

исследований подтверждает устойчивую тенденцию к цифровизации туристической отрасли: рост онлайн-рынка, внедрение ИИ, больших данных и иммерсивных технологий определяют облик туризма в ближайшем десятилетии.

Список источников:

1. UN Tourism. Digital Transformation. – UN Tourism Official Website. – URL: <https://www.untourism.int/digital-transformation>
2. Statista. Travel and Tourism Worldwide – Statistics & Facts. – 2024. – URL: <https://www.statista.com/topics/962/global-tourism/>
3. Virtue Market Research. Tourism Industry Market. – 2024. – URL: <https://virtuemarketresearch.com/report/tourism-industry-market>
4. myPOS. Digital Transformation in the Travel Industry: Facts and Stats. – 2025. – URL: <https://www.mypos.com/en-gb/blog/business-guide/digital-transformation-in-the-travel-industry-facts-and-stats>
5. ZipDo. Digital Transformation in the Tourism Industry Statistics. – 2025. – URL: <https://zipdo.co/digital-transformation-in-the-tourism-industry-statistics/>
6. Business Research Insights. Cultural Tourism Market Size & Share Trends. – 2025. – URL: <https://www.businessresearchinsights.com/market-reports/cultural-tourism-market-107478>
6. Market Data Forecast. Virtual Tourism Market Size, Share & Growth Report, 2033. – 2024. – URL: <https://www.marketdataforecast.com/market-reports/virtual-tourism-market>
7. Gutierrez I., Ferreira J.J., Fernandes P.O. Digital transformation and the new combinations in tourism: A systematic literature review // Tourism Management Perspectives. – 2025. – URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/14673584231198414>.

*Ashirali ABDIRASHIDOV,
O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi,
“Islom iqtisodiyoti va moliyasi, ziyorat turizmi” kafedrasida dotsenti, i.f.n.*

TURIZM KLASTERLARINI RIVOJLANTIRISH ORQALI ISTE’MOL TOVARLARI BOZORINING BARQAROR O‘SISHINI TA’MINLASH

***Annotatsiya.** Mazkur tezisdagi turizm klasterlarini rivojlantirishning iste’mol tovarlari bozori barqaror o‘shirishini ta’minlashdagi ahamiyati tadqiq etilgan. Turizm, savdo, xizmat ko‘rsatish va mahalliy ishlab chiqarish subyektlari o‘rtasidagi integratsiya iste’mol tovarlariga bo‘lgan talabni kengaytirishi, bozor infratuzilmasini takomillashtirishi hamda hududlarning iqtisodiy faolligini oshirishi asoslab berilgan. Shuningdek, turizm klasterlari negizida mahalliy mahsulotlar raqobatbardoshligini kuchaytirish va bozor barqarorligini ta’minlash bo‘yicha takliflar ishlab chiqilgan.*

***Kalit so‘zlar:** turizm klasteri, iste’mol tovarlari bozori, barqaror o‘shirish, mahalliy*

mahsulotlar, turistik xizmatlar, bozor infratuzilmasi, iqtisodiy rivojlanish, hududiy iqtisodiyot, tadbirkorlik, integratsiya.

Аннотация. В данной статье рассматривается важность развития туристических кластеров для обеспечения устойчивого роста рынка потребительских товаров. Утверждается, что интеграция туризма, торговли, услуг и местных производственных предприятий расширит спрос на потребительские товары, улучшит рыночную инфраструктуру и повысит экономическую активность регионов. Также разработаны предложения на основе туристических кластеров для повышения конкурентоспособности местной продукции и обеспечения стабильности рынка.

Ключевые слова: туристический кластер, рынок потребительских товаров, устойчивый рост, местная продукция, туристические услуги, рыночная инфраструктура, экономическое развитие, региональная экономика, предпринимательство, интеграция.

Abstract. This article examines the importance of developing tourism clusters in ensuring sustainable growth of the consumer goods market. It is argued that the integration of tourism, trade, service and local production entities will expand the demand for consumer goods, improve market infrastructure and increase the economic activity of regions. Also, proposals are developed on the basis of tourism clusters to strengthen the competitiveness of local products and ensure market stability

Keywords: tourism cluster, consumer goods market, sustainable growth, local products, tourist services, market infrastructure, economic development, regional economy, entrepreneurship, integration.

Globalashuv va milliy iqtisodiyotlar o'rtasidagi raqobatning kuchayishi sharoitida barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlash rivojlanayotgan mamlakatlar uchun asosiy ustuvor vazifaga aylandi. O'zbekistonda iqtisodiyotni diversifikatsiya qilishga qaratilgan davom etayotgan tarkibiy islohotlar, ayniqsa, turizm va iste'mol tovarlari bozori o'rtasidagi tarmoqlararo aloqalarni mustahkamlash zarurligini ta'kidlamogda. Turizm nafaqat xizmat ko'rsatish sohasi, balki chakana savdo, qishloq xo'jaligi, oziq-ovqat mahsulotlarini qayta ishlash, hunarmandchilik va yengil sanoat kabi tegishli sohalarda talabni katalizator sifatida ham tobora ko'proq e'tirof etilmoqda. Shu munosabat bilan, turizm klasterlarini rivojlantirish barqaror mintaqaviy iqtisodiy o'sishni rag'batlantirishning tegishli mexanizmini ifodalaydi.

Turizm klasterlari turizm va unga bog'liq xizmatlar bilan shug'ullanadigan o'zaro bog'liq korxonalar va muassasalarning fazoviy jihatdan jamlangan tarmoqlaridir. Ular biznes, infratuzilma provayderlari va davlat muassasalari o'rtasidagi muvofiqlashtirishni yaxshilash orqali mintaqaviy raqobatbardoshlikni oshiradi. O'zbekistonda turizm klasterlari madaniy meros resurslaridan samaraliroq foydalanishga, xizmat ko'rsatish sifatini oshirishga va mintaqaviy darajada bandlik va daromad keltiradigan integratsiyalashgan qiymat zanjirlarini yaratishga hissa qo'shishi mumkin.

Iste'mol tovarlari bozori tovarlar aylanishini ta'minlash, ishlab chiqarishni rag'batlantirish va aholi talabini qondirish orqali makroiqtisodiy barqarorlik va o'sishda markaziy rol o'ynaydi. U oziq-ovqat mahsulotlari, qo'l san'atlari, to'qimachilik buyumlari, suvenirlar va boshqa mahalliy ishlab chiqarilgan tovarlar iste'molini ko'paytirish orqali turizm bilan chambarchas bog'liq. Turistlar oqimining o'sishi iste'mol bozorida talabni bevosita oshiradi, shu bilan ichki ishlab chiqarishni mustahkamlaydi va kichik va o'rta biznesni qo'llab-quvvatlaydi.

Klasterlar odatda geografik jihatdan jamlangan, o'zaro bog'liq kompaniyalar, ixtisoslashgan yetkazib beruvchilar, xizmat ko'rsatuvchi provayderlar, tegishli sohalardagi firmalar va bir vaqtning o'zida raqobatlashadigan va hamkorlik qiladigan tegishli muassasalar (masalan, universitetlar, rivojlanish agentliklari va mahalliy hokimiyat organlari) guruhlari sifatida belgilanadi. Shu nuqtai nazardan, turizm klasterlari turizm xizmatlari va mehmondo'stlik, transport, chakana savdo, hunarmandchilik va madaniy xizmatlar kabi tegishli sohalarga qaratilgan hududiy-sanoat konsentratsiyasining o'ziga xos shaklini ifodalaydi.

Klaster rivojlanishining nazariy asoslari asosan M. Porterning ishlariga asoslangan bo'lib, u klasterlar tarmoq tashqi ta'sirlari va sinergiya effektlari orqali unumdorlikni oshirishi, innovatsiyalarni rag'batlantirishi va raqobatbardoshlikni oshirishini ta'kidlagan. Boshqa yondashuvlar mintaqaviy rivojlanish nazariyasi, institutsional iqtisodiyot va qiymat zanjiri nazariyasini o'z ichiga oladi, ular birgalikda iqtisodiy samaradorlikda fazoviy yaqinlik va muvofiqlashtirilgan boshqaruvning ahamiyatini ta'kidlaydi.

Klasterga asoslangan rivojlanishning afzalliklari tranzaksiya xarajatlarining kamayishi, resurslar va axborotga kirishning yaxshilanishi, innovatsion salohiyatning oshishi, kichik va o'rta korxonalarining raqobatbardoshligining oshishi va sektorlar o'rtasida kuchli integratsiyani o'z ichiga oladi. Turizmga bu ta'sirlar, ayniqsa, turizm xizmatlari va qo'llab-quvvatlovchi tarmoqlar o'rtasidagi yuqori o'zaro bog'liqlik tufayli sezilarli darajada sezilarli.

Iste'mol tovarlari bozorining barqaror o'sishi deganda talab va taklifning barqaror muvozanati, tashqi zarbalarga chidamlilik va mahsulot sifati va mavjudligining doimiy yaxshilanishi bilan tavsiflangan uzoq muddatli, muvozanatli rivojlanish tushuniladi. Bu nafaqat savdo aylanmasining miqdoriy kengayishini, balki bozor infratuzilmasining sifat jihatidan yaxshilanishini, ishlab chiqarish samaradorligini va iste'molchilar farovonligini ham anglatadi.

Iste'mol tovarlari bozorlariga ta'sir qiluvchi asosiy omillar orasida uy xo'jaliklarining daromad darajasi, demografik tendensiyalar, narxlar barqarorligi, ishlab chiqarish quvvati, logistika samaradorligi, turizm oqimlari va davlat tomonidan tartibga solish kiradi. Turizmga bog'liq mintaqalarda talabning mavsumiy va fazoviy o'zgarishlari bozor dinamikasiga, ayniqsa oziq-ovqat mahsulotlari, suvenirler va mahalliy ishlab chiqarilgan tovarlarga sezilarli darajada ta'sir qiladi.

Bozor barqarorligini baholash ko'rsatkichlari chakana savdo aylanmasining o'sish sur'atlari, narxlar barqarorligi indekslari (iste'mol tovarlaridagi inflyatsiya), mahsulot assortimentining xilma-xilligi, bozorga kirish imkoniyati, mahalliy ishlab chiqarilgan tovarlarning ulushi va ishlab chiqarish va tarqatish tarmoqlari o'rtasidagi integratsiya darajasini o'z ichiga oladi. Qo'shimcha ko'rsatkichlar savdo va xizmatlar sohasida bandlik va kichik va o'rta biznesning bozor ta'minotiga qo'shgan hissasini o'z ichiga olishi mumkin.

Xalqaro amaliyot shuni ko'rsatadiki, turizm klasterlari mahalliy va mintaqaviy iqtisodiy rivojlanishning muhim omili hisoblanadi. Ko'pgina mamlakatlarda klasterga asoslangan turizmni rivojlantirish yo'nalishlarning raqobatbardoshligini oshirish, infratuzilmani yaxshilash va turizmning qishloq xo'jaligi, hunarmandchilik va chakana savdo kabi tegishli sohalarga iqtisodiy ta'sirini oshirish uchun

qo'llanilgan.

Muvaffaqiyatli xalqaro modellar qatoriga Italiya (madaniy meros va gastronomiya klasterlari), Ispaniya (qirg'oqbo'yi va shahar turizm klasterlari), Fransiya (mintaqaviy turizm ekotizimlari) va Tailand kabi Janubi-Sharqiy Osiyo mamlakatlaridagi integratsiyalashgan turizm klasterlari kiradi, bu yerda turizm klasterlari kichik biznesni rivojlantirish va eksportga yo'naltirilgan hunarmandchilik ishlab chiqarish bilan chambarchas bog'liq. Ushbu modellar kuchli davlat-xususiy sheriklik, samarali yo'nalishlarni boshqarish tashkilotlari va yaxshi rivojlangan marketing tizimlari bilan tavsiflanadi.

O'zbekiston uchun qo'llaniladigan asosiy saboqlar integratsiyalashgan klaster boshqaruvining ahamiyati, turizm mahsulotlarini diversifikatsiya qilish, mahalliy ishlab chiqaruvchilar va kichik va o'rta biznesni qo'llab-quvvatlash, turizm infratuzilmasini rivojlantirish va yo'nalishlarning faol brendingini o'z ichiga oladi. Bundan tashqari, xalqaro tajriba mintaqaviy darajada ijtimoiy-iqtisodiy ta'sirni maksimal darajada oshirish uchun turizmni rivojlantirishni iste'mol bozorini kengaytirish bilan uyg'unlashtirish zarurligini ta'kidlaydi.

So'nggi yillarda O'zbekistonda turizm sohasida keng ko'lamli institutsional islohotlar, vizalarni liberallashtirish siyosati va mamlakatning madaniy va tarixiy merosini faol xalqaro miqyosda targ'ib qilish orqali barqaror o'sish kuzatilmoqda. Kiruvchi turizm oqimlarining ko'payishi turizm mahsulotlarining kirish imkoniyati, xizmat ko'rsatish sifati va diversifikatsiyasining yaxshilanishini aks ettiradi.

Turizm sohasidagi davlat siyosati turizmni milliy iqtisodiyotning strategik sektoriga aylantirishga qaratilgan tizimli islohotlar bilan tavsiflanadi. Bularga turizm tadbirkorligini qo'llab-quvvatlovchi meyoriy-huquqiy bazani qabul qilish, davlat-xususiy sheriklikni rivojlantirish va infratuzilmani kengaytirish uchun qulay investitsiya sharoitlarini yaratish kiradi. Kirish tartiblarini soddalashtirish va mamlakatning xalqaro jozibadorligini oshirishga alohida e'tibor qaratilmoqda.

Turizm infratuzilmasi transport tizimlarini modernizatsiya qilish, turar joy inshootlarini kengaytirish, madaniy meros obyektlarini tiklash va asosiy turistik yo'nalishlarda shahar qulayliklarini rivojlantirish orqali sezilarli darajada yaxshilandi. Biroq, mintaqalar bo'yicha infratuzilmani rivojlantirishdagi tafovutlar hali ham saqlanib qolmoqda, bu esa turizm klasterini shakllantirishning bir xilligiga ta'sir qiladi.

O'zbekistonda turizm klasterini rivojlantirish asosan Samarqand, Buxoro, Xiva va Toshkent kabi tarixiy va madaniy jihatdan muhim mintaqalarda joylashgan. Bu hududlar meros obyektlarining yuqori darajada to'planishi, rivojlangan mehmondo'stlik sektorlari va nisbatan rivojlangan xizmat ko'rsatish infratuzilmasi tufayli asosiy turizm markazlari vazifasini bajaradi.

Samarqandda turizm klasterini rivojlantirish meros turizmi va xalqaro tadbirlar bilan chambarchas bog'liq bo'lib, mehmonxonalar, transport xizmatlari, ovqatlanish va hunarmandchilik mahsulotlarini ishlab chiqarishni integratsiyalashga hissa qo'shadi. Buxoro an'anaviy hunarmandchilik va madaniy turizm xizmatlari bilan shug'ullanadigan kichik biznesning kuchli mavjudligini namoyish etadi va nisbatan yaxlit klaster tuzilmasini shakllantiradi. Xiva tarixiy saqlanish mahalliy tadbirkorlik va chakana savdo faoliyatini bevosita qo'llab-quvvatlaydigan ixcham turizm

ekotizimini ifodalaydi. Poytaxt sifatida Toshkent biznes turizmi, madaniy turizm va zamonaviy xizmat ko'rsatish sohasini birlashtirib, uni ko'p funksiyali turizm klasteriga aylantiradi.

Turizm korxonalarini, xizmat ko'rsatuvchi provayderlar va mahalliy ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi o'zaro ta'sir asta-sekin mustahkamlanib bormoqda; ammo, muvofiqlashtirish mexanizmlari qisman parchalanib ketganligicha qolmoqda. Turizm oqimlari va mahalliy iste'mol tovarlari ishlab chiqaruvchilari, xususan, oziq-ovqat mahsulotlarini qayta ishlash, hunarmandchilik va yengil sanoatda o'rtasidagi aloqalar hali to'liq optimallashtirilmagan, bu esa potensial multiplikator effektlarni cheklaydi.

O'zbekistondagi iste'mol tovarlari bozori mintaqaviy jihatdan sezilarli darajada farqlanadigan ko'p sektorli tuzilma bilan tavsiflanadi. Toshkent kabi shahar markazlari yanada diversifikatsiyalangan va raqobatbardosh bozor muhitini namoyish etadi, qishloq va turizmga yo'naltirilgan mintaqalar esa ko'pincha cheklangan mahsulot turlariga ega mahalliy ta'minot zanjirlariga tayanadi.

Ishlab chiqarish va tarqatish kanallari yirik ishlab chiqarish korxonalarini, kichik va o'rta biznes, ulgurji vositachilar va an'anaviy chakana savdo tarmoqlarining kombinatsiyasini o'z ichiga oladi. Modernizatsiya davom etayotganiga qaramay, logistika samarasizligi va notekis tarqatish infratuzilmasi bozor samaradorligiga, ayniqsa chekka va turizmga intensiv mintaqalarda ta'sir ko'rsatmoqda.

Iste'molchilar talabining xususiyatlari daromad darajasi, demografik tuzilma, mavsumiy turizm oqimlari va madaniy iste'mol modellari bilan shakllanadi. Turizm mintaqalarida oziq-ovqat mahsulotlari, suvenirlar, qo'l san'atlari va mahalliy ishlab chiqarilgan tovarlarga talab sayyohlik mavsumining eng yuqori cho'qqisida sezilarli darajada oshadi va qisqa muddatli bozor kengayishini yaratadi. Biroq, turizm talabi va mahalliy ishlab chiqarish tizimlari o'rtasida barqaror integratsiyaning yo'qligi bu ta'sirlarning barqarorligini cheklaydi va turizmning uzoq muddatli iste'mol bozorini rivojlantirishga qo'shgan umumiy hissasini kamaytiradi.

Mintaqaviy brendlarni targ'ib qilish O'zbekiston sayyohlik yo'nalishlarining o'ziga xosligi va raqobatbardoshligini mustahkamlash uchun juda muhimdir. Madaniy meros, an'anaviy hunarmandchilik va mahalliy ishlab chiqarishni ta'kidlaydigan samarali brending strategiyalari mahalliy ishlab chiqarilgan tovarlarga talabni oshirishi va ularning ichki va xalqaro bozorlardagi qiymatini oshirishi mumkin.

Xalqaro bozorlarga kengayish eksportni rag'batlantirish dasturlari, global ko'rgazmalarda ishtirok etish va xalqaro sayyohlik platformalari bilan hamkorlik orqali qo'llab-quvvatlanishi kerak. Bu mahalliy ishlab chiqaruvchilarga o'z mijozlar bazasini mavsumiy sayyohlik oqimlaridan tashqari diversifikatsiya qilish imkonini beradi, shu bilan iste'mol tovarlari bozorining barqarorligini oshiradi va uzoq muddatli barqaror o'sishini ta'minlaydi.

O'tkazilgan tadqiqot turizm klasterini rivojlantirish O'zbekistonda iste'mol tovarlari bozorining barqaror o'sishini rag'batlantirishning muhim mexanizmi ekanligini tasdiqlaydi. Tahlil shuni ko'rsatadiki, turizm klasterlari talabni kengaytirish, taklifni rag'batlantirish va institutsional mustahkamlash orqali ko'p o'lchovli iqtisodiy samaralar yaratadi va shu bilan mintaqaviy iqtisodiy rivojlanishga hissa qo'shadi.

Kelajakdagi tadqiqotlar turizm oqimlari va iste'mol bozori ko'rsatkichlari o'rtasidagi munosabatlarni miqdoriy ekonometrik modellashtirishga, shuningdek, mikromintaqaviy darajada klaster samaradorligini baholashga qaratilishi kerak. Bundan tashqari, keyingi tadqiqotlar O'zbekistonning turizm klasterlarini xalqaro iqtisodiy tizimga integratsiyalashda raqamli platformalar va global qiymat zanjirlarining rolini o'rganishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Porter M. E. The Competitive Advantage of Nations. New York: Free Press, 1990. 855 p.
2. UN Tourism. Tourism and Rural Development. Madrid: UN Tourism, 2024. – URL: <https://www.unwto.org/tourism-and-rural-development>
3. World Bank. Tourism. Washington, DC: World Bank Group, 2026. – URL: <https://www.worldbank.org/ext/en/topic/tourism>
4. OECD. Tourism Trends and Policies 2024. Paris: OECD Publishing, 2024. – URL: <https://www.oecd.org/en/publications/oecd-tourism-trends-and-policies-2024/80885d8b-en.html>

Гуландом УМАРОВА,
Ўзбекистон халқаро иқтисодиёт академияси,
«Иқтисодиёт ва молияси, зиёрат туризми»
кафедраси доценти в.б., PhD,
Шахло МАКСУДОВА,
Ўзбекистон халқаро иқтисодиёт академияси талабаси

ЖАҲОН ТУРИЗМ БОЗОРИ АҲОЛИ САМАРАЛИ БАНДЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШНИНГ МУҲИМ ОМИЛИ СИФАТИДА

Аннотация. Ушбу мақолада жаҳон туризм индустриясининг ривожланиш динамикаси, соҳанинг ижтимоий-иқтисодий кўрсаткичларга таъсири ва бандлик бозоридаги ўрни таҳлил қилинган. Туризмнинг мультипликатив самараси, кадрлар тайёрлаш тизимига қўйиладиган замонавий талаблар ҳамда соҳанинг инқирозларга чидамлилиқ хусусияти статистик маълумотлар асосида ёритиб берилган.

Калит сўзлар: туризм индустрияси, бандлик, глобаллашув, мультипликатив самара, иқтисодий ўсиш, кадрлар салоҳияти, меҳнат бозори.

Аннотация. В данной статье анализируются динамика развития мировой индустрии туризма, влияние сектора на социально-экономические показатели и его роль на рынке труда. На основе статистических данных освещаются мультипликативный эффект туризма, современные требования к системе подготовки кадров, а также устойчивость отрасли к кризисным ситуациям.

Ключевые слова: индустрия туризма, занятость, глобализация, мультипликативный эффект, экономический рост, кадровый потенциал, рынок труда.

Abstract. This article analyzes the development dynamics of the global tourism industry, the sector's impact on socio-economic indicators, and its role in the labor market. Based on statistical