

## SANOAT KLASTERLARINING SHAKLLARI VA KLASTER SUBYEKTLARINING O‘ZARO KORPARATIV MUNOSABATLARI

**Mamadaliyev Anazxon Ziyodillayevich**

Namangan muhandislik-qurilish instituti  
Mashinasozlik fakulteti dekan o‘rinbosari

E-mail: [anazkhon@mail.ru](mailto:anazkhon@mail.ru)

### Annotatsiya

Ushbu maqolada sanoat klasterlarining shakllari va klaster subyektlarining o‘zaro korporativ munosabatlarining ahamiyati, ularning iqtisodiy samaradorligi va rivojlanishiga bo‘lgan ta’siri tahlil qilinadi. Sanoat klasterlari mamlakat va mintaqalarning iqtisodiy sharoitlariga qarab turli xil ko‘rinishlarga ega bo‘lishi Sanoat klasterlarining asosiy shakllari haqida ma’lumotlar keltirilgan.

**Kalit so‘zlar:** klaster, korporatsiya, strategiya, raqobat, samaradorlik, ekologiya, industriya, texnologiya, hamkorlik, investitsiya.

### Аннотация

В данной статье рассматриваются формы промышленных кластеров и значение корпоративных взаимоотношений между субъектами кластеров, а также их влияние на экономическую эффективность и развитие. Промышленные кластеры могут иметь различные формы в зависимости от экономических условий стран и регионов. В статье приведены сведения об основных формах промышленных кластеров.

**Ключевые слова:** кластер, корпорация, стратегия, конкуренция, эффективность, экология, индустрия, технологии, сотрудничество, инвестиции.

### Abstract

This article analyzes the forms of industrial clusters and the importance of corporate relations among cluster participants, as well as their impact on economic efficiency and development. Industrial clusters can take various forms depending on the economic conditions of countries and regions. The paper presents information about the main types of industrial clusters.

**Keywords:** cluster, corporation, strategy, competition, efficiency, ecology, industry, technology, cooperation, investment.

### KIRISH

O‘zbekiston sanoatini rivojlantirish siyosatining ustuvor yo‘nalishlari sifatida klaster yondashuvidan foydalanishga yuqori darajada ahamiyat qaratilmoqda. Klaster siyosatingning o‘zaro korporativ munosabatlari an’anaviy sanoat siyosatining zamonaviy ko‘rinishi bo‘lib, u innovatsion mahsulotlarni yaratish va tarqatishga qaratilgan korxonalar, mintaqalar va butun mamlakat raqobatbardoshligini oshirish siyosati va texnologiyasi hisoblanadi. Sanoat klasterlari – bu ma’lum bir tarmoq yoki sohadagi kompaniyalar va tashkilotlar to‘planmasi bo‘lib, ular o‘zaro raqobatlashish va hamkorlik qilish orqali innovatsiyalar yaratish, ishlab chiqarish samaradorligini oshirish va iqtisodiy rivojlanishga hissa qo‘shishni maqsad qiladilar. Sanoat klasterlari turli shakllarda bo‘lishi mumkin. Ular ishlab chiqarish turlari, mamlakat va

mintaqalarning iqtisodiy sharoitlariga qarab turli xil ko‘rinishlar oladi.

Hududlarda shakllangan sanoat klasterlarining o‘zaro korporativ munosabatlari hududiy iqtisodiy rivojlanishga yechim topishga imkon yaratadi va hududiy rivojlanish darajasidagi farqlarni kamaytirishga va mutanosib rivojlanishni ta’minlashga xizmat qiladi.

Klasterlar keskin raqobat sharoitida o‘zaro korporativ munosabatlar orqali moddiy va moliyaviy resurslarini birlashtirib, innovatsion mahsulotlarni yaratadi, iqtisodiy samaradorlikka erishishda muhim ahamiyat kasb etadi va yangi bozorlarga kirish imkoniyatiga ega bo‘ladilar.

Klaster faoliyatining o‘zaro munosabatlari iqtisodiy natijasi bir subyektning innovatsion faolligining boshqa subyektning innovatsion faolligiga hamkorlik qilish asosida yuqoriroq samaraga intilish hisoblanadi. Shunga ko‘ra, klaster siyosatining subyektlarining o‘zaro korporativ munosabatlari amalga oshirish orqali samaralari boshqaruvni ta’minlashdir. Biroq, klasterlarning o‘zaro korporativ munosabatlarini samarasini aniqlash bo‘yicha hali yetarlicha ilmiy-metodologik asoslar ishlab chiqilmagan.

### **ADABIYOTLAR SHARHI**

Sanoat klasterlari va ularning korporatsiyalararo munosabatlari bo‘yicha ko‘plab ilmiy tadqiqotlar va izlanishlar amalga oshirilgan. Bu izlanishlar, odatda, klasterlarning ishlash mexanizmlari, klaster subyektlari o‘rtasidagi hamkorlikning turli shakllari va ularning iqtisodiy ta’siriga qaratilgan.. Klasterlar tarmoqlarining mamlakatlar va mintaqalar uchun ishlab chiqarish va raqobatga ta’sirini tadqiq etishga qaratilgan. Bu tadqiqotlar klasterlarning korporativ munosabatlar orqali ishlab chiqarish jarayonini optimallashtirish va raqobatdoshlikni oshirish imkoniyatini namoyon qildi<sup>1</sup>.

R.Kuznetsov, T.Yusupov, A. Ibragimova, I.Semyonov, kabi olimlarining sanoatdagi korporativ munosabatlar haqidagi fikrlari shuni ko‘rsatadiki, korporatsiyalar o‘rtasidagi samarali hamkorlik va korporativ munosabatlar innovatsiyalar, ishlab chiqarish samaradorligi, raqobatbardoshlikni oshirish, ta’minot zanjirlarini boshqarish va strategik qarorlar qabul qilishda muhim ahamiyatga ega. Ushbu tadqiqotlar sanoatdagi hamkorlik, axborot va resurslar almashish, hamda korporatsiyalararo ishlash jarayonlarini yaxshilash uchun mexanizmlarni o‘rganishga qaratilgan.

### **METODOLOGIYA**

Tadqiqotda sanoat klasterlari va ularning subyektlari o‘rtasidagi korporativ munosabatlarning iqtisodiy samaradorlikka ta’siri o‘rganildi. Buning uchun nazariy tahlil usuli orqali yetakchi olimlar (Porter, Kuznetsov, Draker) qarashlari asosida klasterlashuv va hamkorlik tushunchalari tahlil qilindi. Empirik yondashuv orqali O‘zbekistonda shakllangan klasterlar faoliyati, ularning resurs almashinuvi, ixtisoslashuvi va boshqaruv uslublari real misollar asosida baholandi. Taqqoslash metodi yordamida sanoat, texnologik va ekologik klasterlar samaradorligi solishtirildi.

---

<sup>1</sup> M.Porter "Competitive Advantage of Nations" Free Press (1990) AQSH s.119-132

Natijalarda innovatsiyalarning joriy etilishi, raqobatbardoshlik va kooperatsiya omillari asosiy mezon sifatida o'rganildi.

## TAHLIL VA NATIJALAR

Sanoat klasterlarida ijobiy korporativ madaniyatni shakllantirish, bu madaniyatning hamkorlikka va innovatsiyalarga ta'siri hamda sanoatda raqobatni oshirish uchun qanday munosabatlar o'rnatish kerakligi muhim ahamiyat kasb etadi<sup>1</sup>. O'zaro hamkorlik munosabatlarni shakllanishda korporativ munosabatlar madaniyatni o'zlashtirganlik kelgusidagi hamkorlikda yuqori natijaga erishish mumkinligini isbotlaydi.

Sanoat klasterlarning o'zaro korporativ munosabatlari va strategik hamkorliklarga qaratilgan tadqiqotlar orqali turli klasterlar orasidagi o'zaro hamkorlikni tashkil etish va tartibga solish usullari<sup>2</sup> sanoatning raqobatbardoshligini oshirish, innovatsiyalarni joriy qilish va ishlab chiqarish samaradorligini yaxshilash uchun muhimdir. Sanoat klasterlaridagi texnologiyalar va innovatsiyalar orqali klasterlardagi subyektlar orasidagi munosabatlar va hamkorlik shakllari bo'yicha maslahatlar beriladi. Klasterlar orasidagi hamkorlikni tashkil etish va tartibga solish uchun bir nechta usullari mavjud.

Sanoat klasterlarining shakllari, ularning faoliyat olib borish maqsadlari, industrial ta'riflar va tarkibdagi subyektlarga qarab turli xil bo'lishi mumkin. Klasterlar orasida turli shakllar va tiplar mavjud bo'lib, ularning har biri iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanishga turlicha ta'sir ko'rsatadi.

Klasterlar shakllari quyidagicha klassifikatsiya qilinish mumkin:

Industrial klasterlar — bu bir xil yoki o'xshash sanoatlar va ishlab chiqarish tarmoqlari o'rtasidagi hamkorlikni izlashga yo'naltirilgan klasterlar. Ularda biznes subyektlari, ishlab chiqaruvchilar va tadqiqot markazlari o'z mahsulotlari va xizmatlarini yanada yaxshilash va rivojlantirish uchun innovatsiyalar, texnologiyalar va kadrlar almashadi<sup>3</sup>. Sanoat klasterlarning innovatsiya va texnologiyalarni joriy qilishdagi roliga ahamiyat beradigan bo'lsak. Industrial klasterlarning innovatsion ekosistemalar sifatida faoliyat ko'rsatishi, ularning tarkibi va ular orasidagi hamkorlikning asosiy shakllaridan biridir.

Texnologik klasterlar — bu innovatsion texnologiyalar, startaplar va tadqiqot markazlari o'z o'zaro hamkorligini mustahkamlagan klasterlar. Ushbu klasterlar texnologik ishlab chiqarish va ilmiy tadqiqotlar uchun qulay muhitni yaratadi. Ularda yangi mahsulotlarni ishlab chiqish va innovatsion g'oyalarni tatbiq etish ustuvor hisoblanadi. Texnologik klasterlar, raqobatbardoshlik va innovatsiyalarning o'zaro samarali bog'lanishi orqali texnologik klasterlarning mahalliy va global darajada raqobatbardoshlikka javob beradi<sup>4</sup> va jahon bozorida o'z o'rniga ega bo'ladi.

Ekologik klasterlar — bu atrof-muhitga ehtiyotkorlik bilan yondashuv, ekologik yaxshilanish va tabiiy resurslardan foydalanishga yo'naltirilgan klasterlar. Ular uzoq

<sup>1</sup> P.Кузнетсов «Корпоративная стратегия и культура труда» Эксмо 2005 й Москва б.215-226

<sup>2</sup> P. Draker — "Management: Tasks, Responsibilities, Practices" (1974) AQSH b.168-174

<sup>3</sup> Richard S. Xelfer — "Clusters of Innovation: The Internationalisation of Technology" (1998) b.36.42.

<sup>4</sup> Robert S. Levitt — "Technology Clusters and Competitive Advantage" (2001)

muddatli ekologik barqarorlik va yangi yashil texnologiyalar hamda qayta tiklanadigan energiya manbalarini ishlab chiqarishga qaratilgan. Ekologik klasterlarning barqaror energetika sohasini rivojlantirish ularning energetika islohotlariga ta'siri va energetik resurslarni tejash borasidagi strategik yondashuvlar tahlil qilinganda<sup>1</sup>. O'zbekistonda ekologik klasterlar tuzishdagi eng muhim omillar, shu jumladan, energetika samaradorligiga olib keluvchi innovatsion texnologiyalar hisoblanadi.

Sanoat klasterlari shakllari turli xil bo'lib, ularning har biri o'zining strategik maqsadlariga erishish uchun turli texnologiyalar, resurslar va hamkorlik tizimlariga muhtoj. Bu klasterlar samarali ishlaganida, u yaqindagi sanoat va iqtisodiyot uchun yirik rivojlanish manbaiga aylanishi mumkin.

### **XULOSA VA TAKLIFLAR**

Sanoat klasterlarining subyektlari o'rtasidagi o'zaro korporativ munosabatlarning ijobiy va salbiy tomonlarini ko'rib chiqish, ularning faoliyatidagi turli jihatlarni baholashga yordam beradi. Quyida sanoat klasterlarining shakllari va klaster subyektlarining o'zaro korporativ munosabatlarning ijobiy va salbiy tomonlari tahlil qilinganda quyidagi xulosalar mavjud.

Sanoat klasterlari subyektlarining o'zaro korporativ munosabatlarning samarali amalga oshirish orqali ijobiy ko'rsatkichlarga erishish mumkin.

Klasterlardagi korxonalar o'rtasidagi o'zaro hamkorlik va jamoaviy ishlash raqobatbardoshlikni oshirishga xizmat qiladi. Birlashgan klasterlar hamkorlik orqali yangi texnologiyalarni tezroq joriy etish, innovatsiyalarni rivojlantirish va ishlab chiqarish samaradorligini oshirish imkoniyatiga ega bo'ladi. Sanoat klasterlarining iqtisodiy rivojlanish va raqobatbardoshlikka qanday ta'sir ko'rsatishi klaster subyektlari orasidagi korporativ munosabatlar va ularning ijobiy tomonlari tushuntiriladi. Porterning nazariy yondashuvi klasterlarning raqobatni oshirish, innovatsiyalarni qo'llab-quvvatlash va mahalliy iqtisodiyotni rivojlantirishda muhim ahamiyat kasb etishini ko'rsatadi<sup>2</sup>.

Klaster subyektlari o'rtasidagi o'zaro munosabatlar, korxonalarining o'zaro maxsuslashishini, ya'ni har bir subyekti o'zining mutaxassisligiga qarab faoliyat ko'rsatishini ta'minlaydi. Buning natijasida ishlab chiqarishning samaradorligi oshadi, resurslar tejiladi.

Klasterdagi hamkorlik innovatsiyalarning rivojlanishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Universitetlar va tadqiqot institutlari bilan hamkorlik, yangi texnologik qarorlar ishlab chiqishga yordam beradi. Shuningdek, mahsulotlar va xizmatlarning raqobatga loyiqqligini ta'minlash uchun yangi g'oyalar almashinishi ta'minlanadi.

Klaster subyektlari o'zaro manfaatlarini ko'zlab, birgalikda resurslarni ishlatish imkoniyatiga ega bo'ladi. Bu, masalan, yangi materiallar yoki texnologiyalarni ishlab chiqish, xomashyoni arzonlashtirish va ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishga yordam beradi.

---

<sup>1</sup> "Ekologik klasterlar va barqaror energetika: O'zbekistonning muammolari va istiqbollari" (2018)

<sup>2</sup> Porter, M. "Competitive Advantage of Nations" (1990). AQSH b.218-223

Klasterlar akademik muassasalar bilan hamkorlik qilish orqali yoshlar uchun malakali kadrlarni tayyorlashda yordam beradi. Shuningdek, bu sohadagi mehnat bozorini tartibga solishga yordam beradi.

Ijobiy natijalar bilan birgalikda rivojlanish uchun turli to‘siqlar xam bo‘lishi mumkin. Klasterlardan foydalanishda ba’zi bir korxonalar o‘zaro bo‘lishib ishlashga qodir bo‘lmashligi mumkin. Ushbu holat, ba’zi hollarda, kichik va yangi bizneslar uchun raqobatni kamaytirishi, yuksak iqtisodiy manfaatlar bilan faoliyat olib boradigan yirik kompaniyalar bilan faqat eng katta subyektlarning gegemoniyasiga olib kelishi mumkin. Klasterlar o‘rtasidagi korporativ munosabatlar, ayniqsa, tijorat huquqlari, ishlab chiqarish shartnomalari va umumiy strategiyalar bo‘yicha kelishmovchiliklarga olib kelishi mumkin. Bu huquqiy to‘siqlar klaster subyektlarining o‘zaro ishlashini qiyinlashtiradi.

Xulosa qilib shuni aytish mumkinki sanoat klasterlarining shakllari va klaster subyektlarining o‘zaro korporativ munosabatlari, ham ijobiy, ham salbiy tomonlarga ega. Klasterlar innovatsiyalar, raqobatbardoshlik, va resurslarni samarali ishlatishda katta afzalliklarga ega bo‘lsa-da, ularda integratsiya, raqobatning pasayishi va huquqiy muammolar kabi salbiy tomonlar ham mavjud. Buning uchun klasterlarning samarali ishlashi uchun to‘g‘ri strategik boshqaruv, aniq huquqiy asos va hamkorlikning ochiqqligini ta’minlash muhimdir.

Sanoat klasterlarining shakllari va klaster subyektlarining o‘zaro korporativ munosabatlari orqali turli sohalarda ijobiy natijalarga erishish mumkin. Bu hamkorlikning samaradorligi, innovatsiyalar, raqobatbardoshlik va ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, shuningdek, iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanishni ta’minlash imkoniyatini beradi. Klasterlardan foydalanishning bevosita natijalari korxonalarining rivojlanishi, yangi ish o‘rinlarining yaratilishi va mintaqaviy taraqqiyotga katta hissa qo‘shishga yordam beradi.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI**

1. M.Porter "Competitive Advantage of Nations" Free Press (1990) AQSH s.119-132
2. Р.Кузнетсов «Корпоративная стратегия и культура труда» Эксмо 2005 й Москва б.215-226
3. P.Draker — "Management: Tasks, Responsibilities, Practices" (1974) AQSH b.168-174
4. Richard S. Xelfer — "Clusters of Innovation: The Internationalisation of Technology" (1998) b.36.42.
5. Robert S. Levitt — "Technology Clusters and Competitive Advantage" (2001)
6. "Ekologik klasterlar va barqaror energetika: O‘zbekistonning muammolari va istiqbollari" (2018)
7. Porter, M. "Competitive Advantage of Nations" (1990). AQSH b.218-223



# Marketing

*ilmiy, amaliy va ommabop jurnali*

**Muharrir:**

**Ingliz tili muharriri:**

**Rus tili muharriri:**

**Musahhah:**

**Sahifalovchi va dizaynerlar:**

Xakimov Ziyodulla Axmadovich

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li

Karimova Shirin Zoxid qizi

Sadikov Shoxrux Shuxratovich

Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

**2025-yil, mart, 3-son**

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta:

[info@marketingjournal.uz](mailto:info@marketingjournal.uz)

Bot:

[@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)

Tel.:

+998977838464, +998939266610

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. ГOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**