва П. Мерфи, А. Макиавелли, С. Нордин, М. Новелли, Б. Шмитц, Т.Спенсер, М. Монфорт<sup>3</sup> каби хорижий олимлар ўзининг илмий ишларида тўхталиб ўтишган. Шунингдек туризм индустриясини

<sup>1</sup> Портер М. Конкуренция. Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005, с. 256.

<sup>2</sup> Корчагина Н. А. Кластерная политика – технология повышения эффективности управления компаниями: моногр. – Астрахань: Изд. дом «Астраханский университет», 2009. с.68

<sup>3</sup> Canina L., Enz C.A., Harrison J.S. (2005). Agglomeration effects and strategic orientations: evidence from the U.S. lodging industry // *Academy of Management Journal*, vol. 48, pp. 565-581.; Jackson J. and Murphy P. (2002) «Tourism destinations as clusters: analytical experiences from the new world», *Tourism and hospitality research*, Vol. 4, pp. 36–52.; Machiavelli A. *Tourist Destinations as Integrated Systems* [Electronic resource] // *Tourism Review* – 2001. – Vol. 56, N 3/4. – P. 6–11.; Nordin S. *European Tourism Research Institute. Tourism clustering and innovation – paths to economics growth and development* [Electronic resource] *European Tourism Research Institute*. – Stockholm, 2003, 90 p.; Novelli, M., Schmitz, B. E Spencer, T. (2006). “Networks, Clusters and Innovation in Tourism: a UK Experience”, *Tourism Management*, Vol.27, pp. 1141-1152.; Monfort M., V. M. (2000). *Competitividad y factores críticos de éxito en la «hotelería de litoral»: experiencia de los destinos turísticos Benidorm y Peñíscola* (Doctoral Dissertation, Universidad de València, Espanha, 2000).

ривожлантиришда кластерли ёндашувдан фойдаланишнинг назарий, амалий ва услубий жиҳатларини МДХ олимларидан К.З. Адамова, А.Ю. Александрова, А.Е. Бойко, А.А. Власенко, А.А. Дроздецкая, Ю.А. Маркова, Н.С. Мартышенко, А.В. Митрофанова, Ю.Ю. Морозов<sup>1</sup> ва бошқалар ўз тадқиқотларида кенг кўламда кўриб чиқишган. Меҳмондорчилик ва туризм соҳасида кластерни шакллантириш ва ривожлантириш хусусиятларини Р. Тинслей, П. Линч, К. Холлар<sup>2</sup> алоҳида ўрганиб чиққанлар. Дж. Ритчи ва Дж. Крауч, К. Гутьерес ва И. Бордаслар<sup>3</sup> Портернинг рақобатбардошлик моделини турли хил туристик ҳудудларга қўллашни тавсия этишган. К.Караманидис ушбу моделни Юнонистоннинг туризмига мослаштирган бўлса, Э.Кок эса ундан Туркиянинг туристик кластерини таҳлил қилишда фойдаланган. Бу борада Бутунжаҳон Туризм Ташкилоти ҳам туризмда кластерли ёндашувга бағшланган бир қатор тадқиқотлар олиб борган<sup>4</sup>.

### Методология

Ҳудудда кластерлаштириш методологиясига хос бўлган хусусиятлар қуйидагилар:

- кластердаги ташкилотлар географик ҳудудда бир-бирига яқин жойлашганлиги;
- самарали ахборот тизимининг шакллантирилганлиги сабабли кластер элементлари ўртасида ахборот алмашув тезлигининг юқорилиги;
- бизнестда шериклар ўртасида ўзаро ишончнинг мавжудлиги;

1 Александрова А. Ю. География туризма: Учебник/Колл. авторов; Под ред. А. Ю. Александровой. 3-е изд., испр. М.: КНОРУС, 2010. – 592 с.; Александрова А.Ю. Кластерные принципы организации туристского пространства (мировой опыт); Александрова А.Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования // Современные проблемы сервиса и туризма. 2007. № 1. С. 51-61.; Адамова К.З. Квазиинтегрированные структуры в новой экономике. Автореферат дисс. ... канд. экон. н. Саратов – 2011.; Белицкая О.В. **Формирование механизма модернизации курортно-туристского кластера в регионе (на примере Краснодарского края)** Автореферат дисс. ... канд. экон. н. Сочи-2011.; Бойко А.Е. Туристский кластер как инструмент повышения конкурентоспособности туристских услуг. Автореферат дисс. ... канд. экон. н. Новосибирск – 2011.; Власенко А.А. Методические основы обоснования и реализации инновационных туристских продуктов в условиях приграничного региона (на примере Приморского края) Автореферат дисс. ... канд. экон. н. Владивосток 2008.; Дроздецкая А.А. Формирование и развитие туристских кластеров в моногородах приграничных территорий Ленинградской области. Автореферат дисс. ... канд. экон. н. Санкт-Петербург – 2013; Каменских Э.А. Управление кластером туристско-рекреационных услуг Автореферат дисс. ... канд. экон. н. Санкт-Петербург-2014.; Мартышенко Н.С., Марченко О.Г. Перспективы развития туризма в Приморском крае. Оценка пространственного развития туристских дестинаций Приморского края как основа кластерной политики региона // Российское предпринимательство. – 2010. – № 3-1. С. 172–176.; Мартышенко Н.С. Управление структурой туристского кластера на основе маркетингового подхода // Региональная экономика: теория и практика. – 2008. – № 34. С. 74–80.; Мартышенко Н.С. Анализ транспортной составляющей в процессе формирования туристского кластера Приморского края // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. – 2009. – Т. 32. № 5. С. 107-117.; Митрофанова А. Н. Региональный туристский кластер как форма пространственной организации туризма (на примере Калининградской области). Автореферат дисс. ... канд. экон. н. Калининград. 2010.; Морозова Ю. Ю. Кластерный подход к управлению организациями туристского бизнеса. Автореферат дисс. ... канд. экон. н. Сочи. 2011.

<sup>2</sup> Tinsley, R. and Lynch, P.A. (2008) Differentiation and Tourism Destination Development: Small Business Success in a Close-knit Community, *Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol. 8, No. 3, pp. 161-177.; Tinsley, R. and Lynch, P.A. (2001) Small Tourism Business Networks and Destination Development, *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 20, No. 4, pp. 367-378.; Tinsley, R. and Lynch, P.A. (2007) Small Hospitality and Tourism Businesses in Pushkar, India: Destination Development Through Communication Networks, *World Journal of Tourism Small Business Management*, 1, pp. 83-94.

<sup>3</sup> Bordas E. Improving public-private sectors cooperation in tourism: A new paradigm for destinations [Electronic resource] // *Tourism Review*. – 2001. – Vol 56, N 3/4. – P. 38–41. System requirements: Adobe Acrobat Reader. Access mode:

<http://www.emeraldinsight.com/Insight/viewContentItem.do?jsessionid=733A611DC45C580A0C0>

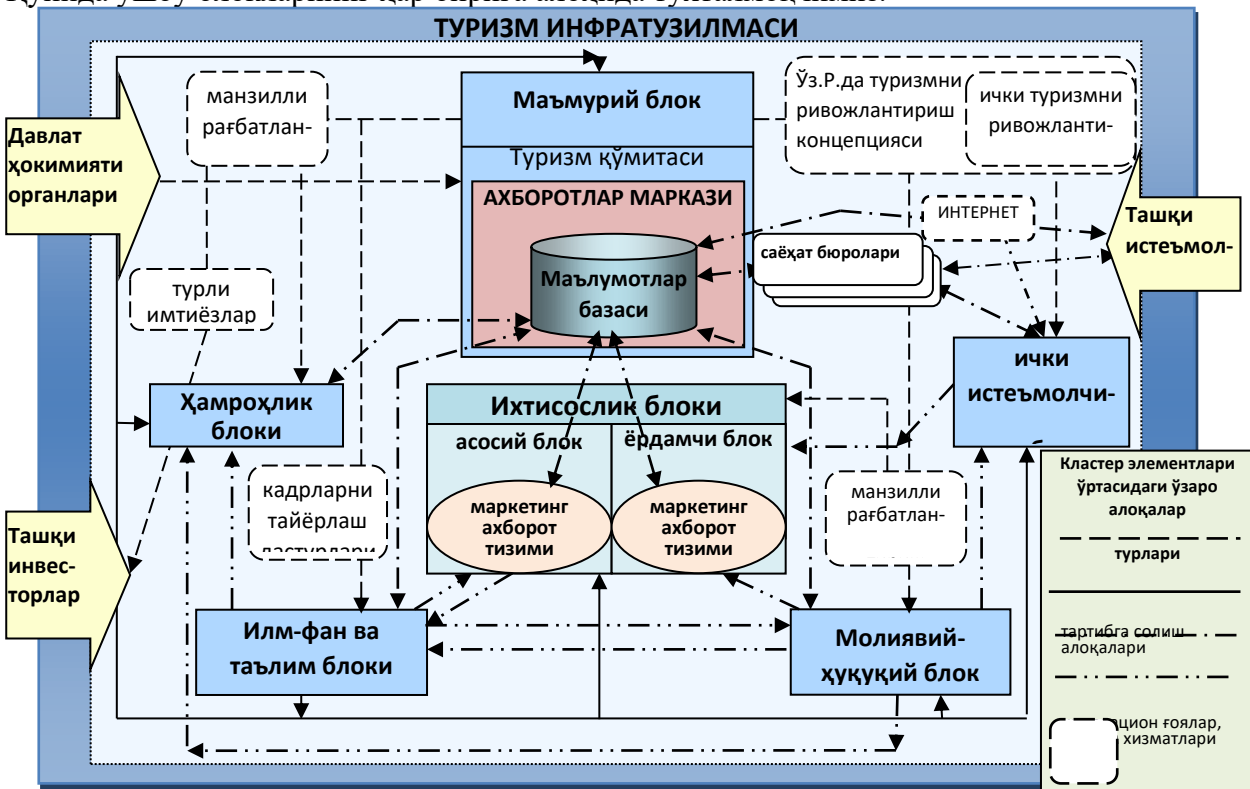
<sup>4</sup> Cooperation and Partnerships in Tourism – A Global Perspective. – Spain: World Tourism Organization, 2003. – 147 p.; Public-private Sector Cooperation: Enhancing Tourism Competitiveness. – Spain: World Tourism Organization, 2001. – 283 p.; Public-private Sector Cooperation: Enhancing Tourism Competitiveness. – Spain: World Tourism Organization, 2001. – 283 p.

- ташкилотлар ўртасида бир вақтнинг ўзида шерикчилик ва рақобатнинг мавжудлиги ҳамда ушбу муносабатларнинг ўзаро боғлиқлиги;
- кластерни ривожлантиришга йўналтирилган инвестицияларнинг бир вақтнинг ўзида кластерда қатнашувчи бир нечта ташкилотларга самара келтириши;
- инновацион лойиҳаларни ишлаб чиқиш йўлида бизнес, илм-фан ва давлатнинг ўзаро ҳамкорлиги;
- кластерга кирган ташкилотларнинг географик жиҳатдан яқин жойлашганлиги сабабли ҳудуддаги ресурслар ва хомашёлардан барабар фойдаланиши туфайли трансакцион харажатларнинг камайиши ҳамда ҳудудий кластерларда синергетик самаранинг вужудга келиши натижасида ҳудуд ҳамда бутун мамлакат иқтисодиётининг сезиларли ривожланишига сабаб бўлиши.

Мазкур илмий ишда ушбу методологиядан фойдаланиб илмий-амалий таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

**Таҳлил ва натижалар**

Тизимли ёндашув асосида ҳудудий туристик кластернинг таркибий элементларини куйидаги гуруҳларга ажратиш мумкин: ихтисослик блоки, молиявий-ҳуқуқий блок, ҳамроҳлик блоки, илм-фан ва таълим блоки, маъмурий блок, истеъмолчилар блоки (1-расм). Куйида ушбу блокларнинг ҳар бирига алоҳида тўхталмоқчимиз.



**1- расм. Ҳудудий туристик кластернинг таркибий тузилмаси<sup>1</sup>**

*Ихтисослик блоки.* Бу блок турли корхона ва ташкилотларни ўзида бирлаштирувчи асосий ва ёрдамчи блоклардан иборат бўлади. *Асосий блок* таркиби: туристик хизматларни бевосита таклиф қилувчи ташкилотлар (санаторийлар, турбазалар, оромгоҳлар, дам олиш ташкилотлари ва ҳ.к.), туристик маҳсулотни шакллантирувчи ва реализация қилувчи ташкилотлардан (туроператорлар ва турагентлар) иборат.

*Ёрдамчи блок* эса туризм йўналишидаги турли хил ихтисослашган хизматлар ва товарларни таклиф этувчи корхона ва ташкилотларнинг: жойлаштириш хизматларини бажарувчи ташкилотларнинг (меҳмонхоналар ва жойлаштиришнинг бошқа муқобил муассасалари); овқатлантириш хизматларини бажарувчи ташкилотларнинг (ресторан, кафе, бар ва ҳ.к. ташкилотларлар); транспорт хизматларини кўрсатувчи ташкилотларнинг (ер, сув

<sup>1</sup> Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

ва ҳаво транспорти ташкилотлари); дам олиш хизматлари (концерт заллари, театрлар ва ҳ.к.); туристик ва рекреацион ассортиментдаги маҳсулотларни (турли хил сувенир маҳсулотлари) ишлаб чиқарувчи (миллий саноат ташкилотлари) ва реализация қилувчи ташкилотларнинг фаолиятларини ўзида мужассам этади.

*Молиявий-ҳуқуқий блок* эса молиявий (банклар, суғурта ташкилотлари, аудит ташкилотлари ва ҳ.к.) ташкилотлар ва ҳуқуқий (нотариал идоралар, консалтинг ташкилотлари ва ҳ.к.) йўналишдаги барча ташкилотларни ўз ичига олади. Миллий туристик маҳсулотлар экспорти туфайли мамлакат туризм бозорида валюта айрибошлаш муносабатларининг вужудга келиши ҳамда туризм соҳасида мавжуд молия-кредит муносабатларининг амалга оширилиши кластер таркибида молиявий ташкилотларнинг амал қилишини тақозо этади.

Ушбу блокнинг ҳуқуқий таркибий қисми эса корхона ва ташкилотлар ўртасида турли кўринишдаги келишувлар, битимлар ва шартномаларни тузиш, мунозарали вазиятларни ҳал этиш ҳамда туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш бўйича чора-тадбирларни амалга ошириш каби вазифаларни ўз ичига олади.

*Ҳамроҳлик блоки* эса, иқтисодийнинг бошқа тармоқларига тегишли бўлиб, аммо ўз фаолияти давомида туристларни жалб этишга, туристлар учун қулай шароитларни яратишга ўз ҳиссасини қўшувчи корхона ва ташкилотларни (соғлиқни сақлаш, алоқа ва ахборотлаштириш, саноат ташкилотлари...) ўз ичига олиб, улар товарлар ва хизматлар бозорида туризмга боғлиқ бўлмаган ҳолда фаолият юритадилар. Туристлик маҳсулотнинг асосий қисми ушбу корхоналарнинг аралашувисиз ишлаб чиқилиши ва реализация қилиниши мумкин, аммо бунинг натижасида тур давомида зарур бўлган хизматларнинг етишмаслиги ёки қониқарли даражада тақдим этилмаганлиги туристик маҳсулот истеъмолчиларида маҳсулотдан қониқишининг пасайишига олиб келиши мумкин. Демак, бизнинг фикримизча, туризм тармоғига ҳамроҳ тармоқларнинг барқарор ривожланиши ҳамда уларнинг туристик ташкилотлар билан узвий алоқаларининг кучайиши тизим сифатида туристик кластерни самарали фаолият кўрсатишининг муҳим шартларидан биридир.

*Илм-фан ва таълим блоки* таркибига туризм тармоғини малакали кадрлар ҳамда туристик бизнесни интеллектуал ресурслар билан таъминлаш вазифасини бажарувчи ҳудуддаги барча таълим муассасалари киради. Ушбу блок қуйидаги вазифаларни амалга оширади: туризм ва унга ҳамроҳ ташкилотларни малакали муттаҳассислар билан таъминлаш; мавжуд кадрларнинг малакасини ошириш бўйича ўқув курсларини ташкил этиш; туристик кластер доирасида турли хил тадқиқотларни ташкил қилиш ва олиб бориш; кластернинг барча соҳаларига оид янгиликларни ишлаб чиқиш ва ҳ.к.

Ҳудудий туристик кластерни шакллантириш стратегиясини ишлаб чиқиш ва амалга оширишда давлатнинг ўрнини алоҳида белгилаб ўтиш лозим, деб ҳисоблаймиз. Ҳудудда кластерни шакллантиришнинг жаҳон тажрибасига назар соладиган бўлсак, дастлабки пайтларда кластерлар бирламчи бозорнинг «кўринмас қўли» туфайли шаклланган бўлса, кейинги вақтларда кўплаб мамлакатларда кластерлар давлат ва хусусий бизнес ҳамкорлиги доирасида ҳамда бу жараёни мамлакат миқёсида моддий ва маънавий қўллаб-қувватлаш орқали «сунъий ҳолда» шакллантирилмоқда. Ҳудудда кластерни шакллантиришда давлат ҳокимияти органлари асосий вазифаси кластер қатнашчилари фаолиятини тартибга солиш ва ўзаро мувофиқлаштириш ҳисобланади. Бу ҳол *маъмурий блокни* кластер таркибига киритилишига сабаб бўлади.

*Истеъмолчилар блоки* барча турдаги туристик маҳсулотларнинг истеъмолчилари гуруҳидан ташкил топади. Ушбу гуруҳдан ички истеъмолчилар блокни алоҳида ажратиб кўрсатиш мақсадга мувофиқ, чунки ҳудуд миқёсида ички туризмнинг юқори даражада ташкил этилганлиги хорижий туристларни қабул қилиш имкониятини оширишга сабаб бўлади. Ҳудудий туристик маҳсулотлар истеъмолчиларининг туристик сафарни ташкил этиш билан боғлиқ зарурий маълумотларни қамраб олган маълумотлар базасидан фойдаланиш имкониятларининг, яъни зарурий инфратузилманинг (туритсик бюро, ахборот

терминаллари, мобил алоқа тизими) яратилиши ҳудудий туризм бозорининг самарали ривожланишига ижобий таъсир этувчи муҳим омиллардан бири ҳисобланади.



**2-расм. Ҳудудий туристик кластерни шакллантириш босқичлари<sup>1</sup>**

Туристик кластерни шакллантиришда, унинг элементлари ўртасидаги ўзаро алоқа ва боғланишларга алоҳида эътибор бериш лозим. Кластер доирасидаги ушбу алоқаларнинг узвийлиги бир томондан, ушбу муносабатлар иштирокчиларининг иқтисодий манфаатларини қондирса, иккинчи томондан туризм бозорида туристик маҳсулотлар ички ва ташқи истеъмолчиларининг ҳар қандай талабларини қондиришга қодир, сифатли туристик маҳсулотларни ишлаб чиқиш ва реализация қилишга қаратилади. Ҳудудларда туристик кластерни шакллантириш бўйича таклиф этган моделimizда кластер элементлари ўртасидаги ўзаро алоқаларнинг асосий воситаси сифатида ташкилий тизимнинг барча

<sup>1</sup> Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

бўғинларида шакллантириладиган ахборотлар базалари хизмат қилади. Бунда, ахборотлар базалари кластер элементлари ўртасида зарурий ахборотларни аниқ каналлар орқали, керакли ҳажмда узатиш, қайта ишлаш, йиғишнинг тизимли ёндашуви асосида шакллантирилиши лозим. Бизнинг фикримизча, мазкур тизимли ёндашув туризм бозори ташкилий тузилмасининг ҳар бир даражасида маркетинг ахборот тизимининг шакллантирилиши орқали амалга оширилади.

Худудда туристик кластерни шакллантириш жараёни бир неча босқичда амалга оширилиши мақсадга мувофиқ. Дунё миқёсида мавжуд назарий, амалий ва услубий ёндашувларни чуқур тадқиқ этган ҳолда биз Самарқанд вилоятида худудий туристик кластерни шакллантиришнинг қуйидагича босқичларини таклиф этмоқчимиз (2-расм).

### **Хулоса**

Худудий туристик кластерни шакллантиришнинг бошланғич босқичида қуйидаги тадбирларни, яъни: худудий туристик ресурсларни таҳлил этиш асосида “худудий туристик объектлар Реестрини” ишлаб чиқиш ҳамда худудий туристик кластернинг ихтисослашуви миқёсини аниқлаш; худудий туристик кластер инфратузилмасини тадқиқ этиш; ижтимоий-иқтисодий, ташкилий-ҳуқуқий жараёнлар ва муносабатларни тадқиқ этиш натижасида кластер шаклланишининг ижтимоий-иқтисодий, ижтимоий-психологик, институционал шарт-шароитларини аниқлаш орқали Самарқанд вилоятида худудий туристик кластерни шакллантириш имкониятлари, тўсиқлари, камчиликлари ва уни бартараф этиш йўналишлари аниқланади. Таҳлил жараёнида иқтисодий-математик, статистик усуллардан фойдаланган ҳолда маркетинг тадқиқотларини олиб бориш мақсадга мувофиқдир. Мазкур босқичнинг якунида худудий туристик кластернинг ғоявий (ғоялар мажмуи) модели ишлаб чиқилади.

Кейинги босқичда Самарқанд вилоятида худудий туристик кластерни шакллантириш йўналишларини, яъни: худудий туристик кластерни шакллантириш ва ривожлантиришнинг ташкилий-ҳуқуқий асослари; худудий туристик кластерни шакллантириш бўйича хорижий тажрибадан фойдаланиш йўналишлари; худудий туристик кластер доирасида ҳамкорлик механизмлари; кластер доирасидаги хўжалик фаолиятини давлат томонидан қўллаб-қувватлаш механизмлари; кластерни шакллантириш ва ривожлантиришнинг молиявий механизмлари; туризм соҳасида кадрларни тайёрлаш тизимини такомиллаштиришнинг йўналишлари ва тегишли чора ва тадбирлар режасини ишлаб чиқиш мақсадга мувофиқдир. Мазкур босқичнинг якунида худудий туристик кластернинг лойиҳавий модели ишлаб чиқилади.

Таклиф этилган босқичли чора-тадбирларнинг якуний натижаси кластерли ёндашув асосида худудий туризмни ривожлантириш концепцияси ҳисобланади. Мазкур концепция асосида Самарқанд вилоятида худудий туризмни ривожлантириш дастурини ишлаб чиқиш мақсадга мувофиқдир.

### **Фойдаланилган адабиётлар**

1. Портер М. Конкуренция. Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005, с. 256.
2. Корчагина Н. А. Кластерная политика – технология повышения эффективности управления компаниями: моногр. – Астрахань: Изд. дом «Астраханский университет», 2009. с.68
3. Canina L., Enz C.A., Harrison J.S. (2005). Agglomeration effects and strategic orientations: evidence from the U.S. lodging industry // Academy of Management Journal, vol. 48, pp. 565-581.;
4. Jackson J. and Murphy P. (2002) «Tourism destinations as clusters: analytical experiences from the new world», Tourism and hospitality research, Vol. 4, pp. 36–52.;
5. Machiavelli A. Tourist Destinations as Integrated Systems [Electronic resource] // Tourism Review – 2001. – Vol. 56, N 3/4. – P. 6–11.;

6. Nordin S. European Tourism Research Institute. Tourism clustering and innovation – paths to economics growth and development [Electronic resource] European Tourism Research Institute. – Stockholm, 2003, 90 p.

7. Novelli, M., Schmitz, B. E Spencer, T. (2006). “Networks, Clusters and Innovation in Tourism: a UK Experience”, *Tourism Management*, Vol.27, pp. 1141-1152.

8. Monfort M., V. M. (2000). Competitividad y factores críticos de éxito en la «hotelería de litoral»: experiencia de los destinos turísticos Benidorm y Peñíscola (Doctoral Dissertation, Universidad de València, Espanha, 2000).