TURISTIK KLASTERLARDA BOSHQARISH STRATEGIYALARINI ISHLAB CHIQISH

Abriyev Zoirjon Sobirjonovich
Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti
Turizm va mehmonxona biznesi kafedrasi katta o‘qituvchisi, PhD
https://doi.org/10.5281/zenodo.20006719

Annotatsiya: Mazkur maqolada turistik klasterlarda boshqaruv strategiyalarini ishlab chiqishning nazariy va amaliy jihatlari tahlil qilingan. Tadqiqotda klaster yondashuvining mohiyati, uning tarkibiy tuzilishi hamda samarali boshqaruvni ta’minlashga xizmat qiluvchi asosiy omillar yoritilgan. Shuningdek, hududiy ixtisoslashuv, qiymat zanjiri integratsiyasi, axborot oqimlarini boshqarish, moliyaviy barqarorlik va ijtimoiy omillar kabi strategik yo‘nalishlarning o‘rni asoslab berilgan.

Kalit so‘zlar: turistik klaster, boshqaruv strategiyasi, klaster yondashuvi, hududiy rivojlanish, turizm menejmenti, innovatsion boshqaruv, qiymat zanjiri.

KIRISH

Bugungi globallashuv va raqamli iqtisodiyot sharoitida turizm sohasi milliy iqtisodiyotlarning eng tez rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri sifatida alohida ahamiyat kasb etmoqda. Ayniqsa, hududiy resurslardan samarali foydalanish, xizmatlar sifatini oshirish hamda raqobatbardoshlikni ta’minlashda turistik klasterlar modeli muhim strategik vosita sifatida e’tirof etilmoqda. Turistik klasterlar — bu o‘zaro bog‘liq bo‘lgan xizmat ko‘rsatuvchi subyektlar, infratuzilma obyektlari, madaniy va tabiiy resurslar hamda boshqaruv institutlarining yagona tizimda faoliyat yuritishidir. Mazkur tizimning samarali ishlashi esa, avvalo, puxta ishlab chiqilgan boshqaruv strategiyalariga bog‘liqdir.

Hozirgi kunda turistik klasterlarni boshqarishda an’anaviy yondashuvlar yetarli darajada samarali natija bermayotgani kuzatilmoqda. Bozor talablarining tez o‘zgarishi, turistlarning ehtiyoj va xulq-atvoridagi yangilanishlar, ekologik barqarorlik talablari hamda raqamli texnologiyalarning keng joriy etilishi boshqaruv tizimlariga yangicha yondashuvni talab etmoqda. Shu sababli, turistik klasterlarda boshqaruv strategiyalarini ishlab chiqish masalasi nafaqat nazariy, balki amaliy jihatdan ham dolzarb ilmiy muammolardan biri hisoblanadi.

ASOSIY QISM

Turistik klasterlarda boshqaruv strategiyalarini ishlab chiqish murakkab va ko‘p bosqichli jarayon bo‘lib, u hududning iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy hamda ekologik xususiyatlarini chuqur tahlil qilishni talab etadi. Mazkur jarayon, avvalo, klasterning tarkibiy tuzilmasini aniqlash, ya’ni undagi asosiy ishtirokchilar — mehmonxonalar, transport xizmatlari, tur operatorlar, umumiy ovqatlanish shoxobchalari, madaniy obyektlar va mahalliy boshqaruv organlari o‘rtasidagi o‘zaro aloqalarni o‘rganishdan boshlanadi. Shu asosda boshqaruv strategiyalari ishlab chiqilib, ular orqali klasterning yagona tizim sifatida samarali faoliyat yuritishi ta’minlanadi.

Boshqaruv strategiyalarini shakllantirishda tizimli yondashuv muhim ahamiyatga ega. Bu yondashuv klasterni alohida elementlar yig‘indisi sifatida emas, balki o‘zaro bog‘liq va bir-birini to‘ldiruvchi komponentlar tizimi sifatida ko‘rib chiqishni nazarda tutadi. Tizimli yondashuv asosida ishlab chiqilgan strategiyalar klaster ichidagi resurslarning muvofiqlashtirilgan holda taqsimlanishini, xizmatlar sifati va samaradorligining oshishini ta’minlaydi. Shu bilan birga,

ushbu yondashuv orqali risklarni boshqarish, inqiroz holatlariga moslashuvchan javob berish imkoniyati ham kengayadi.

Zamonaviy turistik klasterlarda boshqaruv strategiyalarini ishlab chiqishda innovatsion yondashuvlar alohida o‘rin tutadi. Raqamli texnologiyalar, xususan, sun’iy intellekt, katta ma’lumotlar (Big Data), onlayn bronlash tizimlari va mobil ilovalarning keng joriy etilishi boshqaruv samaradorligini sezilarli darajada oshirmoqda. Ushbu texnologiyalar yordamida turistlarning xatti-harakatlarini tahlil qilish, ularning ehtiyojlarini aniqlash va individual xizmatlar taklif etish imkoniyati yuzaga keladi. Natijada, klaster doirasida xizmatlar sifati yaxshilanib, mijozlar qoniqish darajasi ortadi. Strategik rejalashtirish jarayonida marketing strategiyalariga ham alohida e’tibor qaratish zarur. Turistik klasterni ichki va tashqi bozorlarda samarali targ‘ib qilish, uning brendini shakllantirish va ijobiy imij yaratish boshqaruvning muhim yo‘nalishlaridan biridir. Shu maqsadda raqamli marketing vositalari, ijtimoiy tarmoqlar, onlayn platformalar va xalqaro turizm ko‘rgazmalaridan keng foydalanish lozim. Marketing strategiyalarining to‘g‘ri yo‘lga qo‘yilishi turistlar oqimini oshirish bilan birga, hududning investitsion jozibadorligini ham kuchaytiradi.

Turistik klasterlarda boshqaruv strategiyalarini ishlab chiqishda barqaror rivojlanish tamoyillarini hisobga olish ham muhim ahamiyatga ega. Atrof-muhitni muhofaza qilish, tabiiy resurslardan oqilona foydalanish, mahalliy aholi manfaatlarini himoya qilish kabi omillar strategik qarorlar qabul qilishda ustuvor yo‘nalish sifatida qaralishi lozim. Ekologik barqarorlikni ta’minlash orqali turistik resurslarning uzoq muddatli saqlanishi va kelajak avlodlar uchun foydalanish imkoniyati yaratiladi. Bundan tashqari, turistik klasterlarni boshqarishda institutsional mexanizmlarni takomillashtirish muhimdir. Davlat va xususiy sektor o‘rtasidagi hamkorlikni rivojlantirish, normativ-huquqiy bazani mustahkamlash, investitsiya muhitini yaxshilash orqali boshqaruv strategiyalarining samaradorligini oshirish mumkin. Ayniqsa, davlat-xususiy sheriklik asosida amalga oshiriladigan loyihalar klaster rivojlanishiga sezilarli turtki beradi. Shuningdek, inson kapitalini rivojlantirish boshqaruv strategiyalarining ajralmas qismi hisoblanadi. Turizm sohasida faoliyat yuritayotgan mutaxassislarning malakasini oshirish, ularni zamonaviy bilim va ko‘nikmalar bilan ta’minlash, xizmat ko‘rsatish madaniyatini yuksaltirish orqali klasterning umumiy samaradorligi oshadi. Ta’lim muassasalari va amaliyot o‘rtasidagi integratsiyani kuchaytirish ham ushbu jarayonda muhim rol o‘ynaydi.

Turistik klasterlarda boshqaruv strategiyalarini yanada takomillashtirish uchun hududiy ixtisoslashuvni chuqurlashtirish muhim yo‘nalishlardan biri hisoblanadi. Har bir hudud o‘zining tabiiy, tarixiy va madaniy salohiyatidan kelib chiqib, aniq turizm yo‘nalishlariga ixtisoslashishi zarur. Masalan, ekologik turizm, ziyorat turizmi, agro-turizm yoki ekstremal turizm kabi yo‘nalishlar asosida klaster faoliyatini yo‘lga qo‘yish strategik jihatdan samarali natijalar beradi. Bu esa resurslarning tarqoqligini kamaytirib, ularni maqsadli ravishda rivojlantirish imkonini yaratadi. Shu bilan birga, klaster ichida qiymat zanjirini shakllantirish va uni boshqarish masalasi alohida e’tiborni talab etadi. Qiymat zanjiri turistik mahsulotni yaratishdan tortib, uni iste’molchiga yetkazishgacha bo‘lgan barcha bosqichlarni qamrab oladi. Ushbu jarayonda har bir ishtirokchining o‘rni va funksiyasi aniq belgilanishi, ular o‘rtasida samarali koordinatsiya ta’minlanishi lozim. Ayniqsa, xizmatlar integratsiyasini kuchaytirish orqali turistlar uchun kompleks va qulay xizmatlar paketini yaratish strategik ustunlikni ta’minlaydi.

Turistik klasterlarni boshqarishda axborot oqimlarini samarali tashkil etish ham muhim omillardan biridir. Axborotning tezkor va ishonchli almashinuvi klaster ishtirokchilari o‘rtasida qaror qabul qilish jarayonini soddalashtiradi. Shu maqsadda yagona axborot platformalarini yaratish, elektron boshqaruv tizimlarini joriy etish va real vaqt rejimida monitoring olib borish strategik boshqaruvning ajralmas qismi sifatida qaraladi. Bu nafaqat ichki boshqaruvni optimallashtiradi, balki tashqi manfaatdor tomonlar bilan ham samarali aloqalarni yo‘lga qo‘yadi.

Moliyaviy strategiyalarni ishlab chiqish ham turistik klasterlar barqaror rivojlanishining muhim sharti hisoblanadi. Klaster doirasida investitsiyalarni jalb etish, moliyaviy resurslarni to‘g‘ri taqsimlash va daromad manbalarini diversifikatsiya qilish boshqaruvning asosiy vazifalaridan biridir. Xususan, grantlar, subsidiyalar, xalqaro moliyaviy institutlar mablag‘lari va xususiy investitsiyalarni uyg‘unlashtirish orqali klaster rivojlanishini jadallashtirish mumkin. Shu bilan birga, moliyaviy xavflarni kamaytirish va iqtisodiy barqarorlikni ta’minlash uchun ehtiyot mexanizmlarini ishlab chiqish zarur.

Turistik klasterlarda boshqaruv strategiyalarini ishlab chiqishda ijtimoiy omillarni hisobga olish ham muhim ahamiyat kasb etadi. Mahalliy aholini turizm faoliyatiga jalb etish, ularning manfaatlarini himoya qilish va daromad olish imkoniyatlarini kengaytirish klasterning uzoq muddatli muvaffaqiyatini ta’minlaydi. Aholining turizmga ijobiy munosabatini shakllantirish, ularni tadbirkorlik faoliyatiga jalb qilish hamda an’anaviy hunarmandchilikni rivojlantirish orqali klaster ichki salohiyatini mustahkamlash mumkin. Shuningdek, turistik klasterlarda boshqaruv strategiyalarini ishlab chiqishda xavfsizlik masalalari ham ustuvor yo‘nalishlardan biri hisoblanadi. Turistlar xavfsizligini ta’minlash, favqulodda vaziyatlarga tayyorgarlik ko‘rish, sanitariya-gigiyena talablariga rioya qilish kabi omillar klaster obro‘siga bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Shu sababli, xavfsizlikni boshqarish tizimlarini joriy etish, standart va me’yorlarni ishlab chiqish hamda ularni doimiy nazorat qilish strategik boshqaruvning ajralmas qismi bo‘lishi lozim. Bundan tashqari, turistik klasterlarning xalqaro integratsiyasini kuchaytirish ham muhim strategik yo‘nalish hisoblanadi. Xalqaro hamkorlikni rivojlantirish, xorijiy tajribani o‘rganish va uni mahalliy sharoitga moslashtirish orqali klasterlarning global bozordagi o‘rni mustahkamlanadi. Turizm sohasida xalqaro standartlarni joriy etish, xizmatlar sifatini global talablarga moslashtirish esa klaster raqobatbardoshligini yanada oshiradi.

Yana bir muhim jihat — bu monitoring va baholash tizimini joriy etishdir. Ishlab chiqilgan boshqaruv strategiyalarining samaradorligini doimiy ravishda tahlil qilish, natijalarni baholash va zarur hollarda strategiyani qayta ko‘rib chiqish boshqaruvning uzluksizligini ta’minlaydi. Buning uchun aniq ko‘rsatkichlar tizimini ishlab chiqish, statistik ma’lumotlarni muntazam yig‘ish va tahlil qilish zarur. Umuman olganda, turistik klasterlarda boshqaruv strategiyalarini ishlab chiqish nafaqat iqtisodiy samaradorlikni oshirishga, balki hududlarning kompleks rivojlanishini ta’minlashga xizmat qiluvchi ko‘p qirrali jarayondir. Mazkur strategiyalarni chuqur ilmiy asosda ishlab chiqish va amaliyotga joriy etish orqali turizm sohasida barqaror va raqobatbardosh tizimni shakllantirish mumkin.

XULOSA

Yuqoridagi tahlillar shuni ko‘rsatadiki, turistik klasterlarda boshqaruv strategiyalarini ishlab chiqish zamonaviy iqtisodiy sharoitda muhim va zarur jarayonlardan biri hisoblanadi. Mazkur strategiyalar klasterning barcha tarkibiy qismlarini yagona tizim asosida birlashtirish, ularning o‘zaro hamkorligini mustahkamlash hamda resurslardan samarali foydalanishni ta’minlashga xizmat qiladi. Ayniqsa, boshqaruv jarayoniga tizimli, innovatsion va kompleks yondashuvni joriy etish orqali turistik klasterlarning raqobatbardoshligi sezilarli darajada oshadi. Shuningdek, ishlab chiqilgan strategiyalar hududiy ixtisoslashuvni chuqurlashtirish, xizmatlar integratsiyasini kuchaytirish, axborot va moliyaviy oqimlarni samarali boshqarish hamda inson kapitalini rivojlantirish kabi ustuvor yo‘nalishlarni qamrab olishi zarurligi aniqlandi. Bu esa nafaqat turizm sohasining barqaror rivojlanishiga, balki hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotiga ham ijobiy ta’sir ko‘rsatadi. Xulosa qilib aytganda, turistik klasterlarda samarali boshqaruv strategiyalarini ishlab chiqish va ularni amaliyotga tatbiq etish orqali yuqori sifatli turistik mahsulot yaratish, turistlar oqimini ko‘paytirish va xalqaro bozorda mustahkam o‘rin egallash imkoniyati yuzaga keladi. Kelgusida ushbu yo‘nalishda ilmiy tadqiqotlarni yanada

chuqurlashtirish, ilg‘or xorijiy tajribalarni o‘rganish va milliy sharoitga moslashtirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Islomov S.S. Turizm iqtisodiyoti va menejmenti. – Toshkent: “Iqtisod-Moliya” nashriyoti, 2021. – 312 b.
2. Qosimov A.A. Hududiy rivojlanish va klaster yondashuvi. – Toshkent: “Fan va texnologiya”, 2020. – 245 b.
3. Ahmedov B.B. Turizm sohasini boshqarish asoslari. – Toshkent: “O‘zbekiston”, 2019. – 198 b.
4. Murodov Sh.M. Zamonaviy menejment strategiyalari. – Toshkent: “Adolat”, 2022. – 276 b.
5. Karimov N.R. Turizm infratuzilmasini rivojlantirish masalalari. – Toshkent: “Iqtisodiyot”, 2020. – 210 b.
6. Porter M. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. – New York: Free Press, 2008. – 400 p.
7. OECD Tourism Trends and Policies. – Paris: OECD Publishing, 2022. – 320 p.
8. UNWTO. Tourism Cluster Development Guidelines. – Madrid: World Tourism Organization, 2021. – 180 p.