

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И  
ИННОВАЦИЙ  
РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН**

**ТАШКЕНТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ**

**КАФЕДРА “ТУРИЗМ И СЕРВИС”**

*На правах рукописи  
УДК 338.48:339.138*

**МУСАЕВА САЙЁРА АБДИВАХИТОВНА**

**Совершенствование маркетинговых исследований для  
достижения конкурентных преимуществ на рынке  
туристических услуг**

**ДИССЕРТАЦИЯ**

На соискание степени магистра по направлению  
71010401–Туризм (виды деятельности)

**Научный руководитель:  
д.э.н., проф. И.А. Ахмедов**

**Ташкент – 2023**


Диссертация прошла предварительную защиту на кафедре «Туризм и сервис»  
№ 6 протокола «24» 04 2023 год.

Заведующий кафедрой: Ахмедов И.А.

  
ПОДПИСЬ

05.05.2023 г.  
дата

Научный руководитель: Ахмедов И.А.

  
ПОДПИСЬ

05.05.2023 г.  
дата

Магистр:

Мусаева С.А.

  
ПОДПИСЬ

05.05.2023 г.  
дата

Диссертация зарегистрирована факультетом «Международный туризм»  
№ 20 протокола «20» декабрь 202. год.

## АННОТАЦИЯ

Туризм - это комплексное явление, которое включает в себя экономические, социальные, культурные, экологические и политические аспекты в соответствии с определением Всемирной туристской организации. Современные туристические предприятия сталкиваются с рядом проблем, таких как неопределенность рыночной ситуации, сезонная нестабильность спроса на услуги, жесткая конкуренция и политическая нестабильность. Чтобы гарантировать постоянное обеспечение приемлемого уровня конкурентоспособности услуг, предлагаемых туристическими предприятиями, необходимо находить пути уменьшения степени риска и неопределенности, включая концентрацию ресурсов на целевом рынке, таких как финансовые, трудовые, материальные, информационные и другие ресурсы. Достижение этой цели предполагает необходимость формирования и последовательной реализации маркетинговой стратегии. Совершенствование маркетинговых исследований является важным шагом для достижения конкурентных преимуществ на рынке туризма. Компании, способные эффективно использовать современные методы и анализировать данные, смогут лучше понимать потребности клиентов и предлагать им более качественные услуги и продукты, что приведет к увеличению доходов и росту бизнеса.

Маркетинговые исследования представляют собой комплексный подход к изучению рынков и поведения потребителей. В рамках туристического маркетинга, данная методология должна быть использована для максимальной оптимизации качества услуг и их конкурентоспособности в условиях увеличения количества предложений на рынке туризма в Узбекистане. Проведение маркетинговых исследований, позволит увеличить привлекательность туристической продукции, а также привлечь больше потребителей на рынок туризма. В связи с этим, учитывая актуальность темы, нами были проведены исследования и анализ в рамках данной темы.

В ходе формулирования целей и задач рассматриваемой темы были проанализированы зарубежные и отечественные источники, а также научные



исследования. Кроме того, тема имеет значительную научно-практическую ценность, в связи с чем мы разработали обоснованные предложения и рекомендации по повышению качества туристических услуг в Узбекистане с помощью проведения маркетинговых исследований.

*Ключевые слова: туризм, маркетинг, маркетинговые исследования, конкурентоспособность, конкурентные преимущества, иностранный турист, рынок туристических услуг, туристские услуги.*

## SUMMARY

Tourism is a complex phenomenon that includes economic, social, cultural, environmental, and political aspects according to the definition of the World Tourism Organization. Modern tourism enterprises face a number of problems such as uncertainty in the market situation, seasonal instability of demand for services, intense competition, and political instability. To guarantee a constant supply of competitive services offered by tourism enterprises, it is necessary to find ways to minimize risk and uncertainty, including concentrating resources on target markets, such as financial, labor, material, informational, and other resources. Achieving this goal requires the formation and consistent implementation of a marketing strategy. Improving marketing research is an important step in achieving competitive advantages in the tourism market. Companies that are able to effectively use modern methods and analyze data will better understand customers' needs and offer them higher quality services and products, leading to increased revenue and business growth.

Marketing research is a comprehensive approach to studying markets and consumer behavior. Within the scope of tourism marketing, this methodology should be used to optimize the quality of services and their competitiveness in the growing market of tourism in Uzbekistan. Conducting marketing research will increase the attractiveness of tourism products and attract more consumers to the tourism market. In this regard, taking into account the relevance of the topic, we have conducted research and analysis within the framework of this subject. During the formulation of

goals and objectives of the topic under consideration, foreign and domestic sources, as well as scientific research, were analyzed. In addition, the topic has significant scientific and practical value, which is why we developed well-founded proposals and recommendations for improving the quality of tourism services in Uzbekistan through conducting marketing research.

*Keywords: tourism, marketing, marketing research, competitiveness, competitive advantages, foreign tourist, tourist services market, tourist services.*

## СОДЕРЖАНИЕ

	Аннотация.....	3
	Содержание.....	6
	Список таблиц.....	8
	Список рисунков.....	9
	Список сокращений .....	10
	<b>Введение.....</b>	<b>11</b>
	Обоснование темы диссертации и ее актуальности.....	13
	Цель и задачи исследования.....	16
	Основные проблемы и аспекты исследования.....	17
	Объект и предмет исследования.....	20
	Научная новизна исследования .....	20
	Краткое содержание глав диссертации .....	23
<b>Глава I</b>	<b>Литературный обзор.....</b>	<b>25</b>
1.1	Комментарии к научно-теоретическим взглядам по теме .....	25
1.2	Комментарии к национальным нормативно-правовым документам по теме .....	32
<b>Глава II</b>	<b>Методология.....</b>	<b>39</b>
2.1	Процесс сбора данных.....	39
2.2	Методы используемые при анализе .....	41
2.3	Необходимые условия для проведения исследования.....	48
2.4	Ожидаемые проблемы в процессе исследования и пути их решения.....	49
2.5	Научные и практические результаты, ожидаемые от исследования.....	51
<b>Глава III</b>	<b>Анализ и результаты.....</b>	<b>53</b>
3.1	Анализ состояния мирового рынка туристических услуг.....	53



3.2	Анализ развития рынка туристических услуг в Узбекистане посредством маркетинговых исследований .....	61
3.3	Обзор результатов, полученных в результате анализа.....	77
	<b>Заключение.....</b>	<b>85</b>
	<b>Список использованной литературы.....</b>	<b>95</b>

## ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время туризм является одной из ключевых отраслей глобальной экономики, характеризующейся высокой динамикой роста и перспективными возможностями для бизнеса. В качестве составной части сферы услуг туризм также продолжает набирать обороты, дающие широкие возможности для удовлетворения различных потребностей, таких как отдых, развлечения и познавательная деятельность. Рост потребления туристических услуг является свидетельством повышения уровня жизни населения и улучшения благосостояния. В настоящее время туристическая отрасль занимает третье место после нефтедобывающей промышленности и автомобилестроения в рейтинге крупнейших экспортных отраслей мировой экономики. Это говорит о значительном вкладе туризма в экономическое развитие многих стран и регионов, а также о потенциале этой отрасли для дальнейшего развития и роста.

В процессе либерализации современной экономики и дальнейшего углубления реформ приоритетной задачей является выявление и реализация эффективных путей развития экономики страны, тем самым обеспечивая занятость населения и повышение его доходов. Основное внимание уделяется развитию туристической отрасли Узбекистана и доведению ее до уровня мировых стандартов. На сегодняшний день туризм является одной из самых прибыльных отраслей мировой экономики. Доля туризма в мировой торговле товарами и услугами с каждым годом увеличивается. Именно поэтому многие страны уделяют этому направлению особое внимание. В частности, используются все возможности для развития туризма в Узбекистане на государственном уровне. В нашей стране есть все возможности для развития туристической отрасли. В этом плане особое место занимают наши богатые туристические ресурсы. Безусловно, формирование и развитие туризма зависит от потенциала туристских ресурсов. Чем разнообразнее туристические ресурсы в стране, тем легче развивать туризм.

Маркетинговые исследования играют центральную роль в современной системе маркетинга. В настоящее время все больше укрепляется мнение о том,