

## **TURIZM KLASSTERLARINI TASHKIL ETISHDA INNOVATSIYANING O‘RNI**

***Shohista Tuyg‘un qizi Yazdanova***

*Turizm kafedrasi asistent o‘qituvchisi*

*Toshkent Davlat Sharqshunoslik Universiteti,*

*E-mail: [yazdanovash98@gmail.com](mailto:yazdanovash98@gmail.com)*

***Sabrina Do‘stmurod qizi Eshonqulova***

*Mustaqil tadqiqotchi*

*Toshkent Davlat Sharqshunoslik Universiteti*

***Annotatsiya:*** Turizm klasteri bu goeografik hudud bilan chegaralangan turistik diqqatga sazovor joylar guruhi shuningdek, yuqori sifat bilan jihozlangan uskunalar, xizmatlar, ijtimoiy-iqtisodiy uyg‘unlik, hududda faoliyat yuritayotgan korxonalarning raqobatbardoshligini ta’minlaydigan mukammal boshqaruv tizimidir. Ushbu maqolada O‘zbekistonda tashkil etilayotgan erkin turistik hududlar hamda ularning samarali faoliyat yuritishini ta’minlashda turizm klasterlarining ahamiyati haqida so‘z yuritilgan, bunda turizm klasterlarini tashkil etishning xususiyatlariga alohida to‘xtalib o‘tilgan.

***Kalitso‘zlar:*** Turizm, xizmat ko‘rsatish, klaster, turizm klasteri, O‘zbekiston, erkin turistik zonalar, kichik turistik zona, destinatsiya, MICE turizm, tibbiy turizm rivojlanish strategiyasi.

## **THE ROLE OF INNOVATION IN THE ORGANIZATION OF TOURISM CLUSTERS**

***Shahista Yazdanova***

*Assistant teacher of the Department of Tourism*

*Tashkent State University of Oriental Studies,*

*E-mail: [yazdanovash98@gmail.com](mailto:yazdanovash98@gmail.com)*

**Sabrina Eshankulova**

*Independent researcher*

*Tashkent State University of Oriental Studies*

**Annotation:** A tourism cluster is a group of tourist attractions limited to a geographical area, as well as a perfect management system that ensures high-quality equipment, services, socio-economic harmony, and the competitiveness of enterprises operating in the area. This article provides information about the role of tourism clusters in innovative development and the importance of the clustering system in the organization of destinations.

**Keywords:** Tourism, service, cluster, tourism cluster, Uzbekistan free tourist zones, small tourist zone, destination, MICE tourism, medical tourism development strategy.

## РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ

**Шахиста Язданова**

*Ассистент кафедры туризма*

*Ташкентский государственный университет востоковедения,*

*Электронная почта: [yazdanovash98@gmail.com](mailto:yazdanovash98@gmail.com)*

**Сабрина Эшанкулова**

*Независимый исследователь*

*Ташкентский государственный университет востоковедения*

**Аннотация:** Туристический кластер – это группа туристических объектов, ограниченная географической территорией, а также совершенная система управления, обеспечивающая высокое качество оборудования, услуг, социально-экономическую гармонию и [www.sharqjurnali.uz](http://www.sharqjurnali.uz)

DOI: 10.5281/zenodo.13905682

*конкурентоспособность предприятий, работающих на данной территории. В данной статье представлена информация о роли туристских кластеров в инновационном развитии, значении системы кластеризации в организации дестинаций.*

**Ключевые слова:** Туризм, сервис, кластер, туристический кластер, Узбекистан, свободные туристские зоны, дестинация, MICE-туризм, стратегия развития медицинского туризма.

## KIRISH.

Turizm klasteri bu o‘z navbatida turizmga to‘g‘ridan-to‘g‘ri bog‘liq bo‘lgan va bilvosita aloqador bo‘lgan sohalarning birlashib yagona maqsad yo‘lida ish olib borishidir. Turizm klasterini samarali tashkil etishning eng asosiy shartlaridan biri bu innovativ yondashuv hisoblanadi. Innovatsion klasterda avvalambor ma’lumotlar almashinish tezligi ortib boradi, va shu orqali eng kerakli ma’lumotlar kerakli odamlarga tez fursatda yetib boradi.

Xorij tajribasi shuni ko‘rsatadiki bozor iqtisodiyoti sharoitida turizmni jadal rivojlantirish bevosita turizm klasterlari bilan bog‘liq. Chunki samarali tashkil etilgan turizm klasterlarida turistik mavsumiylik yo‘qoladi, mavsum bo‘lmagan vaqtlarda katta chegirmalar orqali turistlarni jalb qilishga erishiladi, mexmonxonalarda bo‘sh turuvchi o‘rinlar sonining kamayishiga ham yordam beradi. Yevropa tarqqiqiyot kengashi tomonidan klasterlash tizimi iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirishda belgilangan 9 ta muhim maqsadlardan biri sifatida keltirib o‘tilgan.

O‘zbekistonning yangi rivojlanish strategiyasida ham klasterlash tizimiga alohida e’tibor qaratilgan, xususan 10-bo‘limda 8 ta ilmiy ishlab chiqarish klasterlari, 58-bo‘limida<sup>1</sup> 30 ta yirik turizm klasterlarini tashkil etish belgilangan

---

<sup>1</sup> O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni, 11.09.2023, PF-158-son. Elektron manba: <https://lex.uz/ru/docs/-6600413>  
[www.sharqjurnali.uz](http://www.sharqjurnali.uz)

bo‘lib, ushbu islohotlar xususiy investitsiyalarni jalb etish hisobiga bo‘lishi nazarda tutilgan.

### **MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI.**

Buyuk Britaniyalik Olim Alfred Marshall birinchilardan bo‘lib geografik jihatdan bir-biriga yaqin joylashgan korxona va tashkilotlar ma’lum bir sanoatning jadal rivojlanishiga olib kelishini nazariy jihatdan isbotlab bergan. U ushbu nazariyada uchta asosiy faktorni sanab o‘tgan:

1. Ixtisoslashgan yetkazib beruvchilar
2. Bilimlarning tarqalishi
3. Mehnat marketing integratsiyasi<sup>2</sup>.

Keyinchalik ushbu nazariyani amerikalik iqtisodchi olim Maykl Porter yanada mustahkamladi, A.Marshall taklif etgan tizim zamonaviy turizm klasterining asosiga aylandi, Klasterlash tushunchasini fanga M.Porter olib kirdi va uning raqobatbardoshligini o‘rganishda ko‘plab tajribalar olib bordi. M.Porter fikriga ko‘ra klaster bu muayyan sohadagi o‘zaro bog‘langan kompaniyalar va muassasalarning geografik kontsentratsiyasi. Klasterlar bir-biriga bog‘langan tarmoqlar va raqobat uchun muhim bo‘lgan boshqa ob’ektlarni o‘z ichiga oladi. V.Mingettining g‘oyasiga ko‘ra ma’lumotlarni innavatsion texnologiyalar yordamida almashinish tashkil etilgan turizm klasteri, “smart destinatsiyalarni” vujudga keltirishi mumkin<sup>3</sup>. M. Benining takidlashiga ko‘ra turizm klasterida eng asosiy urg‘u mukammal boshqaruvga qaratilishi lozim<sup>4</sup>, shundagina tizim samarali ishlashi mumkin.

---

<sup>2</sup> Marshall A.(1993) Principles of economic science. <https://www.econlib.org/library/Marshall/marP.html>

<sup>3</sup> Minghetti, V. (2001). From destination to destination marketing and management: Designing and repositioning tourism products. The International Journal of Tourism Research, 3.

<sup>4</sup> Beni, M.C. Globalizacao do Turismo: Megatendencias do Setor e a Realidade Brasileira; Aleph: Sao Paulo, Brazil, 2003; 208p, ISBN 978-8576571087. [Google Scholar]

O‘zbekistonlik olimlardan A.A. Abdullayeva “Milliy iqtisodiyotda klasterlarni rivojlantirishning xorij tajribalari va tahlili”<sup>5</sup> nomli ilmiy ishida AQSH, Kanada, Germaniya kabi rivojlangan mamlakatlarning iqtisodiy barqaror rivojlanishida klasterlarning ahamiyatini yoritib bergan hamda mamlakatimizda ushbu tizimni tashkil etishning ijobiy jihatlarini ochib bergan. Xizmat ko‘rsatish va turizm sohasida klasterlash tizimi haqida D.H. Aslanova, M.T.Alimova, R.A.Allayorovalar nazariy va tadqiqot ishlarida o‘rgangan<sup>6</sup>. Ushbu maqolada Sh.Yazdanovanning magistrlik dissertatsiyasida olib borilgan erkin turistik zonalarining tarkibida turizm klasterlarini tashkil etish bo‘yicha yozgan ma’lumotlaridan foydalanilgan.

### **TADQIQOT METODOLOGIYASI.**

Maqolada tadqiqotning nazariy va empirik usullaridan foydalanildi. Unda so‘nggi tadqiqot nashrlari tahlili berilgan, olingan natijalar statistik ma’lumotlar bilan taqqoslangan. Muallif metodologiyasida tizimli yondashuv, kuzatish, taqqoslash, mavhumlashtirish, ideallashtirish va guruhlash usullari qo‘llanilgan. Tadqiqot natijalarini vizualizatsiya qilish uchun grafik usulidan foydalanilgan.

### **TAHLIL VA NATIJALAR.**

Bugungi kunda innovatsion rivojlanish O‘zbekiston iqtisodining o‘rishidagi ustuvor vazifaga aylanib bormoqda. Bozor iqtisodiyoti sharoitida ko‘plab biznes vakillari o‘z bizneslarini rivojlantirish, raqobatbardoshlikni saqlab qolish uchun uchun innovatsion yo‘llarni izlashmoqda. Buning uchun turizm sanoatida innovatsion faoliyatni rag‘batlantirish uchun klasterlashga e’tibor qaratish muhim. Turizm sohasida yangi klasterlarni yaratish, mavjud klasterlarning oldindan belgilab qo‘ygan maqsadlarini amalga oshirishga yordam beradi. Muhimi klasterlar turini va maqsadini aniqlab olish muhim hisovblanadi.

---

<sup>5</sup> Abdullayeva A.A. “Milliy iqtisodiyotda klasterlarni rivojlantirishning xorijiy mamlakatlar tajribasi tahlili”. Iqtisod va moliya jurnali, №7 2017,22-33

<sup>6</sup> D.H. Aslanova, M.T.Alimova, R.A.Allayorova Turistik klasterlar. O‘quv qo‘llanma.Samarqand:Zarafshon, 2018. -300 b.

O‘zbekistonda bugungi kunda 8210 dan ortiq moddiy-madaniy meros obyektlarimiz mavjud bo‘lib, ularning juda oz qismidan turistik maqsadlarda foydalanilmoqda.

So‘nggi 30 yillikda xorijlik olimlarning diqqat markazida bo‘lgan mavzu bu turistik destinatsiyalardir. Mehmondo‘stlik sanoatida destinatsiyalarga alohida urg‘u berilmoqda, buning sababi destinatsiyalarda yaratilgan mukammal sharoit ko‘plab turistlarni o‘ziga jalb qilishidir. Destinatsiya ma’lum bir turistik obyekt atrofida yaratiladi hamda ushbu obyektga keluvchilar sonini oshirish maqsadida, destinatsiyaga bog‘langan barcha tarmoq va tadbirkorlik subyektlari bilan baravar harakat qiladi. Natijada turist unga ko‘rsatiladigan xizmatdan qoniqish hosil qiladi va bu ushbu destinatsiyaga keluvchilar sonining ijobiy o‘sishiga yordam beradi.

Mavjud turistik obyektни turistik destinatsiyaga aylantirish uchun bosib o‘tiladigan bir necha bosqichlar mavjud. Birinchi navbatda turistik obyekt rivojlanishi uchun u yerda erkin turistik zona, maxsus turistik zona yoki kichik turistik zona tashkil etilishi lozim. Erkin turistik zonalar alohida bojxona imtiyozlari, soliq imtiyozlari, davlatning minimal aralashuvi kabi jihatlari bilan ko‘plab tadbirkorlarni o‘ziga jalb qiladi hamda turizm zonasida turli tadbirkorlik faoliyatlari ortib boradi. Biroq turistik obyektning mavjudligi va u yerda barcha xizmat ko‘rsatuvchilarning borligi, turistik obyektning destinatsiyaga aylanishiga kamlik qiladi. Ma’lum geografik hududni qamrab olgan ushbu erkin turistik zona yoki kichik turistik zonada faoliyat yuritayotgan barcha tadbirkor va xizmat ko‘rsatuvchilarni yagona tizimga birlashtirish orqaligina erkin turistik zonaning faoliyatini samarali tashkil etish mumkin. Bunday tizimlashtirish albatta klasterlash orqali vujudga keladi. Klasterlar - bu xususiy va davlat sektori subyektlarining o‘zaro bog‘liq tizimidir. Ular odatda bir guruhdan iborat kompaniyalar, yetkazib beruvchilar, xizmat ko‘rsatuvchi provayderlar va tegishli muassasalardan iborat bo‘ladi. Turizmда klasterlash sohani eng so‘nggi innovatsion texnologiyalar

yordamida jadal sur’atlarda rivojlanishiga sabab bo’ladi. Turizm klasterida amalga oshiriladigan o‘zaro hamkorlik, yaxlit tizimda ishlash yagona maqsadga ya’ni destinatsiyaga tashrif buyuruvchi turistlar oqimida mavsumiylikning yo‘qolishiga sabab bo’ladi.



1-rasm. Turistik destinatsiyalarni vujudga keltirishda turizm obyekti, erkin turistik zona hamda turizm klasterining bog‘liqligi<sup>7</sup>.

### **XULOSA VA TAKLIFLAR.**

O‘zbekiston-2030 taraqqiyot strategiyasida belgilanganidek 2030-yilga qadar 30 ta yirik turizm klasterlari tashkil etilishi kerak. Lekin ushbu klasterlar qanday shaklda va qay tariqa tashkil etilishi aniq ko‘rsatilmagan. Turizm turlarini bir xilda rivojlantirish uchun turizm klasterlarini qaysi turizm turiga ixtisoslashishini aniqlab olish zarur. Ekologik turizm, tarixiy turizm, etnoturizm, tibbiy turizm, ta’lim turizmi, MICE turizm, gastronomik turizm klasterlariga ajratib rivojlantirish lozim. Turizm klasterlarini samarali tashkil etish hamda shu orqali O‘zbekiston iqtisodiyotiga katta daromad keltirish uchun mamlakatimizda rivojlanib borayotgan quyidagi turizm turlarini rivojlantirish mumkin:

- MICE turizm
- Tibbiy turizm
- Madaniy va ekologik turizm

So‘nggi yillarda mamlakatimizda o‘tkaziladigan tadbirlar, festivallar, ko‘rgazmalar, brifinglar, musobaqalar soni ortib bormoqda, bu bilan yurtimizga MICE turizm maqsadida keluvchi xorijliklar soni ham ortib bormoqda. Sharq taronalari, Ipak va Ziravorlar festivali, Baxshichilik festivali, Maqom festivali,

<sup>7</sup> Mavjud ma’lumotlar asosida muallif tomonidan tizimlashtirilgan  
[www.sharqjurnali.uz](http://www.sharqjurnali.uz)

Boysun bahori, Xalqaro turizm yarmarkasi va ko‘plab xalqaro yarmarka va ko‘rgazmalarga turli davlatlardan chet ellik sayyohlar tashrif buyurib kelishmoqda. MICE turizmni rivojlantirishga asoslangan klaterlarning tashkil etilishi, tashrif buyuruvchilarga ko‘plab qulayliklar beradi. Bunda mutlaqo yangi innavatsiyalar va raqamli texnologiyalardan foydalanish maqsadga muvofiq.

Markaziy Osiyo mamlakatlari ichida O‘zbekiston tibbiyoti yuqori baholanadi, shuning uchun ham MDH davlatlaridan bizning yirtimizga sog‘lig‘ini tiklash uchun ko‘plab bemorlar mavjud. Bugungi kunda O‘zbekistonda ko‘rsatiladigan tibbiy xizmatlar sifatining yuqoriligi, narxning nisbatan arzonligi, mahalliy va xorijiy doktorlarning malakasi yuqori sababli ham O‘zbekiston tubbiy turizm uchun qulay mamlakat bo‘lib qolmoqda<sup>8</sup>. Shu sababli tibbiy turizm klasterlarini tashkil etish va bemorlar salomatligini tiklashda bundanda yuqori natijalarga erishish mumkin.

Madaniy va ekologik obyektlarni saqlash, muxofaza qilish hamda turizmda ushbu obyektlardan samarali foydalanish uchun ham madaniy va ekologik turizm klasterlarini tashkil etish maqsadga muvofiq bo‘ladi.

### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Abdullayeva A.A. “Milliy iqtisodiyotda klasterlarni rivojlantirishning xorijiy mamlakatlar tajribasi tahlili”. Iqtisod va moliya jurnali, №7 2017,22-33
2. Beni, M.C. Globalizacao do Turismo: Megatendencias do Setor e a Realidade Brasileira; Aleph: Sao Paulo, Brazil, 2003; 208p, ISBN 978-8576571087. [Google Scholar]
3. D.H. Aslanova, M.T.Alimova, R.A.Allayorova Turistik klasterlar. O‘quv qo‘llanma.Samarqand:Zarafshon, 2018. – 300 b.
4. <https://uzbekistan.travel/uz/v/tibbiy-turizm/>

---

<sup>8</sup> <https://uzbekistan.travel/uz/v/tibbiy-turizm/>  
[www.sharqjurnali.uz](http://www.sharqjurnali.uz)

5. Marshall A.(1993) Principles of economic science.  
<https://www.econlib.org/library/Marshall/marP.html>
6. Minghetti, V. (2001). From destination to destination marketing and management: Designing and repositioning tourism products. The International Journal of Tourism Research, 3.
7. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni, 05.12.2017 yildagi PF-5273-son. Manba: <https://lex.uz/docs/-3441087?ONDATE=03.08.2024>
8. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni, 11.09.2023, PF-158-son. Elektron manba: <https://lex.uz/ru/docs/-6600413>
9. Yazdanova Sh. T. –Erkin turistik zonalarni tashkil etishning xususiyatlari-magistrlik dissertatsiyasi: magistrlik dissertatsiyasi. UO‘Q:338.482.224, KBK:65.433, Toshkent-2023.