

**TURISTIK KLASTERLARNI RIVOJLANTIRISHDA XALQARO
TAJRIBA VA O‘ZBEKISTON AMALIYOTI TAHLILI**

Qodirova Sarvinoz Ravshanjon qizi

Magistrant

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

E-mail: ravshanovna1909@gmail.com

Annotatsiya

Mazkur maqolada turistik klasterlarni rivojlantirishning xorijiy tajribasi tahlil qilinadi. Italiya, Ispaniya va Malayziya misolida klaster modelining boshqaruv mexanizmlari, marketing strategiyalari, infratuzilma integratsiyasi va innovatsion yondashuvlari o‘rganildi. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, turistik klasterlar hududiy raqobatbardoshlikni oshirish, xizmat sifati standartlarini takomillashtirish hamda investitsiyalarni jalb etishda samarali vosita hisoblanadi. Xorijiy tajriba O‘zbekiston turizm sektorini rivojlantirishda metodologik asos bo‘lib xizmat qiladi.

Kalit so‘zlar: turistik klaster, hududiy rivojlanish, xorijiy tajriba, destinatsiya boshqaruvi, turizm marketingi.

Abstract

This article analyzes international experience in the development of tourism clusters. Using the examples of Italy, Spain, and Malaysia, the study examines the governance mechanisms, marketing strategies, infrastructure integration, and innovative approaches of the cluster model. The findings indicate that tourism clusters serve as an effective tool for enhancing regional competitiveness, improving service quality standards, and attracting investment. International experience provides a methodological foundation for the development of Uzbekistan’s tourism sector.

Keywords: tourism cluster, regional development, international experience, destination management, tourism marketing.

Kirish

Turistik klasterlarni shakllantirish va rivojlantirish masalasi so‘nggi yillarda global iqtisodiyotning muhim yo‘nalishlaridan biriga aylandi. Rivojlangan mamlakatlar tajribasi shuni ko‘rsatadiki, turizm klasterlari hududiy iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish, xizmatlar sifatini oshirish va hududning xalqaro miqyosdagi raqobatbardoshligini mustahkamlashda samarali mexanizm bo‘lib xizmat qiladi.¹ Klasterlashuv jarayoni alohida korxonalar faoliyatini emas, balki butun hududiy turizm tizimini kompleks rivojlantirishga qaratilgan tizimli yondashuvni nazarda tutadi.

Turizm klasteri iqtisodiy rivojlanishning eng muhim modellaridan biri bo‘lib, u iqtisodiy muhit, ilmiy-tadqiqot va innovatsiya muassasalari, ta‘lim tizimi, davlat hokimiyati organlari hamda turizmga aloqador tashkilotlarning jalb etilishi va o‘zaro hamkorligiga asoslanadi.

Xalqaro amaliyot shuni ko‘rsatadiki, turizm klasterlari yirik turistik hududlarni kompleks rivojlantirish, infratuzilmani modernizatsiya qilish hamda mahalliy biznes subyektlari o‘rtasidagi kooperatsiyani mustahkamlashda samarali iqtisodiy mexanizm sifatida namoyon bo‘lmoqda. Xususan, Yevropa Ittifoqi mamlakatlarida turistik klasterlar hududiy brendingni shakllantirish, barqaror turizm tamoyillarini joriy etish va xizmatlar sifatini oshirishning muhim institutsional vositasi sifatida e‘tirof etiladi. Klasterlashuv jarayoni turizm mahsulotini diversifikatsiya qilish, innovatsiyalarni rag‘batlantirish va hududiy raqobatbardoshlikni kuchaytirishga xizmat qiladi.

O‘zbekistonda ham so‘nggi yillarda turizm iqtisodiyotning strategik tarmog‘i sifatida belgilangan bo‘lib, hududiy turizm klasterlarini shakllantirish va xizmatlar eksportini kengaytirishga qaratilgan qator davlat dasturlari amalga oshirilmoqda. Jumladan, “Turizmni rivojlantirish strategiyasi” doirasida

Samarqand, Buxoro, Xiva, Toshkent shahri hamda Farg‘ona vodiysi hududlarida zamonaviy turizm infratuzilmasini rivojlantirish va klaster modelini joriy etish bo‘yicha tizimli chora-tadbirlar ko‘rilmoqda.

Shu bois, turistik klasterlarni shakllantirishda xalqaro tajribani chuqur o‘rganish va uni milliy sharoitga moslashtirgan holda amaliyotga tatbiq etish turizm sohasining barqaror rivojlanishini ta‘minlashda muhim ilmiy-amaliy ahamiyat kasb etadi.

Asosiy qism

Turistik klasterlar mazmuni va funksional yo‘nalishiga ko‘ra turli shakllarda namoyon bo‘ladi. Klaster tushunchasi dastlab M. Porter tomonidan iqtisodiy raqobat ustunligini shakllantiruvchi hududiy konsentratsiya sifatida asoslab berilgan bo‘lib, u ma‘lum bir hududda o‘zaro bog‘liq korxonalar va institutlar majmuini anglatadi. Turizm sohasida esa klasterlashuv alohida xizmat ko‘rsatuvchi subyektlarni yagona hududiy tizimga birlashtirish orqali kompleks turizm mahsulotini shakllantirishni nazarda tutadi

1-rasm. Turistik klasterlarni shakllantirishning samarali xususiyatlari

Turistik klasterlarni tashkil etishning asosiy maqsadlarini quyidagilar tashkil etadi:

- Lokal iste‘mol va hududiy taraqqiyot: Turistik mahsulotlarning o‘ziga xos xususiyati ularning bevosita ishlab chiqarilgan joyida iste‘mol qilinishidir. Shu sababli, klaster yondashuvi hududiy rivojlanishni ta‘minlovchi va mahalliy resurslarni optimallashtiruvchi strategik drayver hisoblanadi.
- Multitarkiblilik va sub‘ektlararo kooperatsiya: Turistik mahsulot ko‘p komponentli tuzilishga ega bo‘lib, uning shakllanishida ko‘plab mustaqil sub‘ektlar ishtirok etadi. Mazkur sub‘ektlarning o‘zaro integratsiyasi va samarali kooperatsiyasi yuqori qo‘shilgan qiymatga ega yaxlit turistik mahsulot yaratishning zaruriy shartidir.

- **Nomoddiy xususiyat va brend orqali ishonchni shakllantirish:** Turistik xizmatlar nomoddiy tabiatga ega bo‘lib, ularning sifatini iste‘mol jarayoniga qadar bevosita baholash imkoniyati mavjud emas. Shu bois, klaster doirasida shakllantirilgan aniq hududiy brend iste‘molchida mahsulotga nisbatan ishonchni yuzaga keltiruvchi va xavf-xatarlarni kamaytiruvchi kafolat instrumenti bo‘lib xizmat qiladi.

Jahon tajribasiga ko‘ra klaster modellari quyidagilarni o‘z ichiga oladi:

- Klaster brokeri konsepsiyasi doirasida Daniya modeli alohida e‘tiborga loyiqdir. Ushbu modelda mahalliy hokimiyat organlari, mintaqaviy rivojlanish agentliklari hamda savdo-sanoat palatalari klaster rivojini muvofiqlashtiruvchi subyektlar sifatida e‘tirof etiladi. Ularning strategik boshqaruv, investitsiyalarni jalb qilish va marketing faoliyatini rivojlantirishdagi tajribasi Polshada ham qo‘llanilgan.

- Buyuk Britaniyada klaster rivojlanishi iqtisodiy innovatsiyalarni rag‘batlantirish hamda kichik va o‘rta biznes subyektlarining muvaffaqiyatini ta‘minlovchi omil sifatida talqin qilinadi.

- Italiya tajribasida turistik klaster modeli asosan hududiy brending va kichik hamda o‘rta biznes subyektlari o‘rtasidagi kooperatsiyaga tayanadi. Boshqaruv mexanizmlari mintaqaviy darajada shakllantirilib, mahalliy hokimiyat organlari, savdo-sanoat palatalari va turistik assotsiatsiyalar o‘rtasidagi hamkorlik asosida amalga oshiriladi. Marketing strategiyasi ko‘proq tarixiy-madaniy meros va gastronomik turizmni targ‘ib qilishga qaratilgan. Infratuzilma integratsiyasi esa transport, mehmonxona xizmati va ekskursiya xizmatlarini yagona tizimga birlashtirish orqali ta‘minlanadi. Innovatsion yondashuvlar, asosan, hududiy brendlarni rivojlantirish va xizmatlar sifatini oshirishga yo‘naltirilgan.

- Ispaniyada klaster modeli “smart tourism” konsepsiyasi asosida rivojlantirilgan bo‘lib, boshqaruv jarayonlarida raqamli texnologiyalar keng qo‘llaniladi. Marketing strategiyalari xalqaro bozorlarga yo‘naltirilgan global

branding va ma'lumotlar tahliliga asoslangan kompaniyalarni o'z ichiga oladi. Infratuzilma integratsiyasi transport-logistika tizimlari va axborot texnologiyalarini uyg'unlashtirish orqali amalga oshiriladi. Innovatsiyalar esa xizmatlarni raqamlashtirish va turistlar uchun interaktiv platformalarni joriy etish orqali namoyon bo'ladi.

- Malayziya tajribasida esa davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanadigan markazlashgan boshqaruv mexanizmi ustunlik qiladi. Turistik klasterlar maxsus iqtisodiy hududlar va investitsion rag'batlantirish siyosati orqali shakllantiriladi. Marketing strategiyasi xalqaro reklama kampaniyalari va milliy brendni ilgari surishga qaratilgan. Infratuzilma rivoji davlat investitsiyalari va xususiy sektor hamkorligiga asoslanadi. Innovatsion yondashuvlar, ayniqsa, ekoturizm va barqaror turizm yo'nalishlarida faol qo'llaniladi.

Davlat / Hudud	Klaster turi	Asosiy yo'nalishlar	Xususiyatlari
Italiya (Toskana)	Madaniy-gastronomik klaster	Vinchilik, gastronomiya, tarixiy obidalar	Madaniy meros va gastronomiyani uyg'unlashtirgan model
Fransiya (Parij)	Madaniy-muzey klasteri	Muzeylar, teatrlar, moda, gastronomiya	Madaniyat markaziga yo'naltirilgan xizmatlar
AQSh (Florida)	Dam olish klasteri	Plyajlar, mehmonxonalar, ko'ngilochar maskanlar	Dengiz turizmi va servis xizmatlariga asoslangan
Janubiy Koreya	Innovatsion texnologik klaster	Zamonaviy infratuzilma, xalqaro marketing	Yuqori texnologiyalar va servis sifatiga urg'u
O'zbekiston (Samarqand, Buxoro, Xiva)	Madaniy-tarixiy klaster	Tarixiy obidalar, ziyoratgohlar, milliy hunarmandchilik	UNESCO merosi va milliy qadriyatlarga asoslangan

4- jadval. Xalqaro va O‘zbekiston tajribasini qiyoslash (amaliy misollar asosidagi tavsifiy) jadvali.

Xalqaro tajriba shuni ko‘rsatadiki, muvaffaqiyatli turizm klasterlari kuchli hududiy brendni shakllantiradi, aholi bandligini oshiradi, xizmatlar sifatini xalqaro standartlarga moslashtiradi hamda turizmni boshqa tarmoqlar bilan integratsiyalashga xizmat qiladi.

O‘zbekistonda ham turistik klasterlarni rivojlantirish bo‘yicha tizimli ishlar olib borilmoqda. Samarqand, Buxoro va Xiva tarixiy turizm klasterlari sifatida rivojlantirilmoqda va “Buyuk Ipak yo‘li” konsepsiyasi asosida targ‘ib qilinmoqda. Farg‘ona vodiysida hunarmandchilik va gastronomiyaga, Toshkentda biznes-turizmga, Zomin, Chimyon hamda Qoraqalpog‘istonda esa ekoturizmga ixtisoslashgan klasterlar shakllanmoqda.

So‘nggi yillarda O‘zbekiston hukumati turizmni rivojlantirish bo‘yicha keng qamrovli strategik hujjatlar qabul qilgan, shu jumladan «Yangi O‘zbekiston turizm strategiyasi 2023–2030» konsepsiyasi klaster yondashuvini yanada kengaytirishga xizmat qilmoqda. Natijada transport va mehmonxona infratuzilmasi modernizatsiya qilinmoqda, xorijiy investorlar uchun qulay shart-sharoitlar yaratilmoqda hamda turistik xizmatlar sifatini oshirishga qaratilgan innovatsion yechimlar joriy etilmoqda. Solishtirma tahlil shuni ko‘rsatadiki, O‘zbekiston tarixiy-madaniy va ekologik turizmga tayanadi, G‘arb davlatlarida esa gastronomik va plyaj turizmi rivojlangan. Xorijda xususiy sektor faolroq bo‘lsa, O‘zbekistonda davlatning roli yuqoriroq. Biroq mamlakatning boy madaniy merosi va geografik joylashuvi uning jahon turizm bozorida raqobatbardoshligini ta’minlaydi

Muhokama:

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, turizm klasterlari rivojlangan mamlakatlarda hududiy iqtisodiy o‘sishning muhim instrumenti sifatida namoyon bo‘lmoqda. Xususan, G‘arbiy Yevropada 400 dan ortiq turizm klasterlari faoliyat yuritib, ularning aksariyati 100 dan ortiq korxonalarni

birlashtiradi. Gʻarbiy Yevropada 13 ta yirik turizm klasteri 1000 dan ortiq firmalarni qamrab olgan boʻlib, ular asosan poytaxt va mashhur destinatsiyalarda joylashgan.

1-rasm va 4-jadval asosida olib borilgan qiyosiy tahlil shuni koʻrsatdiki, Italiya va Fransiya tajribasida madaniy-gastronomik klaster modeli ustun boʻlsa, AQShda plyaj va dam olish turizmi, Janubiy Koreyada esa innovatsion-texnologik klaster modeli rivojlangan. Oʻzbekistonda esa turizm klasterlari asosan madaniy-tarixiy va ekologik yoʻnalishga tayanmoqda.

Statistik maʼlumotlarga koʻra, turizm rivojlangan mamlakatlarda klasterlashuv natijasida hududiy bandlik 8–12 % ga oshgani kuzatilgan . Oʻzbekistonda ham 2023–2024-yillarda turizm sohasida yangi ish oʻrinlari sonining oshishi klaster yondashuvi bilan bevosita bogʻliq.

Shu bilan birga, Oʻzbekistonda raqamli texnologiyalarni joriy etish va xususiy sektor faolligini oshirish hali rivojlanish bosqichida ekanligi aniqlangan. Xalqaro tajribada esa raqamlashtirish va marketing tahlillari asosida boshqaruv ustunlik qilmoqda.

Xulosa

Olib borilgan tadqiqot natijalari turistik klasterlarni rivojlantirish hududiy iqtisodiy barqarorlikni taʼminlash, xizmatlar diversifikatsiyasini kengaytirish hamda milliy turizm tizimining xalqaro raqobatbardoshligini oshirishda muhim strategik mexanizm ekanligini tasdiqladi. Xalqaro tajriba, xususan Italiya, Ispaniya va Malayziya misolida oʻrganilgan boshqaruv modellari klasterlashuv jarayonining samaradorligi davlat-xususiy sheriklik darajasi, institutsional muvofiqlashtirish, raqamli boshqaruv vositalari hamda hududiy brending siyosati bilan bevosita bogʻliqligini koʻrsatdi.

Solishtirma tahlil shuni koʻrsatdiki, Oʻzbekiston turizm klasterlari asosan tarixiy-madaniy va ekologik salohiyatga tayanadi, xorijiy davlatlarda esa gastronomik, plyaj va innovatsion-texnologik yoʻnalishlar ustuvorlik kasb etgan. Biroq Oʻzbekistonning boy madaniy merosi, qulay geografik joylashuvi

va “Buyuk Ipak yo‘li” konsepsiyasi asosidagi strategik yondashuvi mamlakatning global turizm bozorida mustahkam o‘rin egallashi uchun muhim asos bo‘lib xizmat qiladi.

Shu bilan birga, tadqiqot O‘zbekistonda raqamli transformatsiya jarayonini jadallashtirish, xususiy sektor faolligini oshirish hamda klaster boshqaruvida innovatsion boshqaruv mexanizmlarini joriy etish zarurligini ko‘rsatdi. Kelgusida turistik klasterlarning iqtisodiy samaradorligini baholashda iqtisodiy-matematik modellashtirish usullarini qo‘llash, hududlar kesimida empirik tadqiqotlar o‘tkazish hamda klasterlarning uzoq muddatli barqarorlik ko‘rsatkichlarini aniqlash dolzarb ilmiy yo‘nalish sifatida e‘tirof etiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati (GOST formatida)

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti. 2023–2027-yillarda turizmni rivojlantirish strategiyasi to‘g‘risidagi qaror. – Toshkent, 2023.
2. Porter M.E. Clusters and the new economics of competition // Harvard Business Review. – 1998. – Vol. 76, № 6. – P. 77–90.
3. Novelli M., Schmitz B., Spencer T. Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience // Tourism Management. – 2006. – Vol. 27, № 6. – P. 1141–1152.
4. Ferreira J., Estevão C. Regional competitiveness of tourism cluster: A conceptual model proposal // Tourism & Management Studies. – 2009. – № 5. – P. 37–51.
5. Fundeanu D.D. Innovative regional cluster, model of tourism development // Procedia Economics and Finance. – 2015. – Vol. 23. – P. 744–749.
6. Capone F. Tourism clusters in Western Europe: A comparative analysis // European Planning Studies. – 2016. – Vol. 24, № 7. – P. 1239–1258.
7. Babalola Y.A. va boshq. Tourism cluster and SMEs development in Italy // International Journal of Business and Social Science. – 2011. – Vol. 2, № 17. – P. 102–110.

8. OECD. Tourism clusters and innovation systems. – Paris: OECD Publishing, 2019. – 112 p.
9. Szekely V. Clusters and partnership within the regional innovation strategy of the Zilina region // Journal of Competitiveness. – 2010. – Vol. 2, № 3. – P. 35–48.
- 10.UNWTO. Tourism highlights 2023 edition. – Madrid: World Tourism Organization, 2023. – 48 p.
- 11.World Travel & Tourism Council. Economic Impact Report 2023. – London: WTTC, 2023. – 60 p.