

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ
САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ**

**Қўлёзма ҳуқуқида
УДК:338.48:339.138**

АЛЛАЁРОВ РАВШАН АЛИЕВИЧ

**ҲУДУДИЙ ТУРИСТИК РЕСУРСЛАРДАН САМАРАЛИ
Фойдаланишнинг Маркетинг Стратегияси**

**08.00.11 – Маркетинг
08.00.17 – Туризм ва меҳмонхона фаолияти**

**Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (Doctor of Philosophy)
илмий даражасини олиш учун тайёрланган
ДИССЕРТАЦИЯ**

Илмий раҳбар: и.ф.д., проф. М.Т. Алимова

Самарқанд – 2022

1224

002
А-34

МУНДАРИЖА

КИРИШ	3
I БОБ. ХУДУДИЙ ТУРИСТИК РЕСУРСЛАРДАН САМАРАЛИ ФОЙДАЛАНИШ БЎЙИЧА МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯСИНИНГ НАЗАРИЙ-МЕТОДИК АСОСЛАРИ	14
1.1. Туристтик ҳудуднинг ресурслари: моҳияти, таркиби ва ижтимоий-иқтисодий тизимни ривожлантиришдаги ўрни	14
1.2. Ҳудуднинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиши тизимида ҳудудий маркетинг моҳияти ва аҳамияти	27
1.3. Туризм соҳасида ҳудудий маркетинг стратегиясини амалга ошириш хусусиятлари	42
1.4. Туристтик ҳудуд ресурс салоҳиятини баҳолашнинг назарий-методик асослари	56
Биринчи боб бўйича хулоса	68
II БОБ. САМАРҚАНД ВИЛОЯТИ АЛОҲИДА ХУДУДЛАРИ ТУРИСТИК РЕСУРС САЛОҲИАТИ ТАҲЛИЛИ	70
2.1. Самарқанд вилоятида туризм соҳасининг ривожланиш тенденциялари	70
2.2. Самарқанд вилоятининг алоҳида ҳудудлари туристик ресурс салоҳияти таҳлили	83
2.3. Туристтик ҳудуд ресурс салоҳиятини баҳолашнинг методик асосларини такомиллаштириш	97
Иккинчи боб бўйича хулоса	108
III. САМАРҚАНД ВИЛОЯТИДА ХУДУДИЙ МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯСИНИ АМАЛГА ОШИРИШ АСОСИДА ТУРИСТИК РЕСУРСЛАРДАН САМАРАЛИ ФОЙДАЛАНИШ ...	111
3.1. Самарқанд вилоятида туризм соҳасини стратегик ривожлантиришнинг концептуал асослари	111
3.2. Ҳудудий туристик ресурслардан самарали фойдаланишнинг геоахборот таъминоти	127
3.3. Ҳудудий туристик ресурслардан самарали фойдаланиш бўйича маркетинг стратегиясининг механизми	140
Учинчи боб бўйича хулоса	153
ХУЛОСА	155
ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ	157
ИЛОВАЛАР	178

Кириш (фалсафа доктори (PhD) диссертация аннотацияси)

Диссертация мавзусининг долзарблиги ва зарурати. Глобал рақобатнинг кучайиши шароитида туризм мазкур тармоқдаги хизматлар ҳажмининг ўсиш суръатлари ва макроиқтисодий кўрсаткичларидаги улуши натижасида жаҳон иқтисодиётининг етакчи тармоқларидан бири сифатида намоён бўлмоқда. COVID-19 пандемиясининг таъсирида туризм 2020 йилда ўз ривожланиши давридаги энг катта инқирозни бошидан кечирди ҳамда халқаро туристик оқимнинг ўтган йилга нисбатан 74 фоизга камайишига сабаб бўлди. Аммо соҳага хос тикланиш хусусияти туфайли юқори туристик солоҳиятга эга алоҳида мамлакат ва ҳудудларда туризм иқтисодиётининг стратегик тармоғи сифатида қайта гавдаланмоқда. Туризм ва саёҳатлар бўйича бутунжаҳон Кенгашининг маълумотларига кўра, 2021 йилда туризмнинг миллий иқтисодиётдаги улуши «Францияда – 6,5%, Юнонистонда – 14,9%, Испанияда – 8,5%, Италияда – 9,1%, Португалияда – 10,9%, Туркияда – 7,3%ни ташкил этган»¹. Мавжуд туристик ресурслардан самарали фойдаланишга қаратилган замонавий маркетинг дастакларидан фойдаланган ҳолда туризмни миллий иқтисодиётнинг стратегик тармоғига айлантириш орқали юқори ижтимоий-иқтисодий ривожланишга эришилмоқда.

Жаҳонда маркетинг дастакларидан самарали фойдаланиш асосида туризмни жадал ривожлантириш ҳамда соҳанинг алоҳида мамлакатлар ва ҳудудлар ижтимоий-иқтисодий ривожланишидаги ўрнини ошириш масалаларига бағишланган илмий тадқиқотларга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Рақамли иқтисодиёт муҳитида ҳудудларнинг туристик ресурс салоҳиятини баҳолаш, туристик ресурсларнинг дифференциацияси асосида туристик маҳсулотларни диверсификациялаш, туристик ресурслар реестри ва кадастрини ишлаб чиқиш, ҳудудий геоахборот тизимини шакллантириш, ҳудудий туристик ресурслардан самарали фойдаланишга қаратилган стратегиясини ишлаб чиқиш, уни амалга оширишда маркетинг дастакларидан

¹ <https://wttc.org/research/economic-impact>