

**САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ
ҲУЗУРИДАГИ ИЛМИЙ ДАРАЖАЛАР БЕРУВЧИ
DSc.03/30.12.2019.I.18.01 РАҚАМЛИ ИЛМИЙ КЕНГАШ
АСОСИДА БИР МАРТАЛИК ИЛМИЙ КЕНГАШ**

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

СОБИРОВ БОБУР БАХТИШОДОВИЧ

**ТУРИСТИК ҲУДУД РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ОШИРИШНИНГ
МЕТОДИК АСОСЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ**

08.00.17 – Туризм ва меҳмонхона фаолияти

**Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси
АВТОРЕФЕРАТИ**

Самарқанд – 2021

**Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD)
диссертацияси автореферати мундарижаси**

**Оглавление автореферата диссертации доктора философии (PhD)
по экономическим наукам**

**Content of dissertation abstract of doctor of philosophy (PhD)
in economic sciences**

Собиров Бобур Бахтишодович

Туристик ҳудуд рақобатбардошлигини оширишнинг методик асосларини
такомиллаштириш 3

Собиров Бобур Бахтишодович

Совершенствование методических основ повышения конкурентоспособности
туристских регионов 29

Sobirov Bobur Baxtishodovich

Improving the methodical framework for increasing the competitiveness of the
tourist region 57

Эълон қилинган ишлар рўйхати

Список опубликованных работ
List of published works 60

**САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ
ҲУЗУРИДАГИ ИЛМИЙ ДАРАЖАЛАР БЕРУВЧИ
DSc.03/30.12.2019.I.18.01 РАҚАМЛИ ИЛМИЙ КЕНГАШ
АСОСИДА БИР МАРТАЛИК ИЛМИЙ КЕНГАШ**

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

СОБИРОВ БОБУР БАХТИШОДОВИЧ

**ТУРИСТИК ҲУДУД РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ОШИРИШНИНГ
МЕТОДИК АСОСЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ**

08.00.17 – Туризм ва меҳмонхона фаолияти

**Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси
АВТОРЕФЕРАТИ**

Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси мавзуси Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссиясида В2020.3.PhD/Iqt689 рақам билан рўйхатга олинган.

Диссертация Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтида бажарилган.

Диссертация автореферати уч тилда (ўзбек, рус, инглиз (резюме)) Илмий кенгаш веб-саҳифаси (www.sies.uz) ва «Ziynet» Ахборот-таълим порталида (www.ziynet.uz) жойлаштирилган.

Илмий раҳбар: Алимова Машхура Тоирхоновна
иқтисодиёт фанлари доктори, профессор

Расмий оппонентлар: Навруз-зода Бахтиёр Негматович
иқтисодиёт фанлари доктори, профессор

Сафаров Баходирхон Шахриёрович
иқтисодиёт фанлари доктори, профессор

Етакчи ташкилот: Тошкент давлат иқтисодиёт университети

Диссертация ҳимояси Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти ҳузуридаги илмий даражалар берувчи DSc.03/30.12.2019.I.18.01 рақамли илмий кенгашнинг 2021 йил « 9 » 18 куни соат 10.00 даги мажлисида бўлиб ўтади. Манзил: 140100, Самарқанд шаҳри, Амир Темур кўчаси, 9-уй. Тел: (99866) 233-19-84; Факс: (99866) 231-12-53, e-mail: sies_info@edu.uz.

Диссертация иши билан Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтининг Ахборот-ресурс марказида танишиш мумкин (_____ рақам билан рўйхатга олинган). Манзил: 140100, Самарқанд шаҳри, Амир Темур кўчаси, 9-уй. Тел.: (99866) 233-19-84; Факс: (99866) 231-12-53, e-mail: sies_info@edu.uz.

Диссертация автореферати 2021 йил « 24 » 18 куни тарқатилди
(2021 йил « 24 » 18 даги 7 рақамли реестр баённомаси).



М.Э. Пўлатов

Илмий даражалар берувчи илмий кенгаш асосида бир марталик илмий кенгаш раиси, и.ф.д., профессор

Н.Э. Ибадуллаев

Илмий даражалар берувчи илмий кенгаш асосида бир марталик илмий кенгаш котиби, и.ф.д., доцент

М.М. Мухаммедов

Илмий даражалар берувчи илмий кенгаш қошидаги бир марталик илмий семинар раиси, и.ф.д., профессор

КИРИШ (фалсафа доктори (PhD) диссертация аннотацияси)

Диссертация мавзусининг долзарблиги ва зарурати. Туризм охириги йигирма йил давомида жаҳон иқтисодиётининг етакчи тармоқларидан бири сифатида қайд этилиб, унга мансуб бўлган ўсиш суръатлари ва жаҳон макроиқтисодий кўрсаткичларидаги улуши келажак индустрияси сифатида эътироф этилишига сабаб бўлди. Бутунжаҳон туризм ташкилотининг маълумотларига кўра, 2019 йилда «халқаро туристик ташрифларнинг 49 фоизи Франция, Испания, АҚШ, Хитой, Италия, Туркия, Мексика, Германия, Таиланд, Буюк Британия ҳиссасига тўғри келган»¹, ҳамда туристик салоҳиятга эга бошқа туристик ҳудудлар халқаро туризм бозорининг қолган улуши учун кескин рақобат курашида қатнашиб келмоқда.

Жаҳонда пост-пандемия шароитида туризм соҳасини қайта жадал ривожлантириш, унинг ижтимоий-иқтисодий ривожланишдаги мавқеини тиклаш масалаларига бағишланган замонавий илмий-тадқиқотларга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Рақамли иқтисодиёт муҳитида туристик ҳудуд салоҳиятидан самарали фойдаланишнинг янги имкониятларини жалб қилиш асосида унинг рақобатбардошлигини оширишнинг методологик асосларини такомиллаштириш нуктаи назаридан ушбу масаланинг илмий-услубий ва амалий жиҳатларини тадқиқ этиш бугунги кунда долзарблиги билан ажралиб туради.

Соҳада кузатилган тенденциялар юқори туристик салоҳиятга эга Ўзбекистонда туризмни миллий иқтисодиётнинг стратегик сектори сифатида ривожлантиришга қаратилган кенг қамровли ислоҳотларга асос бўлди ҳамда 2019 йилда мамлакатга 6,7 млн туристик сафар, охириги уч йил мобайнидаги йилига ўртача 40 фоиз ўсиш кўрсаткичларини таъминлаб берган қулай институционал ва ижтимоий-иқтисодий муҳитни яратди. 2020 йилда пандемиянинг глобал таъсири жаҳон туризм индустриясининг иқтисодий инқирозга юз тутишига сабаб бўлди ҳамда соҳанинг кейинги ривожланиш тенденцияларида кескин рақобат муҳитига асос солди. Бугунги кунда «туризм ҳамда унга бевосита боғлиқ бўлган тармоқларни қўллаб-қувватлаш, юз минглаб иш ўринлари ва малакали мутахассисларни сақлаб қолиш, уларнинг даромадларини ушлаб туриш, шунингдек, мамлакатда санитария-эпидеиологик вазият яхшиланишига қараб туризм соҳасини жадал қайта тиклаш»² соҳада шиддат билан олиб борилаётган иқтисодий ислоҳотларнинг устувор йўналиши сифатида белгиланди.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 5 январдаги ПФ-5611-сон «Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги, 2020 йил 28 майдаги ПФ-6002-сон «Коронавирус пандемиясининг салбий таъсирини камайтириш учун туризм соҳасини қўллаб-қувватлашга доир кечиктириб бўлмайдиган чора-

¹ Global Economic Impact & Trends 2020, p. 3 // <http://www.unwto.org>.

² Ўзбекистон Республикаси Президентининг 28 май 2020 йилдаги ПФ-6002-сон «Коронавирус пандемиясининг салбий таъсирини камайтириш учун туризм соҳасини қўллаб-қувватлашга доир кечиктириб бўлмайдиган чора-тадбирлар тўғрисида»ги Фармони // <https://lex.uz/ru/>

тадбирлар тўғрисида»ги фармонлари, 2020 йил 2 июндаги ПФ-6003-сон «Ўзбекистон Республикасининг халқаро рейтинг ва индекслардаги ўрнини яхшилаш ҳамда давлат органлари ва ташкилотларида улар билан тизимли ишлашнинг янги механизмини жорий қилиш тўғрисида»ги Фармони билан тасдиқланган «Жаҳон иқтисодий форумининг Глобал рақобатбардошлик индексида Ўзбекистон Республикасининг ўрнини ақс эттириш бўйича чоратадбирлар»и, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2019 йил 30 сентябрдаги 828-сон «Самарқанд вилоятининг туризм салоҳиятидан самарали фойдаланиш ва уни ривожлантириш бўйича қўшимча чоратадбирлар тўғрисида»ги Қарори ҳамда мазкур соҳага тегишли бошқа меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларда белгиланган вазифаларни амалга оширишда мазкур диссертация тадқиқоти муайян даражада хизмат қилади.

Тадқиқотнинг республика фан ва технологиялари ривожланишининг устувор йўналишларига мослиги. Диссертация тадқиқоти республика фан ва технологиялар ривожланишининг I. «Демократик ва ҳуқуқий жамиятни маънавий-ахлоқий ва маданий ривожлантириш, инновацион иқтисодиётни шакллантириш» устувор йўналишига мувофиқ бажарилган.

Муаммонинг ўрганилганлик даражаси. Турли ижтимоий-иқтисодий тизимларда рақобат ва рақобатбардошликнинг назарий-методологик жабҳалари И.Ансофф, Н.Г.Агеева, А.Юданов, Ф.А.Хайек, Ж.Ламбен, М.Мескон, В.Ойкен, М.Портер, Р.Урсе, Д.Харрингтон, Ф.Хедоури, Э.Чемберлен, И.Шумпетер, Л.Н.Сафиуллин, Н.З.Сафиуллин, М.Г.Долинская, И.А.Соловьев, Р.А.Фатхутдинов, Н.С.Яшин³ каби хорижлик олимларнинг илмий ишларида ўрганилган.

Туристик ҳудуднинг илмий-назарий моҳияти, уни ривожлантиришнинг назарий ва амалий масалалари, шунингдек туристик ҳудуд рақобатбардошлиги, уни баҳолаш ва оширишнинг назарий-методологик жабҳалари В.И.Азар, И.Т.Балабанов, А.Ю.Александрова, В.С.Боголюбов, М.Б.Биржаков, А.Б.Здоров, Н.Б.Зорин, В.А.Квартальнов, Ритчие Ж.Б., Сроуч Г.И., Двер Л., Ким С., Ҳанафиаҳ М.Ҳ., Ҳемди М.А., Аҳмад И., Вавра Т.Г., Матзлер К., Сауэрвэин Э., Ҳеисчмидт А., Фукс М., Вэирмаир К., Козак М., Риммингтон М., Сэрнат Л., Гоурдон Ж., Горучурн Н., Сугиярто Г., Суссулелли М., Гоффи Г. Мендола Д., Воло С., Милисэвис К., Михалис Т.,

³Ансофф И. Стратегическое управление – М.: Экономика, 1989, 519с.; Агеева Н.Г.Справочник по конкуренции и конкурентоспособности. – Курган:Изд-во КГУ, 2002., 121с.; Юданов А. Конкуренция: теория и практика: Учеб. пособие, 3-е изд. / А. Юданов – М.: Гном-Пресс, 2002. Хайек Ф. А. Дорога к рабству М.: Новое издательство, 2005. – 264 с.; Портер М. Конкуренция. – М.: Издательский дом “Вильямс”, 2000; Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / пер. с англ. Е. Калининой. – М.: Альпина Паблишер, 2008; Долинская М.Г. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции / М.Г. Долинская, И.А. Соловьев - М.: Изд-во стандартов, 1991; Завьялов П. Конкурентоспособность и маркетинг / П. Завьялов // Российский экономический журнал. - 1995. - № 12. - С. 50; Яшин Н.С. Конкурентоспособность промышленного предприятия: Методология, оценка, регулирование / Н.С. Яшин - Саратов: Изд. СГЭА, 1997.; Сафиуллин Л.Н., Сафиуллин Н.З. Конкурентоспособность: теория и методология/Монография. – Казань: Центр инновационных технологий, 2008.; Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. (3-е изд.) //Р. Фатхутдинов // М.: Маркет ДС, 2008, 432с.; Пилипенко И.В. Конкурентоспособность стран и регионов в мировом хозяйстве: теория, опыт малых стран Западной и Северной Европы. – Смоленск: Ойкумена, 2005.

Север И., Сривихок А., Интрапаиро А. Триснавати Р.⁴ каби олимларнинг илмий ишларида кўриб чиқилган.

Ўзбекистонда туризм соҳасини ривожлантиришга оид ҳудудий ёндашувлар, туристик ҳудуд ва унинг рақобатбардошлигини ошириш масалалари Б.Н.Навруз-Зода, Н.С.Ибрагимов, Н.Т.Тухлиев, М.К.Пардаев, И.С.Тухлиев, М.М.Мухаммедов, Д.Х.Асланова, Б.Х.Тўраев, О.Х.Хамидов, М.Т.Алимова, Б.Ш.Сафаров, З.О.Рахимов, Г.А.Алимова, З.И.Усманова⁵ каби иқтисодчи олимлар илмий ишларида кўриб чиқилган.

⁴ Азар В.И. Экономика и организация туризма. - М.: Экономика, 2003. – 322 с.; Александрова А.Ю. Международный туризм. - М.: Аспект Пресс, 2002. – 346 с.; Боголюбов В.С. Экономика туризма: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. - М.: «Академия», 2005. – 192 с.; Биржаков М.Б. Введение в туризм: изд. 9-е, перераб. и доп. СПб.: Издательский дом «Герда», 2007. – 576 с.; Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма: учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 176 с.; Дмитриев М.Н., Забаева М.Н. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: учебник. М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2006. – 310 с.; Здоров А.Б. Экономика туризма. Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2005. – 272 с.; Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: справочник –М.: Финансы и статистика, 2000.- 368 с.; Ritchie J.B., Crouch G.I. A Model of Destination Competitiveness and Sustainability /Wang Y., Pizam A. (eds.)//Tourism Destination Marketing and Management:Theories and applications.-2011.-P.326-339.; Dwyer L., Kim C. Destination competitiveness: Determinants and indicators//Current issues in Tourism.-2003.-Vol.6-No.5.-P.369-414.; Hanafiah M.H., Hemdi M.A., Ahmad I. Reflections on Tourism Destination Competitiveness (TDS) Determinants//Advanced Science Letters.-2015.-Vol.21.-No.5-P.1571-1574.; Vavra T.G. Improving Your Measurement of Customer Satisfaction: A Guide to Creating, Conducting, Analyzing and Reporting customer Satisfaction Measurement Program. Milwaukee.-WI:ASQC Quality Press,1997; Matzler K., Sauerwein E., Heischmidt A. Importance –performance analysis revisited: The role of the factor structure of customer satisfaction//Service Industries Journal.-2003.-№23 (2).-P.112-129.; Fuchs M., Weirmair K. Destination benchmarking: An indicator-system’s potential for exploring guest satisfaction//Journal of Travel Research.-2004.-№42 (3).-P.212-225.; Kozak M., Rimmington M. Measuring tourist destination competitiveness: Conceptual considerations and empirical findings// International Journal of Hospitality Management.-1999.-№18 (3).-P.273-283; Cernat L., Gourdon J. Paths to success: Benchmarking cross-country sustainable tourism//Tourism management.-2012.-Oct.-Vol.33.-No. 5.-P.1044-1056.; Gooroochurn N., Sugiyarto G. Measuring Competitiveness in Travel and Tourism Industry.2004 [Электронный ресурс] <http://www.nottingham.ac.uk>; Cucculelli M., Goffi G. Does sustainability enhance tourism destination competitiveness? Evidence from Italian Destinations of Excellence// Journal of Clear Production.-2015.-P.1-13.; Mendola D., Volo S. Building composite indicators in tourism studies: Measurements and applications in tourism destination competitiveness//Tourism Management-2017.-Apr.-Vol.59.-P.541-553.; Milicevic K., Mihalic T., Sever I. An Investigation of the Relationship Between Destination Branding and Destination Competitiveness //Journal of Travel & Tourism Marketing.-2017.-Feb-mar.-Vol.34.-No.2.-P.209-221.; Srivihok A., Intrapairo A. Enhanced Classification Performances of Travel and Tourism Competitiveness Model with Feature Selection// Advanced science letters.2015.-Vol.21.-No.10.-P.3170-3174.; Trisnawati R. Analysis of the competitiveness tourism industries incising the local economy (The comparative study analysis of the competitiveness tourism between Surakarta and Yoguakarta [Electronic resource] /R. Trisnawati//Economic Journal of Emerging Markets.-2008.-№ 2(13).

⁵ Навруз-зода Б.Н., Ибрагимов Н.С., Навруз-зода З.Б., Навруз-зода Ш.Б. Туристтик ҳудуд рақобатбардошлиги Монография. Бухоро: “Садриддин Салим Бухорий” Дурдона нашриёти, 2017 – 156 б.; Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Национальные модели развития туризма. -Т.: Гос.науч.изд-во «Ўзбекистон миллий энциклопедияси», 2006. – 424 с.; Тухлиев И.С., Кудратов Ф.Х., Пардаев М.К. Туризмни режалаштириш. Дарслик. -Т.: “Iqtisod-Moliya” нашриёти, 2010. – 238 б.; Мухаммедов М.М. ва бошқалар. Хизмат кўрсатиш соҳаси ва туризмни ривожлантиришнинг назарий асослари. //Монография. “Зарафшон” нашриёти. 2017. – 300 б.; Асланова Д.Х. Региональный туристский кластер: сущность и проблемы его эффективного функционирования. Монография. / Д.Х.Асланова, М.Т.Алимова, З.И.Саггарова. – Самарканд: Zarafshon, 2017. – 225 с.; Тураев Б.Х. Организационно-экономические механизмы регионального туризма. -Т.:«Фан», 2009. – 154 с.; Хамидов О.Х. Выбор конкурентной стратегии предприятия на рынке туристических услуг Узбекистана: дисс...канд. экономических наук. -С.:СамИСИ, 2006. -155 с.; Voltabayev M.P, Tuxliyev I.S. Turizm: nazariya va amaliyot. –Т.: «Fan va texnologiya», 2018, - 400 б.; Алимова М.Т. Худудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденциялари (Самарканд вилояти мисолида): иқтисодийёт фанлари доктори илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация. -С.: СамИСИ, 2017. - 265 б.; Сафаров Б.Ш. Миллий туризм хизматлар бозорини инновацион ривожлантиришнинг методологик асослари // Монография. - Тошкент: «Фан ва технология» нашриёти, 2016. - 184 б.; Рахимов З.О. Туризм дестинацияларида стратегик режалаштиришнинг ташкилий механизмини такомиллаштириш (Самарканд

Юқорида келтирилган олимларнинг илмий тадқиқотлари ушбу йўналишда қилинган илмий ишлар ичида ўз ўрни ва аҳамиятига эга. Аммо ҳар бир муаммо муайян замон ва макон учун ўзгача ечимни талаб этади. Юқорида қайд этилган фикрлар тадқиқотнинг мақсади ва вазифаларини белгилаш учун асос бўлиб хизмат қилади.

Тадқиқотнинг диссертация бажарилган олий таълим муассасасининг илмий-тадқиқот ишлари билан боғлиқлиги. Мазкур тадқиқот Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти илмий-тадқиқот ишлари режаси, шунингдек, ПЗ-20170929749-сонли «Самарқанд вилоятида туристик эркин иқтисодий ҳудудни яратиш стратегияси» (2018-2020 йй.) мавзусидаги амалий лойиҳа доирасида бажарилган.

Тадқиқотнинг мақсади рақамли иқтисодиётни шакллантириш шароитида туристик ҳудуд рақобатбардошлигини ошириш бўйича илмий-амалий таклиф ва тавсияларни ишлаб чиқишдан иборат.

Тадқиқотнинг вазифалари:

– «туристик ҳудуд», «туристик минтақа», «туристик зона», «дестинация» категорияларининг моҳиятини назарий жиҳатдан таҳлил этиш ҳамда муаллиф қарашларини шакллантириш;

– иқтисодчи олимларнинг «рақобатбардошлик», «туристик ҳудуд рақобатбардошлиги» тушунчасига ишлаб чиқилган таърифларини илмий-назарий жиҳатдан таҳлил этиш асосида муаллифлик таърифлари ва ёндашувларини ишлаб чиқиш;

– туризм тизимида рақобатбардошликнинг тузилмавий таҳлилинини амалга ошириш;

– туристик ҳудудлар рақобатбардошлигини ошириш бўйича хорижий тажрибани тадқиқ этиш;

– туристик ҳудудлар рақобатбардошлигини баҳолашнинг назарий-методик асосларини тадқиқ этиш;

– иқтисодий-математик усуллар ёрдамида туристик ҳудудлар глобал рақобатбардошлиги омилларини таҳлил қилиш;

– алоҳида туристик ҳудудларда туризм соҳасининг ҳудуд ижтимоий-иқтисодий ривожланишига таъсирини таҳлил қилиш;

– ҳалқаро туризм бозорида алоҳида мамлакатлар туристик маҳсулотларига талабнинг шаклланишига мазкур мамлакатни рақобатбардошлик омилларининг таъсирини баҳолаш асосида талабни прогнозлаштириш;

– алоҳида ҳудудларда туристик зоналар ва тематик кластерларни шакллантириш асосида туристик ҳудудни рақобатбардошлигини оширишнинг ташкилий-иқтисодий механизмини такомиллаштириш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқиш;

шаҳри мисолида): и.ф.н.... диссертация. - С.: СамИСИ, 2012.; Алимова Г.А. Рекреацион-туристик салоҳиятдан самарали фойдаланиш асосида минтақани ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш (Тошкент вилояти мисолида): и.ф.б. Фалсафа доктори PhD диссертация. - Т.: ЎЗМУ, 2019.; Усманова З.И. Ўзбекистонда туристик-рекреацион хизматларни ривожлантириш хусусиятлари ва тенденциялари: и.ф.б. Фалсафа доктори PhD диссертация. - С.: СамИСИ, 2018.

– рақамли иқтисодий шакллантириш шароитида туристик ҳудуд рақобатбардошлигини ошириш услубларини такомиллаштириш бўйича илмий-услубий ва илмий-амалий таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқиш;

– туристик ҳудуд рақобатбардошлигини баҳолаш услубларини такомиллаштириш бўйича илмий-услубий ва илмий-амалий таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқиш.

Тадқиқотнинг объекти сифатида Ўзбекистон Республикаси алоҳида туристик ҳудудларида юритилган хўжалик жараёнлари танланган.

Тадқиқотнинг предмети туризм бозорида рақобатбардошликни ошириш билан боғлиқ бўлган ижтимоий-иқтисодий ва ташкилий-иқтисодий муносабатлар мажмуасидан иборат.

Тадқиқотнинг усуллари. Диссертацияда илмий абстракция, таҳлил ва синтез, индукция ва дедукция, тизимли таҳлил, иқтисодий-математик усуллар, жумладан, регрессион таҳлил усулларидан фойдаланилган.

Тадқиқотнинг илмий янгилиги қуйидагилардан иборат:

«туристик дестинация» тушунчасининг моҳияти унинг туристик ҳудуддан фарқли рақобатбардош истеъмол қиймати ва жозибador туристик ресурс салоҳиятига эгаллиги хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда такомиллаштирилган;

туризм соҳасида рақобатбардошликнинг мега-, макро-, мезо-, микро-даражадаги тизимли-тузилмавий моҳияти ва уни таъминлашда синергетик самарани асослаш орқали туристик ҳудуд рақобатбардошлиги модели такомиллаштирилган;

туристик ҳудудга тегишли ишбилармонлик муҳити, халқаро очиклик, туристик инфратузилма, табиий ва маданий ресурслар салоҳияти, нарх бўйича рақобатбардошлик индексларини мини-макс бўйича стандартлаш орқали интеграциялаш асосида туристик ҳудуд рақобатбардошлиги интеграл кўрсаткичини баҳолаш методикаси такомиллаштирилган;

туристик ҳудудлар ва мамлакат рақобатбардошлиги кўрсаткичларининг ҳудудий туристик мобиллик даражасига таъсирини инобатга олган ҳолда туристик оқимнинг ўрта муддатли истиқбол учун прогноз параметрлари ишлаб чиқилган.

Тадқиқотнинг амалий натижаси қуйидагилардан иборат:

«туристик ҳудуд», «туристик дестинация» «туристик зона», «туристик минтақа» тушунчаларининг ўзаро боғлиқликдаги моҳиятини асослаш орқали такомиллашган таърифлари таклиф этилган;

Самарқанд шаҳри интерактив туристик харитаси дастурий таъминоти ва маълумотлар базаси ишлаб чиқилган;

Самарқанд вилоятида ягона туристик ахборот тизимини шакллантириш, туристик интерактив ахборотлардан фойдаланиш инфратузилмасини мобил иловалар, туристик реестр, идоралараро электрон ахборот айрибошлаш қуйи тизимлари орқали такомиллаштириш концепцияси ишлаб чиқилган;

алоҳида ҳудудларда туристик тематик кластерлар ва туристик зоналарни ташкил этиш концепцияси асосида туристик ҳудуд рақобатбардошлиги

механизмини такомиллаштириш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

Тадқиқот натижаларининг ишончлилиги Тадқиқот натижаларининг ишончлилиги таҳлил жараёнида Бутунжаҳон туризм ташкилоти, Туризм ва саёҳатлар бўйича Жаҳон Кенгаши, Ўзбекистон Республикаси давлат статистика қўмитаси, Туризмни ривожлантириш давлат қўмитасининг расмий маълумотларидан фойдаланилганлиги, ишда қўлланилган ёндашув ва усулларнинг мақсадга мувофиқлиги ва илмий асосланганлиги, ишда келтирилган хулоса, таклиф ва тавсияларнинг амалда синовдан ўтгани билан изоҳланади.

Тадқиқот натижаларининг илмий ва амалий аҳамияти. Тадқиқот натижаларининг илмий аҳамияти ҳудуд рақобатбардошлигини баҳолаш ва оширишнинг илмий-назарий, илмий-услубий натижалари бўйича олинган илмий хулосалардан ушбу йўналишга оид методологик-услубий аппаратни, алоҳида ҳудудлар рақобатбардошлигини оширишнинг иқтисодий-ҳуқуқий асосларини такомиллаштиришда, миллий туризм маҳсулотининг жаҳон бозорида рақобатбардошлигини оширишга ҳамда таҳлил қилишда фойдаланиш мумкинлиги билан изоҳланади.

Тадқиқот натижаларининг амалий аҳамияти шундаки, ишлаб чиқилган таклифлар ва амалий тавсиялардан туризм соҳаси субъектларининг ички ва ташқи бозорлардаги рақобатбардошлигини ошириш, республикада алоҳида туристик ҳудудлар рақобатбардошлигини оширишнинг ташкилий-иқтисодий механизмини такомиллаштириш бўйича чора-тадбирлар дастурини, ҳудудий маркетинг тадбирлари режасини, туризм соҳасини ривожлантириш самарали стратегиясини, туризм соҳасини янада ривожлантириш дастурини ишлаб чиқиш ва уларнинг ижроси мониторингини амалга оширишда фойдаланиш мумкинлиги билан изоҳланади.

Тадқиқот натижаларининг жорий қилиниши. Туристик ҳудуд рақобатбардошлигини оширишнинг методик асосларини такомиллаштириш бўйича олинган илмий натижалар асосида:

«туристик дестинация», «туристик ҳудуд», «туристик зона», «туристик минтақа» тушунчаларининг такомиллаштирилган таърифларини мужассам этган илмий таклифлар 2020 йил 8 январдаги 06-01/426-сонли “2020-2022 йилларда Самарқанд туманининг туризм салоҳиятидан самарали фойдаланиш ва уни комплекс ривожлантириш Йўл харитаси”да белгиланган вазифалар ижросини таъминлаш амалиётига жорий этилган (Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш Давлат қўмитасининг 2021 йил 16 февралдаги 02-16-1612-сонли маълумотномаси). Илмий натижалардан фойдаланиш алоҳида ҳудудлар бўйича туризм статистикасини ўзаро боғлиқликда юритиш имкониятини яратган;

туристик ҳудуд рақобатбардошлигининг такомиллаштирилган модели бўйича ишлаб чиқилган илмий-услубий ва илмий-амалий таклифлар Туризмни ривожлантириш Давлат қўмитаси амалиётига жорий этилган (Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш Давлат қўмитасининг 2021 йил 16 февралдаги 02-16-1612-сонли маълумотномаси). Илмий

натижалардан фойдаланиш туризм соҳасини ривожлантириш дастурини амалга оширишда давлат бошқаруви органлари, илм-фан ва таълим, хусусий бизнес ҳамкорлиги механизмини шакллантириш имкониятини яратган;

туристик ҳудуд рақобатбардошлиги интеграл кўрсаткичи ва уни баҳолаш методикаси бўйича ишлаб чиқилган илмий-услубий ва илмий-амалий таклифлар Туризмни ривожлантириш Давлат қўмитасида қўлланилган (Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш Давлат қўмитасининг 2020 йил 28 сентябрдаги 02-16/4504-сонли маълумотномаси). Илмий натижалардан фойдаланиш натижасида ҳудудларнинг туристик рақобатбардошлик рейтингидан келиб чиқиб, мақсадли ва манзилли дастурларни ишлаб чиқиш имконияти кенгайган;

туристик ҳудудлар ва мамлакатлар рақобатбардошлиги кўрсаткичларининг ҳудудий туристик мобиллик даражасига таъсирини ҳисобга олувчи кирувчи туристик оқимнинг ўрта муддатли истиқбол учун прогноз параметрлари Туризмни ривожлантириш Давлат қўмитаси амалиётида татбиқ этилган (Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш Давлат қўмитасининг 2020 йил 28 сентябрдаги 02-16/4504-сонли маълумотномаси). Илмий натижалардан фойдаланиш натижасида мазкур рақобатбардошлик индексида Ўзбекистон Республикасининг ўрнини акс эттириш механизми такомиллаштирилган.

Тадқиқот натижаларининг апробацияси. Мазкур тадқиқот натижалари 20 та халқаро илмий-амалий анжуманда ва 6 та республика илмий-амалий конференцияларида апробациядан ўтказилган.

Тадқиқот натижаларининг эълон қилинганлиги. Диссертация мавзуси бўйича жами 47 та илмий иш, шу жумладан, 1 та монография, 2 та илмий рисола, Ўзбекистон Республикаси Олий аттестация комиссиясининг докторлик диссертациялари асосий илмий натижаларини чоп этиш тавсия этилган илмий нашрларда 17 та мақола, жумладан, 5 таси республика ва 12 таси хорижий журналларда нашр этилган.

Диссертациянинг тузилиши ва ҳажми. Диссертация таркиби кириш, урта боб, хулоса, фойдаланилган адабиётлар рўйхати ва иловалардан иборат. Ишнинг умумий ҳажми 156 бетни ташкил этди.

ДИССЕРТАЦИЯНИНГ АСОСИЙ МАЗМУНИ

Кириш қисмида илмий тадқиқотнинг долзарблиги ва зарурати асосланган, тадқиқотнинг мақсади ва вазифалари, объект ва предмети тавсифланган, республика фан ва технологиялари ривожланишининг устувор йўналишларига мослиги кўрсатилган, илмий янгилиги ва амалий натижалари баён қилинган, олинган натижаларнинг илмий аҳамияти очиқ берилган, тадқиқот натижаларининг амалиётга жорий қилиниши, нашр этилган ишлар ва диссертация тузилиши бўйича маълумотлар келтирилган.

Биринчи бобда **туристик ҳудуд рақобатбардошлигини оширишнинг назарий-методик асослари** тадқиқ этилган бўлиб, туристик ҳудудни тавсифловчи назарий ёндашувларни илмий-назарий жиҳатдан таҳлил этиш

асосида «туристик ҳудуд», «туристик дестинация», «туристик зона», «туристик минтақа» тушунчаларининг ўзаро боғлиқликдаги моҳиятини тавсифловчи такомиллашган таърифлари ишлаб чиқилган. Шунингдек, туризм тизимида рақобатбардошликнинг мега-, макро-, мезо-, микро-даражадаги тизимли-тузилмавий таҳлили ва уни таъминлашда синергетик самарани асослаш орқали туристик ҳудуд рақобатбардошлигининг такомиллаштирилган модели таклиф этилган ҳамда туристик ҳудуд рақобатбардошлигини оширишнинг методик асослари хорижий тажриба асосида тадқиқ этилиб, туристик ҳудуд рақобатбардошлигини баҳолашнинг методик асослари илмий-назарий жиҳатдан таҳлил этилган.

Туризм мураккаб ижтимоий-иқтисодий тизим ҳисобланиб, унинг ривожланиш қонуниятлари таркибий элементларининг яхлитликдаги хоссаларидан келиб чиқади ҳамда таркибий географик элементларнинг ўзига хос хусусиятларига боғлиқ бўлади.

Диссертация ишида ватанимиз ва хорижий олимлар тадқиқотларининг мазмунидан келиб чиққан ҳолда, туристик дестинация категориясининг мазмуни ва моҳиятини аниқлаштириш борасида тўрт хил ёндашувни, хусусан: иқтисодий-географик; маркетинг ва бошқарувга йўналтирилганлик; мижозга йўналтирилганлик; ижтимоий-маданий йўналтирилганлик нуқтаи назаридан ёндашувларни ажратиб кўрсатиш таклиф этилди (1-расм).



1-расм. Туристтик дестинациянинг иқтисодий категория сифатида шаклланиш модели⁶

Биринчи ёндашув географик (ҳудудий) жиҳатдан ташкил этишга асосланган бўлиб, бунда туристик дестинация маълум бир ҳудуд билан чегараланган ва туристик ресурсларга эга бўлган макон сифатида тушунилади. Мазкур йўналишда туристик дестинация туризм фанида

⁶ Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган

аввалдан мавжуд бўлган ва бугунги кунда амалиётда кенг фойдаланилаётган «туристик марказ», «туристик ҳудуд» тушунчалари билан кўп жиҳатдан мос келади.

Иккинчи ёндашув – миждозга йўналтирилган ёндашувни ифода этади. Мазкур ҳолатда туристик дестинация истеъмолчиларнинг маълум бир сегменти учун қизиқиш уйғотувчи жозибадорлик билан изоҳланади. Шу тариқа, кўпчилик сайёҳлар учун катта қизиқиш уйғотувчи ушбу ҳудуднинг туристик жозибадорлиги бирламчи аҳамият касб этади. Муаллифнинг фикрича, бундай ёндашув туристик дестинация тушунчасининг ўзига хослиги ва унинг «туристик марказ», «туристик ҳудуд» тушунчаларидан тубдан фарқловчи жиҳатларини кўрсатиб беради.

Учинчи ёндашувда туристик дестинация маркетинг ва бошқарувга йўналтирилганлик нуқтаи назаридан тадқиқ этилиб, мазкур тушунча ҳудуднинг ресурс базасига маълум даражада таъсир кўрсатувчи, туристларнинг эҳтиёжларини юқори даражада қондиришга хизмат қилувчи туристик маҳсулотлар мажмуи сифатида кўриб чиқилади. Шунингдек, ҳар бир дестинация ҳудудий ривожланишнинг мақсадлари, манфаатлари, эҳтиёжлари, модел ва стратегияларини белгилаб берувчи ўзига хос жиҳатларга эга эканлиги билан ажралиб туради. Туристик дестинация тушунчасининг мазмун-моҳиятини тўлақонли тавсифлашда ҳудуднинг бренди ва имиджи тобора катта аҳамият касб этади.

Тўртинчи ёндашувда ўзаро ҳамкорликнинг янги қирраси «C2C» («Consumer to consumer» – «Истеъмолчи истеъмолчи учун»)ни кашф этган ҳолда, туристнинг туристик манзилгоҳларга ташриф буюриши асносида янгича тажриба ва ҳиссиётларни ўзлаштиришига алоҳида эътибор қаратилган. Шундан келиб чиққан ҳолда, турист туризм бозорида дестинацияни илгари суриш ва уни ривожлантиришда фаол иштирок этишига урғу берилади.

Шундай қилиб, туристик ҳудуднинг ўзига хослиги географик кўлами билан тегишли ҳудуднинг табиий-географик, ижтимоий-иқтисодий, этнографик, моддий-техник, сиёсий жабҳаларнинг хусусиятлари билан белгиланади ҳамда унинг жозибадорлиги ва рақобатбардошлиги туристик дестинация сифатида эътироф этилишида намоён бўлади.

Туристик дестинация – бу рақобатбардош истеъмол қийматига эга бўлиш асносида жозибадор туристик ресурс салоҳиятига эга бўлган ва туристларнинг барқарор оқимларини жалб қилувчи бошқарилувчи ижтимоий-иқтисодий ҳудудий тизимдир.

Демак, «туристик ҳудуд» «дестинация»нинг кўламига хос белгисини ифодалаб, ҳудудда туристик таклифнинг мажмуавий йиғиндиси туристик ҳудуд орқали ифодаланса, унинг жозибадор, рақобатбардош яхлит тизим сифатидаги моҳияти туристик дестинация мазмунида намоён бўлади.

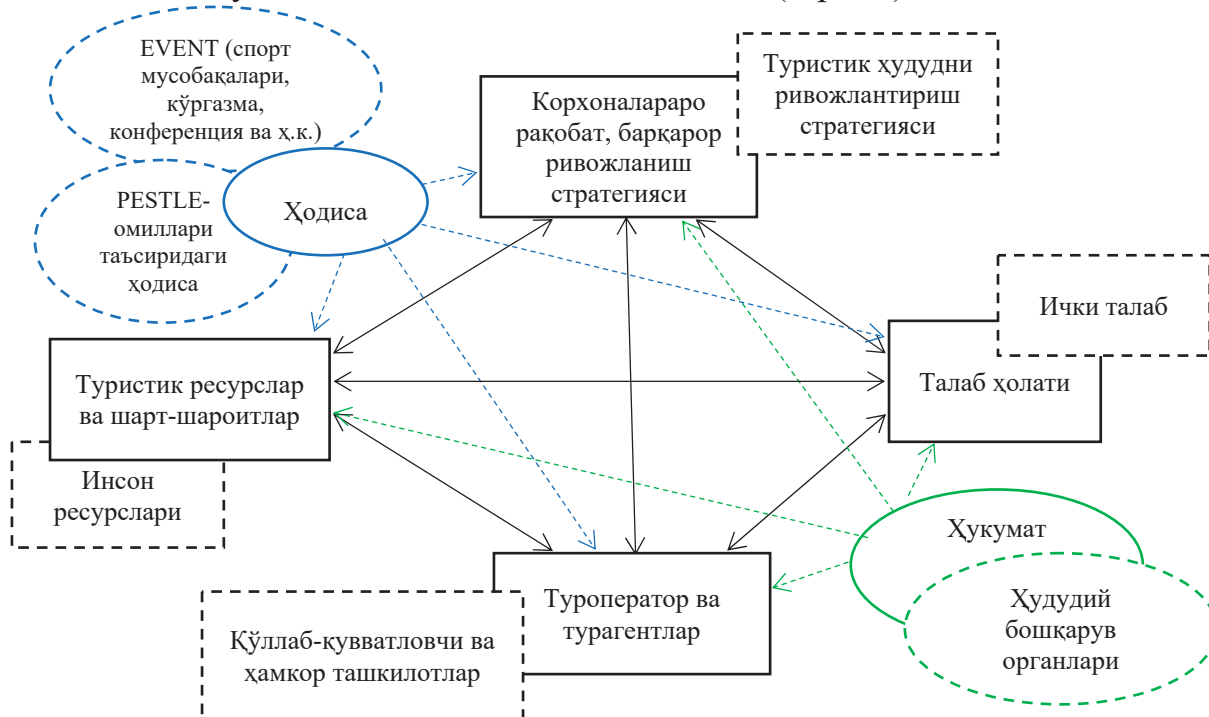
Туристик зона ягона туристик мақсад асосида танланадиган территориял бирлик ҳисобланиб, унинг ташкилий-иқтисодий механизми ўзига хос институционал унсур ва воситаларга асосланиши мумкин.

Туристтик минтақа табиий-географик, ижтимоий-иқтисодий, этнографик, моддий-техник, сиёсий жабҳалари бир-бирига якин ҳамда ягона бошқарув ва логистика тизимига эга туристик ҳудудлар мажмуасидир.

Рақобат муносабатларининг турлича кўринишлари уч (микро, мезо ва макро) даражада намоён бўлади. Микродаражада маҳсулотларнинг аниқ бир турлари, маълум бир ишлаб чиқариш ва корхоналар ўзаро рақобатлашадилар. Мезодаражада ҳудудлар, тармоқлар, интеграциялашувнинг горизонтал типига мансуб бўлган корхона ва фирмаларнинг тармоқ корпоратив бирлашмалари, кластерлар ўзаро рақобат курашига киришадилар. Ўз ўзидан аёнки, макродаражада интеграцион алоқаларнинг тармоқлараро типига мансуб бўлган халқ хўжалиги мажмуалари рақобатлашади.

Ҳудуд миқёсидаги рақобат ўзига хос жиҳатларга эгалиги билан ажралиб туради, бунда турли даражадаги субъектларнинг горизонтал ва вертикал алоқалари яққол кўзга ташланади. Хўжалик юритувчи субъектлар ўртасидаги ўзаро алоқаларнинг мазкур босқичида горизонтал ва вертикал алоқалар турлича кўриниш касб этади. Бу хил алоқалар баъзида шиддатли рақобат тусини олса, баъзи ҳолатларда эса ҳамкорлик ва шерикчилик кўринишини олади, ҳамда ҳудудий кластерларнинг шаклланишига шароит яратади.

Туристтик ҳудуд рақобатбардошлиги рақобат устунликларининг мавжудлиги ва рақобатбардошлик омиллари асосида мазкур устунликларни ярата олишига кўп жиҳатдан боғлиқ ҳисобланади (2-расм).



2-расм. Туристтик ҳудуд рақобатбардошлиги устунликларининг ромби модели (М.Портернинг рақобат устунликлари ромби асосида тузилган)⁷

Туристтик ҳудуд рақобатбардошлиги М.Портернинг рақобат устунликлари ромбини ташкил этувчи тўртта ўзаро боғлиқ бўлган йўналишлар (омиллар, детерминантлар) орқали тадқиқ этилди.

⁷ Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган

Туризм тизимида туристик ресурслар ва шарт-шароитлар – малакали кадрлар, илмий билимлар ва технология, иқтисодий ахборотлар, туризм инфратузилмаси, бозор инфратузилмаси, инвестицион иқлим ҳисобига шаклланади.

Иккинчи детерминант – аҳоли томонидан таъмин этилувчи ички ва ташқи талаб ҳисобланади. Бозорда муваффақиятли рақобат курашига киришиш учун етарли бўлган инвестициялаш ва инновацияларни жорий қилиш борасида дастлабки рағбатни таъмин этувчи детерминант – ички талабнинг мавжудлиги ҳисобланади.

Ҳудуд рақобатбардошлигини белгилаб берувчи учинчи детерминант сифатида ўзак ёки бир-бирини қўллаб-қувватловчи тармоқларнинг мавжудлиги майдонга чиқади. Рақобатбардошлик ҳудудий ишлаб чиқарувчиларнинг кооперацияси, вертикал ва горизонтал интеграциялашган тармоқларга (кластерлар) тўғридан – тўғри боғлиқ.

Ҳудуд рақобатбардошлигини ошириш энг муҳим устувор йўналиши ҳисобланувчи туристик ҳудудни ривожлантириш стратегияси тўртинчи детерминант ҳисобланади. Ташкиллаштириш ва самарали бошқарув тизими ижтимоий-иқтисодий тизимларнинг рақобатбардошлигини оширишда ҳал қилувчи аҳамият касб этади.



3-расм. Туризмнинг турли даражаларида рақобатнинг ўзаро боғлиқлик алоқаларининг концептуал модели⁸

Туризм ўзида кўп қиррали ва фавқулодда мураккаб ижтимоий-иқтисодий тизимни ифода этади. Шу боис, туризм соҳасидаги рақобатни ўрганишда уни микро, мезо, макро ва мега даражаларда ёндашган ҳолда тадқиқ қилиш ўринли бўлади (3-расм).

⁸ Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган

Туризмда рақобатбардошлик мураккаб кўп босқичли тушунчани ифода этади. Туризм индустрияси дестинацияда рақобатбардош бўлиши учун, нафақат алоҳида туризм индустрияси корхоналари рақобатбардош бўлмоғи, балки туризм индустриясининг ривожланиш даражаси ҳам мувозанатлашган бўлиши лозим. Бу эса, ўз навбатида туризм индустриясининг микро, мезо ва макродаражасида синергетик самара юзага чиқиши лозимлигини, яъни туризм индустриясининг янги тизимли хусусиятларини шакллантириш зарурлигини билдиради.

Мезодаражада мувозанатлашган рақобатбардошликни шакллантириш туризм индустрияси корхоналарининг самарали ишлаши учун барқарор муҳитни таъмин этиб беради. Туристтик корхоналарнинг самарали фаолият кўрсатишини таъмин этувчи ўзаро боғлиқ бўлган тармоқларнинг рақобатбардош кластери шаклландагина, туризмни ривожлантириш мумкин бўлади. Мазкур кластерни шакллантирувчи ўзаро боғлиқ бўлган тармоқ ва институтлар тизимининг юқори ривожланганлик даражаси кластерлар рақобатбардошлигини таъминлашнинг муҳим омили бўлиб ҳисобланади.

Демак, туризмда рақобатбардошликнинг объектив иерархик боғлиқлиги мавжуд бўлиб, унга кўра, мезо ва макродаражада рақобатбардош туризм индустрияси шакллантирилган ҳолатдагина, туризм индустрияси корхонасининг рақобатбардошлигини таъминлаш мумкин. Туристтик тизимнинг барча даражаларида рақобатбардошлик таъминланган ҳолатдагина, туристик тизим рақобатбардошлигининг синергетик самараси намоён бўла бошлайди.

Диссертациянинг «**Туристтик ҳудуд рақобатбардошлигини таҳлил қилиш ва баҳолашнинг методик асосларини такомиллаштириш**» деб номланган иккинчи бобида туристик ҳудудлар рақобатбардошлиги ҳамда унинг мамлакат ижтимоий-иқтисодий ривожланишига таъсири таҳлили, туристик ҳудуд рақобатбардошлигига таъсир этувчи омилларнинг иқтисодий-статистик таҳлили амалга оширилиб, туристик ҳудуд рақобатбардошлигини баҳолашнинг методик асосларини такомиллаштириш бўйича илмий-амалий ва илмий-услубий таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

Дунё мамлакатларининг туризм соҳаси рақобатбардошлигини ўлчаш ҳар йили Сайёҳлик ва туризм соҳаси рақобатбардошлиги ҳисоботини эълон қиладиган Женевадаги Жаҳон Иқтисодий Форуми томонидан амалга оширилади. Ҳисоботни тайёрлашда Гоороохурна и Сугиярта (Gooroochurn, Sugiyarto, 2005) томонидан таклиф этилган методологиядан фойдаланилади. Саёҳат ва туризм рақобатбардошлик кўрсаткичи (ТТСИ) ўн тўртта индексдан таркиб топган. Ушбу ўн тўртта индекс тўртта тоифага бўлиниб, шу асосда тўртта субиндекс ҳисоблаб чиқилади: I - Шароитлар ва имкониятлар; II - Туризм ва саёҳатларга оид сиёсат; III – Инфратузилма; IV – Табиий ва маданий ресурслар. Ўн тўртта индекс 90 та индикаторлардан таркиб топган.

Алоҳида 14 рақобатбардошлик индекслари бўйича давлатларнинг позициялари бўйича диссертацияда тўхталиб ўтилган.

**Туризм ва саёхатлар рақобатбардошлик индекси бўйича Топ-10
мамлакат**

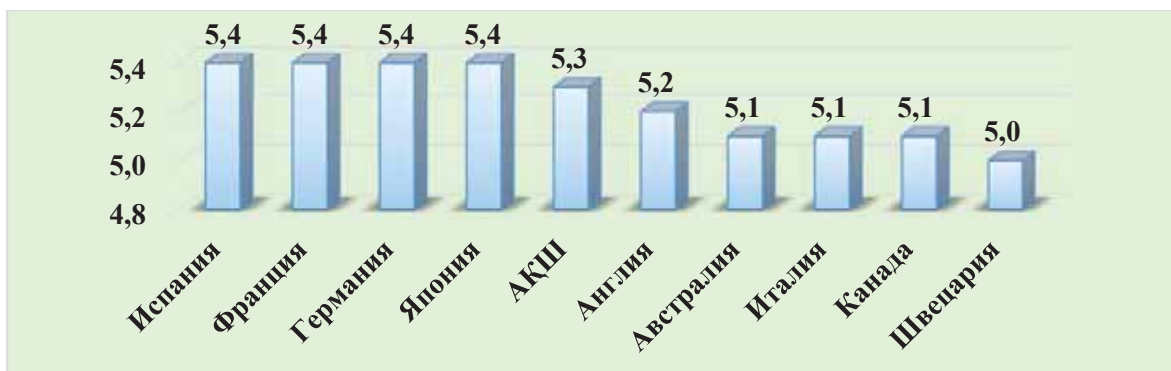
2007			2012		
	ўрни	индекс қиймати		ўрни	индекс қиймати
Швейцария	1	5,63	Швейцария	1	5,66
Австрия	2	5,43	Германия	2	5,39
Германия	3	5,41	Австрия	3	5,39
Австралия	4	5,34	Испания	4	5,38
Испания	5	5,3	Англия	5	5,38
Англия	6	5,28	АҚШ	6	5,32
АҚШ	7	5,28	Франция	7	5,31
Швеция	8	5,27	Канада	8	5,38
Канада	9	5,26	Швеция	9	5,24
Франция	10	5,23	Сингапур	10	5,23
Ўзбекистон	90	3,62	Ўзбекистон	-	-
2016			2019		
	ўрни	индекс қиймати		ўрни	индекс қиймати
Испания	1	5,43	Испания	1	5,4
Франция	2	5,32	Франция	2	5,4
Германия	3	5,28	Германия	3	5,4
Япония	4	5,26	Япония	4	5,4
Англия	5	5,2	АҚШ	5	5,3
АҚШ	6	5,12	Англия	6	5,2
Австралия	7	5,12	Австралия	7	5,1
Италия	8	4,99	Италия	8	5,1
Канада	9	4,97	Канада	9	5,1
Швейцария	10	4,94	Швейцария	10	5
Ўзбекистон	-	-	Ўзбекистон	-	-

XXI асрда халқаро туризмнинг оммалашуви натижасида халқаро туризм бозоридаги рақобат кураши кескинлашди, янги дестинациялар вужудга келиб, мамлакатларнинг туризм ва саёхатлар бўйича халқаро миқёсдаги рақобатбардошлик позициялари ҳам ўзгариб борди. Аммо Туризм ва саёхатлар рақобатбардошлиги индекси бўйича рақобатбардош етакчи 10 та мамлакат халқаро туризм бозорида ўз позициялари учун кескин курашда кейинги 15 йил давомида ғолибликни қўлга киритмоқда (1-жадвал).

2019 йилда Туризм ва саёхатлар рақобатбардошлиги индекси 140 мамлакат учун баҳоланган. Бунда, туризм ва саёхатлар рақобатбардошлиги бўйича етакчи ўринларни Испания, Франция, Германия, АҚШ, Англия, Австрия, Италия, Канада, Швейцария каби давлатлар эгаллаган (4-расм).

Диссертацияда рақобатбардошлик индексларининг туристик мобиллик даражасига таъсири корреляцион-регрессион таҳлил усуллари ёрдамида баҳоланди.

Мазкур тадқиқотимиздан мақсад – халқаро туризм бозорида алоҳида мамлакатлар туристик маҳсулотларига талабнинг шаклланишига (кирувчи туристик оқим, туристик тушум ҳажмига) мамлакат рақобатбардошлик индексларининг таъсирини баҳолаш ҳамда шу асосида истиқболли талаб параметрларини аниқлаш ҳисобланади.



4-расм. Туризм ва саёҳатлар рақобатбардошлиги индекси-2019да етакчи мамлакатлар

Юқоридаги фикрлардан келиб чиқиб, миллий туристик маҳсулотларга истиқболли талабни аниқлаш мақсадида ишлаб чиқиладиган моделнинг статистик танланмасига 70 та мамлакатнинг 2017-2019 йиллар давомидаги рақобатбардошлик кўрсаткичлари ҳамда ушбу мамлакатларда мазкур давр оралиғида кирувчи туристлар сони ва туризм соҳасидан кўрилган даромад ҳажми каби кўрсаткичлар киритилди.

Бунда натижавий кўрсаткичлар ҳисобланган «кирувчи туристлар сони» ва «туризм соҳасидан кўрилган даромад»га танланмага киритилган омилларнинг таъсир этиш даражаси аниқланди (статистик танланмада кузатувлар сони $n=140$, омиллар сони $k=24$). Бунда омилларнинг ўзаро боғлиқлигини аниқлашда корреляция-регрессия таҳлили усулларидадан фойдаланилди. Таҳлил натижаларидан келиб чиқиб, моделimizга киритилган юқори аҳамиятли ва аҳамиятли омилларни алоҳида ажратиб кўрсатдик (2-5-жадваллар).

2-жадвал

1-Моделнинг тузилмавий таркиби⁹

Натижавий кўрсаткич (Y1) – кирувчи туристлар сони (минг киши)						
Аҳамиятли омиллар		Стандартлаштирилган коэффициентлар		Стандартлаштирилган коэффициентлар	t-статистика	p-қиймат
		B	Стандарт хато			
	Константа	-54607,000	22733,755		-2,402	0,018
I ₁	Ишбилармонлик муҳити	-5435,273	3194,171	-0,199	-1,702	0,092
I ₂	Хавфсизлик ва ҳимоя	-1612,855	2105,302	-0,065	-0,766	0,445
I ₃	Саломатлик ва гигиена	-2033,652	2339,986	-0,083	-0,869	0,587
I ₄	Инсон ресурслари ва меҳнат бозори	7602,619	5055,510	0,191	1,504	0,136
I ₅	АКТдан фойдаланишга тайёрлик	-62,300	230,375	-0,017	-0,270	0,787
I ₆	Туризм ва саёҳатларга устувор аҳамият берилганлиги	3951,705	2188,193	0,146	1,806	0,074
I ₇	Халқаро очиқлик	3929,715	1766,145	0,180	2,225	0,028
I ₈	Нарх бўйича рақобатбардошлик	4738,305	1774,580	0,205	2,670	0,009
I ₉	Экологик барқарорлик	-894,861	2282,383	-0,030	-,392	0,696
I ₁₀	Ҳаво транспорти инфратузилмаси	2473,876	1781,382	0,164	1,389	0,168
I ₁₁	Ер ва порт инфратузилмаси	1933,522	1775,692	0,112	1,089	0,279
I ₁₂	Туристтик сервис инфратузилмаси	3753,318	1853,001	0,237	2,026	0,045
I ₁₄	Маданий ресурслар ва бизнес саёҳатлар	6393,667	942,192	0,591	6,786	8.07E-10
		$Y2 = -54607,000 + 7602,619 \times I_4 + 3951,705 \times I_6 + 3929,715 \times I_7 + 4738,305 \times I_8 + 2473,876 \times I_{10} + 1933,522 \times I_{11} + 3753,318 \times I_{12} + 6393,667 \times I_{14}$				

⁹ 1-5-жадвалларда келтирилган эконометрик моделлар муаллиф ишланмаси ҳисобланади

2-Моделнинг тузилмавий таркиби

Нативавий кўрсаткич (Y1) – кировчи туристлар сони (минг киши)						
Аҳамиятли омиллар		Стандартлаштирилмаган коэффициентлар		Стандартлаштирилган коэффициентлар	t-статистика	p-қиймат
		B	Стандарт хато			
	Константа	-59957,532	9419,045		-6,366	4,3E-9
TTCI	Туризм ва саёҳатлар рақобатбардошлик индекси	17538,171	2192,730	0,601	7,998	1,2E-12
$Y_1 = -59957,532 + 17538,171 \times TTCI$						

3-Моделнинг тузилмавий таркиби

Нативавий кўрсаткич (Y1) – кировчи туристлар сони (минг киши)						
Аҳамиятли омиллар		Стандартлаштирилмаган коэффициентлар		Стандартлаштирилган коэффициентлар	t-статистика	p-қиймат
		B	Стандарт хато			
	Константа	-24282,601	13359,557		-1,818	0,072
SI ₂	Туризм ва саёҳатларга оид сиёсат	-2674,346	3321,184	-0,056	-0,805	0,422
SI ₃	Инфратузилма	5775,578	1428,339	0,307	4,044	9,6E-5
SI ₄	Табиий ва маданий ресурслар	8432,270	1013,106	0,578	8,323	2,3E-13
$Y_1 = -24282,601 + 5775,578 \times SI_3 + 8432,270 \times SI_4$						

4-Моделнинг тузилмавий таркиби

Нативавий кўрсаткич (Y2) – туристик тушум (минг АҚШ долл.)						
Аҳамиятли омиллар		Стандартлаштирилмаган коэффициентлар		Стандартлаштирилган коэффициентлар	t-статистика	p-қиймат
		B	Стандарт хато			
	Константа	-31459,187	24926,957		-1,262	0,209
SI ₂	Туризм ва саёҳатларга оид сиёсат	-5229,006	6323,887	-0,069	-0,827	0,410
SI ₃	Инфратузилма	10083,772	2705,460	0,342	3,727	2,97E-4
SI ₄	Табиий ва маданий ресурслар	9209,041	1959,974	0,387	4,699	7,09E-6
$Y_2 = -31459,187 + 10083,772 \times SI_3 + 9209,041 \times SI_4$						

Шундай қилиб, 2-5-жадвалларда келтирилган эконометрик таҳлил натижаларига кўра мамлакатлар миллий туристик маҳсулотларига талабнинг ва туристик даромаднинг шаклланишида қуйидаги сифатий параметрлари аниқланди:

1. Мамалакат миллий туристик маҳсулотларига истиқболли талабнинг шаклланишига мазкур мамлакатни туризм ва саёҳатлар бўйича рақобатбардошлик кўрсаткичининг таъсири ижобий бўлиб, мазкур индекснинг бир бирликка ошиши талабнинг 17538 минг кишига кўпайишига шароит ва имконият яратади;

2. Истиқболли талабнинг шаклланишига «Инфратузилма» ва «Табиий ва маданий ресурслар» субиндексларининг таъсири аҳамиятли ҳисобланиб, уларнинг бир бирликка ошиши тегишли тартибда талабнинг 5775 ва 8432,3 минг кишига кўпайишига сабаб бўлади;

3. Худудий рақобатбардошликнинг алоҳида индексларини кўрадиган бўлсак, истиқболли талабнинг шаклланишига «Маданий ресурслар ва бизнес саёҳатлар» индексининг таъсири энг аҳамиятли ҳисобланиб, унинг бир бирликка ошиши талабнинг 9209 минг кишига кўпайишига хизмат қилади;

4. «Инсон ресурслари ва меҳнат бозори», «Халқаро очиклик», «Нарх бўйича рақобатбардошлик», «Ҳаво транспорти инфратузилмаси», «Ер ва порт инфратузилмаси», «Туристтик сервис инфратузилмаси», «Маданий ресурслар ва бизнес саёҳатлар» каби индекслар мамлакат миллий туристик маҳсулотларига истиқболли талабнинг шаклланишига таъсири нисбатан юқори аҳамиятга эга;

5. Туризм соҳасида даромадларнинг шаклланишига «Инфратузилма» ва «Табиий ва маданий ресурслар» субиндексларининг таъсири аҳамиятли ҳисобланиб, уларнинг бир бирликка ошиши тегишли тартибда туристик даромаднинг 10083 ва 9209 минг. АҚШ долл. кўпайишига сабаб бўлади.

Ҳудудий туризм рақобатбардошлигини баҳолаш борасидаги маҳаллий ва хорижий ёндашувларни ўрганиш ҳудудий туризм рақобатбардошлигини баҳолаш борасидаги машҳур услубиётларнинг аксарият қисмидан Ўзбекистон шароитида уларга муайян бир ўзгартириш ва қўшимчаларни киритиш орқали амалда кенг фойдаланиш мумкинлигини кўрсатади. Шу билан бир қаторда, мамлакатимизда туризмга оид статистиканинг юритилиши имкониятларидан келиб чиққан ҳолдаги туристик ҳудуд рақобатбардошлигини баҳолаш услубиётини ишлаб чиқиш давр талаби ҳисобланади.

Шундан келиб чиқиб, Ўзбекистон Республикаси давлат статистика қўмитаси, Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси томонидан ҳудудий туризм статистикаси бўйича юритиладиган методологик ёндашувлар ва маълумотларга асосланиб, туристик ҳудуд рақобатбардошлиги интеграл кўрсаткичини аниқлашда 4 та субиндексга интеграцияланувчи 83 та индексдан фойдаланишни таклиф этдик.

Диссертация тадқиқоти давомида туристик ҳудуднинг рақобатбардошлик кўрсаткичини аниқлаш методикаси ишлаб чиқилган. Қуйида туристик ҳудуднинг рақобатбардошлик кўрсаткичини аниқлаш тартиби таклиф этилган:

$$HR = W_{ir} \times IR + W_{tj} \times TJ + W_{ti} \times TI + W_{tr} \times TR, \quad 0 < HR < 5, \quad ^{10}(1)$$

Бунда:

HR – Ҳудуднинг рақобатбардошлик интеграл кўрсаткичи;

IR – 1-субиндекс: «Ҳудуднинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш ҳолати»;

TJ – 2-субиндекс: «Ҳудуднинг туристик жозибадорлиги»;

TI – 3-субиндекс: «Ҳудудий туристик инфратузилманинг ҳолати»;

TR – 4-субиндекс: «Ҳудуднинг туристик ресурслари салоҳияти»;

W – субиндекснинг интеграл кўрсаткич таркибидаги вазни.

Интеграл кўрсаткичга киритилган ҳар битта субиндекснинг вазни уларга эксперт баҳолаш усули асосида балларни бириктириш орқали аниқлаш таклиф этилди. Экспертлар томонидан ҳар битта субиндекснинг интеграл кўрсаткичдаги аҳамияти 0-5 балл тизимида баҳоланган. Бунда ҳар бир субиндекснинг алоҳида экспертга тегишли ҳисобланган вазни қуйидаги формула орқали аниқланади:

¹⁰ Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган

$$EV_{ij} = \frac{E_{ij}}{\sum_{j=1}^m E_{ij}}; \quad EV_{ij} > 0; \quad i = \overline{1, n}; \quad \sum_{j=1}^m EV_{ij} = 1, \quad (2)$$

Бунда:

EV – i -чи эксперт томонидан j -чи субиндексга белгиланган вазн;

E_{ij} – i -чи эксперт томонидан j -чи субиндекс вазнига берилган баҳо;

m – субиндекслар сони;

n – экспертлар сони.

Субиндексларнинг интеграл кўрсаткич таркибидаги вазни қуйидаги формула орқали аниқланади:

$$W_j = \frac{\sum_{i=1}^n E_{ij}}{\sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^n E_{ij}}; \quad W_j > 0; \quad i = \overline{1, n}; \quad \sum_{j=1}^m W_j = 1, \quad (3)$$

Бунда:

W_j – j -чи субиндекснинг интеграл кўрсаткич таркибидаги вазни;

n – i -чи эксперт томонидан j -чи субиндексга белгиланган вазн;

E_{ij} – i -чи эксперт томонидан j -чи субиндекс вазнига берилган баҳо;

m – субиндекслар сони;

n – экспертлар сони.

$$SI_j = \frac{\sum_{k=1}^n V_k \times I_k}{\sum_{k=1}^n V_k}, \quad 0 < SI_j < 5, \quad (4)$$

Бунда:

SI_j – j -чи интеграл субиндекс («Худуднинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш ҳолати»; «Худуднинг туристик жозибadorлиги»; «Худудий туристик инфратузилманинг ҳолати»; «Худуднинг туристик ресурслари салоҳияти») қиймати;

I_k – k -чи меъёрлаштирилган (стандартлаштирилган) индекс;

V_k – k -чи индекснинг интеграл субиндексдаги вазни;

n – кўрсаткичлар сони.

Интеграл субиндекслар («Худуднинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш ҳолати»; «Худуднинг туристик жозибadorлиги»; «Худудий туристик инфратузилманинг ҳолати»; «Худуднинг туристик ресурслари салоҳияти») таркибига киритилган индекслар учун 1,0 қийматидаги тенг вазнлар ишлатилди. Бунда $\sum_{k=1}^n V_k = S_k$, интеграцияланувчи кўрсаткичлар умумий сонига тенг (SI_1 «худуднинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш ҳолати»; интеграл кўрсаткичда $\sum_{k=1}^n V_k = 16$, SI_2 «худуднинг туристик жозибadorлиги» интеграл кўрсаткичда $\sum_{k=1}^n V_k = 4$, SI_3 «худудий туристик инфратузилманинг ҳолати» интеграл кўрсаткичда $\sum_{k=1}^n V_k = 25$, SI_4 «худуднинг туристик ресурслари салоҳияти» интеграл кўрсаткичда $\sum_{k=1}^n V_k = 38$)

Маълумки, келтирилган туристик худуднинг рақобатбардошлигини баҳолаш индекслари турли хил ўлчов бирликлари ва ўлчамларга эга. Ушбу кўрсаткичларни интеграл кўрсаткичга киритишда иқтисодий статистикада меъёрлаштириш (стандартлаштириш) усулларидан фойдаланилади. Уларнинг ичида кенг тарқалган усуллардан бири – бу «минимакс» бўйича чизикли

¹¹ Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган

меъёрлаштириш усулидир. Шу сабабли, туристик ҳудуд рақобатбардошлигини баҳолаш учун келтирилган барча индекслар қуйида келтирилган формула ёрдамида меъёрлаштиришни таклиф этдик:

$$I_k = 4 \times \left(\frac{I_k - I_{\min}}{I_{\max} - I_{\min}} \right) + 1, \quad 0 < I_k < 5, \quad ^{12} \quad (5)$$

Бунда:

I_k – k -чи меъёрлаштирилган (стандартлаштирилган) индекс;

k_i – кўрсаткичнинг амалдаги қиймати;

k_{\max} – кўрсаткичнинг максимал қиймати;

k_{\min} – кўрсаткичнинг минимал қиймати.

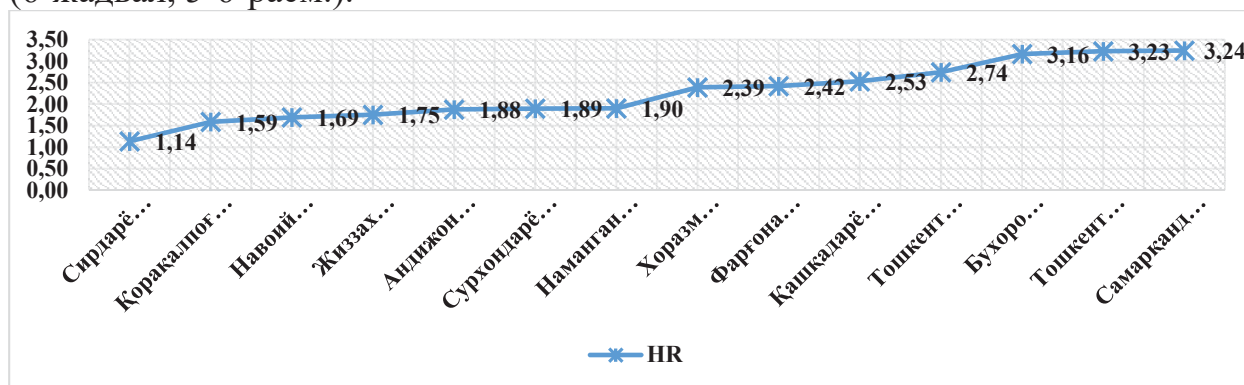
Келтирилган усул ёрдамида туристик ҳудуд рақобатбардошлиги индекслари меъёрлаштирилди.

6-жадвал

Ўзбекистон Республикаси ҳудудларининг туризм бўйича рақобатбардошлиги интеграл кўрсаткичи

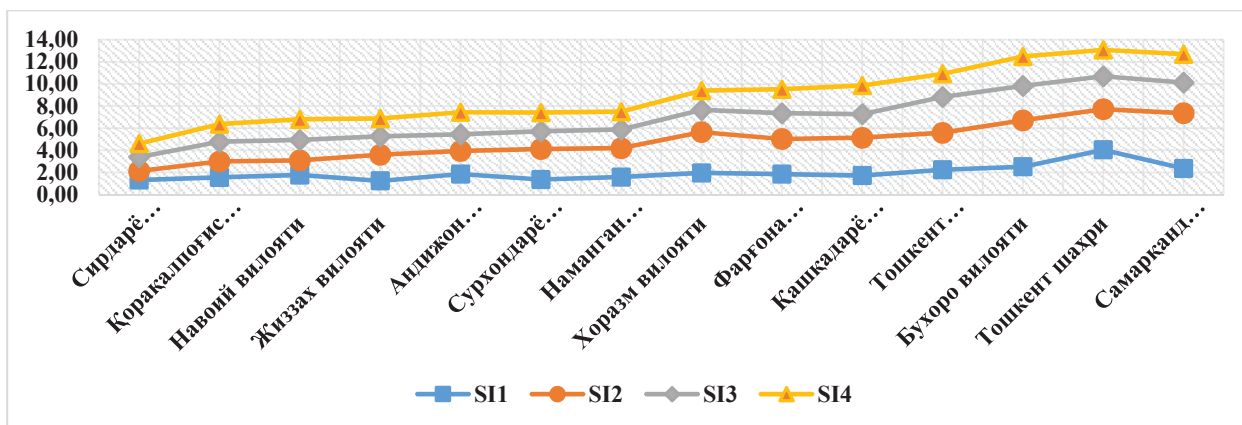
Ҳудудлар	SI1	SI2	SI3	SI4	HR
Самарқанд вилояти	2,356	5,000	2,769	2,563	3,241
Тошкент шаҳри	4,037	3,677	2,973	2,387	3,227
Бухоро вилояти	2,509	4,199	3,114	2,661	3,162
Тошкент вилояти	2,240	3,343	3,242	2,090	2,740
Қашқадарё вилояти	1,712	3,424	2,131	2,530	2,449
Фарғона вилояти	1,840	3,180	2,322	2,171	2,416
Хоразм вилояти	1,948	3,696	2,006	1,740	2,387
Наманган вилояти	1,574	2,617	1,683	1,618	1,900
Сурхондарё вилояти	1,356	2,757	1,601	1,692	1,894
Андижон вилояти	1,846	2,096	1,491	2,006	1,875
Жиззах вилояти	1,230	2,368	1,661	1,607	1,751
Навобий вилояти	1,759	1,326	1,846	1,868	1,690
Қорақалпоғистон Республикаси	1,546	1,442	1,782	1,592	1,586
Сирдарё вилояти	1,308	0,822	1,259	1,215	1,136

Меъёрлаштирилган индекслар ҳамда уларнинг вазнлари қийматларидан фойдаланиб, ҳудудий рақобатбардошликнинг субиндекслари Ўзбекистон Республикасининг алоҳида ҳудудлари учун баҳоланди. Шунингдек, ҳар бир ҳудуд учун, субиндекслар ва унинг интеграл кўрсаткич таркибидаги вазни қийматлари асосида, ҳудудий рақобатбардошлик кўрсаткичи аниқланди (6-жадвал, 5-6-расм.).



5-расм. Ўзбекистон Республикаси ҳудудларининг туризм бўйича рақобатбардошлиги интеграл кўрсаткичи

¹² Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган



6-расм. Ўзбекистон Республикаси ҳудудларининг туризм бўйича рақобатбардошлиги субиндекслари қиймати

Диссертациянинг «Туристик ҳудуд рақобатбардошлигини оширишнинг концептуал йўналишлари» деб номланган учинчи бобида туристик ҳудуд рақобатбардошлигини оширишнинг устувор йўналишлари, туризм соҳасида ягона ахборот тизимини шакллантириш концепцияси, туристик ҳудуд рақобатбардошлигини ошириш механизми сифатида туристик зоналар ва тематик кластерларни шакллантириш йўналишлари бўйича илмий таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

Халқаро туристик бозорда туристик дестинация сифатида Ўзбекистоннинг рақобатбардошлигини ошириш борасида қуйидаги чора-тадбирларни амалга ошириш таклиф қилинди:

1. Ўзбекистонни хорижда туристик дестинация сифатида танитиш ва мамлакатимизнинг жозибador туристик имижини шакллантириш борасида маркетинг чора-тадбирлари бюджетини кўпайтириш, Ўзбекистонга кирувчи туристик оқимларнинг кўпайишига имкон берувчи потенциал хорижий бозорларни мунтазам тадқиқ қилиб бориш механизминини йўлга қўйиш;

2. Миллий туристик брендни яратиш ва жаҳон туристик бозорида силжитишга йўналтирилган маркетинг бюджетини шакллантиришда давлат-хусусий шерикчилик механизмидан фойдаланиш;

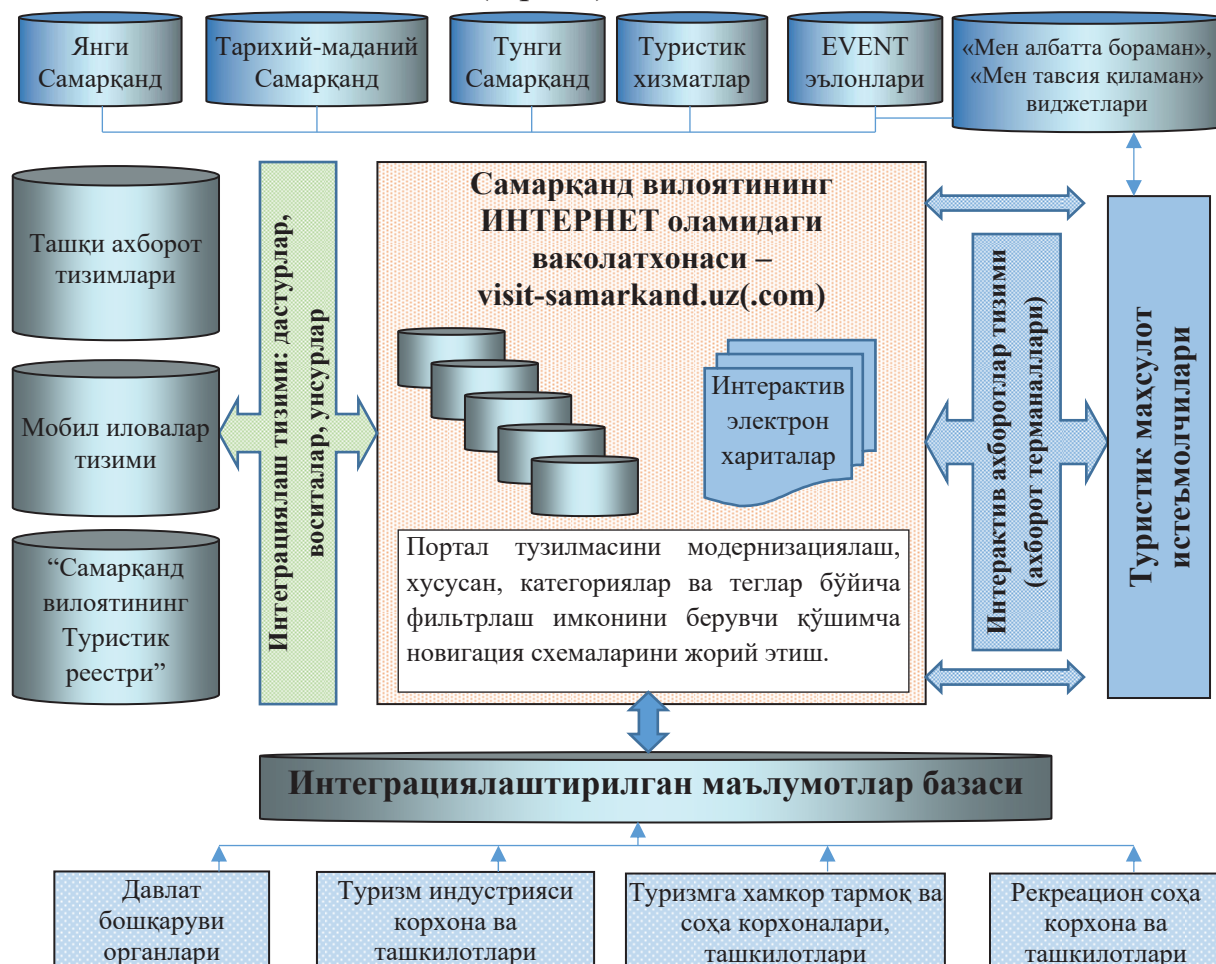
3. Ўзбекистонни жозибador туристик дестинация сифатида танитиш борасидаги чора-тадбирларнинг самарадорлигини ошириш мақсадида кириш туризми нуқтаи назаридан истиқболли ҳисобланган мақсадли бозорларда ваколатхоналар ташкил этиш;

4. Миллий ва хорижий туристларнинг хилма-хил эҳтиёжларини таъмин этишга имкон берувчи, ахборот-таҳлил маълумотларидан бошлаб электрон тижоратгача бўлган унсурлардан таркиб топган миллий туризмнинг яхлит ахборот маконини шакллантириш;

5. Ҳамкорларнинг Ўзбекистон тўғрисидаги билимлари ва компетенциялари даражасини ошириш борасида мамлакатга туристик оқимларни йўналтирувчи туроператорларга консалтинг хизматлари кўрсатиш учун ахборот-коммуникация технологияларидан фойдаланган ҳолда вебинарлар ва видеоконференциялар ташкил этиш;

6. Узлуксиз туристик таълим тизимига кредит-модул механизмларини жорий этиш.

Туристтик бизнесда ахборотларни айрибошлаш ва тақдим этилаётган ахборотларнинг сифати нафақат туристик корхоналар, балки туристик дестинацияларнинг рақобатбардошлигига ҳам бевосита таъсир кўрсатади. Бундан ташқари, коронавирус пандемияси оқибатида жаҳонда юзага келган санитария-эпидемиологик вазият туристик соҳани рақамлаштириш масаласини кун тартибига долзарб вазифа сифатида қўймоқда. Шундан келиб чиққан ҳолда, Самарқанд вилоятининг яхлит туристик ахборот тизими концепцияси ишлаб чиқилди (7-расм).



7-расм. Самарқанд вилоятининг яхлит туристик ахборот тизимини шакллантириш модели

Самарқанд вилоятининг яхлит туристик ахборот тизими қуйидаги ташкил этувчилардан ташкил топади:

1. Интернет тармоғидаги visit-samarkand.uz(.com) очик портали;
2. «Самарқанд вилоятининг Туристтик реестри» давлат ахборот тизими;
3. Мобил иловалар қуйи тизими;
4. Ташқи ахборот тизимлари билан интеграциялашувга кўмаклашувчи қуйи тизим.

Таклиф этилган концепцияда келтирилган ҳар бир қуйи тизимни шакллантириш бўйича илмий-услубий таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

Ҳудуд иқтисодиётининг муҳим тармоғи сифатида туризм индустриясини шакллантириш ва уни барқарор ривожлантиришни биргина,

бозор механизмлари орқали таъмин этиб бўлмайди, бунинг учун албатта давлат кўмаги талаб этилади.

Айнан шу ўринда, давлат, хусусий-давлат шерикчилиги алоқаларини кўзда тутувчи ҳукумат, бизнес, таълим ва илмий-тадқиқот муассасаларининг ўзаро манфаатли ҳамкорлигини йўлга қўйиш асносида, ҳудуд даражасида ижтимоий аҳамиятга эга бўлган дастурлар ва инновацион лойиҳаларни изчил жорий этиш, аҳоли турмуш фаровонлигини оширишда муҳим иқтисодий катализатор вазифасини ўтайди.

Маълум бир ҳудудларда кластер сиёсатини шакллантириш ва амалга оширишнинг хорижий тажрибасини ўрганиш асносида, қуйидаги ҳулосаларга келдик:

– ҳудудий кластер сиёсатини амалга ошириш ўзининг миллий хусусиятларига эга эканлиги билан ажралиб туради;

– кластер сиёсатини шакллантиришнинг умум услубий асослари фақатгина муайян бир ҳудуд доирасида қўлланиш учун қўл келади;

– давлатнинг кластерлаштириш сиёсати ҳукуматнинг кластерлаштириш жараёнига аралашув даражаси билан фарқ қилади;

– тематик туристик кластерларнинг аниқ бир тузилмаси мавжуд эмас;

– кластерли ёндашув борасида қабул қилинган концепция ва ҳудуднинг хусусиятлари билан белгиланувчи кластер сиёсатини амалга оширишнинг турли хил усул ва воситалари мавжуд.

Шу сабабли, кластер сиёсати ҳудуд иқтисодиёти тузилмаси ва Самарқанд вилоятининг ҳудудий хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда амалга оширилиши лозим, деб ҳисоблаймиз. Бу, биринчи навбатда, Самарқанд вилоятида тематик туристик кластерларни шакллантиришнинг концептуал асосларини ишлаб чиқишни тақозо этади. Мазкур концепция тематик кластерларни шакллантириш учун қулай шарт-шароит яратиш тамойиллари, йўналишлари ва усулларини ҳамда тартибга солишнинг турли даражаларида кластер сиёсатини амалга оширишнинг йўналишларини ўз ичига олади.

Тематик туристик кластерларни шакллантириш концепциясини ишлаб чиқишда тизимли ёндашувдан фойдаланилди, бунда ҳудудда амалга оширилувчи концепция ўзаро боғлиқ ташкилий, бошқарув, тартибга солувчи ва тематик туристик кластерларни шакллантириш ва ривожлантириш тартиб-таъбирини белгиловчи ижтимоий-иқтисодий унсурлар мажмуини ифода этади.

Республика даражасида кластер сиёсати тадбирларини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш, услубий ва мувофиқлаштирувчи вазифаларни бажариш учун масъул бўлган жамоатчилик институтини шакллантириш лозим. Вазирликлар ва қўмиталарнинг вакиллари, шунингдек нуфузли халқаро ва минтақавий экспертларни ўз ичига олган Ўзбекистон Республикаси Туризм ва спорт вазирлиги ҳузуридаги Кластер сиёсатини амалга ошириш комиссияси шундай муассаса сифатида фаолият кўрсатиши мумкин.

Ҳудудий даражада потенциал кластерларни аниқлаш ва ташхислаш, уларни ривожлантириш стратегияси ва дастурларини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш мақсадга мувофиқдир. Кластерлар фаолиятини мувофиқлаштириш

ва уларни ривожлантириш учун соҳалараро ишчи гуруҳлар тузилиши талаб этилади. Бундан ташқари, давлат статистика ҳисобининг ҳудудий органлари орқали кластерлар ҳақидаги маълумотларни тўплаш жараёнини ташкил этиш лозим. Шу билан бирга, ички тармоқларнинг мавжуд тузилмасини ҳисобга олган ҳолда, кластерни шакллантиришнинг энг устувор йўналишларидан бири сифатида бизнес ва фан ўртасидаги ўзаро ҳамкорлик муаммоларига алоҳида эътибор қаратиш лозим.

ХУЛОСА

Диссертация ишида амалга оширилган тадқиқотлар натижалари асосида қуйидаги илмий хулоса ва таклифлар ҳамда амалий тавсиялар ишлаб чиқилди:

1. «Туристтик дестинация» категориясига турли муаллифлар томонидан берилган таърифларнинг илмий-назарий таҳлили бўйича унинг моҳиятини очиб беришга тўрт ёқлама: биринчидан, иқтисодий-географик (туристик салоҳият); иккинчидан, мижозга йўналтирилганлик (туристик жозибадорлик); учинчидан; маркетинг ва бошқарувга йўналтирилганлик (туристик ҳудуд имиж); тўртинчидан, ижтимоий-маданий йўналтирилганлик (ижтимоий ҳамкорлик) нуқтаи назаридан ёндашилганлиги аниқланди. Иккинчи ёндашув «туристик дестинация» тушунчасининг ўзига хослиги ва унинг «туристик марказ», «туристик ҳудуд» тушунчаларидан тубдан фарқловчи жиҳатларини кўрсатиб беради. Шу нуқтаи назардан, «туристик ҳудуд», «туристик зона», «туристик минтақа» тушунчаларининг ўзаро боғлиқликдаги моҳиятини асослаш орқали такомиллашган таърифлари, ҳамда «туристик дестинация» тушунчасининг «туристик ҳудуд» тушунчасидан фарқли хусусиятлари сифатида рақобатбардош истеъмол қиймати ва жозибадор туристик ресурс салоҳиятига эгалликни ўзида акс эттирувчи янги таҳрирдаги такомиллашган таърифлари ишлаб чиқилди.

2. Туризм тизимида рақобатбардошликнинг мега-, макро-, мезо-, микро- даражадаги тизимли-тузилмавий моҳияти ва уни таъминлашда синергетик самарани асослаш орқали туристик ҳудуд рақобатбардошлигининг такомиллаштирилган модели таклиф этилди, ҳамда туризмда рақобатбардошликнинг объектив иерархик боғлиқлиги мавжуд бўлиб, унга кўра, мезо ва макро- даражада рақобатбардош туризм индустрияси шакллантирилган ҳолатдагина, туризм индустрияси корхонасининг рақобатбардошлигини таъминлаш мумкинлиги, туристик тизимнинг барча даражаларида рақобатбардошлик таъминланган ҳолатдагина, туристик тизим рақобатбардошлигининг синергетик самараси намоён бўлиши илмий асослаб берилди.

3. Ҳудудий туризм рақобатбардошлигини баҳолаш борасидаги Дж.Ритчи ва Г.Крауч, К.Чон ва К.Майер, М.Козак ва М.Риммингтон, Л.Двайер, П.Форсайт ва П.Рао, Ф.Гоу ва Р.Говерс, Ю.Юн, Л.Двайер ва С.Ким, С.Хсу, С.Вульф, С.Кан, М.Фукс ва К.Вейермар, Дж.Энрайт ва Дж.Ньютон, Н.Гуручюрн ва Г.Суджуарто, О.Бахар ва М.Козак, Си Люн ва С.Белоглуларнинг «Рақобатбардошлик моделлари», «Т. Вавр усули», Л.

Гернат ва Дж. Гордон, М.Фукс ва К. Вейермарнинг «Дестинация бенчмаркинги», «Рақобатбардошлик монитори» (Competitiveness Monitor) ва «Дельфи» усуллари, «Саёҳат ва туризм рақобатбардошлиги индекси» (Traveland Tourism Competitiveness Index, TTCI), ҳамда мазкур услубий ёндашувларнинг моҳияти ва кўрсаткичлар таркиби тадқиқ этилди. Мамлакатимизда туристик ҳудудлар рақобатбардошлигини баҳолаш борасида миллий туризм статистикаси имкониятларидан келиб чиқувчи янги услубни ишлаб чиқиш талаб этилиши лозимлиги аниқланди.

4. Иқтисодий-статистик усуллардан фойдаланиб, халқаро туризм бозорида алоҳида мамлакатлар туристик маҳсулотларига талабнинг шаклланишига мамлакат рақобатбардошлик индексларининг таъсири баҳоланди ҳамда шу асосида истиқболли талаб параметрлари аниқланди. Таҳлил натижаларига кўра, мамлакат миллий туристик маҳсулотларига истиқболли талабнинг шаклланишига мазкур мамлакатни туризм ва саёҳатлар бўйича рақобатбардошлик кўрсаткичининг таъсири ижобий бўлиб, мазкур индекснинг бир бирликка ошиши талабнинг 17538 минг кишига кўпайишига шароит ва имконият яратади, ҳамда «Инсон ресурслари ва меҳнат бозори», «Халқаро очиклик», «Нарх бўйича рақобатбардошлик», «Ҳаво транспорти инфратузилмаси», «Ер ва порт инфратузилмаси», «Туристтик сервис инфратузилмаси», «Маданий ресурслар ва бизнес саёҳатлар» каби индекслар мамлакат миллий туристик маҳсулотларига истиқболли талабнинг шаклланишига таъсири нисбатан юқори аҳамиятга эга.

5. Туристтик ҳудуд рақобатбардошлиги даражасини намоён этувчи алоҳида индекс ва субиндексларни интеграциялаш асосида туристик ҳудуд рақобатбардошлиги интеграл кўрсаткичини баҳолаш методикаси, ҳамда туристик ҳудуд рақобатбардошлиги интеграл кўрсаткичини аниқлашда 4 та субиндексга интеграцияланувчи 83 та индексдан фойдаланиш таклиф этилди. Таҳлил натижаларига кўра, Ўзбекистон Республикасининг энг рақобатбардош ҳудуди сифатида Самарқанд вилояти (HR=3,241) эътироф этилди, шунингдек Тошкент шаҳри (HR=3,227), Бухоро вилояти (HR=3,162), Тошкент вилояти (HR=2,740), Қашқадарё вилояти (HR=2,449), Фарғона вилояти (HR=2,416), Хоразм вилояти (HR=2,387) рақобатбардошлик позицияси бўйича кейинги ўринларни эгаллаган.

6. Халқаро туристик бозорда туристик дестинация сифатида Ўзбекистоннинг рақобатбардошлигини ошириш учун маркетинг чоратадбирлари бюджетини кўпайтириш, уни шакллантиришда давлат-хусусий шерикчилик механизmidан фойдаланиш, потенциал хорижий бозорларни мунтазам тадқиқ қилиб бориш механизмини йўлга қўйиш, кириш туризми нуқтаи назаридан истиқболли ҳисобланган мақсадли бозорларда ваколатхоналар ташкил этиш, туризмнинг яхлит ахборот маконини шакллантириш, узлуксиз туристик таълим тизимини таълим кластери механизмлари асосида шакллантириш ва ушбу тизимга кредит-модул механизмларини жорий этиш таклиф этилди.

7. Коронавирус пандемияси оқибатида жаҳонда юзага келган санитар-эпидемиологик вазиятда ҳудудий туризмни рақамлаштириш механизми

сифатида Интернет тармоғидаги [viziit-samarkand.uz\(.com\)](http://viziit-samarkand.uz(.com)) очик портали, «Самарқанд вилоятининг Туристик реестри» давлат ахборот тизими, мобил иловалар қўйи тизими, ташқи ахборот тизимлари билан интеграциялашувга қўмаклашувчи қўйи тизим каби таркибий унсурлар интеграциясидан иборат Самарқанд вилоятининг яхлит туристик ахборот тизимини шакллантириш модели ишлаб чиқилди.

8. Туристик ҳудуд рақобатбардошлигини ошириш бўйича хорижий тажрибани тадқиқ этиш асосида, туристик зоналар ва тематик туристик кластерларни шакллантириш ва улар фаолиятини йўлга қўйиш кластер иштирокчиларининг ўзаро географик яқин жойлашуви, шу жумладан инновациялар, технологиялар, ноу-хаулар, ихтисослаштирилган хизматлар ва юқори малакали кадрлардан фойдаланиш имкониятларининг кенгайиши, шунинг билан бир қаторда, маҳсулдор рақобат ва ҳамкорликда кооперацион лойиҳаларни амалга оширишга замин яратувчи трансакцион харажатларнинг қисқариши билан боғлиқ, кластер иштирокчиларининг ўзаро самарали ҳамкорлигини тўлақонли рўёбга чиқариш ҳисобига туристик ҳудуд рақобатбардошлигининг ўсишини таъмин этиши илмий асослаб берилди. Самарқанд вилояти алоҳида ҳудудларида туристик зоналар ва тематик туристик кластерларни шакллантириш учун қулай шарт-шароит яратиш тамойиллари, йўналишлари ва усулларини ҳамда тартибга солишнинг турли даражаларида кластер сиёсатини амалга оширишнинг устувор йўналишларини белгилаб берган концепция ишлаб чиқилди.

**РАЗОВЫЙ НАУЧНЫЙ СОВЕТ НА ОСНОВЕ НАУЧНОГО СОВЕТА
DSc.03/30.12.2019.I.18.01. ПО ПРИСУЖДЕНИЮ УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ
ПРИ САМАРКАНДСКОМ ИНСТИТУТЕ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА**

САМАРКАНДСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

СОБИРОВ БОБУР БАХТИШОДОВИЧ

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИЧЕСКИХ ОСНОВ ПОВЫШЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКИХ РЕГИОНОВ**

08.00.17 – Туризм и гостиничная деятельность

**АВТОРЕФЕРАТ
диссертации доктора философии (PhD) по экономическим наукам**

Самарканд- 2021

Тема диссертации доктора философии (PhD) зарегистрирована Высшей аттестационной комиссией при Кабинете Министров Республики Узбекистан под номером В2020.3.PhD/Iqt689.

Диссертация выполнена в Самаркандском институте экономики и сервиса.

Автореферат диссертации на трех языках (узбекском, русском, английском (резюме)) размещен на веб-сайте Научного совета (www.sies.uz) и информационно-образовательном портале «ZiyoNet» (www.ziynet.uz).

Научный руководитель:

Алимова Машхура Тоирхоновна
доктор экономических наук, профессор

Официальные оппоненты:

Навруз-зода Бахтиёр Негматович
доктор экономических наук, профессор

Сафаров Баходирхон Шахриёрович
доктор экономических наук, профессор

Ведущая организация:

Ташкентский государственный экономический университет

Защита диссертации состоится «9» 7 2021 года в 10.00 на заседании научного совета DSc.03/30.12.2019.I.18.01 по присуждению ученой степени при Самаркандском институте экономики и сервиса. Адрес: 140100, г.Самарканд, ул. Амир Темура, 9. Тел: (99866) 233-19-84; Факс: (99866) 231-12-53, e-mail: sies_info@edu.uz.

С диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Самаркандского института экономики и сервиса (зарегистрировано № _____). Адрес: 140100, г.Самарканд, ул. Амир Темура, 9. Тел: (99866) 233-19-84; Факс: (99866) 231-12-53, e-mail: sies_info@edu.uz.

Автореферат диссертации разослан «24» 17 2021 года
(Протокол реестра № 7 от «24» 17 2021 года).



М.Э. Пулатов
Председатель разового научного совета на основе научного совета по присуждению ученых степеней, д.э.н., профессор

Н.Э. Ибдуллаев
Ученый секретарь разового научного совета на основе научного совета по присуждению ученых степеней, к.э.н., доцент

М.М. Мухаммедов
Председатель научного семинара при разового научного совета на основе научного совета по присуждению ученых степеней, д.э.н., профессор

ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора философии (PhD))

Актуальность и востребованность темы диссертации. Туризм в течении последних двадцати лет был отмечен как один из ведущих секторов мировой экономики, а в глобальных макроэкономических показателях темпы его роста и доля привели к признанию его в качестве отрасли будущего. По данным Всемирной туристской организации, в 2019 году «49% международных туристских посещений пришлось на Францию, Испанию, США, Китай, Италию, Турцию, Мексику, Германию, Таиланд, Великобританию»¹³, и другие потенциальные туристские регионы участвуют в жесткой конкуренции за свою долю на международном туристском рынке.

В постпандемическом мире особое внимание уделяется современным исследованиям стремительного развития туризма, восстановления его позиций в социально-экономическом развитии. Изучение научно-методических и практических аспектов данного вопроса, с точки зрения совершенствования методологической основы повышения конкурентоспособности туристского региона, за счет привлечения новых возможностей эффективного использования его потенциала в условиях цифровой экономики, на сегодняшний день выделяются актуальностью.

Тенденции в отрасли стали основой для комплексных реформ, направленных на развитие туризма как стратегической отрасли национальной экономики в обладающем высоким туристским потенциалом Узбекистане, а также создали благоприятную институциональную и социально-экономическую среду, которая обеспечила 6,7 миллион туристских поездок в страну в 2019 году и среднегодовые темпы роста в 40% за последние три года. Глобальное воздействие пандемии в 2020 году привело к тому, что мировая туристская индустрия столкнулась с экономическим кризисом и заложила основу для жесткой конкурентной среды в последующих тенденциях развития отрасли. Сегодня «поддержка туристской и связанной с ней отраслей, сохранение сотен тысяч рабочих мест и квалифицированных специалистов, поддержание их доходов, а также ускоренное восстановление туризма по мере улучшения санитарно-эпидемиологической обстановки»¹⁴ определено как приоритетное направление для ускоренных экономических реформ в отрасли.

Данное диссертационное исследование в определенной степени служит достижению целей, обозначенных в Указах Президента Республики Узбекистан № УП-5611 от 5 января 2019 года «О дополнительных мерах по ускоренному развитию туризма в Республике Узбекистан», № УП-6002 от 28 мая 2020 года «О неотложных мерах поддержки сферы туризма для снижения негативного воздействия коронавирусной пандемии», в нормативном документе «План мер по отражению позиции Республики

¹³ Global Economic Impact & Trends 2020, p. 3 // <http://www.unwto.org>

¹⁴ Указ Президента Республики Узбекистан № УП-6002 от 28 мая 2020 года «О неотложных мерах поддержки сферы туризма для снижения негативного воздействия коронавирусной пандемии». <https://lex.uz/docs/4831122>.

Узбекистан в Индексе Глобальной конкурентоспособности Всемирного экономического форума», утвержденном Указом Президента № УП-6003 от 2 июня 2020 года «Об улучшении позиций Республики Узбекистан в международных рейтингах и индексах, а также внедрении нового механизма системной работы с ними в государственных органах и организациях», Постановлении Кабинета Министров Республики Узбекистан от 30 сентября 2019 года № 828 «О дополнительных мерах по эффективному использованию и развитию туристского потенциала Самаркандской области», а также в других нормативно-правовых актах, относящихся к данной сфере.

Соответствие исследования приоритетам развития науки и технологий республики. Данное исследование выполнено в соответствии с приоритетным направлением развития науки и технологий Республики Узбекистан I. «Духовно-нравственное и культурное развитие демократического и правового общества, формирование инновационной экономики».

Степень изученности проблемы. Теоретико-методологические аспекты конкуренции и конкурентоспособности в различных социально-экономических системах изучены в научных трудах зарубежных ученых, таких как И.Ансофф, Н.Г. Агеева, А.Юданов, Ф. Хайек, Дж.Ламбен, М.Мескон, В.Ойкен, М.Портер, Р.Урсе, Д.Ксаррингтон, Ф.Кседури, Э.Чемберлен, И.Шумпетер, Л.Н.Сафиуллин, Н.З.Сафиуллин, М. Г.Долинская, И.А.Соловьев, Р.А.Фатхутдинов, Н.С.Яшин¹⁵.

Научно-теоретическая сущность туристского региона, теоретические и практические вопросы его развития, а также конкурентоспособность туристского региона, теоретические и методологические аспекты ее оценки и повышения рассмотрены в научных трудах таких ученых, как В.И.Азар, И.Т.Балабанов, А.Ю.Александрова, В.С.Боголюбов, М.Б.Биржаков, А.Б.Здоров, Н.Б.Зорин, В.А.Квартальнов, Ритчие Ж.Б., Сроуч Г.И., Двер Л., Ким С., Ханафиах М.Х., Хемди М.А., Ахмад И., Вавра Т.Г., Матзлер К., Сауэрвэин Э., Хеисчмидт А., Фукс М., Вэирмаир К., Козак М., Риммингтон М., Сэрнат Л., Гоурдон Ж., Горучурн Н., Сугиярто Г., Суссулелли М., Гоффи

¹⁵Ансофф И. Стратегическое управление – М.: Экономика,1989-519с.; Агеева Н.Г.Справочник по конкуренции и конкурентоспособности. – Курган:Изд-во КГУ,2002. – 121с.; Юданов А. Конкуренция: теория и практика: Учеб. пособие, 3-е изд. / А. Юданов - М.: Гном-Пресс, 2002. Хайек Ф. А. Дорога к рабству М.: Новое издательство, 2005. – 264 с.; Портер М. Конкуренция. – М.: Издательский дом “Вильямс”, 2000; Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / пер. с англ. Е. Калининой. – М.: Альпина Паблишер, 2008; Долинская М.Г. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции / М.Г. Долинская, И.А. Соловьев - М.: Изд-во стандартов, 1991; Завьялов П. Конкурентоспособность и маркетинг / П. Завьялов // Российский экономический журнал. - 1995. - № 12. - С. 50; Яшин Н.С. Конкурентоспособность промышленного предприятия: Методология, оценка, регулирование / Н.С. Яшин - Саратов: Изд. СГЭА, 1997.; Сафиуллин Л.Н., Сафиуллин Н.З. Конкурентоспособность: теория и методология/Монография. – Казань: Центр инновационных технологий, 2008.; Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. (3-е изд.) //Р. Фатхутдинов // М.: Маркет ДС, 2008 - 432с.; Пилипенко И.В. Конкурентоспособность стран и регионов в мировом хозяйстве: теория, опыт малых стран Западной и Северной Европы. – Смоленск: Ойкумена, 2005.

Г. Мендола Д., Воло С., Милисэвис К., Михалис Т., Север И., Сривихок А., Интрапаиро А. Триснавати Р.¹⁶

Территориальные подходы к развитию туризма в Узбекистане, вопросы развития туристского региона и повышения его конкурентоспособности рассмотрены в научных работах ученых экономистов, таких как Б.Н.Навруз-Зода, Н.С.Ибрагимов, Н.Т.Тухлиев, М.К.Пардаев, И.С.Тухлиев, М.М.Мухаммедов, Д.Х.Асланова, Б.Х.Тўраев, О.Х.Хамидов, М.Т.Алимова, Б.Ш.Сафаров, З.О.Рахимов, Г.А.Алимова, З.И.Усманова¹⁷.

¹⁶ Азар В.И. Экономика и организация туризма. - М.: Экономика, 2003. – 322 с.; Александрова А.Ю. Международный туризм. - М.: Аспект Пресс, 2002. – 346 с.; Боголюбов В.С. Экономика туризма: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. - М.: «Академия», 2005. – 192 с.; Биржаков М.Б. Введение в туризм: изд. 9-е, перераб. и доп. СПб.: Издательский дом «Герда», 2007. – 576 с.; Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма: учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 176 с.; Дмитриев М.Н., Забаева М.Н. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: учебник. М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2006. – 310 с.; Здоров А.Б. Экономика туризма. Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2005. – 272 с.; Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: справочник –М.: Финансы и статистика, 2000.- 368 с.; Ritchie J.B., Crouch G.I. A Model of Destination Competitiveness and Sustainability /Wang Y., Pizam A. (eds.)/Tourism Destination Marketing and Management:Theories and applications.-2011.- P.326-339.; Dwyer L., Kim C. Destination competitiveness: Determinants and indicators//Current issues in Tourism.-2003.-Vol.6-No.5.-P.369-414.; Hanafiah M.H., Hemdi M.A., Ahmad I. Reflections on Tourism Destination Competitiveness (TDS) Determinants//Advanced Science Letters.-2015.-Vol.21.-No.5-P.1571-1574.; Vavra T.G. Improving Your Measurement of Customer Satisfaction: A Guide to Creating, Conducting, Analyzing and Reporting customer Satisfaction Measurement Program. Milwaukee.-WI:ASQC Quality Press,1997; Matzler K., Sauerwein E., Heischmidt A. Importance –performance analysis revisited: The role of the factor structure of customer satisfaction//Service Industries Journal.-2003.-№23 (2).-P.112-129.; Fuchs M., Weirmair K. Destination benchmarking: An indicator-system’s potential for exploring guest satisfaction//Journal of Travel Research.-2004.- №42 (3).-P.212-225.; Kozak M., Rimmington M. Measuring tourist destination competitiveness: Conceptual considerations and empirical findings// International Journal of Hospitality Management.-1999.-№18 (3).-P.273-283; Cernat L., Gourdon J. Paths to success: Benchmarking cross-country sustainable tourism//Tourism management.-2012.-Oct.-Vol.33.-No. 5.-P.1044-1056.; Goo-roochurn N., Sugiyarto G. Measuring Competitiveness in Travel and Tourism Industry.2004 [Электронный ресурс] <http://www.nottingham.ac.uk>; Cucculelli M., Goffi G. Does sustainability enhance tourism destination competitiveness? Evidence from Italian Destinations of Excellence// Journal of Clear Production.-2015.-P.1-13.; Mendola D., Volo S. Building composite indicators in tourism studies: Measurements and applications in tourism destination competitiveness//Tourism Management-2017.-Apr.-Vol.59.-P.541-553.; Milicevic K., Mihalic T., Sever I. An Investigation of the Relationship Between Destination Branding and Destination Competitiveness //Journal of Travel & Tourism Marketing.-2017.-Feb-mar.-Vol.34.-No.2.-P.209-221.; Srivihok A., Intrapairo A. Enhanced Classification Performances of Travel and Tourism Competitiveness Model with Feature Selection// Advanced science letters.2015.-Vol.21.-No.10.-P.3170-3174.; Trisnawati R. Analysis of the competitiveness tourism industries incising the local economy (The comparative study analysis of the competitiveness tourism between Surakarta and Yoguakarta [Electronic resource] /R. Trisnawati//Economic Journal of Emerging Markets.-2008.-№ 2(13).

¹⁷ Навруз-зода Б.Н., Ибрагимов Н.С., Навруз-зода З.Б., Навруз-зода Ш.Б. Туристик худуд рақобатбардошлиги. Монография. Бухоро: “Садриддин Салим Бухорий” Дурдона нашриёти, 2017 – 156 б.; Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Национальные модели развития туризма. -Т.: Гос.науч.изд-во «Ўзбекистон миллий энциклопедияси», 2006. – 424 с.; Тухлиев И.С., Кудратов Ф.Х., Пардаев М.К. Туризмни режалаштириш. Дарслик. -Т.: “Iqtisod-Moliya” нашриёти, 2010. – 238 б.; Мухаммедов М.М. ва бошқалар. Хизмат кўрсатиш соҳаси ва туризмни ривожлантиришнинг назарий асослари. //Монография. “Зарафшон” нашриёти. 2017. – 300 б.; Асланова Д.Х. Региональный туристский кластер: сущность и проблемы его эффективного функционирования. Монография. / Д.Х.Асланова, М.Т.Алимова, З.И.Саттарова. – Самарканд: Zarafshon, 2017. – 225 с.; Тураев Б.Х. Организационно-экономические механизмы регионального туризма. - Т.:«Фан», 2009. – 154 с.; Хамидов О.Х. Выбор конкурентной стратегии предприятия на рынке туристских услуг Узбекистана: дисс...канд. экономических наук. -С.:СамИСИ, 2006. -155 с.; Boltabayev M.P., Tuxliyev I.S. Turizm: nazariya va amaliyot. –Т.: «Fan va texnologiya», 2018, - 400 б.; Алимова М.Т. Худудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденциялари (Самарканд вилояти мисолида): иқтисодиёт фанлари доктори илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация. -С.: СамИСИ, 2017. - 265 б.; Сафаров Б.Ш. Миллий туризм хизматлар бозорини инновацион ривожлантиришнинг методологик асослари // Монография. - Тошкент: «Фан ва технология» нашриёти, 2016. - 184 б.; Рахимов З.О. Туризм дестинацияларида стратегик режалаштиришнинг ташкилий механизмини такомиллаштириш (Самарканд

Научные исследования вышеприведённых ученых имеют свое должное место и значение среди научных работ в этом направлении, однако каждая проблема требует особого решения, исходя из определённого места и периода своего возникновения. Вышеприведённые утверждения служат основой для определения цели и задач исследования.

Связь темы диссертации с научно-исследовательскими работами высшего учебного заведения, в котором была выполнена диссертация. Диссертационное исследование выполнено в рамках плана научно-исследовательских работ Самаркандского института экономики и сервиса, также прикладного проекта ПЗ-20170929749 «Стратегия создания туристской свободной экономической зоны в Самаркандской области» (2018-2020 гг.).

Цель исследования является разработка научно-практических предложений и рекомендаций по повышению конкурентоспособности туристского региона в условиях формирования цифровой экономики.

Задачи исследования:

- теоретический анализ и формирование авторских взглядов по сущности категорий «туристская территория», «туристский регион», «туристская зона», «дестинация»;
- разработка авторских определений и подходов на основе научно-теоретического анализа разработанных экономистами определений понятий «конкурентоспособность», «конкурентоспособность туристского региона»;
- осуществление структурного анализа конкурентоспособности в туристской системе;
- изучение зарубежного опыта повышения конкурентоспособности туристских регионов;
- изучение теоретических и методологических основ оценки конкурентоспособности туристских регионов;
- анализ факторов глобальной конкурентоспособности туристских регионов экономико-математическими методами;
- анализ влияния туризма на социально-экономическое развитие региона в отдельных туристских регионах;
- прогнозирование спроса на основе оценки влияния факторов конкурентоспособности страны на формирование спроса на туристские продукты отдельных стран на международном рынке туризма;
- разработка предложений и рекомендаций по совершенствованию организационно-экономического механизма повышения конкурентоспособности туристского региона на основе формирования туристских зон и тематических кластеров на отдельных территориях;
- разработка научно-методических и научно-практических предложений и рекомендаций по совершенствованию методов повышения

шахри мисолида): и.ф.н.... диссертация. -С.: СамИСИ, 2012.; Алимова Г.А. Рекреацион-туристик салохиятдан самарали фойдаланиш асосида минтақани ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш (Тошкент вилояти мисолида): и.ф.б. Фалсафа доктори PhD диссертация. -Т.: ЎзМУ, 2019.; Усманова З.И. Ўзбекистонда туристик-рекреацион хизматлари ривожлантириш хусусиятлари ва тенденциялари: и.ф.б. Фалсафа доктори PhD диссертация. -С.: СамИСИ, 2018.

конкурентоспособности туристского региона в условиях формирования цифровой экономики;

– разработка научно-методических и научно-практических предложений и рекомендаций по совершенствованию методики оценки конкурентоспособности туристского региона.

Объектом исследования являются экономические процессы, осуществляемые в отдельных туристских регионах Республики Узбекистан.

Предметом исследования состоит из совокупности социально-экономических и организационно-экономических отношений, связанных с повышением конкурентоспособности на рынке туризма.

Методы исследования. В диссертации использованы методы научная абстракция, анализ и синтез, индукция и дедукция, системный анализ, экономико-математические методы, в том числе регрессионный анализ.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

усовершенствовано определение понятия «туристская дестинация» с учетом ее отличительных характеристик от туристского региона, наличие конкурентоспособной потребительской стоимости и потенциала привлекательного туристского ресурса;

предложена усовершенствованная модель конкурентоспособности туристского региона путем обоснования мега-, макро-, мезо-, микроуровневой системно-структурной сущности конкурентоспособности в сфере туризма и синергетического эффекта при ее обеспечении;

усовершенствована методика оценки интегрального показателя конкурентоспособности туристского региона на основе интегрирования по методу стандартизации мини-макс индексов бизнес-среда, международная открытость, туристская инфраструктура, потенциал природных и культурных ресурсов, ценовая конкурентоспособность, относящихся к туристскому региону;

разработаны прогнозные показатели на среднесрочную перспективу въездного туристского потока, с учетом влияния показателей конкурентоспособности туристских регионов и стран на уровень региональной туристской мобильности.

Практические результаты исследования заключаются в следующем:

предложены уточненные определения понятий «туристская территория», «туристская дестинация», «туристская зона», «туристский регион», путем обоснования взаимозависимости понятий;

разработана база данных и программа интерактивной туристской карты города Самарканд;

разработана концепция формирования единой туристской информационной системы Самаркандской области, совершенствования инфраструктуры использования интерактивной туристской информации через мобильные приложения, туристские реестры, межведомственные подсистемы электронного обмена информацией;

на основе концепции организации туристских тематических кластеров и туристских зон в отдельных регионах разработаны предложения и

рекомендации по повышению конкурентоспособности туристской территории.

Достоверность результатов исследования определяется использованием в процессе анализа официальных данных Всемирной туристской организации, Всемирного совета по туризму и путешествиям, Государственного комитета Республики Узбекистан по статистике, Государственного комитета по развитию туризма, целесообразностью и научной обоснованностью подходов и методов исследования, практической апробацией заключений, предложений и рекомендаций, представленных в работе.

Научная и практическая значимость результатов исследования. Научная значимость результатов исследования определяется возможностью применения научных выводов, полученных по научно-теоретическим, научно-методическим результатам в анализе оценки и повышения конкурентоспособности региона, методологического аппарата в этой области, в совершенствовании экономической и правовой базы повышения конкурентоспособности отдельных регионов, повышении конкурентоспособности национальных туристских продуктов на мировом рынке.

Практическая значимость результатов исследования заключается в том, что можно использовать разработанные предложения и практические рекомендации по повышению конкурентоспособности субъектов туризма на внутреннем и внешнем рынках, а также при разработке и реализации мониторинга программы мероприятий по совершенствованию организационно-экономического механизма повышения конкурентоспособности отдельных туристских регионов страны, регионального плана маркетинговых мероприятий, эффективной стратегии развития туризма, программы дальнейшего развития туристской отрасли.

Внедрение результатов исследования.

На основании полученных научных результатов по совершенствованию методической основы повышения конкурентоспособности туристского региона:

научные предложения содержащие усовершенствованные определения понятий «туристская дестинация», «туристская территория», «туристская зона», «туристский регион» внедрены в практику реализации задач, поставленных в «Дорожной карте по эффективному использованию и комплексному развитию туристского потенциала Самаркандского района в 2020-2022 годы» от 8 января 2020 г. № 06-01/426 (справка № 02-16-1612 от 16 февраля 2021 года Государственного комитета Республики Узбекистан по развитию туризма). Использование научных результатов позволило вести взаимосвязанную статистику туризма по отдельным регионам;

разработанные научно-методические и научно-практические предложения по совершенствованию модели конкурентоспособности туристского региона внедрены в практику Государственного комитета по развитию туризма (справка № 02-16-1612 от 16 февраля 2021 года

Государственного комитета Республики Узбекистан по развитию туризма). Использование научных результатов создало возможность формирования механизма взаимодействия государственных структур, науки и образования, частного бизнеса в реализации программы развития туризма;

разработанные научно-методические и научно-практические предложения по интегральному показателю конкурентоспособности туристского региона и методу его оценки использованы в практике Государственного комитета по развитию туризма (справка № 02-16/4504 от 28 сентября 2020 года Государственного комитета Республики Узбекистан по развитию туризма). В результате использования научных результатов расширились возможности разработки адресных и целевых программ на основе рейтинга туристской конкурентоспособности регионов;

предложения по прогнозным показателям на среднесрочную перспективу въездного туристского потока, с учетом влияния показателей конкурентоспособности туристских регионов и стран на уровень региональной туристской мобильности внедрены в практику Государственного комитета по развитию туризма (справка № 02-16/4504 от 28 сентября 2020 года Государственного комитета Республики Узбекистан по развитию туризма). В результате использования научных результатов усовершенствован механизм отражения позиции Республики Узбекистан в данном индексе конкурентоспособности.

Апробация результатов исследования. Результаты исследования обсуждены на 6 республиканских и 20 международных научно-практических конференциях.

Публикация результатов исследования. По теме исследования опубликовано 47 научных работ, в частности 1 монография, 2 научные брошюры, 17 статей в научных изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Республики Узбекистан для публикации основных результатов докторских диссертаций, из них 5 статей опубликованы в республиканских и 12 статей в зарубежных журналах.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы. Объем диссертации составляет 156 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обоснованы актуальность и востребованность проведенного исследования, определены цели, задачи, объект и предмет исследования, указано соответствие работы приоритетным направлениям развития науки и технологий Республики, изложены научная новизна и практические результаты диссертационного исследования, раскрыты научная и практическая значимость полученных результатов, приведены сведения о внедрении в практику результатов исследования, а также сведения по опубликованным работам и структуре диссертации.

В первой главе исследованы **теоретико-методологические основы**

повышения конкурентоспособности туристской территории, на основе научно-теоретического анализа теоретических подходов к туристскому региону разработаны усовершенствованные определения понятий «туристская территория», «туристская дестинация», «туристская зона», «туристский регион», описывающие их взаимосвязанную характеристику. Предложена усовершенствованная модель конкурентоспособности туристского региона путем обоснования мега-, макро-, мезо-, микроуровневой системно-структурной сущности конкурентоспособности в сфере туризма и синергетического эффекта при ее обеспечении, а также изучив методические основы повышения конкурентоспособности туристского региона на основе зарубежного опыта, приведены результаты научно-теоретического анализа методической основы оценки конкурентоспособности туристского региона.

Туризм является сложной социально-экономической системой, от целостности компонентов и конкретных характеристик структурно-географических элементов которой зависят закономерности его развития.

Исходя из содержания исследований отечественных и зарубежных ученых, в диссертационной работе предложено выделить четыре различных подхода к определению содержания и сущности категории туристская дестинация, в частности: экономико-географический подход; подход с точки зрения маркетинговой и управленческой ориентации; ориентации на клиента; подход с точки зрения социо-культурного направления (рисунок 1).

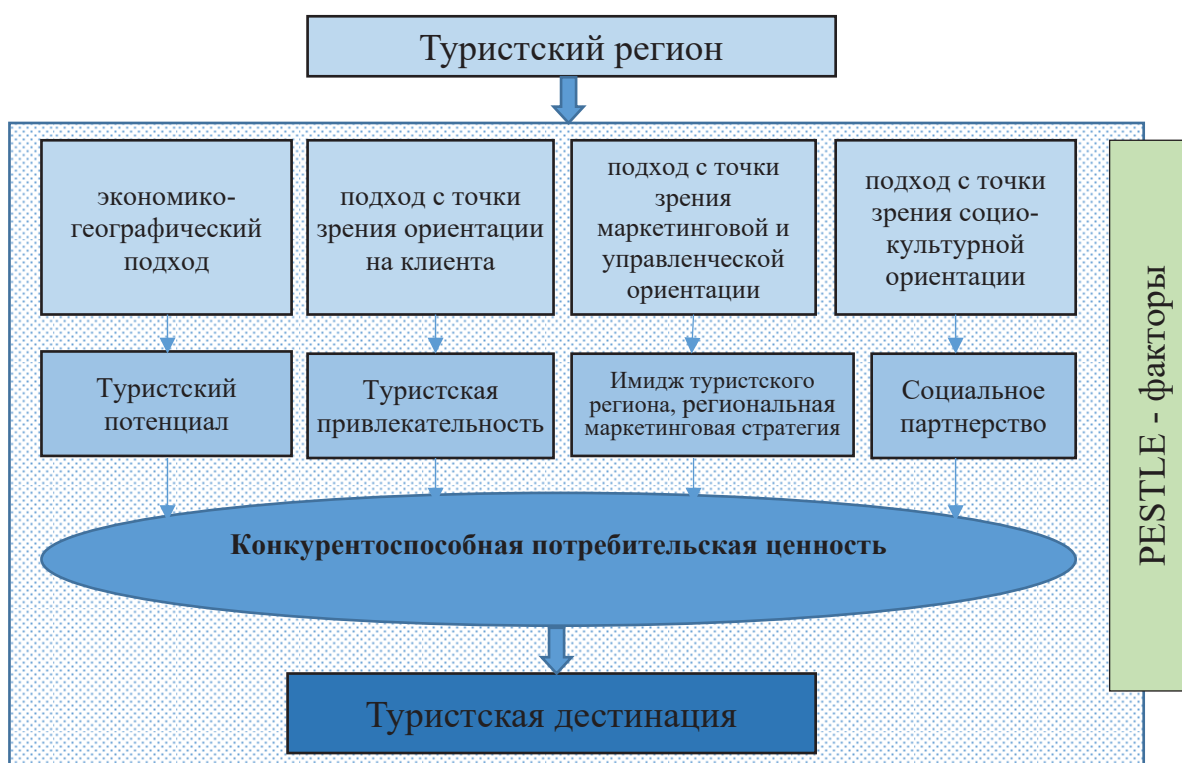


Рисунок 1. Модель формирования туристской дестинации как экономической категории¹⁸

¹⁸ Разработано автором

Первый подход основан на географической (территориальной) организации, в которой под туристской дестинацией понимается место, ограниченное определенной территорией и имеющее туристские ресурсы. В этом плане туристская дестинация во многих аспектах соответствует понятиям «туристский центр», «туристский регион», которые уже существовали в сфере туризма и сегодня широко используются на практике.

Второй подход - это клиентоориентированный подход. В этом случае туристская дестинация объясняется привлекательностью интереса для определенного сегмента потребителей. Таким образом, туристская привлекательность этой территории, представляющая большой интерес для многих туристов, имеет первостепенное значение. По мнению автора, такой подход отражает специфику туристской дестинации, кардинально отличающую её от понятий «туристский центр», «туристский регион».

В третьем подходе туристская дестинация исследуется с точки зрения маркетинговой и управленческой ориентации, и данное понятие рассматривается как набор туристских продуктов, которые оказывают определенное влияние на ресурсную базу территории, обеспечивают высокое удовлетворение потребностей туристов. Также каждая дестинация отличается тем, что она имеет цели, интересы, потребности, модели и стратегии регионального развития, определяющие свои особенности. При полном описании сущности понятия туристская дестинация бренд и имидж региона играют все более важную роль.

В четвертом подходе особое внимание обращалось к открытию нового аспекта взаимодействия С2С («Consumer to consumer» - «Потребитель к потребителю»), на получение туристом новых впечатлений и ощущений во время посещения туристских направлений. Исходя из этого подчеркивается, что турист должен принимать активное участие в продвижении и развитии дестинации на туристском рынке.

Таким образом, специфика туристского региона определяется характеристиками природно-географических, социально-экономических, этнографических, логистических, политических аспектов территории, а его привлекательность и конкурентоспособность отражаются в признании его в качестве туристской дестинации.

Туристская дестинация – это управляемая социально-экономическая региональная система, обладающая привлекательным потенциалом туристских ресурсов, привлекающая устойчивый поток туристов, на основе наличия конкурентоспособной потребительской ценности.

Значит, если «туристская территория» является характерной чертой масштаба «дестинации» и комплексная сумма туристских предложений в регионе выражается через туристский регион, его сущность как привлекательной, конкурентоспособной интегрированной системы отражается в содержании туристская дестинация.

Туристская зона считается территориальной единицей, выбранной на основе единой туристской цели, организационно-экономический механизм

которой может быть основан на определенных институциональных элементах и инструментах.

Туристский регион представляет собой комплекс туристских территорий с природно-географическим, социально-экономическим, этнографическим, логистическим, политическим аспектами и единой системой управления и логистики.

Различные формы конкурентных отношений проявляются на трех уровнях (микро, мезо и макро). На микроуровне определенные виды продукции, определенные отрасли и предприятия конкурируют друг с другом. На мезоуровне в конкурентную борьбу вступают регионы, сети, сетевые корпоративные объединения предприятий и фирм, принадлежащих к горизонтальному типу интеграции, кластерам. Само собой разумеется, что на макроуровне конкурируют экономические комплексы, относящиеся к межотраслевому типу интегрированных отношений.

Региональная конкуренция имеет свои особенности, в которых четко просматриваются горизонтальные и вертикальные связи субъектов разного уровня. На этом этапе взаимодействия хозяйствующих субъектов горизонтальные и вертикальные отношения приобретают различный вид. Иногда такие связи принимают форму жесткой конкуренции, а в некоторых случаях форму сотрудничества и партнерства, а также способствуют формированию территориальных кластеров.

Конкурентоспособность туристской территории во многом зависит от наличия конкурентных преимуществ и способности создавать эти преимущества на основе факторов конкурентоспособности (рисунок 2).

Конкурентоспособность туристской территории изучалась по четырем взаимосвязанным направлениям (факторы, детерминанты), которые составляют ромб конкурентных преимуществ М. Портера.

Туристские ресурсы и условия в туристской системе формируются за счет квалифицированных кадров, научных знаний и технологий, экономической информации, туристской инфраструктуры, рыночной инфраструктуры, инвестиционного климата.

Второй определяющий фактор – это внутренний и внешний спрос, обеспечиваемый населением. Решающим фактором, обеспечивающим первоначальный стимул для инвестиций и инноваций, достаточных для выхода на успешный конкурентный рынок, является наличие внутреннего спроса.

В качестве третьего детерминанта, определяющий конкурентоспособность территории рассмотрено наличие основных или поддерживающих друг-друга отраслей. Конкурентоспособность напрямую зависит от кооперации региональных производителей, вертикально и горизонтально интегрированных сетей (кластеров).

Четвертым определяющим фактором является стратегия развития туристского региона, которая является важнейшим приоритетом для повышения конкурентоспособности региона. Организационная и

эффективная система управления играет решающую роль в повышении конкурентоспособности социально-экономических систем.

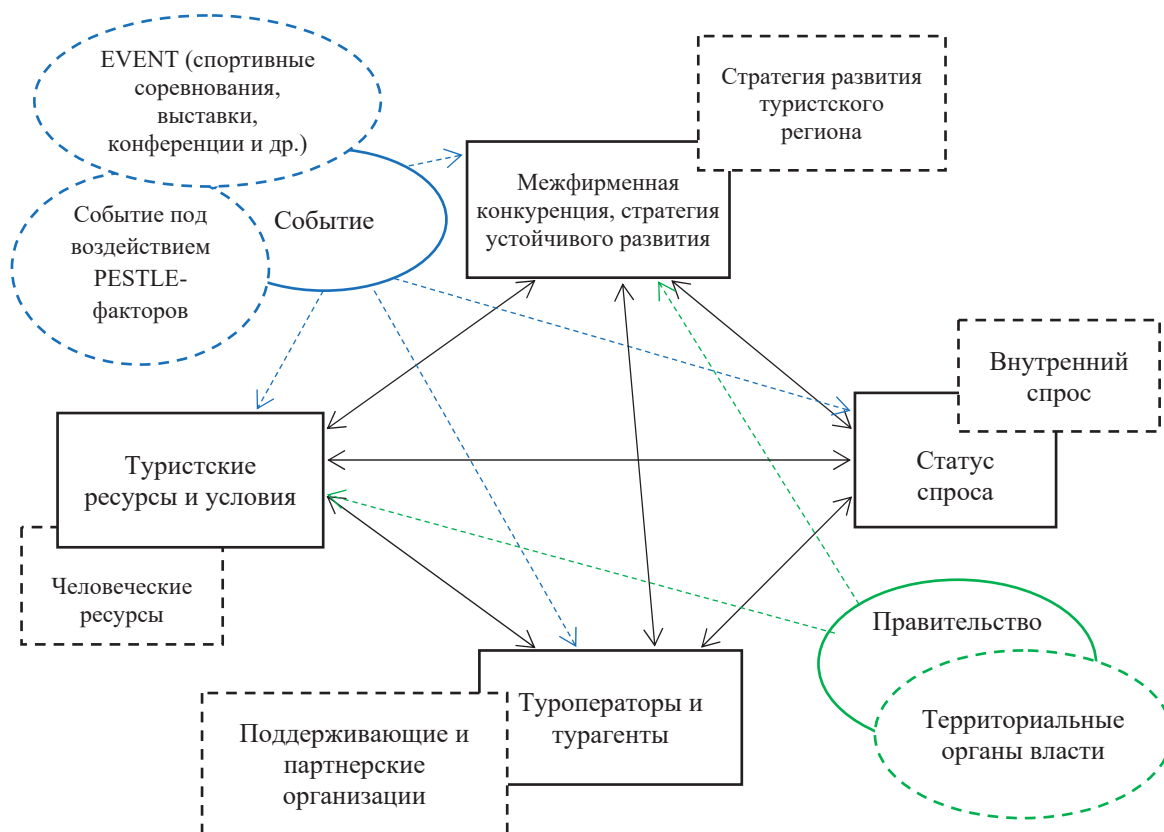


Рисунок 2. Модель ромба конкурентных преимуществ туристского региона (на основе ромба конкурентных преимуществ М. Портера)¹⁹

Туризм отражает многогранную и сложную социально-экономическую систему. Поэтому при изучении конкуренции в сфере туризма целесообразно изучать ее на микро-, мезо-, макро- и мега-уровнях (рисунок 3).

Конкурентоспособность в туризме представляет собой сложное многоэтапное понятие. Чтобы индустрия туризма была конкурентоспособной в дестинации, не только отдельные предприятия индустрии туризма должны быть конкурентоспособными, но также уровень развития индустрии туризма должен быть сбалансированным. Это, в свою очередь, означает, что должен иметь место синергетический эффект на микро-, мезо- и макроуровнях индустрии туризма, то есть важно формирование новых структурных особенностей индустрии туризма.

Формирование сбалансированной конкурентоспособности на мезоуровне обеспечивает стабильную среду для эффективной работы предприятий туристской отрасли. Только когда будет сформирован конкурентоспособный кластер взаимосвязанных производств, который обеспечит эффективную работу туристских предприятий, тогда развитие туризма станет возможным. Высокий уровень развития взаимосвязанной сети и системы институтов, составляющих этот кластер, является важным фактором обеспечения конкурентоспособности кластеров.

¹⁹ Разработано автором



Рисунок 3. Концептуальная модель взаимозависимости конкуренции на разных уровнях туризма²⁰

Значит, существует объективная иерархическая взаимосвязь конкурентоспособности в туризме, согласно которой конкурентоспособность предприятия туристской индустрии может быть обеспечена только при формировании конкурентоспособной туристской индустрии на мезо- и макроуровнях. Только когда конкуренция будет обеспечена на всех уровнях туристской системы, начнет проявляться синергетический эффект конкурентоспособности туристской системы.

Во второй главе диссертации, озаглавленной «**Совершенствование методической основы анализа и оценки конкурентоспособности туристского региона**», проведен анализ конкурентоспособности туристских регионов и ее влияния на социально-экономическое развитие страны, экономико-статистический анализ факторов, влияющих на конкурентоспособность туристского региона, разработаны научно-практические и научно-методические предложения и рекомендации по совершенствованию методической основы оценки конкурентоспособности туристского региона.

Каждый год оценка конкурентоспособности мировой туристской индустрии проводится Всемирным экономическим форумом в Женеве, который ежегодно публикует Отчет о конкурентоспособности путешествий и

²⁰ Разработано автором

туризма. При подготовке отчета используется методология, предложенная Гоороохурна и Сугиярта (Gooroochurn, Sugiyarto, 2005). Индекс конкурентоспособности путешествий и туризма (ТТСИ) состоит из четырнадцати индексов. Эти четырнадцать индексов разделены на четыре категории, на основе которых рассчитываются четыре субиндекса: I - Условия и возможности; II - Туризм и туристская политика; III - Инфраструктура; IV - Природные и культурные ресурсы. Четырнадцать индексов состоят из 90 индикаторов.

В диссертации рассказано о позициях государств по 14 отдельным индексам конкурентоспособности.

В результате популярности международного туризма, в XXI веке конкуренция на международном туристском рынке усилилась, появились новые дестинации, изменилась международная конкурентоспособность стран в сфере туризма и путешествий. Но за последние 15 лет на международном туристском рынке 10 наиболее конкурентоспособных стран одержали победу в жесткой борьбе, а также сохранили свои позиции в Индексе конкурентоспособности туризма и путешествий (Таблица 1).

Таблица 1

Топ-10 стран по индексу конкурентоспособности туризма и путешествий

2007			2012		
	место	значение индекса		место	значение индекса
Швейцария	1	5,63	Швейцария	1	5,66
Австрия	2	5,43	Германия	2	5,39
Германия	3	5,41	Австрия	3	5,39
Австралия	4	5,34	Испания	4	5,38
Испания	5	5,3	Англия	5	5,38
Англия	6	5,28	США	6	5,32
США	7	5,28	Франция	7	5,31
Швеция	8	5,27	Канада	8	5,38
Канада	9	5,26	Швеция	9	5,24
Франция	10	5,23	Сингапур	10	5,23
Узбекистан	90	3,62	Узбекистан	-	-
2016			2019		
	место	значение индекса		место	значение индекса
Испания	1	5,43	Испания	1	5,4
Франция	2	5,32	Франция	2	5,4
Германия	3	5,28	Германия	3	5,4
Япония	4	5,26	Япония	4	5,4
Англия	5	5,2	США	5	5,3
США	6	5,12	Англия	6	5,2
Австралия	7	5,12	Австралия	7	5,1
Италия	8	4,99	Италия	8	5,1
Канада	9	4,97	Канада	9	5,1
Швейцария	10	4,94	Швейцария	10	5
Узбекистан	-	-	Узбекистан	-	-

Индекс конкурентоспособности туризма и путешествий в 2019 году оценивался для 140 стран. В нем странами-лидерами по туризму и туристской конкурентоспособности были Испания, Франция, Германия, США, Англия, Австрия, Италия, Канада, Швейцария (рисунок 4).

В диссертации влияние показателей конкурентоспособности на уровень туристской мобильности оценивалось с использованием методов корреляционно-регрессионного анализа.

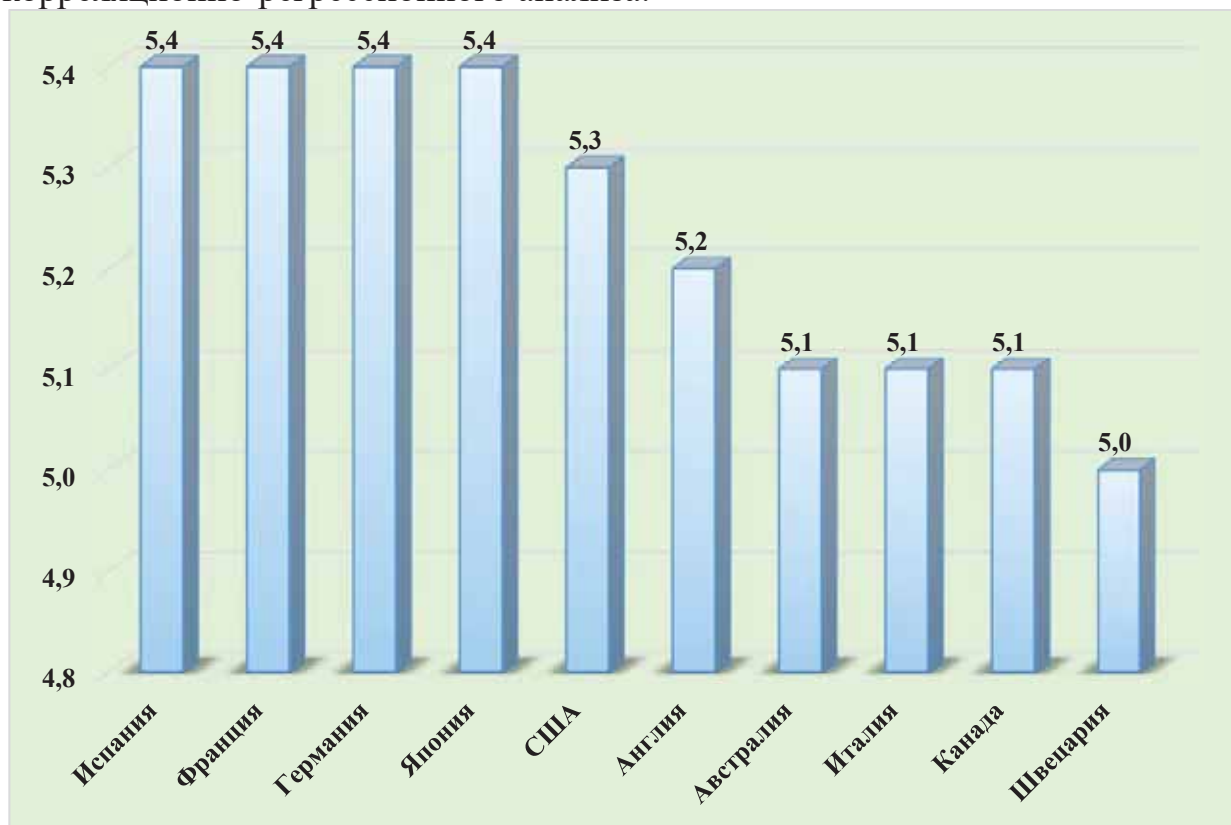


Рисунок 4. Страны-лидеры в Индексе-2019 конкурентоспособности туризма и путешествий

Цель нашего исследования – оценить влияние индексов конкурентоспособности страны на формирование спроса на туристские продукты отдельных стран на международном туристском рынке (въездной туристский поток, туристские доходы) и на этой основе определить будущие параметры туристского спроса. Исходя из вышеизложенного, статистическая выборка модели, которая будет разработана для определения будущего спроса на национальные туристские продукты, включает показатели конкурентоспособности 70 стран на 2017-2019 годы, а также количество туристов и доходы от туризма в эти страны за данный период. При этом определен уровень влияния факторов, включенных в выборку, на «количество въездных туристов» и «доход от туризма», которые являются результативными показателями (количество наблюдений в статистической выборке $n = 140$, количество факторов $k = 24$). Для определения взаимозависимости факторов был использован метод корреляционно-регрессионного анализа. По результатам анализа мы выделили наиболее важные и значимые факторы, включенные в нашу модель (таблицы 2-5).

Таблица 2

Составная структура 1-модели²¹

Показатель результата (Y1) - количество приезжающих туристов (тыс. человек)						
Значимые факторы		Нестандартизированные коэффициенты		Стандартизированные коэффициенты	t-статистика	p-значение
		B	Стандартная ошибка			
	Константа	-54607,000	22733,755		-2,402	0,018
I ₁	Бизнес среда	-5435,273	3194,171	-0,199	-1,702	0,092
I ₂	Безопасность и защита	-1612,855	2105,302	-0,065	-0,766	0,445
I ₃	Здоровье и гигиена	-2033,652	2339,986	-0,083	-0,869	0,587
I ₄	Человеческие ресурсы и рынок труда	7602,619	5055,510	0,191	1,504	0,136
I ₅	Готовность к использованию ИКТ	-62,300	230,375	-0,017	-0,270	0,787
I ₆	Отданный туризму и путешествиям приоритет	3951,705	2188,193	0,146	1,806	0,074
I ₇	Международная открытость	3929,715	1766,145	0,180	2,225	0,028
I ₈	Ценовая конкурентоспособность	4738,305	1774,580	0,205	2,670	0,009
I ₉	Экологическая устойчивость	-894,861	2282,383	-0,030	-,392	0,696
I ₁₀	Инфраструктура воздушного транспорта	2473,876	1781,382	0,164	1,389	0,168
I ₁₁	Земельная и портовая инфраструктура	1933,522	1775,692	0,112	1,089	0,279
I ₁₂	Инфраструктура туристских услуг	3753,318	1853,001	0,237	2,026	0,045
I ₁₄	Культурные ресурсы и бизнес поездки	6393,667	942,192	0,591	6,786	8.07E-10
$Y_2 = -54607,000 + 7602,619 \times I_4 + 3951,705 \times I_6 + 3929,715 \times I_7 + 4738,305 \times I_8 + 2473,876 \times I_{10} + 1933,522 \times I_{11} + 3753,318 \times I_{12} + 6393,667 \times I_{14}$						

Таблица 3

Составная структура 2-модели

Показатель результата (Y1) - количество приезжающих туристов (тыс. человек)						
Значимые факторы		Нестандартизированные коэффициенты		Стандартизированные коэффициенты	t-статистика	p-значение
		B	Стандартная ошибка			
	Константа	-59957,532	9419,045		-6,366	4,3E-9
ТТСИ	Индекс конкурентоспособности туризма и путешествий	17538,171	2192,730	0,601	7,998	1,2E-12
$Y_1 = -59957,532 + 17538,171 \times \text{ТТСИ}$						

Таблица 4

Составная структура 3-модели

Показатель результата (Y1) - количество приезжающих туристов (тыс. человек)						
Значимые факторы		Нестандартизированные коэффициенты		Стандартизированные коэффициенты	t-статистика	p-значение
		B	Стандартная ошибка			
	Константа	-24282,601	13359,557		-1,818	0,072
SI ₂	Политика по туризму и путешествий	-2674,346	3321,184	-0,056	-0,805	0,422
SI ₃	Инфраструктура	5775,578	1428,339	0,307	4,044	9,6E-5
SI ₄	Природные и культурные ресурсы	8432,270	1013,106	0,578	8,323	2,3E-13
$Y_1 = -24282,601 + 5775,578 \times SI_3 + 8432,270 \times SI_4$						

²¹ Эконометрические модели, представленные в таблицах 1-5, являются авторскими разработками.

Таблица 5

Составная структура 4-модели

Индикатор результата (Y2) - туристский доход (тыс. долларов США)						
Значимые факторы		Нестандартизированные коэффициенты		Стандартизированные коэффициенты	t-статистика	p-значение
		B	Стандартная ошибка			
	Константа	-31459,187	24926,957		-1,262	0,209
SI ₂	Политика по туризму и путешествий	-5229,006	6323,887	-0,069	-0,827	0,410
SI ₃	Инфраструктура	10083,772	2705,460	0,342	3,727	2,97E-4
SI ₄	Природные и культурные ресурсы	9209,041	1959,974	0,387	4,699	7,09E-6
$Y2 = -31459,187 + 10083,772 \times SI_3 + 9209,041 \times SI_4$						

Таким образом, по результатам представленным в таблицах 2-5 эконометрического анализа, выявлены следующие качественные параметры в формировании спроса и туристского дохода на национальные туристские продукты стран:

1. Влияние индекса конкурентоспособности туризма и путешествий в стране на формирование перспективного спроса на национальные туристские продукты является положительным, и увеличение данного индекса на одну единицу создаст условия и возможности для увеличения спроса на 17538 тыс. человек;

2. На формирование будущего спроса влияние субиндексов «Инфраструктура» и «Природные и культурные ресурсы» считается значительным, и соответственно их увеличение на одну единицу приведет к увеличению спроса на 5775 и 8432,3 тыс. человек;

3. Если рассматривать отдельные индексы конкурентоспособности территорий, то наиболее существенное влияние на формирование перспективного спроса оказывает индекс «Культурные ресурсы и деловые поездки», увеличение которого на единицу увеличит спрос на 9209 тыс. человек;

4. Такие индексы, как «Человеческие ресурсы и рынок труда», «Международная прозрачность», «Ценовая конкурентоспособность», «Инфраструктура воздушного транспорта», «Земельная и портовая инфраструктура», «Инфраструктура туристских услуг», «Культурные ресурсы и бизнес поездки» имеют относительно высокое влияние на формирование перспективного спроса на отечественные туристские продукты;

5. На формирование доходов в сфере туризма влияние субиндексов «Инфраструктура» и «Природные и культурные ресурсы» значительно, и соответственно их увеличение на одну единицу приведет к увеличению доходов туристов на 10083 и 9209 тыс. долл. США.

Изучение местных и зарубежных подходов к оценке конкурентоспособности территориального туризма показывает, что большинство популярных методов оценки конкурентоспособности территориального туризма могут широко использоваться на практике в Узбекистане с некоторыми изменениями и дополнениями. В то же время

является требованием времени разработка основанной на возможностях ведения статистики туризма методологии оценки конкурентоспособности туристской территории в стране.

Исходя из этого, на основе методической основы, используемой для ведения региональной туристской статистики Государственным комитетом Республики Узбекистан по статистике Государственным комитетом Республики Узбекистан по развитию туризма, для определения интегрального показателя конкурентоспособности туристского региона мы предлагаем использовать 83 индекса, интегрированных в 4 субиндекса.

Поэтому в ходе диссертационного исследования была разработана методика определения конкурентоспособности туристского региона. Ниже приводится порядок определения конкурентоспособности туристского региона:

$$HR = W_{ir} \times IR + W_{tj} \times TJ + W_{ti} \times TI + W_{tr} \times TR, \quad 0 < HR < 5, \quad ^{22}(1)$$

Здесь:

HR – Интегральный показатель конкурентоспособности туристского региона;

IR – 1-субиндекс: «Состояние социально-экономического развития территории»;

TJ – 2-субиндекс: «Туристская привлекательность территории»;

TI – 3-субиндекс: «Состояние территориальной туристской инфраструктуры»;

TR – 4-субиндекс: «Потенциал туристских ресурсов территории»;

W – вес субиндекса в составе интегрального показателя.

Предложено определять вес входящего в интегральный показатель каждого субиндекса путем присвоения им баллов на основе метода экспертной оценки. Важность каждого субиндекса в интегральном индикаторе оценивалась экспертами по шкале от 0 до 5 баллов. В этом случае расчетный вес каждого субиндекса, принадлежащего отдельному эксперту, определяется по следующей формуле:

$$EV_{ij} = \frac{E_{ij}}{\sum_{j=1}^m E_{ij}}; \quad EV_{ij} > 0; \quad i = \overline{1, n}; \quad \sum_{j=1}^m EV_{ij} = 1, \quad (2)$$

Здесь:

EV – вес, присвоенный j-му субиндексу i-м экспертом;

E_{ij} – оценка веса j-го субиндекса со стороны i-го эксперта;

m – количество субиндексов;

n – количество экспертов.

Вес субиндексов в структуре интегрального индекса определяется по следующей формуле:

²² Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган

$$W_j = \frac{\sum_{i=1}^n E_{ij}}{\sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^n E_{ij}}; W_j > 0; i = \overline{1, n}; \sum_{j=1}^m W_j = 1, \quad (3)$$

Здесь:

W_j – вес j -го субиндекса в составе интегрального показателя;

n – вес, присвоенный j -му субиндексу i -м экспертом;

E_{ij} – оценка веса j -го субиндекса i -м экспертом;

m – количество субиндексов;

n – количество экспертов.

$$SI_j = \frac{\sum_{k=1}^n V_k \times I_k}{\sum_{k=1}^n V_k}, \quad 0 < SI_j < 5, \quad (4)$$

Здесь:

SI_j – значение интегрального субиндекса j («Состояние социально-экономического развития региона»; «Туристская привлекательность региона»; «Состояние региональной туристской инфраструктуры»; «Потенциал туристских ресурсов региона»);

I_k – k -й стандартизованный индекс;

V_k – вес k -го индексов в интегрированном субиндексе;

n – количество индексов.

Для индексов, входящих в интегральные субиндексы («Состояние социально-экономического развития территории»; «Туристская привлекательность территории»; «Состояние территориальной туристской инфраструктуры»; «Потенциал туристских ресурсов») использовались веса равные весам 1,0. Здесь $\sum_{k=1}^n V_k = S_k$, равно общему количеству интегрированных показателей (SI_1 «Состояние социально-экономического развития территории»; в интегральном индикаторе $\sum_{k=1}^n V_k = 16$; SI_2 «Туристская привлекательность территории», в интегральном показателе $\sum_{k=1}^n V_k = 4$; SI_3 «Состояние территориальной туристской инфраструктуры» в интегральном индексе $\sum_{k=1}^n V_k = 25$; SI_4 «Потенциал туристских ресурсов территории» в интегральном показателе $\sum_{k=1}^n V_k = 38$).

Известно, что показатели оценки конкурентоспособности туристского региона имеют разные единицы измерения и размерности. В экономической статистике используются методы стандартизации для включения этих показателей в интегральный показатель. Одним из наиболее распространенных из этих методов является метод линейной стандартизации по «минимуму». Поэтому мы предложили стандартизировать все показатели, которые приведены для оценки конкурентоспособности туристского региона, используя формулу ниже.

$$I_k = 4 \times \left(\frac{I_k - I_{\min}}{I_{\max} - I_{\min}} \right) + 1, \quad 0 < I_k < 5, \quad (5)$$

²³ Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган

²⁴ Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган

Здесь:

I_k – k-й стандартизованный индекс;

k_i – фактическое значение показателя;

k_{max} – максимальное значение показателя;

k_{min} – минимальное значение показателя.

С помощью данного метода стандартизованы индексы конкурентоспособности туристского региона.

Таблица 6
Интегральный показатель конкурентоспособности регионов Республики Узбекистан в сфере туризма

Территории	SI1	SI2	SI3	SI4	HR
Самаркандская область	2,356	5,000	2,769	2,563	3,241
г. Ташкент	4,037	3,677	2,973	2,387	3,227
Бухарская область	2,509	4,199	3,114	2,661	3,162
Ташкентская область	2,240	3,343	3,242	2,090	2,740
Кашкадарьинская область	1,712	3,424	2,131	2,530	2,449
Ферганская область	1,840	3,180	2,322	2,171	2,416
Хорезмская область	1,948	3,696	2,006	1,740	2,387
Наманганская область	1,574	2,617	1,683	1,618	1,900
Сурхандарьинская область	1,356	2,757	1,601	1,692	1,894
Андижанская область	1,846	2,096	1,491	2,006	1,875
Джизакская область	1,230	2,368	1,661	1,607	1,751
Навоийская область	1,759	1,326	1,846	1,868	1,690
Республика Каракалпакстан	1,546	1,442	1,782	1,592	1,586
Сырдарьинская область	1,308	0,822	1,259	1,215	1,136

Субиндексы территориальной конкурентоспособности для отдельных территорий Республики Узбекистан были оценены с использованием стандартизованных индексов и их весовых значений.

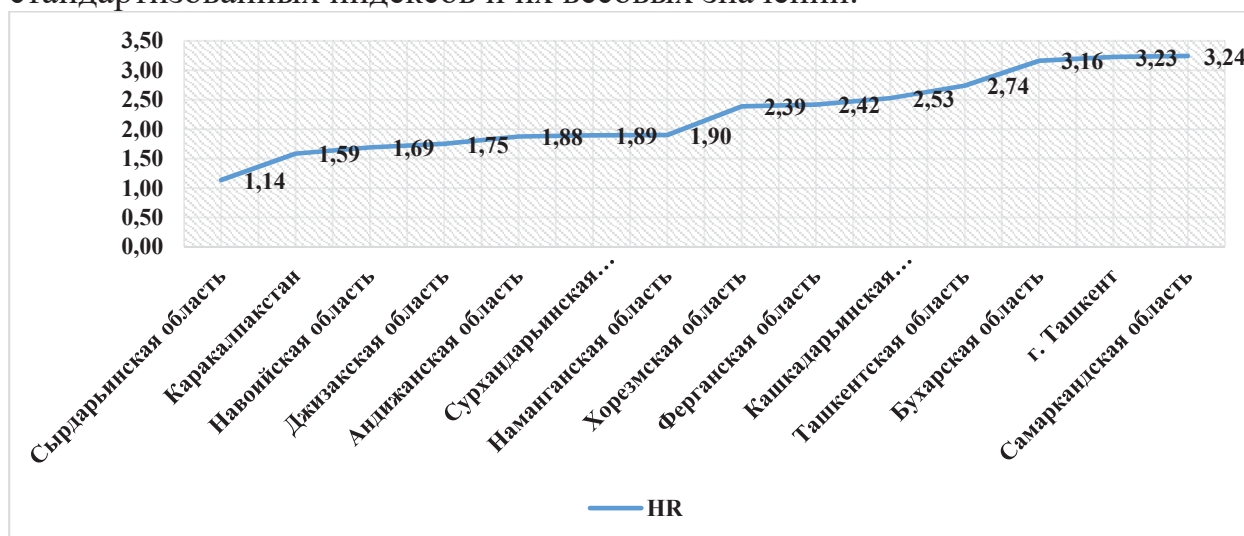


Рисунок 5. Интегральный показатель конкурентоспособности в сфере туризма регионов Республики Узбекистан

Также для каждой территории на основе субиндексов и значений весов в составе его интегрального показателя определен показатель конкурентоспособности территории (таблица 6, рисунок 5-6).

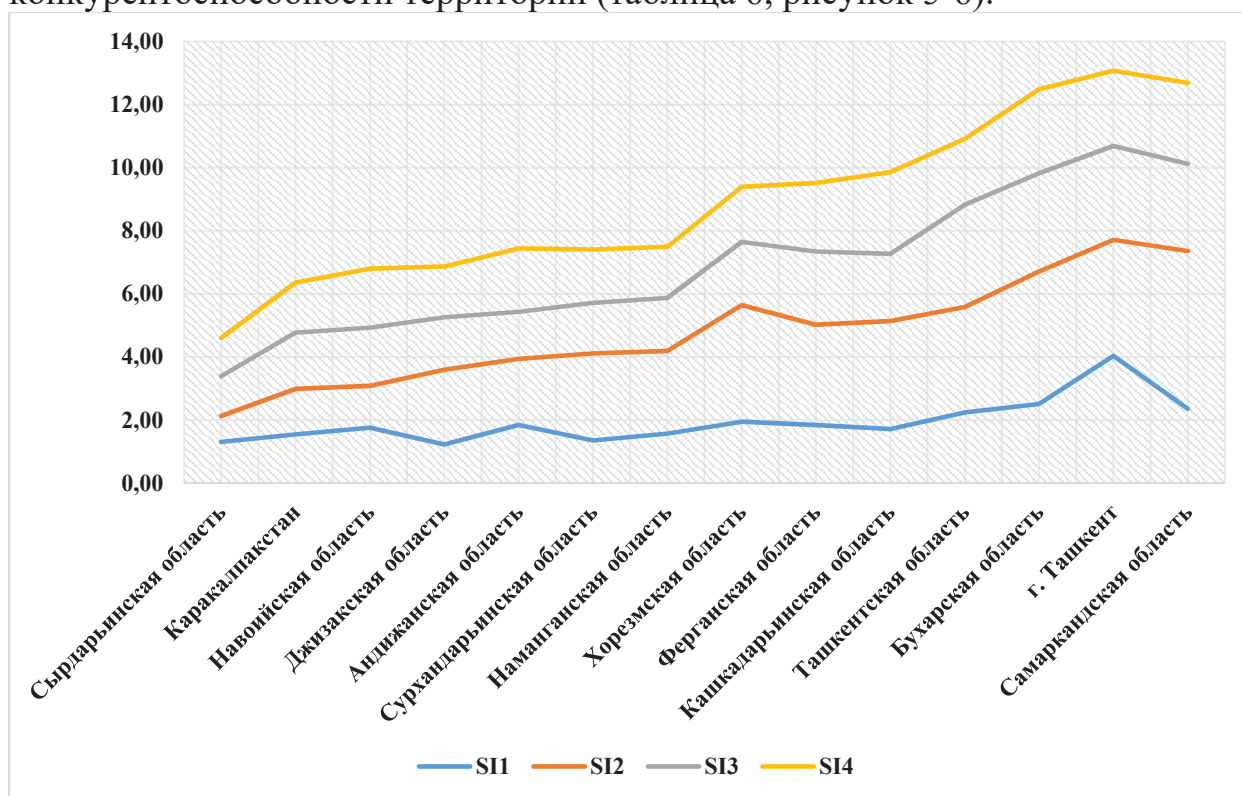


Рисунок 6. Значение субиндексов конкурентоспособности в сфере туризма регионов Республики Узбекистан

В третьей главе диссертации названной **«Концептуальные направления повышения конкурентоспособности туристского региона»** разработаны научные предложения и рекомендации по приоритетным направлениям повышения конкурентоспособности туристского региона, концепция формирования единой информационной системы в сфере туризма, концептуальные направления формирования туристских зон и тематических кластеров как механизм повышения конкурентоспособности туристской территории.

Предложено принять следующие меры для повышения конкурентоспособности Узбекистана как туристской дестинации на международном туристском рынке:

1. Увеличить бюджет маркетинговых мероприятий по продвижению Узбекистана как туристской дестинации за рубежом и формированию привлекательного туристского имиджа страны, создать механизм регулярного исследования потенциальных зарубежных рынков, что позволит увеличить поток туристов в Узбекистан.

2. Использование механизма государственно-частного партнерства при формировании маркетингового бюджета, направленного на формирование и

продвижение национального турстского бренда на мировой туристский рынок.

3. В целях повышения эффективности мер по продвижению Узбекистана как привлекательной туристской дестинации, открытие представительств на целевых рынках, которые считаются перспективными с точки зрения въездного туризма.

4. Формирование единого информационного пространства национального туризма, состоящего из элементов от информационно-аналитических данных до электронной коммерции, позволяющего удовлетворить разнообразные потребности национальных и иностранных туристов;

5. Для оказания консультационных услуг туроператорам, направляющим туристские потоки в страну, организация вебинаров и видеоконференций с использованием информационно-коммуникационных технологий для повышения уровня знаний и компетенций партнеров об Узбекистане.

6. Внедрение кредитно-модульных механизмов в системе непрерывного туристского образования.

В туристском бизнесе обмен информацией и качество предоставляемой информации напрямую влияют не только на конкурентоспособность туристских предприятий, но и на конкурентоспособность туристских дестинаций. Кроме того, вызванная пандемией коронавируса санитарно-эпидемиологическая ситуация в мире ставит на повестку дня вопрос о цифровизации туристской индустрии. На основе этого была разработана концепция единой туристской информационной системы Самаркандской области (рисунок 7).

Интегрированная туристская информационная система Самаркандской области состоит из следующих составных частей:

1. Открытый портал в Интернете visit-samarkand.uz (.com);
2. Государственная информационная система «Туристский реестр Самаркандской области»;
3. Подсистема мобильного приложения;
4. Подсистема, облегчающая интеграцию с внешними информационными системами.

По формированию каждой подсистемы, представленной в предлагаемой концепции разработаны научно-методические предложения и рекомендации.

Становление и устойчивое развитие туристской индустрии, как важной отрасли экономики региона, невозможно обеспечить только рыночными механизмами, что, безусловно, требует государственной поддержки. В этой связи последовательное внедрение социально значимых программ и инновационных проектов на территориальном уровне, развитие взаимовыгодного сотрудничества между государством, бизнесом, образовательными и научными учреждениями, предусматривающее

государственно-частное партнерство, и служит важным социально-экономическим катализатором повышения благосостояния населения.

Изучая зарубежный опыт формирования и реализации кластерной политики в отдельных территориях, мы пришли к следующим выводам:

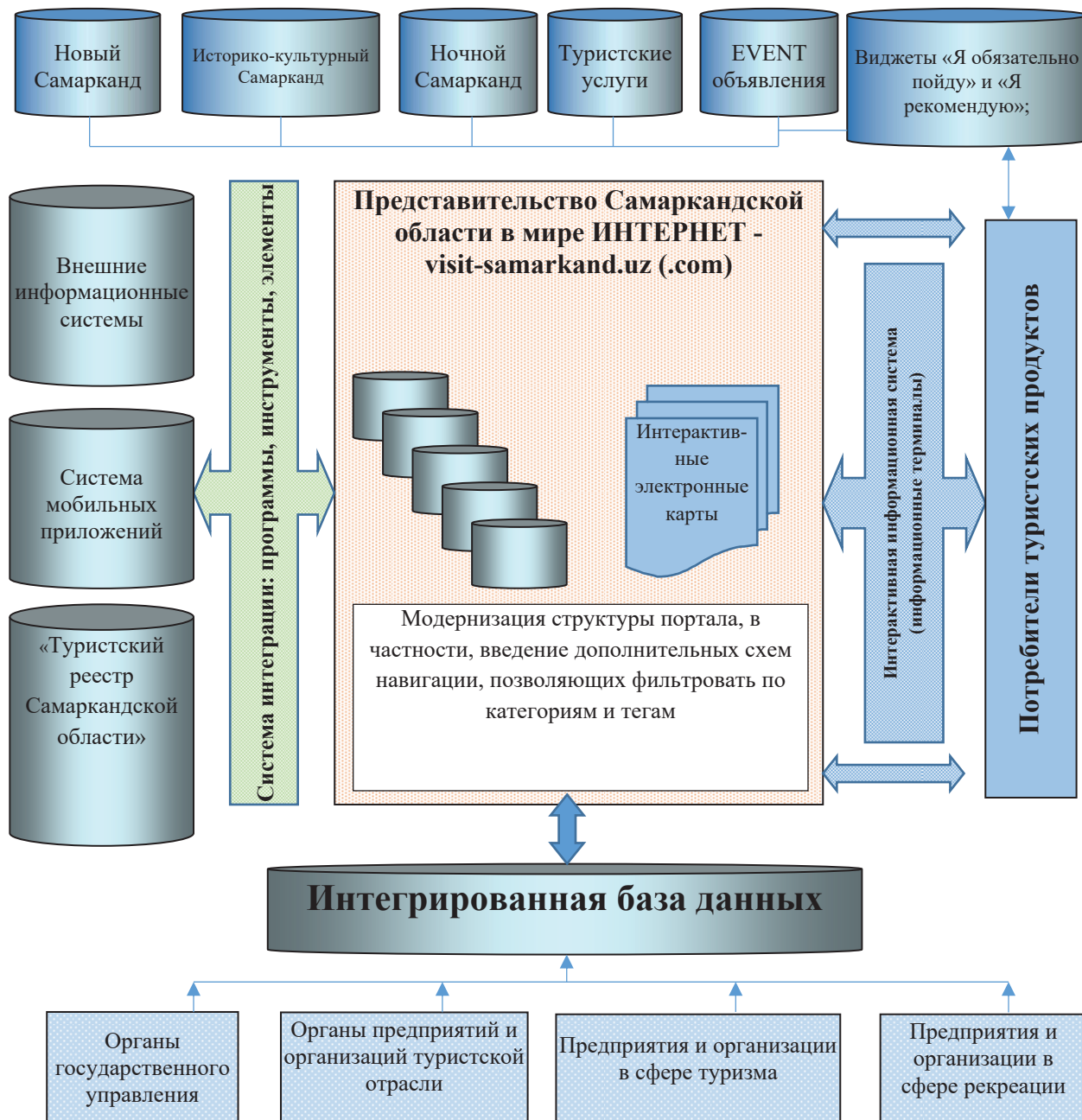


Рисунок 7. Модель формирования единой туристской информационной системы Самаркандской области

- реализация территориальной кластерной политики характеризуется национальными особенностями;
- общая методологическая основа для формулирования кластерной политики применима только в определенной территории;

- государственная политика кластеризации зависит от уровня государственного вмешательства в процесс кластеризации;
- нет четкой структуры тематических туристских кластеров;
- существуют разные методы и инструменты реализации кластерной политики, которые определяются концепцией кластерного подхода и особенностями территории.

По этой причине, мы считаем, что кластерную политику следует реализовывать с учетом структуры экономики региона и территориальных особенностей Самаркандской области. Это, в первую очередь, требует разработки концептуальных основ формирования тематических туристских кластеров Самаркандской области. Данная концепция включает принципы, направления и методы создания благоприятных условий для формирования тематических кластеров, а также направления реализации кластерной политики на разных уровнях регулирования.

При разработке концепции тематических туристских кластеров использован системный подход, в которой концепция, реализуемая в территории, представляет собой совокупность взаимосвязанных организационных, управленческих, нормативных и социально-экономических элементов, определяющих порядок формирования и развития тематических кластеров туризма.

На национальном уровне необходимо сформировать государственный институт, отвечающий за разработку и реализацию мер кластерной политики, выполнение методологических и координационных задач. Таким учреждением может выступать Комиссия по реализации кластерной политики при Министерстве туризма и спорта Республики Узбекистан, в которую входят представители министерств и комитетов, а также авторитетные международные и региональные эксперты.

Целесообразно на территориальном уровне выявить и диагностировать потенциальные кластеры, разработать и реализовать стратегии и программы их развития. Создание межотраслевых рабочих групп необходимо для координации деятельности кластеров и их развития. Кроме того, необходимо организовать процесс сбора информации по кластерам через территориальные органы государственной статистики. В то же время, учитывая существующую структуру внутренних сетей, при формировании кластера особое внимание следует уделить проблемам взаимодействия бизнеса и науки как одному из приоритетов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По результатам, проведенных в диссертации исследований разработаны следующие научные выводы и рекомендации, а также практические рекомендации:

1. Согласно научно-теоретическому анализу определений, данных категории «туристская дестинация» разными авторами, можно выделить четыре аспекта, раскрывающих ее сущность: во-первых, экономика-географический (туристский потенциал); во-вторых, ориентация на клиента (туристская привлекательность); в третьих, маркетинговое и управленческое направление (имидж туристского региона); в-четвертых, подход с точки зрения социокультурной ориентации (социальное партнерство). Вторым подходом показывается специфику понятия «туристская дестинация» и его кардинальное отличие от понятий «туристский центр», «туристская территория». В связи с этим уточнены определения понятий «туристская территория», «туристская зона», «туристский регион» путем обоснования взаимозависимости понятий, а также особенностей понятия «туристская дестинация» в качестве имеющей конкурентоспособную потребительскую ценность и привлекательный потенциал туристских ресурсов, улучшенные описания в новом редакционном варианте, которые отражают все это в отличие от понятия «туристский регион».

2. Предложена усовершенствованная модель конкурентоспособности туристского региона путем обоснования мега-, макро-, мезо-, микроуровневой системно-структурной сущности конкурентоспособности в сфере туризма и синергетического эффекта при ее обеспечении, а также научно обосновано то, что существует объективная иерархическая взаимосвязь конкурентоспособности в туризме, согласно которой конкурентоспособность предприятия туристской индустрии может быть обеспечена только при формировании конкурентоспособной туристской индустрии на мезо- и макроуровнях, и только когда конкуренция будет обеспечена на всех уровнях туристской системы, начнет проявляться синергетический эффект конкурентоспособности туристской системы.

3. Исследованы сущность и структура показателей оценки конкурентоспособности регионального туризма и структура методологических подходов Дж.Ритчи и Г.Крауч, К.Чон и К.Майер, М.Козак и М.Риммингтон, Л.Двайер, П.Форсайт и П.Рао, Ф.Гоу и Р.Говерс, Ю.Юн, Л.Двайер и С.Ким, С.Хсу, С.Вульф, С.Кан, М.Фукс и К.Вейермар, Дж.Энрайт и Дж.Ньютон, Н.Гуручюрн и Г.Суджуарто, О.Бахар и М.Козак, Си Люн и С.Белоглу «Модели конкурентоспособности», «метод Т. Вавра», «Бенчмаркинг дестинации» Л.Герната и Дж.Гордона, М.Фукса и К.Вейермара, «Монитор конкурентоспособности» (Competitiveness Monitor) и методы «Дельфи», «Индекс конкурентоспособности путешествий и туризма» (Traveland Tourism Competitiveness Index, TTCI). Определено, что необходимо разработать новый метод оценки конкурентоспособности туристских дестинаций, основанный на возможностях национальной статистики туризма в стране.

4. С помощью экономико-статистических методов оценено влияние индексов конкурентоспособности страны на формирование спроса на

туристские продукты отдельных стран на международном туристском рынке, и на этой основе определены параметры перспективного спроса. По результатам анализа, Влияние индекса конкурентоспособности туризма и путешествий в стране на формирование перспективного спроса на национальные туристские продукты является положительным, и увеличение данного индекса на одну единицу создаст условия и возможности для увеличения спроса на 17538 тыс.человек и такие показатели, как «Человеческие ресурсы и рынок труда», «Международная прозрачность», «Ценовая конкурентоспособность», «Инфраструктура воздушного транспорта», «Наземная и портовая инфраструктура», «Инфраструктура туристских услуг», «Культурные ресурсы и деловые поездки» относительно сильно влияют на формирование перспективного спроса на национальные туристские продукты в стране.

5. Предложено использовать методику оценки интегрального показателя конкурентоспособности туристского региона на основе интеграции отдельных индексов и субиндексов, отражающих уровень конкурентоспособности туристского региона, а также 83 индексов, интегрированных в 4 субиндекса. По результатам анализа Самаркандская область (HR = 3,241) признана наиболее конкурентоспособной территорией Республики Узбекистан, а также город Ташкент (HR = 3,227), Бухарская область (HR = 3,162), Ташкентская область (HR = 2,740), Кашкадарьинская область (HR = 2,449), Ферганская область (HR = 2,416), Хорезмская область (HR = 2,387) заняли последующие места по позиции конкурентоспособности.

6. Предложено увеличение бюджета маркетинговых мероприятий по повышению конкурентоспособности Узбекистана как туристской дестинации на международном туристском рынке, использование государственно-частного партнерства при его формировании, создание механизма регулярного исследования потенциальных зарубежных рынков, создание представительств на перспективных целевых рынках, формирование единого информационного пространства, формирование системы непрерывного туристского образования на основе механизмов образовательного кластера и внедрение кредитно-модульных механизмов.

7. Исходя из ситуации, вызванной пандемией коронавируса в мире, разработана модель формирования интегрированной туристской информационной системы Самаркандской области, состоящая из интеграции структурных элементов, таких как открытый портал в Интернете [visit-samarkand.uz \(.com\)](http://visit-samarkand.uz), государственная информационная система «Туристский реестр Самаркандской области», подсистема мобильных приложений, подсистема, облегчающая интеграцию с внешними информационными системами.

8. На основе изучения зарубежного опыта повышения конкурентоспособности туристской сферы, научно обосновано формирование туристских зон и тематических туристских кластеров и

организация их деятельности, географическая близость участников кластера, включая расширение возможностей для инноваций, технологий, ноу-хау, специализированных услуг и высококвалифицированного персонала, кроме того, это связано со снижением транзакционных издержек, что создает основу для продуктивной конкуренции и реализации совместных проектов, обеспечение роста конкурентоспособности туристского региона за счет полноценной реализации взаимовыгодного сотрудничества участников кластера. Концепция определяет принципы, направления и методы создания благоприятных условий для формирования туристских зон и тематических туристских кластеров на отдельных территориях Самаркандской области, а также приоритеты реализации кластерной политики на разных уровнях регулирования.

**SCIENTIFIC COUNCIL FOR AWARDING SCIENTIFIC DEGREES
DSc.03/30.12.2019.I.18.01 UNDER SAMARKAND INSTITUTE OF
ECONOMICS AND SERVICE GRANTING SCIENTIFIC DEGREES
BASED ON FOR SINGLE DEFENCE**

SAMARKAND INSTITUTE OF ECONOMICS AND SERVICE

SOBIROV BOBUR BAKHTISHODOVICH

**IMPROVING THE METHODOICAL FRAMEWORK FOR INCREASING
THE COMPETITIVENESS OF THE TOURIST REGION**

08.00.17 - Tourism and hotel activities

**DESSERTATION ABSTRACT OF THE DOCTOR OF PHILOSOPHY (PhD)
ON ECONOMIC SCIENCES**

Samarkand – 2021

The theme of the dissertation of the Doctor of Philosophy (PhD) was registered at the Supreme Attestation at the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan under number B2020.3.PhD/Iqt689.

The dissertation was carried out at Samarkand institute of economics and service.
The abstract of thesis is uploaded in three languages (Uzbek, Russian and English) on website www.sies.uz and Informational-educational portal «Ziyonet» (www.ziyonet.uz).

Scientific consultant: Alimova Mashhura Tairxonovna
Doctor of economics, professor

Official opponents: Navruz-zoda Bakhtiyor Negmatovich
Doctor of economics, professor

Safarov Bakhodirkhon Shakhriyorovich
Doctor of economics, professor


Leading organization: Tashkent State University of Economics

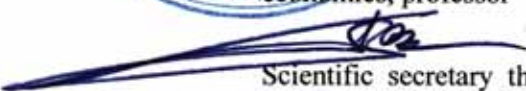
The defense of the thesis will take place on « 9 » IX, at 10.00 at meeting of Scientific Council № DSc.03/30.12.2019.I.18.01 at the Samarkand Institute of Economics and Service. Address: 140100, Samarkand city, Amir Temur street, 9. Tel.: (99866) 233-19-84; Fax: (99866) 231-12-53, e-mail: sies_info@edu.uz.

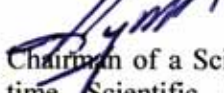
A typescript variant of the doctoral thesis is available at the Informational-resource center of Samarkand Institute of Economics and Service (registered under № ____). Address: 140100, Samarkand city, Amir Temur street, 9. Tel.: (99866) 233-19-84; Fax: (99866) 231-12-53, e-mail: sies_info@edu.uz.

The abstract of doctoral thesis was circulated on « 24 » IX, 2021
(protocol of register № 7 from « 24 » IX).




M.E. Pulatov
Chairman of the one-time Scientific Council based on the Scientific Council for the awarding of scientific degrees, doctor of economics, professor


N.E. Ibadullaev
Scientific secretary the one-time Scientific Council based on the Scientific Council for the awarding of scientific degrees, candidate of economics, dotsent


M.M. Mukhammedov
Chairman of a Scientific Seminar at a one-time Scientific Council based on the Scientific Council for the award of scientific degrees, doctor of economics, professor

INTRODUCTION (annotation of PhD thesis)

The aim of the research work is to develop scientific and practical proposals and recommendations to increase the competitiveness of the tourist region in the context of the formation of the digital economy.

The object of the research is economic processes in certain tourist regions of the Republic of Uzbekistan.

The scientific novelty of the research is as follows:

scientifically improved definition of the concept of "tourist destination"

taking into account the characteristics of its competitive consumer value and the potential of an attractive tourist resource, different from the tourist regions;

an improved model of competitiveness of the tourist area by substantiating the mega-, macro-, meso-, micro-level systemic-structural essence of competitiveness in the field of tourism and the synergistic effect in its provision;

an improved methodics for assessing the competitiveness of the tourist region on the basis of the integration of the business environment of the tourist region, international openness, tourism infrastructure, potential of natural and cultural resources, price competitiveness indicators by mini-max standardization method;

medium-term forecast parameters of indicators of incoming tourist flows have been developed, taking into account the impact of competitiveness indicators of tourist regions and countries on the level of regional tourist mobility.

Introduction of research results. Based on the scientific results obtained to improve methodological framework for increasing the competitiveness of the tourist region:

Improved definitions of the concepts of "tourist region", "tourist destination", "tourist zone", "tourist area" are proposed by substantiating the interdependent nature of the concepts;

Developed an interactive tourist map software and database of Samarkand;

The concept of formation of a single tourist information system in Samarkand region, improvement of the infrastructure for the use of interactive tourist information through mobile applications, tourist registers, interdepartmental electronic information exchange subsystems has been developed;

Based on the concept of organization of tourist thematic clusters and tourist zones in individual regions, proposals and recommendations for improving the competitiveness of the tourist area have been developed.

The volume and structure of the thesis. The content of the dissertation consists of an introduction, three chapters, a conclusion, a list of references and appendices. The total volume of the work was 156 pages.

ЭЪЛОН ҚИЛИНГАН ИШЛАР РЎЙХАТИ
СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ
LIST OF PUBLICATIONS

I бўлим (I часть; I part)

1. Sobirov B.B. Development of demand on tourism services over innovative economic advancement conditions examples of Uzbekistan. Journal of Management Value & Ethics. Vol. 7 No.4. October - December, 2017. – P. 85-93. (SJIF - 7.201, Global impact factor (GIF) - 0.626), (08.00.00. №6).

2. Собиров Б.Б. Туристтик йўналишни ривожлантириш бўйича туристик рақобатбардошликнинг услубий асослари. // Сервис. Илмий-амалий журнал. – 2019 йил, № 4. – Б. 81-89 (08.00.00; №20).

3. Собиров Б.Б. Эркин иқтисодий зоналар тушунчаси, турлари ва уларни шакллантиришнинг ўзига хос хусусиятлари. // Agroiqtisodiyot. Илмий журнал. – 2019 йил, № 4, Б. 98-99 (08.00.00; №25).

4. Sobirov B.B. Erkin turistik zonalar tushunchasi, turlari va ularni shakllantirishning o'ziga xos xususiyatlari. // Biznes ekspert. 2020 yil, №5 (149). – B. 90-93. (08.00.00; №3).

5. Собиров Б.Б. Туристтик ҳудуд рақобатбардошлигини таҳлил қилиш ва баҳолашнинг методик асосларини такомиллаштириш. // Минтақада замонавий фан, таълим ва тарбиянинг долзарб муаммолари (Электрон илмий тўплам) 2020 йил, № 2. – Б. 277- 289. (08.00.00; №22).

6. Собиров Б.Б. Methodological base of tourism competitiveness on the development of tourist destination. Evidences of Uzbekistan. Туризм ва таълим: ўзаро ҳамкорлик ва ривожланиш йўллари. Халқаро илмий-амалий анжуманининг материаллари. (2019 йил 25-26 ноябрь) – Самарқанд: «Ипак Йўли» ТХУ, 2019. – Б. 129-137.

7. Собиров Б.Б. Ўзбекистон Республикаси ҳудудларида эркин туристик зоналарни яратишнинг илмий иқтисодий аҳамияти Туризм хизматлари ва сервисини ривожлантиришнинг халқаро илғор тажрибаси ва уни Ўзбекистонда қўллаш масалалари. Халқаро илмий амалий анжуман материаллари, II қисм. (2018 йил 25-28 май) – Самарқанд, СамИСИ, 2018. – Б. 317-320.

8. Собиров Б.Б. The concept, types and features of the formation of special economic zones. Case of Uzbekistan Ўзбекистон иқтисодиётининг барқарор ривожланиши: омиллар, натижалар ва истикболлар. Республика илмий-амалий анжумани илмий мақолалар тўплами. (2018 йил 30 октябрь). – Тошкент: ТДИУ, 2018. – Б. 425-427.

9. Собиров Б.Б. Туризм соҳасини ривожлантиришнинг институционал асослари, Инновацион иқтисодиётни шакллантиришда маркетинг тизимидан самарали фойдаланиш ҳамда унда хизмат кўрсатиш соҳасининг ролини ошириш муаммолари. Республика илмий-амалий анжуман материаллари. (2019 йил 10 июнь) – Самарқанд. СамИСИ, 2019. – Б. 352-358.

II бўлим (II часть; II part)

10. Собиров Б.Б. Эркин иқтисодий зоналар: моҳияти ва таснифланиши, Инновацион иқтисодиётни шакллантиришда маркетинг тизимидан самарали фойдаланиш ҳамда унда хизмат кўрсатиш соҳасининг ролини ошириш муаммолари. / Республика илмий-амалий анжуман материаллари. (2019 йил 10 июнь) – Самарқанд. СамИСИ, 2019. – Б. 348-351.

11. Собиров Б.Б. Самарқанд вилоятида узоқ муддатли истиқболда туризм соҳасини ривожлантиришнинг устувор йўналишлари, Туризмда инновацион-инвестиция жараёнларини ривожлантириш истиқболлари. Халқаро онлайн илмий-амалий анжуман материаллари. (2020 йил 3 июнь) – Самарқанд: СамИСИ 2020. – Б. 79-82.

12. Usmanova D.K., Bakaev Z., Safarov B.Sh., Sobirov B.B. The concept, types and features of the formation of special economic zones. case of Uzbekistan, International Journal of Advanced Science and Technology. Vol. 29, No. 8s, (2020), pp. 2274-2281 (Scopus илмий-техник базасида).

13. Tursuova G., Sobirov B., Tuxliev I.S., Aslanova D.H. Journal Implementation of up-to-date innovative approaches in a competitive merit of tourism industry in central Asia. the case of Uzbekistan. // Journal of Management Value & Ethics July.-Sept. 17 Vol. 7 No. 3 pp 4-15 (08.00.00; №5).

14. Kurbanova R., Sobirov B., Augmentation of service sphere and diversification of catering industry. // Journal of Management Value & Ethics. July.-Sept. 2015, pp. 28-41. (08.00.00; №5).

15. Sobirov B.B. Methodological base of tourism competitiveness on the development of tourist destination. Evidences of Uzbekistan. // Ўзбекистон Миллий ахборот агентлиги расмий веб-сайтининг илмий бўлими (электрон журнал). 2019 йил, декабр. – Б. 1-14. (ОАК Раёсатининг 2019 йил 28 мартдаги 263/7.1-сон қарори <http://oak.uz/pages/32>).

16. Sobirov B.B. Innovative development of tourism in Uzbekistan. // American Journal of Economics and Business Management. 2018, №1. – P. 60-74. (Scientific Journal Impact Factor (SJIF) – 5.937).

17. Sobirov B.B., Alimova M.T. Economic essence and organizational features of free tourist zones. The case of Uzbekistan. // International Journal on Economics, Finance and Sustainable Development, Volume 1, Number 1, January, 2019, pp. 1-6. (Scientific Journal Impact Factor (SJIF) – 5.983).

18. Sobirov B.B. The concept of the tourist economic zone. Case of Uzbekistan World Scientific News. // An International Scientific Journal, №98, April 2018. pp. 34-45 (Index Copernicus International IC Value for 2019: 98.95).

19. Sayfutdinov S. Khamidov O., Sobirov B.B. Implementation of up-to-date experience of the world in the tourism sector of Uzbekistan, with the current innovative technologies and adjustable suggestions: case of Uzbekistan // Vol 5, Issue 8, pp 84-107 (08.00.00; №9).

20. Kurbanova R., Sobirov B. Augmentation of service sphere and diversification of catering industry. // International Journal of Economics,

Commerce and Management, Vol. III, Issue 6, June 2015, pp. 598-612. (Scientific Journal Impact Factor (SJIF) – 6.932).

21. Sobirov B.B. The institutional basis of the systematization and assessment of tourism zones: The case of Uzbekistan. // Academia Open, 2019 <https://acopen.umsida.ac.id/index.php/acopen/article/view/4/6>.

22. Abdurakhmanov K., Zokirova N., Shakarov Z., Sobirov B.B. Directions of innovative development of Uzbekistan. // Scientific Journal «National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald» No 1 (2019) (08.00.00; Index Copernicus, Publons, Web of Science).

23. Sobirov B., Alimova M.T. Systematic approach to the development of innovative tourism. Case of Uzbekistan regions. // South Asian Journal of Marketing & Management Research, Volume 7, Issue 9, 58-67 bet (Scientific Journal Impact Factor (SJIF) – 7.642).

24. Sobirov B.B. The concept, types and features of the formation of special economic zones. case of Uzbekistan. // Turizm ilmiy-amaliy elektron jurnali, 2019 yil, № 1. – B.1-6.

25. Алимова М.Т., Асланова Д.Х., Собиров Б.Б., Аллаёров Р.А. Туристик эркин иқтисодий зоналар: яратиш ва ривожлантиришнинг методик асослари. Монография. – Самарқанд: Turon Nashr, 2020. – 360 б.

26. Алимова М.Т., Мурадова Н.У., Собиров Б.Б. Теоретические основы создания и развития туристских свободных экономических зон. Научная брошюра. – Самарқанд: Zarafshon, 2018. – 74 с.

27. Алимова М.Т., Аллаёров Р.А., Собиров Б.Б., Аблакулов А. Институциональные основы создания и развития туристских свободных экономических зон. Научная брошюра. – Самарқанд: Turon Nashr, 2020. – 56 с.

28. B.B. Sobirov, Analysis of Current Trends and Prospects of Tourism Development in Uzbekistan. Proceedings of the 1st Conference on Islamic Finance and Technology, CIFET, 21 September, Sidoarjo, East Java, – Indonesia.

29. B.B. Sobirov, M.T. Alimova, Accelerated development of tourism in Uzbekistan: trends, reforms and results, - E-methodology, 2019 (128-140).

30. Алимова М.Т., Собиров Б.Б. Экономическая сущность и организационные особенности свободных туристских зон. «Ижтимоий ҳимояга муҳтож аҳоли қатламлари туризми ривожланишининг муаммолари ва истиқболлари» (10-12 декабрь, 2018 й. Халқаро илмий амалий анжуман материаллари, II қисм) – Самарқанд, СамИСИ, 2018, – Б. 334-338.

31. Алимова М.Т., Собиров Б.Б. Основные задачи создания свободной туристской зоны и ее влияние на экономический рост региона. «Ижтимоий ҳимояга муҳтож аҳоли қатламлари туризми ривожланишининг муаммолари ва истиқболлари» (10-12 декабрь, 2018 й. Халқаро илмий амалий анжуман материаллари, II қисм) – Самарқанд, СамИСИ, 2018, – Б. 338-341.

32. Алимова М.Т., Собиров Б.Б. Туристская свободная экономическая зона, как действенный рычаг повышения конкурентоспособности туристских дестинаций. Ўзбекистон иқтисодиётининг барқарор ривожланиши: омиллар, натижалар ва истиқболлар. Республика илмий-амалий анжумани илмий

мақолалар тўплами (2018 йил 30 октябрь). – Тошкент: ТДИУ, 2018. – Б. 432-436

33. Sobirov V.B. «Systematic and structural analysis of competitiveness in tourism. Case of Uzbekistan Mount Katahdin Trail Alpharetta, Georgia, АКШда «2nd International Conference on Sustainable Development and Economics (2019).

34. Алимова М.Т, Б.Собиров. Туризм бозори ривожланишининг институционал асослари, Туризм хизматлари ва сервисини ривожлантиришнинг халқаро илғор тажрибаси ва уни Ўзбекистонда қўллаш масалалари, Халқаро илмий-амалий анжумани 2018 йил, 25-28 май, – Самарқанд, СамИСИ, – Б. 39-43.

35. Собиров Б.Б. Ўзбекистон Республикаси ҳудудларида эркин туристик зоналарни яратишнинг ижтимоий-иқтисодий аҳамияти, Туризм хизматлари ва сервисини ривожлантиришнинг халқаро илғор тажрибаси ва уни Ўзбекистонда қўллаш масалалари, Халқаро илмий-амалий анжумани 2018 йил, 25-28 май, – Самарқанд, СамИСИ, – Б. 317-319.

36. Собиров Б.Б. Специфические аспекты создания туристской свободной экономической зоны Жаҳон иқтисодиёти глобализацияси шароитида туризм индустрияси ривожланишининг устувор йўналишлари Халқаро илмий-амалий анжуман материаллари. 2019, 10 октябрь, – Тошкент: ТДИУ 2019, – Б. 310-314.

37. Sobirov V.B. Methodological approaches to estimation of competitiveness of objects in the tourism sector at the meso and macro level: domestic experience International conference on sustainable development and economics. 24-25, Iyun, 2019 , GEORGIA, USA. – pp. 164-174.

38. Sobirov V.B. Systematization and assessment of existing methodological developments in the field of assessing the tourist capacity of territories aimed to identify the possibilities of implementing cluster initiatives on the basis of creating free tourist zones, Academia Open, 1(1), 10.21070/acopen.v1i1.4. <https://doi.org/10.21070/acopen.v1i1.4> Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia, Volume 1, Issue 1, 2019.

39. V.B. Sobirov, I.S. Tuxliyev, A. Xoliqulov, The start-up of tourism in Central Asia Case of Uzbekistan, World Scientific News An International Scientific Journal, 2 (67), pp. 219-237. (Index Copernicus International IC Value for 2019: 98.95).

40. Собиров Б.Б. Концепция формирования единой туристской информационной системы самаркандской области Туризмда инновацион-инвестиция жараёнларини ривожлантириш истиқболлари. Халқаро онлайн илмий-амалий анжумани илмий мақолалар тўплами. (2020 йил 3 июнь) – Самарқанд: СамИСИ 2020. – Б.82-87.

41. Sobirov V.B., Sergio Ramos-Ramos, Lucia Santana-Cerdeña, Tursunova Gulmira, Habibullo Bukhadyrov, Diffusion of internet of things (IOT) in smart tourism destinations, II Foro Internacional De Turismo Maspalomas Costa Canaria (Fitmcc) Congreso Internacional De Sostenibilidad, Competitividad E Innovación

En Destinos Insulares, pp. 863-878, 2014 Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Servicio de Publicaciones y Difusión Científica.

42. Sobirov B.B., Rosa M. Batista Canino, Khamidov Obidjon, The importance of small business and entrepreneurship in the tourism deployment of central Asian economic advancement. Case of Samarkand, World heritage side of Silk Road tourism destination, II Foro Internacional De Turismo Maspalomas Costa Canaria (Fitmcc) Congreso Internacional De Sostenibilidad, Competitividad E Innovación En Destinos Insulares, pp. 878-901, 2014, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Servicio de Publicaciones y Difusión Científica.

43. Sobirov B.B. Potencial y retos del Big Data en turismo Turitec 2014: X Congreso Nacional Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, Universidad de Málaga (UMA). 21-34 pages, Spain.

44. R Oktavia, NQ SN, M Yani, B.B. Sobirov, Model Pengelolaan Wakaf Pada Pusat Pengelolaan Dana Sosial (Puspas) Universitas Airlangga Dalam Meningkatkan Produktifitas Mustahik Di Jawa Timur // Imara: Jurnal Riset Ekonomi Islam, Volume 4, Issue 2, (pp.148-158).

45. Алимова М.Т., Собиров Б.Б. Единая информационная система туристской свободной зоны Самарканда: стратегические направления формирования. Самарқанд вилоятини инновацион ривожлантириш: муаммолар ва ечимлар (республика илмий-амалий анжуманининг материаллари) – Самарқанд: СамДУ 2020. – Б. 320-327.

46. Собиров Б.Б. Единая информационная система туристской свободной зоны Самарканда: стратегические направления формирования Самарқанд вилоятини инновацион ривожлантириш: муаммолар ва ечимлар. Республика илмий-амалий анжумани илмий мақолалар тўплами. (2020 йил 21-22 февраль) – Самарқанд: СамДУ 2020. – Б. 320-327.

47. Собиров Б.Б. Самарқанд вилоятининг алохида ҳудудларида туристик зоналар ва тематик кластерларни шакллантиришнинг концептуал асослари. Ўзбекистонни топ ўн туристик ҳудудлар қаторига киритиш истиқболлари: барқарор ривожланиш имкониятлари. Халқаро онлайн илмий-амалий анжумани илмий мақолалар тўплами. (2020 йил 11-12 декабрь) – Бухоро: БухДУ, 2020. – Б. 281-284.

48. Pardaev M.Q., Pardaeva O.M., Sobirov B.B. Theoretical Problems of Trading Companies and their Concepts. Middle European Scientific Bulletin 14, 2021. pp. 87-93.

49. Tukhliev I.S., Sobirov B.B. State regulation of innovative activities in new Uzbekistan. Euro-Asia Conferences 3 (1), 2021. pp. 171-176.

50. Tukhliev I.S., Sobirov B.B. Ways to increase the competitiveness of tourism services through the application of digital technologies in Uzbekistan. Academic Journal of Digital Economics and Stability. Volume 6, 2021. pp. 64-68.

51. Tukhliev I.S., Sobirov B.B. Ways to Increase the Competitiveness of Tourism Services Through the Application of Digital Technologies in Uzbekistan. Middle European Scientific Bulletin, Volume 13 June 2021. pp. 45-49.

Автореферат Самарқанд иқтисодиёт ва сервис
институтининг “Сервис” журнали таҳририятида
таҳрирдан ўтказилди (20.09.2021 йил).

2021 йил 23 сентябрда босишга рухсат этилди:
Офсет босма қоғози. Қоғоз бичими 60×84_{1/16}.
“Times” гарнитураси. Офсет босма усули.
Ҳисоб-нашриёт т.: 3,75. Шартли б.т. 3,17.
Адади 100 нусха. Буюртма №23/09.

СамДҶТИ нашр-матбаа марказида чоп этилди.
Манзил: Самарқанд ш, Бўстонсарой кўчаси, 93.