

UDK 325:64.220(635)

HUDUDLARNING IQTISODIY SALOHIYATINI OSHIRISHDA TURIZM KLASTERLARINI STATISTIK BAHOLASH

Ne‘matov Dilshodjon Muxtor o‘g‘li
*Kadrlar malakasini oshirish va statistik
tadqiqotlar instituti, tayanch doktorant
nematovdm@gmail.com*

ANNOTATSIYA. Maqolada hududlarning iqtisodiy salohiyatini oshirishda turizm klasterlarini statistik baholash mexanizmlari, turizm xizmatlarini ko‘rsatish hajmini oshirish hamda milliy iqtisodiyotga qo‘shayotgan ulushini ko‘paytirishda turizm klasterlari (korxonalari va tashkilotlari)ning samarali iqtisodiy strategiyalarini ishlab chiqish, turizm xizmatlari samaradorligini oshirish uslubiyotini takomillashtirish, jumladan, ularning tashqi bozorlardagi raqobatbardoshligini oshirish mexanizmini yaratish, faoliyat samaradorligini statistik usullarda kompleks baholash va prognozlashga alohida e‘tibor qaratilgan. Shunugdek, hududlarning iqtisodiy salohiyatini oshirishda turizm klasterlari faoliyatini tashkil qilish uchun jahon andozalariga mos statistik tasnifini amalga oshirish hamda ular faoliyatining mamlakat iqtisodiyotiga ta‘siri o‘rganildi. Xususan, hududlarning ulkan turizm salohiyatidan samarali foydalanishni zamonaviy statistik usullarda kompleks baholash, milliy turizm klasterlari faoliyatini ifodalovchi statistik ko‘rsatkichlar tizimini ishlab chiqish hamda statistik axborotlar bazasini kengaytirish bo‘yicha tavsiya va takliflar ishlab chiqildi.

Kalit so‘zlar: turizm, turizm klasteri, ichki turizm, tashqi turizm, samaradorlik, turizm infratuzilmasi, turizm salohiyati, statistik baholash, barqaror rivojlanish, mutloq, nisbiy va o‘rtach ko‘rsatkichlar, statistik tahlil, yillik o‘rtacha o‘sish sur‘ati, hududlarning iqtisodiy salohiyati, innovatsiya.

АННОТАЦИЯ. В статье рассматриваются механизмы статистической оценки туристических кластеров в повышении экономического потенциала регионов, разработка эффективных экономических стратегий туристических кластеров (предприятий и организаций) в увеличении объема туристических услуг и повышении их вклада в национальную экономику, совершенствование методологии повышения эффективности туристических

услуг, включая создание механизма повышения их конкурентоспособности на внешних рынках, комплексная оценка и прогнозирование эффективности деятельности с использованием статистических методов. Кроме того, исследованы вопросы внедрения статистической классификации в соответствии с мировыми стандартами для организации деятельности туристических кластеров в повышении экономического потенциала регионов и влияние их деятельности на экономику страны. В частности, разработаны рекомендации и предложения по комплексной оценке эффективного использования огромного туристического потенциала регионов с использованием современных статистических методов, разработке системы статистических показателей, отражающих деятельность национальных туристических кластеров, и расширению статистической информационной базы.

Ключевые слова: туризм, туристический кластер, внутренний туризм, иностранный туризм, эффективность, туристическая инфраструктура, туристический потенциал, статистическая оценка, устойчивое развитие, абсолютные, относительные и средние показатели, статистический анализ, среднегодовые темпы роста, экономический потенциал регионов, инновации.

ABSTRACT. The article considers the mechanisms of statistical assessment of tourism clusters in increasing the economic potential of regions, development of effective economic strategies of tourism clusters (enterprises and organizations) in increasing the volume of tourism services and increasing their contribution to the national economy, improvement of the methodology for increasing the efficiency of tourism services, including the creation of a mechanism for increasing their competitiveness in foreign markets, comprehensive assessment and forecasting of the efficiency of activities using statistical methods. In addition, the issues of introducing statistical classification in accordance with international standards for organizing the activities of tourism clusters in increasing the economic potential of regions and the impact of their activities on the country's economy are studied. In particular, recommendations and proposals for a comprehensive assessment of the effective use of the huge tourism potential of regions using modern statistical methods, development of a system of statistical indicators reflecting the activities of national tourism clusters, and expansion of the statistical information base are developed.

Key words: tourism, tourism cluster, domestic tourism, foreign tourism, efficiency, tourism infrastructure, tourism potential, statistical assessment, sustainable development, absolute, relative and average indicators, statistical analysis, average annual growth rates, economic potential of regions, innovations.

KIRISH

Turizm klasteri zamonaviy turizm industriyasining ancha istiqbolli yoʻnalishi hisoblanadi. Klaster yaratish yalpi ichki mahsulotni bir necha barobar oshirish imkonini beradi. Gap shundaki, klaster oʻzining taʼrifidan kelib chiqib, turli turizm biznesi subyektlarining birgalikdagi ishini nazarda tutadi, bu esa ularning birgalikdagi faoliyatidan daromadlarni oshirish imkonini beradi.

Bugungi kunda turizm industriyasi jahon iqtisodiyotining eng istiqbolli sohalaridan biriga aylanib bormoqda. Butunjahon turizm tashkiloti (BTT)ning maʼlumotlariga koʻra “...turizm daromadlilik darajasi boʻyicha uchinchi, tovar va xizmatlar eksportida toʻrtinchi oʻrinda, uning jahon yalpi ichki mahsulotidagi ulushi oʻrtacha 10,4 foizni tashkil etmoqda.”[15]

Jahonda turizm sohasini barqaror rivojlantirish, sifat darajasini oshirishga qaratilgan islohatlar samarali olib borilmoqda. Ushbu jarayonda jahon miqyosida turizm klasterlari (korxonalari va tashkilotlari)ning samarali iqtisodiy strategiyalarini ishlab chiqish, turizm xizmatlari samaradorligini oshirish uslubiyotini takomillashtirish, ularning tashqi bozorlardagi raqobatbardoshligini oshirish mexanizmini yaratish, faoliyat samaradorligini statistik usullarda kompleks baholash va prognozlashga alohida eʼtibor qaratilmoqda. Bunda hududlarning iqtisodiy salohiyatini oshirishda turizm klasterlarining sifatini oshirish uchun jahon andozalariga mos statistik tasnifini amalga oshirish hamda innovatsion strategiyalaridan maqsadli samarali foydalanish muhim masalalardan biri sanaladi.

2022-2026-yillarga moʻljallangan Yangi Oʻzbekistonning taraqqiyot strategiyasida turizm, transport, axborot-kommunikatsiya, jumladan dasturiy taʼminotlar va boshqa xizmatlar eksportini 1,7 baravarga oshirish yoki 4,3 milliard AQSH dollariga etkazish, toʻsiqsiz turizm infratuzilmasini mamlakatning asosiy turizm shaharlarida keng joriy qilish, 2026-yilgacha turizm sohasida band boʻlgan aholi sonini 2 baravar oshirish kabi muhim vazifalar, 2025-2026-yillarda sayyohlar oqimini keskin koʻpaytirish va turistik xizmatlar koʻlamini jadal kengaytirish orqali turizmning iqtisodiyotdagi oʻrni va ahamiyatini oshirish chora-tadbirlarida hamda Vazirlar Mahkamasining 2024-yil 30-dekabrda 915-son qaroriga asosan, turistik klasterlarni tashkil etish va ularga turistik klaster maqomini berish tartibi belgilab berilgan[1,2,3].

Ushbu tartib va vazifalardan kelib chiqib, bugungi kunda milliy iqtisodiyotning strategik sektori sifatida respublikamizda turizm klasterlarini jadal rivojlantirish uchun qulay iqtisodiy, tashkiliy-huquqiy shart-sharoitlar yaratish, hududlarning ulkan turizm salohiyatidan samarali foydalanishni zamonaviy statistik usullarda kompleks baholash, milliy turizm mahsulotlarini yaratishni ifodalovchi statistik koʻrsatkichlar tizimini ishlab chiqish hamda statistik axborotlar bazasini kengaytirish dolzarb vazifa hisoblanadi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR TAHLILI

Iqtisodiy adabiyotlarda turizm klasterlari rivojlanishining turli jabhalariga xos nazariy va uslubiy masalalar o'rganilgan. Xususan, S.Briggs, F.Kotler, J.Bouen, J.Meykenz, A.Saak, G.Xarris, R.Kas, S.Akis, A.Atiyaman kabi xorijiy olimlarning ilmiy ishlarida turizm statistikasi, turizm bozorida iqtisodiy strategiyani tashkil etish hamda amalga oshirishning nazariy va amaliy jihatlari ko'rib chiqilgan [7,9,11,12].

Mustaqil davlatlar hamdo'stligi mamlakatlari olimlaridan A.E.Boykoning fikriga ko'ra turistik klaster – geografik jihatdan jamlangan va turistik mahsulotni bitta zanjir bo'ylab ishlab chiqarish hamda sotishda o'zaro aloqada bo'lgan iqtisodiy agentlar majmui bo'lib u ixtisoslashgan xizmatlarni ishlab chiqaruvchilar, qo'llab-quvvatlovchi tashkilotlar hisoblanadi[8]. Ya'ni ochiq tizim bo'lib, ishlab chiqaruvchi va qo'llab-quvvatlovchi tashkilotlar boshqa hududda joylashgan bo'lsa ham geografik jihatdan bir hududga faoliyati yo'naltirilgan bo'ladi. Geografik joylashuvi nuqtai nazaridan tahlil qiladigan bo'lsak kompleksning turistik ob'ektlari ma'lum bir hududda joylashgan bo'ladi. Klasterning turizm ob'ektlari faoliyati ma'lum bir hududda yo'naltirilgan bo'ladi deb takidlaydi.

Ushbu masala yuzasidan mamlakatimiz olimlari ham tegishli tadqiqotlar olib bormoqdalar. Xususan, M.A.Rahimov, B.Z.Zaripov, D.X.Aslanova, M.T.Alimova, Z.I.Sattorova, B.Sh.Safarovlar asarlari aynan shu klaster usulining turli tarmoqlarda qo'llanilishi haqidagi masalalar yoritilgan. Ammo hayotimizga kirib kelayotgan mazkur tashkiliy mexanizm usuli hali ko'plab tadqiqotlarni amalga oshirishni taqozo qiladi [10,4,5,6].

Mazkur tadqiqotchilar tadqiqotlarida turistik klasterning bozor iqtisodiyoti sharoitida ob'ektiv zarurligi va ularning amaliyotda qo'llanilishi qarab chiqilgan. Shuningdek, turistik klasterning boshqarishdagi o'rni, tarkibiy tuzilishi xususida e'tiborga molik tavsiyalar ham keltirilgan. Biroq, ushbu adabiyotlarda turistik klaster tushunchasining mazmuni va uning ta'rifi bilan bog'liq masalalar nazariy jihatdan to'liq ochib berilmagan. Ushbu mulohazalarni inobatga olib, turistik klaster tushunchasining lug'aviy mazmunini va ta'rifini nazariy jihatdan qarab chiqish lozim degan xulosaga keldik.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Hududlarning iqtisodiy salohiyatini oshirishda turizm klasterlarini statistik baholash mamlakat iqtisodiyoti uchun strategik ahamiyat kasb etadi. Xususan, turizm klasterlari samaradorligini baholash hamda statistik tahlil qilish va ma'lumotlarni xalqaro stanlartlarga moslashtirish borasida olib borilgan tadqiqot jarayonida statistik jadval va grafiklar, induksiya va deduksiya, statistik guruhlash, ekspert baholash, ilmiy abstraksiyalash, tahlil va sintez, mutlaq, nisbiy va o'rtacha ko'rsatkichlar, dinamik qatorlar va iqtisodiy indekslar kabi turli statistik tahlil usullaridan keng foydalanildi.

Tadqiqotimizni o'tkazishdan maqsad, yurtimizda turizm klasterlarini statistik baholashda hududlarda olib borilayotgan islohotlarning ta'sirini statistik baholash va kelgusi davrlar uchun mamlakatimizda turizm klasterlari samaradorligini oshirishda strategik qarorlar qabul qilishda foydalanish maqsadida zaruriy prognoz ko'rsatkichlarini ishlab chiqish va ularni statistik ahamiyatlilik darajasi bo'yicha munosiblaridan mamlakatimizda foydalanish yo'nalishlarini belgilab berishdan iborat. Shu bilan birga turizm xizmatlarini ko'rsatish hajmini oshirish hamda milliy iqtisodiyotga qo'shayotgan ulushini ko'paytirishda turizm klasterlarining samarali iqtisodiy strategiyalarini ishlab chiqish, ularning tashqi bozorlardagi raqobatbardoshligini oshirish mexanizmini yaratishga alohida e'tibor qaratilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Turizm klasterlar geografik nuqtai nazardan bizneslarning o'zaro birlashuvi natijasida vujudga keluvchi korxonalar to'plami hisoblanadi. Ushbu birlashuv raqobatbardoshlikni oshirish, innovatsiya va umumiy iqtisodiy rivojlanish uchun muhim omil sanaladi. Ushbu klasterlarga turar-joy majmualari, oziq-ovqat bizneslari, sayyohlik agentliklari, tur operatorlari, transport xizmati vakillari, gid xizmatlari, madaniy va tabiiy meros va diqqatga sazovor joylar, ko'ngilochar majmualar va boshqa turizm rivojlanishi uchun o'z mahsuloti yoki servisini taklif eta oluvchi boshqa turdagi bizneslar kiradi.

Turizm klasterlari turistlarni jalb etish, xalqaro marketing va hududiy brending uchun asosiy omillardan biri hisoblanadi. Turizm klasterlari mijozlar ya'ni ekskursantlar, ichki yoki tashqi turizm oqimlari uchun arzon, qulay va xavfsiz bo'lgan o'z xizmatlarini taklif etishadi. Bu esa turistlarni jalb etishning eng muhim omillaridan biri bo'lib xizmat qiladi. Bu vaqt davomida turistlar ma'lum bo'lgan va hali ma'lum bo'lmagan joylarga tashrif buyurishlari mumkin. Bu esa o'z navbatida ichki va tashqi marketingni rivojlantiradi va kattaroq ommaga hududni tanitish uchun hissa qo'shadi. Misol uchun, Fransiyaning Paris shahrida tashkil etilgan klasterlar, ular mijozlar faqatgina Luvr muzeyi yoki Eyfel minorasini emas, balki, Paris shahrida bir necha soatlik uzoqlikda bo'lgan Disneyland ko'ngilochar majmuasini ham taklif etishadi.

Turizm klasterlari orqali milliy va tabiiy merosimizga bo'lgan e'tibor yanada ham ortadi va bu hudud uchun milliy brend yaratishiga olib kelishi mumkin. Misol uchun bunga, Fransiya deganda Eyfelning, Italiya deganda Kolizeyning ko'z o'ngimizga kelishini misol keltirishimiz mumkin. Qisqa qilib aytganda, turizm klasterlarining tashkil etilishi ham iste'molchi, ham biznes egalari uchun muhim omil hisoblanadi va ikki tomonlama foydali bo'lgan muhit shakllanishiga olib keladi.

Turizm klasterlarini tashkil etilishi ham geografik nuqtai nazaridan, ham iqtisodiy jihatdan tegishli hudud uchun juda muhim omil hisoblanadi. Geografik nuqtai nazardan turizm klasterlar meros resurslarini saqlab qolishga va dunyoga tanitishga va shuningdek, eko-turistik zonalar, chang'i zonolari, safari turizmlari

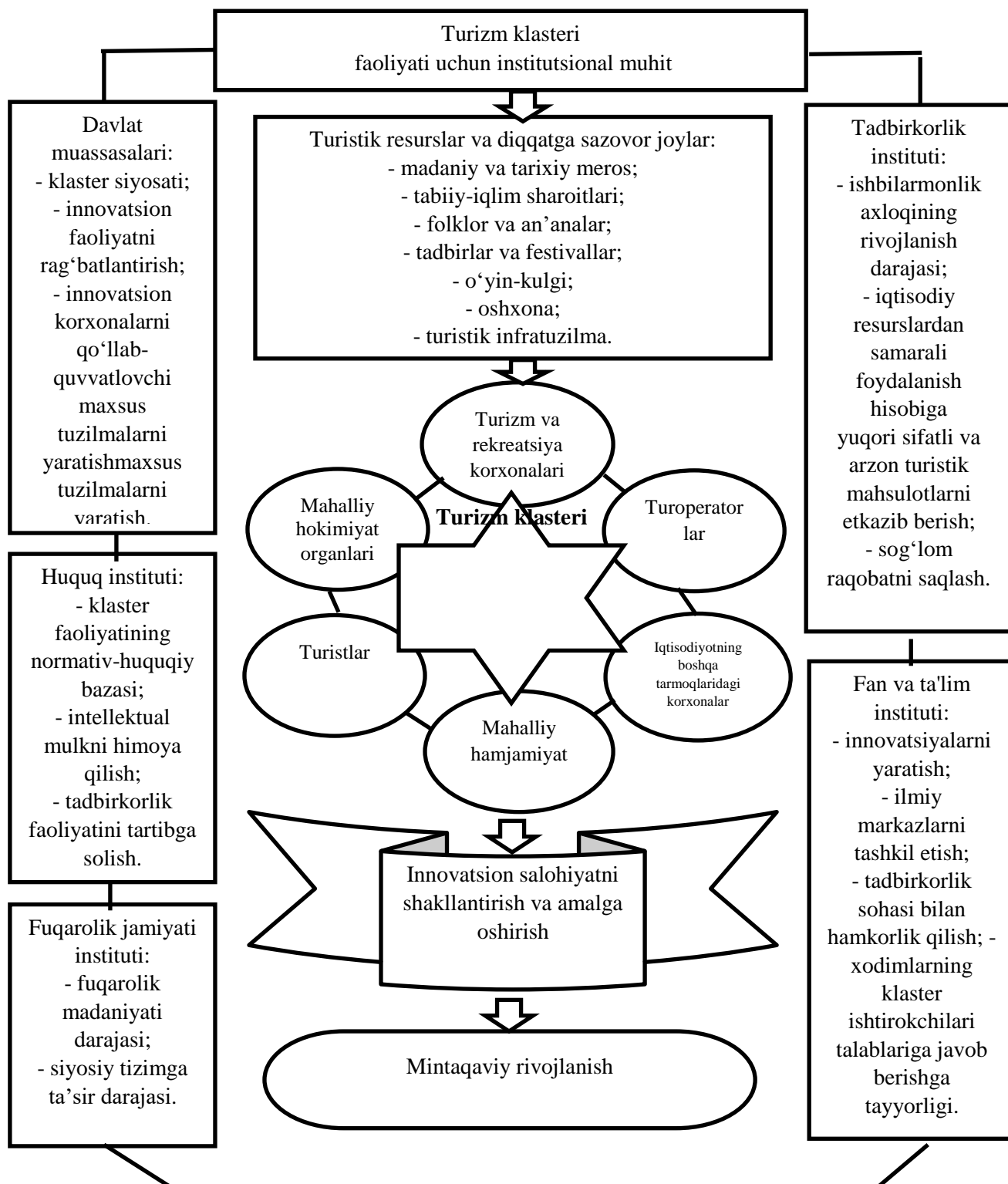
yoki hiking zonalarini tashkil etishga katta hissa qo'shadi va hududning infratuzulmasiga o'z ijobiy ta'sirini ko'rsatadi. Bunda hududning o'ziga xosligi bo'lgan xususiyatlari (cho'li, o'rmoni, daryo-dengizlari yoki o'ziga xos hayvonot va o'simlik dunyosi)ga bo'lgan e'tibor ortadi va saqlab qolishga bo'lgan harakat ortib boradi. Bu esa hududning ekologik barqororligiga olib keladi va o'ziga xosligining saqlab qolinishiga o'z hissasini qo'shadi. Misol uchun, Dubai cho'lliklarida tashkil etilgan Dubai Safari turistik klasteri yoki Finlandiyadagi "Arctic Tourism Cluster" bunga yaqqol misol bo'la oladi.

Iqtisodiy jihatdan esa ushbu klasterlar iqtisodiy o'sishga, ish o'rinlarining yaratilishiga va ta'minlashga, infratuzulmaning rivojlanishiga, hudud brendini tashkil etishga yoki to'g'ridan-to'g'ri bo'lgan investitsiyalar miqdorining oshishiga sababchi bo'ladi. Buning uchun esa turizm klasteri faoliyati uchun institutsional muhitni yaratish talab etiladi (1-rasm).

Turizm klasterlarining tashkil etilishining ish o'rinlarining yaratilishiga va ularni ish bilan ta'minlashga Amerika Qo'shma Shtatlarining Michigan shtatida tashkil etilgan "The hospitality and tourism cluster"ni misol keltirishimiz mumkin. 2021-yilda, ushbu turizm klasteri taxminan 394,5 ming kishini ish bilan ta'minlagan va bu ko'rsatkich butun bir shtatning 10% ish bilan ta'minlangan aholisiga to'g'ri kelgan[14].

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, O'zbekiston turizm klasterlarini tashkil etish mumkin bo'lgan katta salohiyatga ega bo'lgan hudud sanaladi. Bunda, tumanlararo (Xiva-Mo'ynoq), viloyatlararo (Samarqand-Navoiy yoki Buxoro-Navoiy) yoki davlatlararo (O'zbekiston-Qirg'iziston, Toshkentning to'g'li zonalari yoki O'zbekiston-Afg'oniston, Surxandaryo viloyatining chegaraviy hududlarida joylashgan madaniy me'roslarimiz) turizm klasterlarini tashkil etish uchun barcha imkoniyatlar mavjud.

Turistik tovar xizmatlardan iborat bo'lib, mahsulot xaridining faol ishtirokchisi bo'lgan turistlarni jalb qilib, mahsulotning iste'moli aynan o'sha jarayonning o'zida sodir bo'ladi. Bunday vaziyatda asosiy mohiyat birgalikdagi ijodning natijasi, ya'ni iste'molchi hamda vositachi o'rtasidagi interaktiv, eksperimental aloqalarga tayanadi. Turistik mahsulot turistlar tomonidan shakllantirilib, ularning xohishlariga ko'ra firmalar tomonidan taqdim etiladigan tovar va xizmatlar to'plamidan iborat bo'ladi. Turizm sohasida ishlovchi ko'pchilik kompaniyalar o'sishining salohiyati, ushbu kompaniyaning tashqi kuchi va ta'siri bilan baholanadi. Bu xususiyat turizm da klasterli tashabbusning va uning tarkibidagi barcha ishtirokchilar faoliyatining muvofiqlashuvini zaruriy shart qilib qo'yadi.



1-rasm. Innovatsion klaster yondashuviga asoslangan mintaqaviy turizmni rivojlantirishning konseptual modeli[16]

Klasterlarning o'ziga xos xususiyatlari, shuningdek, turizm va turistik mahsulotlarning xarakterli xususiyatlari bilan bir qatorda biz turistik klasterning quyidagi xususiyatlarini aniqladik:

1. Turizm industriyasi korxonalarining ixcham joylashuvi va hududiy konsentratsiyasi;
2. Murakkab va tizimlararo hamkorlik asosida birlashish;
3. Hududiy turistik klasterning sinergiyasi;
4. Turistik klaster murakkab ochiq tizimdir;
5. Hududiy turistik klaster o‘z-o‘zini tashkil etuvchi, qisman boshqariladigan hududiy tizimdir;
6. Hududiy turistik klaster o‘z ierarxik tuzilishiga ega;
7. Turistik klaster – dinamik hududiy tizim;
8. Hududiy turistik klaster gorizontaal tuzilmaviy aloqalarga ega tizim.

Berilgan quyidagi xususiyatlarni aniqligiga asoslanib, turistik klasterlarni shakllanishi va amal qilishining quyidagi tamoyillarini alohida ajratib ko‘rsatish mumkin:

- 1) Xo‘jalik yuritish birliklarining hududiy konsentratsiyasi;
- 2) “Qo‘shilgan qiymat yaratish zanjiri”da qatnashish asosida klaster a‘zolarining chuqur texnologik kooperatsiyasi;
- 3) Kooperatsiya va raqobatning uyg‘unligi;
- 4) Innovatsion jarayonlarning xosligi;
- 5) Davlat va xususiy biznesning hamkorligi.

Shu o‘rinda, O‘zbekiston Respublikasiga tashrif buyurgan turistlarni 2012-2024-yillar oralig‘idagi holatini tahlil qilib chiqsak.

Yuqoridagi rasmdan xulosa qilib aytadigan bo‘lsak, 2016-yildan so‘ng O‘zbekiston Respublikasiga tashrif buyuruvchi turistlar soni keskin o‘rtacha boshladi. 2016-yilda ushbu ko‘rsatkich 2027,0 ming kishini tashkil etgan bo‘lsa, 2019-yilga kelib 3,3 barobarga oshdi va 6748,5 ming kishini tashkil etdi. Afsuski, COVID-19 pandemiyasi dunyo sayohat va turizm sohasiga o‘zining salbiy ta‘sirini ko‘rsatdi. Bu holat esa O‘zbekiston Respublikasini ham chetlab o‘tmadi va 2020-yilda turistlar soni o‘zining eng past ko‘rsatkichi (1504,1 ming kishi)ni qayd etdi. Ammo, turistlar soni 2023-yilga kelib o‘zining pandemiyadan oldingi ko‘rsatkichini deyarli takrorladi.

Bundan tashqari, 2012-2017-yillarda turistik tashriflardagi erkaklarning ulushi o‘rtacha 55,5%ni tashkil etgan bo‘lsa, ayollarning ulushi 44,5%ni tashkil etgan bo‘lsa 2017-yildan boshlab oradagi tafovut qisqarib borgan va 2024-yilga kelib mutloq tenglikni tashkil etgan.

Dinamik qatorlar usuli orqali O‘zbekiston Respublikasiga xorijdan tashrif buyurgan chet el fuqarolarining statistik tahlili amalga oshirildi. Bunda, dinamika qatorlarini tuzishdagi bir qator tamoyillarga amal qilindi:

1. Davrlar bir xil holatga keltirib olindi: yil.
2. Qiymat ko‘rsatkichlarini bir xil o‘lchovga keltirib olindi: ming kishi.

Keltirilgan ma‘lumotlar orqali mutloq, nisbiy va qo‘shimcha ko‘rsatkichlarning o‘sish yoki kamayish dinamikasi aniqlandi. Jarayon davomida har bir miqdorni aniqlashda “bazisli” va “zanjirli” usullardan foydalanildi.

Holatga statistik baho beradigan bo'lsak, 2018-yilda turizm sohasi keskin rivojlandi, xorijiy sayyohlar soni 2,7 milliondan 5,3 millionga oshdi va bu bazis yilga nisbatan 182,1% qo'shimcha o'sishni ta'minladi. Bunga 2016-yildan keyingi turizm sohasini rivojlantirishga qaratilgan chora-tadbirlar va yengilliklar sabab bo'ldi. Xususan, hukumat tomonidan ko'plab xorijiy davlat fuqarolari uchun vizasiz rejim joriy etilishi yoki viza olish tartibining yengillashtirilishi bunga ulkan hissa qo'shdi. Shu sababdan, O'zbekiston tarixidagi eng tez o'sishlardan biri 2018-yilda kuzatildi.

Islohotlar davomiyligini ta'minlanganligi, xalqaro aviaqatnovlar va yangi yo'nalishlarning ko'paytirilishi esa 2019-yilda pandemiya oldidan cho'qqiga erishishiga sababchi bo'ldi. Xususan, bu yilda 6,7 million sayyoh tashrif buyurdi va bazis yilga nisbatan 256,1% qo'shimcha o'sish qayd etildi. 2024-yilda bazis yilga nisbatan 319,9% qo'shimcha o'sishga erishildi.

O'zbekiston Respublikasiga tashrif buyurgan turistlar sonining yillik o'rtacha o'sish sur'ati (CAGR - Compound Annual Growth Rate) quyidagi formula orqali hisoblanadi:

$$CAGR = \left(\frac{V_n}{V_0} \right)^{\frac{1}{n-1}} - 1$$

Bu yerda:

V_n - oxirgi yil turistlar soni (2024-yil, 7957,2 ming kishi)

V_0 - boshlang'ich yil turistlar soni (2012-yil, 1895,0 ming kishi)

n - yillar soni (13-yil)

Hisob kitob:

$$CAGR = \left(\frac{7,957.2}{1,895.0} \right)^{\frac{1}{12}} - 1$$

$$CAGR = (4.20)^{\frac{1}{12}} - 1$$

$$CAGR \approx 1.126 - 1 = 0.126 \text{ yoki } 12.6\%$$

Hisoblangan miqdordan kelib chiqib aytishimiz mumkinki 2012-2024-yillar oralig'ida O'zbekiston Respublikasiga tashrif buyuruvchi xorijiy turistlar soni har yili o'rtacha 12,6% o'sgan[16].

O'zbekiston Respublikasi Milliy Statistika Qo'mitasi ma'lumotlariga asoslanib, turistlar miqdorining variatsiya ko'rsatkichlarini aniqlab olamiz. Variatsion kenglik: bunda, xorijiy eng ko'p tashrif buyurgan sayohatchilar yilidan, eng kam tashrif buyurgan sayohatchilar yili ayriladi. $R=X(\max)-X(\min)$

Bu yerda: R – variatsion kenglik; $X(\max)$ – keltirilgan davrdagi eng yuqori ko'rsatkich; $X(\min)$ – keltirilgan davrdagi eng past ko'rsatkich.

Tahlillarga ko'ra, O'zbekiston Respublikasiga eng ko'p turistlar 2024-yilda tashrif buyurgan – 7957,2 ming kishi va eng kam turistlar esa 2020-yili tashrif buyurishgan – 1504,1 ming kishi.

Demak, $R=7957,2-1504,1=6453,1$ ming kishi.

O'rtacha miqdor: bunda O'zbekiston Respublikasiga 2012-2024-yillar oralig'ida o'rtacha nechta turist tashrif buyurganligini hisoblash mumkin. Buning uchun, o'rtacha arifmetik usuldan foydalanamiz ya'ni turistlarning umumiy sonini, umumiy keltirilgan yillarga nisbatiga bo'lamiz. X (o'rtacha) = summa X_i/n , bunda, X_i - turistlar soni, n - keltirilgan yillarning umumiy soni. Bunda, X (o'rtacha) = $47656,8/13 = 3665,9$ ming kishi tashrif buyurgan. Xulosa qilib aytganda 2012-yildan 2024-yilga qadar O'zbekiston Respublikasiga o'rtacha 3665,9 ming kishi tashrif buyurgan[16].

Ushbu o'rtacha dinamikani barqarorligini ta'minlashda, hududlarning iqtisodiy salohiyatini oshirishda turizm klasterlaridan samarali foydalanish talab etiladi. Xususan, O'zbekiston mintaqalarida turistik klasterlarning shakllantirilishi turistik-rekreasion resurslardan to'liq foydalanish zahirida yangi turistik firmalar ochilishiga va mavjudlarining ishini yanada faollashtirishga turtki beradi va yangi turdagi turistik mahsulotlarning yaratilishiga asos bo'ladi. Innovasion jarayon turistik mahsulotning xizmatlar bozoridagi rivojlanish faoliyatiga ta'sir etuvchi zaruriy omil hisoblanishi hamda, bugungi kunda har qanday turistik firmaning asosiy maqsadi raqobat sharoitida iste'molchini o'z xizmat turlariga jalb qilishni taqozo qiladi. Klaster hududida bunday mahsulotlarni yaratuvchi korxonalarining mavjudligi ular rivoji uchun muhim omil bo'lib hisoblanadi. Klasterning hududlarda muvaffaqiyatli faoliyatini ta'minlash uchun tegishli biznes muhiti yaratilishi lozim va bu muhit turli tashqi omillarning mavjudligi bilan belgilanadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Xulosa qilib aytganda, turizm klasterlari ixtiyoriy asosda birlashgan kompaniyalar faoliyatini o'z ichiga olgan rekreatsion hududdir. Firmalar faoliyati o'zaro bog'liqdir, shuning uchun bir firmada muammolar yuzaga kelganda, vaziyatni hal qilish uchun boshqa firmalar ishga kirishadi, chunki muammolarni yakka holda hal qilish nafaqat klaster yaratish mohiyatiga zid keladi, balki butun klaster daromadini kamaytiradi. Klasterlarni yaratishda infratuzilma omillarini hisobga olish, shuningdek, tabiiy va iqlimiy omillarni baholash kerak.

Turizm klasterlarining tashkil etilishi qator muammolarni hal etishi mumkin. Jumladan, infratuzilmani yaxshilash, yalpi ichki mahsulotda turizmdan tushgan daromad ulushini oshirish hisobiga iqtisodiyotni mustahkamlash, hududlar salohiyatini oshirish, mintaqadagi ekologik vaziyatni yaxshilash.

Jahon tajribasi shuni ko'rsatadiki, turizm klasterining tashkil etilishi iqtisodiy jihatdan orqada qolgan hududlarning rivojlanishiga turtki beradi, klasterda sarflayotgan mablag'lari evaziga mintaqa iqtisodiyotini rivojlantirayotgan sayyohlar oqimini jalb qiladi. Ikkinchi afzallik – sarmoyalarni jalb qilish va buning

natijasida klasterda infratuzilmani rivojlantirish hisoblanadi. Buning hisobiga qo‘shimcha ish o‘rinlari yaratiladi, ishlab chiqarish, fabrika va xususiy tadbirkorlik subyektlari faoliyati rivojlanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. “2022-2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning Taraqqiyot Strategiyasi” 2022-yil 22-yanvar. ПФ-60-son Farmon. www.lex.uz.
2. “2025-2026-yillarda sayyohlar oqimini keskin ko‘paytirish va turistik xizmatlar ko‘lamini jadal kengaytirish orqali turizmning iqtisodiyotdagi o‘rni va ahamiyatini oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi 2025-yil 15-maydagi ПФ-87-son Farmon. www.lex.uz.
3. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2024-yil 30-dekabrda 915-son qarori. www.lex.uz.
4. Д.Х.Асланова, М.Т.Алимова, З.И.Саттарова Региональный туристический кластер: сущность и проблемы его эффективного функционирования—Самарканд, «Zarafshon», 2017. - 232 с.
5. D.X.Aslanova, M.T.Alimova, Z.I.Sattarova. Samarqand viloyatida hududiy turistik klasterni shakillantirish kontsepsiyasi - Samarqand, «Zarafshon», 2016. - 76 bet.
6. Д.Х.Асланова, М.Т.Алимова, З.И.Саттарова, Б.Ш.Сафаров. Туристический кластер: методология формирования и функционирования. – Самарканд, «Zarafshon». 2015. - 92 с.
7. Бриггс С. Маркетинг в туризме. –К.: Знания-Пресс, 2005. -358 с.
8. Бойко А.Е. Формирование кластеров как инструмент повышения конкурентоспособности туристических услуг: Автореферат. Дис. Канд.наук. Новосибирск: 2011.-24 с.
9. Котлер Ф., Боуен Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: учебник для вузов. Второе издание.-М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2002. – 1063 с.
10. М.А.Рахматов, Б.З.Зарипов “Кластер-интеграция, инновация ва иқтисодий ўсиш”. – Т.: “Zamin nashr” 2018. -168 бет.
11. Саак А.Е. Маркетинг в соцсиально-культурном сервисе и туризме. Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2007. -480 с.
12. Харрис Г., Кас Р. Становление международного туризма в XXI веке. - М.: Финансы и статистика, 2006.
13. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi – rasmiy veb-sayt: stat.uz
14. https://milmi.org/_docs/publications/Cluster_reports_2023/Michigan-Hospitality-and-Tourism-Industry-Cluster-Workforce-Analysis-Report.pdf
15. www.unwto.org Butunjahon turizm tashkilotining rasmiy sayti.
16. Muallif tomonidan tuzilgan.