

УДК: 338:361.1

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ КЛАСТЕРЛАРИНИНГ ТАШКИЛИЙ-ИҚТИСОДИЙ ВА МОЛИЯВИЙ САМАРАДОРЛИГИ ТАҲЛИЛИ

Саидов Муҳаммад Али Ҳақимович, Тошкент давлат аграр университети профессори, и.ф.д.
Очилов Илхом Сайиткулович, Тошкент давлат аграр университети доценти, и.ф.н.

АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И ФИНАНСОВОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ СЕРВИСНОГО КЛАСТЕРА

Саидов Муҳаммад Али Ҳақимович, Профессор Ташкентского государственного аграрного университета, д.э.н.,
Очилов Илхом Сайиткулович, Доцент Ташкентского государственного аграрного университета, к.э.н.

ANALYSIS OF THE ORGANIZATIONAL-ECONOMIC AND FINANCIAL EFFICIENCY OF THE SERVICE CLUSTER

Saidov Muhammad Ali Khakimovich, Professor of Tashkent State Agrarian University, Doctor of Economics,
Ochilov Ilkhom Sayitkulovich, Associate Professor of Tashkent State Agrarian University, Ph.D.

Аннотация. Мақолада хизмат кўрсатиш кластерларининг ташкилий-иқтисодий ва молиявий самарадорлиги таҳлил қилинган. Хизмат кўрсатиш кластерлари саноат кластерларидан фарқ қилади. Жумладан, хизмат кўрсатиш кластерлари ва саноат кластерлари ўртасидаги фарқлар хизматларнинг ўзига хос хусусиятлари билан боғлиқ. Маълумки, хизматларнинг хусусиятларига хизматлар кўринмас, номоддий, сақлаш ва ташиш учун мос бўлмаганлиги, хизмат кўрсатиш сифати унинг истеъмоли жараёнида текширилиши, хизматни ишлаб чиқариш ва сотиш тўғридан-тўғри учрашувни талаб қилади. хизматни сотувчи ва харидор ўртасида, хизматни сотиш учун сотувчининг ёки харидорнинг ҳаракатчанлиги талаб қилинади. Шу билан бирга, мақолада муаллифлар томонидан тадқиқот ишига доир илмий тавсиялар тақлиф этилган.

Калит сўзлар: хизмат кўрсатиш кластери, саноат кластери, молиявий таҳлил, ташкилий-иқтисодий, молиявий баҳолаш, миллий иқтисодиёт, кластерлаш сиёсати, молиялаштириш тизими, самарали молиялаштириш, кластер тузилмалари, кластерли ёндашув.

Аннотация. В статье анализируется организационно-экономическая и финансовая эффективность сервисных кластеров. Сервисные кластеры отличаются от промышленных кластеров. В частности, различия между сервисными кластерами и промышленными кластерами связаны со специфическими характеристиками услуг. Известно, что характеристики услуг невидимы, неосвязаемы, не пригодны для хранения и транспортировки, качество услуги проверяется в процессе ее потребления, производство и продажа услуг требуют непосредственной встречи, между продавцом и покупателем услуги, продажа услуги требует мобильности продавца или покупателя. А также, авторы статьи предлагают научные рекомендации для исследовательской работы.

Ключевые слова: сервисный кластер, промышленный кластер, финансовый анализ, организационно-экономический, финансовая оценка, национальная экономика, кластерная политика, система финансирования, эффективное финансирование, кластерные структуры, кластерный подход.

Abstract. The article analyzes the organizational, economic and financial efficiency of service clusters. Service clusters are different from industrial clusters. In particular, the differences between service clusters and industrial clusters are related to the specific characteristics of services. It is known that the characteristics of services are invisible, intangible, not suitable for storage and transportation, the quality of the service is checked in the process of its consumption, the production and sale of services require a direct meeting between the seller and the buyer of the service, the sale of the service requires the mobility of the seller or buyer. And also, the authors of the article offer scientific recommendations for research work.

Key words: service cluster, industrial cluster, financial analysis, organizational and economic, financial assessment, national economy, cluster policy, financing system, efficient financing, cluster structures, cluster approach.

1. КИРИШ

Хизмат кўрсатиш кластерлари саноат кластерларидан фарқ қилади. Жумладан,

хизмат кўрсатиш кластерлари ва саноат кластерлари ўртасидаги фарқлар хизматларнинг ўзига хос хусусиятлари билан боғлиқ.

Маълумки, хизматларнинг хусусиятларига хизматлар кўринмас, номоддий, сақлаш ва ташиш учун мос бўлмаганлиги, хизмат кўрсатиш сифати унинг истеъмоли жараёнида текширилиши, хизматни ишлаб чиқариш ва сотиш тўғридан-тўғри учрашувни талаб қилади. Хизматни сотувчи ва харидор ўртасида хизматни сотиш учун сотувчининг ёки харидорнинг ҳаракатчанлиги талаб қилинади.

Хизмат кўрсатиш соҳаси кластерларининг хусусиятларини аниқлаш учун хорижий давлатлар хизмат кўрсатиш соҳасининг бир нечта кластерларини таҳлил қиламиз.

Молиявий кластерга мисол сифатида Онтарио минтақасининг молиявий кластерини оламиз (Канада) [1].

Тузилиши бўйича молиявий кластер иккита иштирокчилар гуруҳига эга бўлади.

Биринчи даражали ёки кластер ядроси турли молиявий хизматларни кўрсатувчи компаниялардир:

- кўчмас мулк инвестиция компаниялари;
- қимматли қоғозларга хизмат кўрсатувчи компаниялар;
- венчур молиялаштиришни таъминлайдиган компаниялар;
- инвестиция фондлари;
- банклар ва бошқа депозитар муассасалар;
- суғурта компаниялари;
- тиббий суғурта компаниялари;
- автомобил лизинг хизматларини кўрсатадиган компаниялар.

Иккинчи даражали кластер – бу қўллаб-қувватлаш компаниялар, ҳар хил бизнес хизматларини кўрсатиш:

- ахборот етказиб берувчи компаниялар;
- компьютер ва алоқа хизматларини етказиб берувчилар;
- патент эгалари ва уй эгалари;
- тадқиқот ташкилотлари;
- матбаа хизматларини кўрсатадиган компаниялар;
- тегишли хизматларни кўрсатувчи компаниялар: йиғиш хизматлари,

хавфсизлик, ҳужжатларни сақлаш хизматлари, маркетинг хизматлари ва бошқа-лар.

Тақдим этилган Онтарио молиявий кластери иштирокчилар рўйхатидан кўришиб турибдики, кластер тузилишининг атиги икки поғонаси бор. Бу, шубҳасиз, хизматлар ишлаб чиқаришда жамғариш занжири йўқлиги, хизматни қисман, “ярим тайёр маҳсулот” кўринишида кўрсатилмаслиги, у пайдо бўлган шаклда истеъмоли қилинишидан келиб чиқади, шунинг учун уни “тайёр маҳсулот” билан солиштириш мумкин.

Онтарио молиявий кластерининг тавсифланган тузилишига асосланиб, хулоса қилишимиз мумкинки, хизмат кўрсатиш соҳасидаги кластерларнинг турлари кластер компаниялари кўрсатадиган хизматлар турига қараб белгиланади. Агар хизмат кўрсатиш сектори кластерининг асоси молиявий компаниялари бўлса, унда бундай кластерни молиявий деб аташ мумкин, агар хизмат кўрсатиш сектори кластерининг асоси сайёҳлик компаниялари бўлса, у ҳолда туризм кластери бўлади ва ҳоказо. Шунга асосланиб, молиявий, сайёҳлик, транспорт ва логистика кластерлари ва бошқалар бўлиши мумкин.

2. МАВЗУГА ОИД АДАБИЁТЛАР ТАҲЛИЛИ

Мамлакат иқтисодиётида агрокластерларни ташкил этиш, уларни молиялаштириш механизмлари, ташкилий-ҳуқуқий фаолияти каби қатор масалалар кўплаб иқтисодчи олимлар ва мутахассисларнинг илмий тадқиқотларида атрофлича ёритилган. Жумладан, классик иқтисодиёт намоёндалари М.Портер, А.Палтарыхин, С.И.Рекорд, С.Ф.Пятинкин, Т.П.Быкова ва бошқаларнинг асарларида кластерларнинг молия ресурслари ва механизмлари, жумладан кластерлаштиришнинг илмий-назарий ва услубий асослари кенг тадқиқ этилган [2].

Чет эл иқтисодчи олимларидан А.В.Голубев, Л.В.Щукина, Е.В.Доржиева, И.В.Кулага, А.С.Бойцов, А.И.Костяев, В.А.Бондаренко, А.А.Быкова, Ю.Л.Владимиров, Ф.С.Губайдуллина, А.Колошин, К.Разгуляев, А.Е.Романов, В.П.Арашуков, В.Тарасенко, Е.Яковлева кластерлар фаолияти турлари ва уларни молиялаштириш манбалари,

кластерларнинг таснифи ва ривожланишининг илмий-амалий асослари, кластерлар фаолиятини молиявий-иқтисодий баҳолаш услуги ва усуллари баҳолаш билан боғлиқ йўналишларда тадқиқот ишлари олиб борганлар [3].

Қишлоқ хўжалигига хизмат кўрсатиш соҳаларни ривожлантиришнинг илмий-назарий ва ташкилий-иқтисодий жиҳатлари хорижлик иқтисодчи олимлардан Л.И. Абалкин, И.Ансофф, В.П. Баранчев, И.К.Беляевский, Ж.Брайт, В.П.Красовский, К.Р. Макконел, С.Л. Брю, М.Портер, И.С. Санду, Б.Санто, А.Смит, Р.Такер, Б.Твисс, Р.А. Фатхудинов, В.Ф.Федоренко, М.Хучек, Ф.К.Шакиров, Й.Шумпетерларнинг илмий ишларида тадқиқ этилган. Ўзбекистонлик иқтисодчи олимларимиздан А.Т.Кенжабаев, А.О.Султонов, М.К.Турсунов, Ш.Хасанов, М.Қ.Пардаев, Ж.И.Исроилов, Б.И.Исроилов, У.П.Умурзаков, Қ.А.Чориев, Ч.Муродов, Н.С. Хушматов, С.С. Ғуломов, Қ.Д. Мирзаев, Т.Х. Фармонов, Б.Б.Беркинов, Р.Х.Эргашев, А.М.Қодиров, Б.Ф.Султонов, С.Н.Хамраева ва бошқаларнинг илмий ишларида ўрганилган [4].

Аммо изланишларимиз қишлоқ хўжалигида агрокластерлар фаолиятини ташкил этиш, унинг янги турларини шакллантириш ва ривожлантириш, агрокластерлар фаолиятининг тармоқлар ва маҳсулотларнинг иқтисодиётдаги тутган ўрни, мамлакат иқтисодиётига кластерларни янада кенг жалб қилиш ва рағбатлантириш механизмларини, кластерларни инвестиция имкониятларини ошириш ва улар фаолияти самарадорлигини такомиллаштириш билан боғлиқ муаммолар етарлича тадқиқ этилмаган.

3. ТАДҚИҚОТ МЕТОДОЛОГИЯСИ

Тадқиқотни амалга оширишда тизимли ёндашув, монографик кузатиш, абстракт-антикий фикрлаш, таққослама таҳлил, эксперт баҳолаш, конструктив ҳисоблаш, башоратлаш ва бошқа иқтисодий-статистик таҳлил усулларидан фойдаланилди.

4. ТАҲЛИЛЛАР ВА АСОСИЙ НАТИЖАЛАР

Ҳозирги вақтда Австрияда соғломлаштириш туризми жадал ривожланмоқда, бу тиббиёт муассасаларидан ташқарида соғлик-

ни мустаҳкамлаш билан боғлиқ. “*Wellbeing Destination Austria GmbH*” корпорацияси ташаббуси билан кластер яратилди. Бунда *Alpine Wellness* кластери томонидан Алп тоғининг бешта минтақаси (Воралберг, Тирол, Юқори Австрия, Залсбург ва Каринтия) да сайёҳлик хизматлари тақдим этилди [5].

Гарчи Алп тоғларида ҳозиргача туризм соҳасида ишлайдиган компаниялар ўртасида маълум ҳамкорлик алоқалари мавжуд бўлса-да, *Alpine Wellness* соғломлаштириш кластер ташаббусини амалга ошириш таълим, молиявий, тадқиқот, маркетинг ташкилотлари, шунингдек, кўплаб вертикал ва горизонтал алоқаларни талаб қилади. Туризм, маҳсулот, дизайн, инфратузилмани яратиш ва ҳоказоларни ривожлантириш билан шуғулланган ташкилотлар *Alpine Wellness* саломатлиги кластери лойиҳасида иштирок этиш учун таклиф қилинди, шу жумладан университетлар соғломлаштириш саноати билан боғлиқ таълим дастурларини ишлаб чиқади.

Alpine Wellness соғломлаштириш кластерининг асосий хусусиятларидан бири шундаки, у йил давомида сайёҳлик хизматлари кўрсатишни ташкил қилиш билан бирга, соғломлаштириш хизматларини ҳам кўрсатади.

Туризм соҳасида бошқа занжирларга қараганда, қиймат занжири қанчалик яхши ташкил этилгани муҳим рол ўйнайди. Шу сабабли, туризм соҳасида даромад олишнинг ягона мумкин ва энг самарали усули бу кластер ташкилоти бўлиб, *Alpine Wellness* соғломлаштириш кластерида бу занжир ўз ўрнида ташкил этилган.

Хорижий мамлакатлардаги хизмат кўрсатиш кластерларини ўрганишга асослашиб, биз хизмат кўрсатиш соҳаси кластерига қуйидагича таърифни берамиз:

хизмат кўрсатиш соҳаси кластери - бу айни бир минтақа ҳудудида жойлашган ҳамда ушбу минтақадаги хизматлар кўрсатиш билан рақобатлашадиган, ҳамкорлик қиладиган ва ўзаро таъсир ўтказадиган ушбу минтақадаги ва ундан ташқаридаги истеъмолчиларга маълум бир соҳадаги эҳтиёжларини қондирадиган хизматлар кўрсатувчи мустақил компаниялар гуруҳидир.

Шундай қилиб, хизмат кўрсатиш сектори кластерининг асосини хизмат кўрсатиш соҳасига мансуб компаниялар ташкил қилади, уларнинг ўзига хос хусусияти хизматнинг ўзига хос хусусияти - номоддий ва кўринмас маҳсулотдир. Кластернинг иккинчи даражасини хизмат кўрсатувчи компаниялар намоёниш этади. Баъзи хизмат кўрсатиш кластерларида саноатнинг айрим турлари ўз таркибига киритилиши мумкин, лекин бу камдан - кам ҳолларда бўлади. Масалан, туристик кластерга озиқ-овқат маҳсулотлари ишлаб чиқарадиган умумий овқатланиш корхоналари киради.

Бизнинг фикримизча, хизматлар сектори кластерининг асосий ажралиб турадиган хусусияти шундан иборатки, унга киритилган компаниялар ягона қиймат занжири доирасида ишлайдилар, шу билан бирга якуний хизматни мутлақо мустақил равишда амалга оширадилар, шу билан бирга, кластер компаниялари истеъмолчилар эҳтиёжларини қондиришга имкон берадиган хизматлар билан максимал даражада таъминлайдилар. Бошқача қилиб айтадиган бўлсак, кластер корхоналари бир-бири билан рақобатлашиб, бир вақтнинг ўзида ўзаро алоқада бўлиб, эҳтиёжларни қондирадиган хизматлар турларини тақдим этадилар.

Хизматни ишлаб чиқариш бир вақтнинг ўзида унинг истеъмолини англатади, шунинг учун бошқа хизматнинг бир қисми бўлган хизмат бўлиши мумкин эмас (оралиқ ва якуний маҳсулот сифатида), хизмат ҳар доим фақат яхлит, мустақил хизматдир. Хизматларнинг бу хусусияти хизматлар сектори кластеридаги қиймат занжирининг ўзига хос хусусиятларини белгилайди, бу занжирнинг ҳар бир бўғини алоҳида хизматдир, лекин уни бошқа хизмат билан тўлдириш мумкин. Бунинг натижасида бир соҳада хизматлар доирасидан истеъмолчи битта хизматни эмас, балки бир бутунни олади. Кластер компаниялари битта қиймат занжирининг бўғинлари бўлган турли хил хизмат турларини тақдим этадилар. Компаниялар хизматлар турига кўра бирлаштирилган (молиявий ёки бошқа жиҳатдан) ёки бир-бирлари учун рақобатчилардир. Ушбу хизматларни истеъмол қилиш мамлакат ичида жис-

моний ва юридик шахслар - мамлакат резидентлари ва норезидентлари томонидан амалга оширилади.

Кластер назариясининг юқоридаги таҳлиллари асосида биз тез-тез берилган кластер атрибутлари куйидагилардан иборат эканлигини кўришимиз мумкин: тегишли тармоқларда фаолият юритаётган корхоналарнинг географик яқинлиги; фирмалар, жамоат ва илмий тадқиқот муассасалари ўртасидаги ўзаро таъсирлар, горизонтал ва вертикал ўзаро боғлиқликлар; рақобат ва ҳамкорлик.

Кластернинг турли таърифлари ва ҳар хил идентификация усулларида фойдаланиш концептуал ва эмпирик чалкашликка олиб келади. Шунинг учун адабиётларда *кластерларни таснифлашга* кўплаб уришилар қилинган [6].

Jacobs ва de Man фикрича, барча *кластерларни учта тоифага бўлиш* мумкин, улар иқтисодий фаолиятнинг хилма-хил-лигини таъкидлайди [7]:

- одатда билим марказлари (фан ва тадқиқот марказлари, университетлар ва бошқалар) билан боғлиқ бўлган соҳалар фирмаларининг ишбилармонлик фаоллигининг минтақавий концентрацияси;

- ишлаб чиқариш жараёнининг кетма-кет босқичлари кластер ядроси бўлган вертикал интеграциялашган ишлаб чиқариш занжирлари, тор доирадаги тармоқлар;

- кластернинг энг йирик фирмалари марказидаги тармоқлар;

- кластерлар юқори географик йиғилган маълумотлар асосида аниқланган бутун тармоқлар ёки тармоқлар сифатида.

Meyer-Stamerнинг сўзларига кўра, *ташқилий тузилишига қараб* учта турдаги кластерлар ажратилган [8]:

- Италия саноат туманларига ўхшаш кластерлар, бу ерда асосан кичик ва ўрта бизнес (SME sector) соҳасидаги ихтисослашган компаниялар ўртасида алоқа келтирилади. Ушбу турдаги кластер таркибидаги компаниялар юқори малакали, ўзаро рақобатбардош ва улар ўз шерикларига ишонадилар. Компанияларнинг бундай турдаги кластер доирасидаги ҳамкорлиги уларга ўз соҳасида мослашувчан бўлиш имконини

беради, уларни юқори маҳсулдорликка олиб келади ва катта инновацион салоҳиятни яратади;

- hub-and spoke кластерлар, бу ерда маҳаллий компаниялар ҳамда кичик ва ўрта бизнес (SME sector) соҳасидаги катта компаниялар гуруҳлари ўртасида иерархик алоқалар мавжуд. Бу турдаги кластер асосан йирик корпорациялар кучига таянади ва шу билан бирга эгилувчан бўлиб, харажатлар билан боғлиқ ўзининг афзалликларига эга;

- кичик ва ўрта корхоналарнинг асосий иштироки билан ташқи компанияларга боғлиқ бўлган сунъий йўлдош кластерлари.

Шунга ўхшаш типологияни A. Markusen ҳам тақдим этади [9]. Юқорида санаб ўтилган учта турдан ташқари, у давлат асосидаги саноат округи деб номланган тўртинчи турни таклиф қилади. Бундай кластернинг асосини тадқиқот бўлинмаси, университет ёки ҳукумат маъмурияти каби жамоат ёки ноtijорат ташкилотлар ташкил этади. Бундай доирадаги компанияларнинг ривожланиши бошқа кластер объектларига мурожаат қилиб кластер технологияларни “базавий”дан ўтказиш мумкинлигига боғлиқ.

Enright кластер босқичига кўра таснифни таклиф этгач, Rosenfeld ижтимоий капиталнинг ривожланиш ролига алоҳида эътибор бериб, қуйидагиларни ажратди [10]:

фаол кластерлар - танқидий массага эришган ва аъзолари кластер ичида рақобатбардошликни яратиш учун мавжуд салоҳиятдан фойдаланган ҳолда самарали тизим вазифасини бажарадиганлар. Бу турдаги кластерларнинг муҳим элементи - дўстона муҳит яратадиган ижтимоий институтлар;

яширин кластерлар - сони туфайли танқидий массага эришган кластерлар маълум бир соҳадаги фирмалар, лекин улар тегишли давлат институтлари йўқлиги сабабли ҳали ҳам синергия таъсиридан фойдалана олмайдилар;

потенциал кластерлар - қўшимча шартлар (ресурслар) тақдим этилган тақдирда вужудга келиши мумкин бўлган кластерлар. Одатда бу молиявий ресурслар кўринишида давлат томонидан қўллаб-қувватлашни талаб қиладиган кластерлардир.

Gordon ва McCannнинг фикрича, ишлаб чиқариш кластерларини ҳудудий ташкил этишнинг учта шакли мавжуд [11]:

- соф агломерация модели;
- саноат комплекси модели;
- ижтимоий тармоқ модели.

Юқоридаги шакллар орасидаги фарқ асосан қуйидагиларга боғлиқ:

- гуруҳлардаги компаниялар ҳажми;
- компаниялар ўртасидаги муносабатларнинг табиати;
- ҳудуднинг хусусиятлари;
- аналитик ёндашув.

Кластерларни фаолият характерида кўра тўрт турдаги кластерларга ажратиш мумкин[12]:

- саноат кластерлари;
- кишлоқ хўжалиги ва озиқ-овқат ишлаб чиқариш кластерлари;
- хизмат кластерлари;
- илғор технологиялар кластерлари.

Кластерларнинг яна бир таснифи уларнинг келиб чиқиш мамлакати билан боғлиқ бўлади. Шунга кўра кластерларнинг учта модели мавжуд [13]:

• Италия модели - оилавий ришталари мустаҳкам бўлган компаниялар ўртасидаги норасмий алоқаларга асосланган;

• Дания модели - бу ерда кластер фаолиятини мувофиқлаштирувчи тармоқ брокери муҳим рол ўйнайди;

• Голландия модели - корхоналарнинг илмий-тадқиқот институти билан ҳамкорлиги алоҳида аҳамият касб этади.

М.Н. Best маълумотларига кўра, кластерларнинг иккита модели мавжуд: статик ва динамик. Статик кластерлар жойлашув иқтисодийетидан фойдаланган ҳолда чекланган инновациялар билан ишлайди. Бироқ, динамик кластерлар инновацион, жараёнлар, ходимлар ва хизматларнинг доимий такомиллашуви билан ажралиб туради. М.Н. Best фикрича, кўпчилик саноат корхоналари статик кластер модели асосида ишлайди [14].

OECD (Organization of Economic Cooperation and Development - Иқтисодий ҳамкорлик ва тараққиёт ташкилоти) томонидан қабул қилинган кластер таснифи мезони уларнинг инновацион характеридаир. OECD-

га кўра, кластерлар қуйидагича таснифланади [15]:

- билимга асосланган кластерлар - бу институтлар томонидан олиб бориладиган асосий ва оммавий тадқиқотларга дарҳол кириш имкони туфайли тадқиқот институтлари ва университетлар атрофида гуруҳланган кластерлар;

- иқтисодиётга асосланган кластерлар - ишлаб чиқаришнинг кенг кўламли тизимларига асосланган гуруҳлар ва компанияларнинг инновацион самарадорлиги, айниқса ишлаб чиқариш жараёнининг янгиликларига оид билимларга асосланган кластерлар;

- етказиб берувчига таянадиган кластерлар - компаниялар асосан капиталли ва оралиқ маҳсулотлар сифатида технологияларни сотиб олишга интилишади, уларнинг инновацион характери хизмат кўрсатувчи провайдерлар билан ҳамкорлик қилиш қобилияти билан жаримага тортилади;

- ихтисослашган етказиб берувчилар кластерлари - компаниялар тадқиқот ва маҳсулот янгиликларига катта маблағ сарфлайдилар ва одатда мижозлар ва фойдаланувчилар билан яқиндан ҳамкорлик қиладилар.

Буюк Британиянинг Савдо ва саноат вазирлиги (UK Department of Trade and Industry) кластерларнинг қуйидаги типологиясини қўллади [16]:

- қўшилган қиймат занжирига асосланган кластерлар;

- тегишли тармоқларни бирлаштириш;
- минтақавий кластерлар;
- саноат туманлари;
- тармоқ;
- инновацион муҳит.

Dijk ва Sverisson шунга ўхшаш кластер типологиясини таклиф қилишади. Бунда асосий мезон - бу кластерларнинг ривожланиш босқичи [17]:

- маҳаллий кластер - бир-бирига яқин жойлашган компаниялар, уларнинг иши асосан маҳсулотларга таклид қилади;

- маҳаллий бозор - шу каби соҳаларда фаолият юритадиган, асосан маҳсулот ишлаб чиқаришга, ўз жойларини қидирадиган ва сотиш стратегиясини ишлаб чиқадиган компанияларнинг географик гуруҳланиши;

- маҳаллий тармоқ - компаниялар ўртасида меҳнат тақсимоли мавжуд; асосий операция бир - бирини тўлдирувчи тадбирлар ва кириш имкониятлари билан боғлиқ кўшимча саноат соҳасидаги корхоналарга ва мижозларга;

- инновацион кластер - унинг ўзига хос хусусияти - бу янгиликларни ишлаб чиқиш, кейинчалик уларни таклид қилиш мумкин;

- саноат зонаси - аниқланадиган компаниялар гуруҳидаги кооперацион алоқаларнинг концентрацияси.

Польшада ва Силезияда “SIECI {NETWORKS}” номли лойиҳа доирасида ишлайдиган тадқиқотчилар қуйидаги кластерлар моделларини таклиф қилишди:

- анъанавий кластер (минтақавий, саноат) - кичик ва йирик компаниялар анъанавий тармоқларга тегишли бўлган товарларни ишлаб чиқаради; компаниялар бир-бири билан рақобатлашади (горизонтал модели) ёки қиймат занжири бўйлаб ишлайди; кластер тузилмага эга бўлиши мумкин, ammo бу муҳим эмас, юқори даражадаги ишончга асосланган норасмий келишувлар бўлиши мумкин; кластерни унинг ривожланиши учун маблағ йиғиш учун масъул бўлган раҳ-бар ёки мувофиқлаштирувчи вакили бўлиши мумкин; Иқтисодиёт учун анъанавий кластернинг қиймати ишлаб чиқаришни ва шунга мос равишда иш ўринларини сақлаб қолиш ва маълум обрўга эга ва рақобатбардош салоҳиятга эга саноат марказини яратишдир; анъанавий кластерлар ҳали ҳам молиявий қўллаб-қувватловчи минтақавий ва миллий дастурлар ёрдамида вужудга келиши ва қўллаб-қувватланиши мумкин;

- инновацион кластер - молиявий қўллаб-қувватлаш ва ноу-хауга интиладиган инновацион йўналтирилган кластер, мувофиқлаштирувчи вазифасини бажариши мумкин бўлган рақобатдош субъектлар, шунингдек, инновацион кластерларнинг ривожланишига бизнесни ривожлантиришга йўналтирилган минтақавий ва миллий сиёсат таъсир кўрсатади; ҳозиргача Польшада бундай турдаги кластерлар етакчи ёки етакчилар гуруҳига асосланиб тузилган (Голландия модели);

• тармоқ кластери - кластер таркибига кирувчи компаниялар уюшган тармоқни ташкил қилади, у тармоқ брокерига эга бўлиб, янгилик манбалари, янгиликларни тўлдирувчи ва бизнес билан боғлиқ бошқа хизматларни кўрсатувчи бўлинмалар ҳақида маълумот тўплайди; Бундай тармоқ янги дастурларни амалга оширишда ахборот оқимини таъминлайди.

Юқоридаги тасниф кластер моделининг тузилишига таъсир кўрсатадиган тадқиқот жараёнида аниқланган учта механизмга асосланган:

- кластерлар ичида ишончни шакллантириш;
- билимларни бошқаришнинг тузилиши ва тартибга солиниши;
- кластерларнинг мувофиқлаштириш ва тузилиш ўлчамлари спецификацияси.

Юқоридаги кластер таснифи асосида шуни кузатиш мумкинки, кўплаб муаллифлар кластер иштирокчилари ўртасидаги алоқаларнинг тармоқ характерига урғу беришади.

Аммо шуни таъкидлаш керакки, кластерни тармоқ сифатида аниқлаб бўлмайди.

Caron ва Pouder га кўра кластерларни иккита асосий турга бўлиш мумкин: технологик ва саноат [18]. Уларнинг фикрича, бу икки турдаги кластерлар турли минтақавий ресурслардан келиб чиқади ва уларнинг ўсиши турли технологик тармоқларга боғлиқ. Бундан ташқари, улар ресурсларни ҳар хил усулда тўплайдилар, ҳар хил имкониятларга эга ва рақобатбардош устунликларни ишлаб чиқади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Assessing Toronto's financial services cluster. Institute for competitiveness & prosperity. Toronto. 2007. http://www.competeprosper.ca/images/uploads/FSstudy_June07.pdf
2. Porter M. Clusters and the New Economics of Competition. Harvard Business Review. <http://hbr.org/product/clusters-and-the-new-economics-of-competition/an/98609-PDF-ENG>, Портер М. Конкуренция: обновленное и расширенное издание; пер. с англ. М.: ООО «И.Д. Вильям», 2010 - 592 с., Палтарыхин А. Кластерный подход к развитию регионального АПК / Полтарыхин А. // Человек и труд. 2010. - № 6. - с. 67., Пятинкин С.Ф., Быкова Т.П. Развитие кластеров: сущность, актуальные подходы, зарубежный опыт. Минск: Тесей, 2008. - 72 с., Рекорд С.И. Развитие промышленно-инновационных кластеров в Европе: эволюция и современная дискуссия. СПб.: Изво СПбГУЭФ, 2010. -109 с.
3. Быкова А.А. Проблематика формирования инновационных кластеров / Быкова А.А.// Инновации. 2006. - № 2. - с. 38-43., Глотко А.В. Формирование и развитие кластера садоводства в региональном АПК: автореф. дисс.д-ра экон. наук: 08.00.05 / Глотко А.В. Новосибирск, 2010. - 48 с
4. Кенжабаев А.Т., Султонов А.О. Агротеризация – важнейший инструмент экономии водных ресурсов // Сборник научных статей по итогам работы Международного научного форума. – 2019. – С. 105. , Кенжабаев А.Т., Султонов А.О. «The role and place of agro clusters in improving the economic efficiency of water use in the

5. ХУЛОСА ВА ТАКЛИФЛАР

Хулоса қилиб айтганда, кластер - бу турли корхона ва ташкилотларни бирлаштирган кўп босқичли мураккаб тузилмадир. Бир томондан, бу бир хил турдаги (кластер ядроси) маҳсулот ишлаб чиқарувчи рақобатдош ишлаб чиқарувчилар, бошқа томондан, улар билан қиймат занжири бўйлаб ўзаро алоқада бўлган турли корхоналар ва ташкилотлар (кластернинг иккинчи ва учинчи босқичлари)дир;

ҳар хил турдаги кластерлар мавжуд, уларни ҳар хил таснифлаш мезонлари билан аниқлаш мумкин, кластерни у ёки бу турга ажратиш саноат кластерларини таҳлил қилишнинг муҳим воситасини таъминлайди;

замонавий кластерларнинг пайдо бўлиши ва ривожланиши “Инновацион кластерлар” каби махсус тадқиқот майдони, тадбиркорлик ва илмий кашфиётларни тижоратлаштириш билан тавсифланади;

кластерлар ташкилот қонунларига мувофиқ пайдо бўлади ва “яшайди”, шунинг учун кластер ҳаёт циклининг босқичлари бор, шу билан бирга, ҳаёт циклининг маълум бир босқичига тегишли бўлган кластерни ишлаб чиқиш, таҳлил қилиш кластернинг янада ривожланиши ва “ҳаёти” учун зарур бўлган бошқарув қарорларини тушунишга олиб келади;

хизматларнинг ўзига хос хусусиятлари билан боғлиқ бўлган хизмат кўрсатиш соҳаси кластерлари ўзига хос хусусиятларга, шунингдек, ўзига хос тузилишга ва қиймат занжирига эга.

region» Asian Journal of Multidimensional Research (AJMR). ISSN: 2278-4853 Vol 7, Issue 11, November 2018, 147 p.

5. Weiermair K., Steinhauser C. New Tourism Clusters in the Field of Sports and Health. The Case of Alpine Wellness // 12th International Tourism and Leisure Symposium. Barcelona, 2003.

6. Bojar E.: Clusters – The Concept and Types. Examples of Clusters in Poland, [in:] Bojar E., Olesiński Z. (ed.): The emergence and development of clusters in Poland, Difin, Warszawa 2007, pp. 11-30; Brodzicki, T., Szultka A.: Koncepcja klastrów a konkurencyjność przedsiębiorstw, opracowanie IBnGR, Organizacja i kierowanie, nr 4 (110), Warszawa 2002; Gorynia M., Jankowska B.: Klastry a międzynarodowa konkurencyjność i internacjonalizacja przedsiębiorstwa, Difin, Warszawa 2008; Porter, M. E.: Porter o konkurencji, PWE, Warszawa 2001.

7. Jacobs, D., De Man A.P., Cluster, industrial policy and firm strategy: a menu approach, Technology Analysis and Strategic Management, 8(4), 1996.

8. Iwona Żabińska.: Development of cluster theory – bibliography study, Silesian University of Technology, Warszawa 2014

9. Markusen A.R., Yong-Spok L., DiGiovanna S.: Second Tier Cities. Rapid Growth beyond the Metropolis, The University of Minnesota Press, Minnesota 1999

10. Rosenfeld S.A.: Bringing Business Clusters into the Mainstream of Economic Development, European Planning Studies, Vol. 5, Nr 1, 1997.

11. Gordon I.R., McCann P.: Industrial Clusters: Complexes, Agglomeration and/or Social Networks, Urban Studies, Vol. 37, 2000.

12. Organizacja grup kooperacyjnych przedsiębiorstw, PARP 2005.

13. OECD, Nationa Innovation Systems, Paris 1999.

14. A practical Guide to cluster development, A report to the Department of Trade and Industry and the English RDAs by Ecotec Research & Consulting, www.berr.gov.uk.

15. Gorynia M., Jankowska B.: Klastry a międzynarodowa konkurencyjność i internacjonalizacja przedsiębiorstwa, Difin, Warszawa 2008.

16. Iwona Żabińska.: Development of cluster theory – bibliography study, Silesian University of Technology, Warszawa 2014.

17. Szultka S., Koszarek M., Piwowarczyk D.: Wstępna analiza trzech potencjalnych klastrów w województwie zachodniopomorskim, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 2005; Porter, M. E.: The Competitive Advantage of Nations, Free Press, New York 1990.

18. Caron J. H. St., Pouder R. W.: Technology clusters versus industry cluster: resources, networks, and regional advantages, Growth and Change, Vol.37 No 2, 2006, pp.141-171.