

**TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI HUZURIDAGI
ILMIY DARAJALR BERUVCHI DSc.03/10.12.2019.I.16.01 RAQAMLI
ILMIY KENGASH QOSHIDAGI BIR MARTALIK ILMIY KENGASH**

BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI

HAMIDOV SAIDJON KOMILOVICH

**TURISTIK DESTINATSIYALARNING RAQOBATBARDOSHLIGINI BOSHQARISH
MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH**

08.00.17 – Turizm va mehmonxona faoliyati (iqtisodiyot fanlari)

08.00.13 – Menejment

**Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi
AVTOREFERATI**

Toshkent – 2024

**Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi
avtoreferati mundarijasi**

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

**Content of dissertation abstract of doctor of philosophy (PhD)
on economical sciences**

Hamidov Saidjon Komilovich

Turistik destinatsiyalarning raqobatbardoshligini boshqarish mexanizmlarini
takomillashtirish.....

3

Хамидов Саиджон Комилович

Совершенствование механизмов управления конкурентоспособностью
туристических дестинаций.....

30

Hamidov Saidjon Komilovich

Improvement of mechanisms for managing the competitiveness of tourist
destinations.....

58

E'lon qilingan ishlar ro'yxati

Список опубликованных работ

List of published works.....

63

**TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI HUZURIDAGI
ILMIY DARAJALR BERUVCHI DSc.03/10.12.2019.I.16.01 RAQAMLI
ILMIY KENGASH QOSHIDAGI BIR MARTALIK ILMIY KENGASH**

BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI

HAMIDOV SAIDJON KOMILOVICH

**TURISTIK DESTINATSIYALARNING RAQOBATBARDOSHLIGINI BOSHQARISH
MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH**

08.00.17 – Turizm va mehmonxona faoliyati (iqtisodiyot fanlari)

08.00.13 – Menejment

**Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi
AVTOREFERATI**

Toshkent – 2024

Falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi mavzusi Oliy attestatsiya komissiyasida B2022.4.PhD/Iqt2707 raqam bilan ro'yxatga olingan.

Dissertatsiya ishi Buxoro davlat universitetida bajarilgan.

Dissertatsiya avtoreferati uch tilda (o'zbek, rus, ingliz (rezume)) Ilmiy kengashning veb-sahifasida (tdu@tsue.uz) va «Ziyonet» axborot-ta'lim portalida (www.ziyonet.uz) joylashtirilgan.

Ilmiy rahbar:

Mirzayev Abdullajon Topilovich
iqtisodiyot fanlari doktori(DSc), dotsent

Rasmiy opponentlar:

Norchayev Asatullo Norbo'tayevich
iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Mirjalilova Dildora Shuxratovna
iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori, dotsent

Yetakchi tashkilot:

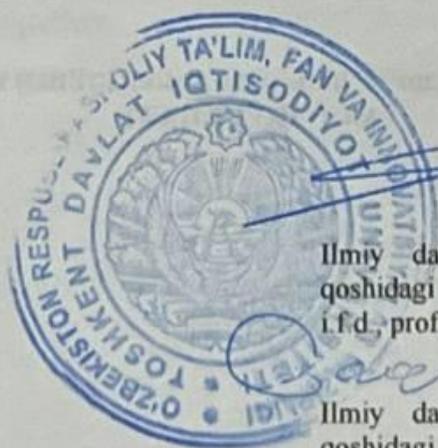
Qarshi muhandislik-iqtisodiyot instituti

Dissertatsiya himoyasi Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti huzuridagi ilmiy darajalar beruvchi DSc. 03/30.12.2020.I.16.01 raqamli Ilmiy kengash asosida bir martalik ilmiy kengashning 2024-yil « 5 » 03 kuni soat 16 da majlisida bo'lib o'tadi. Manzil: 100066, Toshkent shahri, Islom Karimov ko'chasi, 49-uy. Tel.: (99871) 239-01-49; faks: (99871) 239-41-23; e-mail: tdu@tsue.uz

Dissertatsiya bilan Toshkent davlat iqtisodiyot universitetining Axborot-resurs markazida tanishish mumkin (1404 raqam bilan ro'yxatga olingan). Manzil: 100066, Toshkent shahri, Islom Karimov ko'chasi, 49-uy. Tel.: (99871) 239-28-75; faks: (99871) 239-28-75; e-mail: tdu@tsue.uz

Dissertatsiya avtoreferati 2024-yil « 20 » 02 kuni tarqatildi.

(2024-yil « 20 » 02 da 14 - raqamli reyestr bayonnomasi).



M.P. Eshov

Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash qoshidagi bir martalik ilmiy kengash raisi, i.f.d., professor

U.V. Gafurov

Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash qoshidagi bir martalik ilmiy kengash kotibi, i.f.d., professor

A.A. Eshtayev

Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash qoshidagi bir martalik ilmiy seminar raisi, i.f.d., professor

KIRISH (falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi annotatsiyasi)

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Jahonda tarmoq va sohalarning kooperatsiyalashuvi va iqtisodiy integratsiyalashuv jarayonlarining shiddatli o'zgarishlari asosidagi multiplikativ samarani o'zlashtirishga bo'layotgan harakatlar turizm sohasida destinatsiyalarni rivojlantirish asosida iqtisodiy taraqqiyotni ta'minlashga, hududlarni mutanosib rivojlantirish va bu orqali aholi turmush darajasini oshirishga alohida ahamiyat qaratilmoqda. "...Turizm faoliyatidan olinayotgan daromadlar hajmi 2020-yilda pandemiyadan oldingi ko'rsatkichga nisbatan 72 foizga kamaygan. Biroq, 2021-yil yakuni bo'yicha turizm sohasi yalpi xizmatlarining hajmi o'tgan yildagi ko'rsatkichga nisbatan 4 foizga ortgan"¹. Turizm sohasini rivojlantirishda mavjud va istiqboldagi imkoniyatlaridan samarali foydalanish hamda turistik destinatsiyalarning raqobat ustunligini tadqiqot metodologiyalari asosida aniqlash hamda faoliyatni strategik boshqarish mexanizmini takomillashtirish muhim ahamiyatga ega bo'lmoqda.

Jahonda turistik destinatsiyalarning barcha tuzilmalarini rivojlantirish hamda ularning raqobatbardoshligini strategik boshqarish bo'yicha mexanizmlarni takomillashtirish borasida ko'plab ilmiy tadqiqotlar olib borilmoqda. Turistik destinatsiyalar mamlakat va hududlar iqtisodiyotiga ta'sirini aniqlash, hududlarning destinatsiya salohiyati va infratuzilma faoliyatidan samarali foydalanish, ular joylashgan hududlarga yo'naltirilgan investitsiyalar ko'lamini oshirish, destinatsiyalarni kengaytirish asosida turizm klasterlarini shakllantirish, faoliyatini rivojlantirish hamda ulardagi raqobatbardoshlikni boshqarishning mexanizmlarini takomillashtirish, destinatsiyalarning raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi omillarni hisobga olgan holda iqtisodiy-matematik modellashtirish, raqobat ustunligini ta'minlovchi ko'p variantli ssenariylardan foydalanish borasidagi tadqiqotlar bu boradagi ilmiy tadqiqotlarning ustuvor yo'nalishlaridan hisoblanadi.

O'zbekistonda turizm sohasini keng qamrovli rivojlantirish borasida amalga oshirilayotgan islohotlarning kelgusidagi bosqichida turistik destinatsiyalarga tadbirkorlik subyektlarini keng qamrovli jalb etish va ularga iqtisodiy dastaklarni yanada kengaytirish asosida faoliyatni rivojlantirish, turistik destinatsiyalarni rivojlantirish hamda raqobatbardoshligini boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish orqali turistlar sonini oshirishga alohida e'tibor berilmoqda. "... 2026-yilgacha turizm sohasida band bo'lgan aholi sonini 2 baravar oshirib, 520 ming nafarga yetkazish, turizm va madaniy meros obyektlari infratuzilmasini rivojlantirish hamda 8 mingdan ortiq madaniy meros obyektlaridan samarali foydalanish bo'yicha davlat dasturini qabul qilish"² vazifalari belgilab berilgan. Mazkur vazifalarni amalga oshirishda turistik destinatsiyalar faoliyatini rivojlanishida mavjud turizm resursi komponentlaridan maqsadli foydalanish, destinatsiyalarning hududiy iqtisodiyot rivojlanishiga ta'sir etuvchi faoliyat samaradorligini oshirish, turistik destinatsiyalar raqobatbardoshligini oshirish imkoniyatlarini kengaytirish choralarini ko'rish bilan bog'liq mexanizmlarni takomillashtirishni talab etadi.

Dissertatsiya tadqiqoti O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016-yil 2-dekabrda PF-4861-son "O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi, 2018-yil 3-fevraldagi PF-5326-son "O'zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratish bo'yicha qo'shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to'g'risida"gi, 2021-yil 9-fevraldagi PF-6165-son "O'zbekiston Respublikasida ichki va ziyorat turizmini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi, 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son "2022–2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning Taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi farmonlari, 2018-yil 7-fevraldagi PQ-3514-son "Ichki turizmni jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi, 2019-yil 5-yanvardagi PQ-4095-son "Turizm tarmog'ini jadal rivojlantirishga oid chora-tadbirlar to'g'risida"gi, 2022-yil 30-apreldagi PQ-232-son "Ichki turizm xizmatlarini diversifikatsiya qilishga

¹ World tourism barometer. Tourlib.ne. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.unwto.org/news/tourism-grows-4-in-2021-but-remains-far-below-pre-pandemic-levels>.

² O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi PF-60-sonli «2022-2026-yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida» gi Farmoni.

oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi qarorlari hamda mazkur sohaga tegishli boshqa me‘yoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishda muayyan darajada xizmat qiladi.

Tadqiqotning respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo‘nalishlariga bog‘liqligi. Mazkur tadqiqot respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining I. “Demokratik va huquqiy jamiyatni ma‘naviy-axloqiy va madaniy rivojlantirish, innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish” ustuvor yo‘nalishiga muvofiq bajarilgan.

Muammoning o‘rganilganlik darajasi. Turistik destinatsiyalarni rivojlantirish hamda ularning raqobatbardoshligini boshqarish borasida xorijiy davlatlarda bir qator ilmiy tadqiqot ishlari amalga oshirilgan. Jumladan, xorijiy olimlardan N.Leyper, U.Martini, U.Fremke, T.Mixaylik, J.Saarinen, M.Meskon, M.Albert, P.Druker, R.Davidson, R.Maitland, F.Kotler, M.Porter singari olimlarning ilmiy ishlari alohida ahamiyat kasb etadi³. Bu olimlarning tadqiqotlarida turizm sohasi, shuningdek, turistik destinatsiyalar faoliyatining rivojlanishi, ularda raqobatbardoshlikni boshqarish jarayonlarining nazariy jihatlar hamda undan foydalanish samaradorligini oshirish mexanizmlari muayyan darajada nazariy va uslubiy jihatdan o‘rganilgan.

Mustaqil davlatlar hamdo‘stligi (MDH) davlatlarida ichki turizm faoliyati va uning boshqarish jarayonlarini rivojlantirishning nazariy hamda uslubiy jihatlar D.D.Vachugov, N.V.Kuznetsova, A.D.Chudnovskiy, N.A.Goncharova, M.A.Morozov, T.Y.Ivanitskaya, YE.V.Borisova, S.V.Zaxarova, YE.V.Kutsenko singari olimlar tomonidan atroflicha o‘rganilgan⁴. Bu tadqiqotlarda MDH olimlari tomonidan turistik destinatsiyalar rivojlanishi hamda ularda raqobatbardoshlikni boshqarish jihatlar tadqiq etilgan hamda soha rivojlanishiga ta‘sir etuvchi omillarni baholashga e‘tibor qaratilgan.

O‘zbekistonda turizm sohasini, jumladan, turistik destinatsiyalarni rivojlantirish va raqobatbardoshlikni boshqarish jarayonlari mamlakatimizda M.Sharifxo‘jayev, M.Q.Pardayev, I.S.Tuxliyev, N.Q.Yo‘ldoshev, A.A.Eshtayev, O.X.Xamidov, M.T.Aliyeva, M.T.Alimova,

³ Leiper N. *Tourism management* / N. Leiper. – 3rd edn. – Sidney: Pearson Education Australia, 2004. – 326 p.; Martini, Umberto. *Management dei sistemi territoriali: Gestione e marketing delle destinazioni Turistiche*. Vol. 27. G Giappichelli Editore, 2015.; Framke W. The destination as a concept: a discussion of the businessrelated perspective versus the socio-cultural approach in tourism theory / W.Framke // *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. – 2002. – № 2 (2). –P. 92-108.; Mihalic T., 2000. Environmental management of a tourist destination: a factor of tourism competitiveness. *Tourism Management*, 21(1), 65-78 pp.; Saarinen J. Destinations in change: the transformation process of tourist destinations / J. Saarinen // *Tourist Studies*. – 2004. – № 4 (2). – P. 161-179.; Мескон М., Альберт М. др. Основы менеджмента, –М.: Дело, 1997. –С. 56.; Друкер П. Практика менеджмента / Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2007. – С.398.; Drucker, P. (1977). *People and Performance: The Best of Peter Drucker on Management*. New York: Harper & Row. 317 p.; Davidson R., Maitland R. *Tourism destinations* / R. Davidson, R.Maitland. – London: Hodder & Stoughton, 1997. – P.4.; Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм / Ф. Котлер, Дж.Боуэн, Дж. Мейкенз; пер. с англ. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮнитиДана, 2012. – 289-300 с.; Портер, М. Международная конкуренция [Текст] : пер. с англ. / М. Портер; под.ред. В.Д. Щетинина. – М: МО, 1993. – С. 49.

⁴ Вачугов Д.Д. Основы менеджмента: учебное пособие. – М.: Высшая школа, 2005. – С.59.; Кузнецова Н.В. История менеджмента. Изд-во Дальневосточного университета, 2004.; Чудновский А.Д., Королев Н.В., Гаврилова Е.А., Жукова М.А., Зайцева Н.А. Менеджмент туризма: учебник. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – С.33.; Гончарова Н.А. Формирование системы управления туристской дестинацией. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Санкт-Петербург: НОУ ВПО «БАТиП», 2014. – С. 17.; Морозов М.А., Морозова Н.С. Моделирование и прогнозирование развития туристских дестинаций. *Сервис plus*. 2014. Т. 8. №3. – С. 32-39.; Иваницкая Т.Ю. Развитие туристических услуг на основе маркетинга. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Белгород: 2010. – С. 11-12.; Борисова Е.В. Разработка метода и моделей управления организационно-экономической устойчивостью промышленных предприятий путем завоевывания и использования конкурентного преимущества–обслуживания потребителей: дис. канд. экон. наук. – М., 2009. – С.43, 176.; Захарова С.В. Формирование и развитие организационно-экономического механизма управления конкурентоустойчивостью предприятия: дис. канд. экон. наук. – Саратов, 2006. – С.21-23, 215.; Куценко Е.В. Повышение конкурентоспособности гостиничных предприятий в современных рыночных условиях. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. –Донецк: ДНУ, 2017. – С. 15.

B.Sh.Safarov, N.T.Tuxliyev, A.N.Norchayev, B.N.Navruz-zoda, N.S.Ibragimov, A.T.Mirzayev singari olimlarning ilmiy ishlarida o‘z aksini topgan⁵.

Yuqorida ko‘rsatib o‘tilgan olimlar turizm sohasini rivojlantirish va ulardagi raqobatbardoshlikni boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish, turizm salohiyatini yanada oshirish borasida ilmiy-nazariy tadqiqotlarni amalga oshirib, turizm faoliyatini boshqarish va turizm xizmatlari bozorini rivojlantirishga munosib hissa qo‘shganlar. Biroq ular tomonidan turistik destinatsiyalar kesimidagi raqobatbardoshlik darajasini boshqarish va raqobat ustunliklarini rivojlantirish, destinatsiyalarni hududlar kesimida rivojlantirish, turistik destinatsiyalarning rivojlanish samaradorligini oshirish, ularni rivojlantirishda resurs salohiyatini baholash masalalari monografik tarzda o‘rganilmagan. Mamlakatimizning yuqori turizm salohiyatiga ega hududlarida turistik destinatsiyalarni rivojlantirish va ularning raqobatbardoshligini ta‘minlash mexanizmlarini tadqiq etish, destinatsiyalar raqobatbardoshligini boshqarishga ta‘sir etuvchi omillarni baholash asosida boshqaruv samaradorligini oshirish dolzarb masala hisoblanadi.

Dissertatsiya mavzusining dissertatsiya bajarilayotgan oliy ta‘lim muassasasining ilmiy tadqiqot ishlari bilan bog‘liqligi. Dissertatsiya tadqiqoti Buxoro davlat universiteti ilmiy tadqiqot ishlari rejasiga muvofiq “Hududiy turizmni rivojlantirish” mavzusidagi ilmiy loyiha doirasida bajarilgan.

Tadqiqotning maqsadi turistik destinatsiyalarning raqobatbardoshligini boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari:

turistik destinatsiyalar mohiyatiga yondashuvlar va turistik destinatsiyalar shakllanishining nazariy va uslubiy jihatlarini ilmiy tadqiq etish;

turistik destinatsiyalarda raqobatbardoshlik va uni boshqarish xususiyatlari va turistik destinatsiyalarda raqobatbardoshlikni boshqarish jarayonlari va uni baholash uslubiyoti nazariy jihatdan tadqiq etish;

turizm xizmatlari bozorida turistik destinatsiyalar faoliyatini tahlil qilish;

turistik destinatsiyalarni guruhlashda resurs salohiyatini miqdor va sifat jihatidan tahlil qilish hamda turistik destinatsiyalarning raqobatbardoshlik darajasiga omillar ta‘sirini baholash;

turistik destinatsiyalar barqaror rivojlanishini raqobatbardoshlik va boshqarish omillari asosida modellashtirish hamda turistik destinatsiyalarda raqobatbardoshlikni boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish;

destinatsiyalarni klasterlashtirish asosida milliy turizm korxonalarining raqobat ustunliklarini oshirish imkoniyatlarini aniqlash.

⁵ Шарифхўжаев М., Абдуллаев Ё. Менежмент: Дарслик. – Тошкент: Ўқитувчи, 2001 й. 75-77 б.; Пардаев М.К., Атабаев Р. Туристтик ресурсларни таҳлил қилиш ва баҳолаш. – Самарқанд: СамИСИ, 2006. - 137 б; Boltabayev M.P, Tuxliyev I.C. Turizm: nazariya va amaliyot. – T.: Fan va texnologiya, 2018ю – 400 б.; Yo‘ldoshev N.K., Zaxidov G.E. Menejment: o‘quv qo‘llanma. – T.: O‘zbekiston milliy faylasuflari jamiyati, 2018. – 392 б.; Эштаев А.А. Глобаллашув шароитида туризм индустриясини бошқаришнинг маркетинг стратегияси (Ўзбекистон Республикаси туризм тармоғи мисолида). Иктисодиёт фанлари доктори илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация. – С.: СамИСИ, 2019. – 246 б.; Хамидов О.Х. Выбор конкурентной стратегии предприятия на рынке туристических услуг Узбекистана: Дисс...канд. экон. наук. – С.: СамИСИ, 2006. – С.155.; Навруз-зода Б.Н., Ибрагимов Н.С. «Дестинейшн менеджмент» как инструмент сочетания туристического спроса и предложения. – М.: Экономика и финансы, 2005. №5. – С.43-45.; Алиева М.Т. Иктисодиётни эркинлаштириш шароитида туризм хизматлари соҳасини бошқаришнинг иктисодий жиҳатлари (Ўзбекистон Республикаси мисолида). Иктисодиёт фанлари доктори илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертацияси. – Самарқанд: СамИСИ, 2019. – 287 б.; Алимова М.Т. Худудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденциялари (Самарқанд вилояти мисолида): иктисодиёт фанлари доктори илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация. – С.: СамИСИ, 2017. – 265 б.; Сафаров Б.Ш. Миллий туристик хизматлар бозорини инновацион ривожлантиришнинг методологик-услубий асосларини такомиллаштириш: иктисодиёт фанлари доктори илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация. – С.: СамИСИ, 2016. – 254 б.; Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Национальные модели развития туризма. – Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. – С.24.; Норчаев А.Н. Халқаро туризм ривожланишининг иктисодий ўсишга таъсири (Испания мисолида): Икт.фан.номз. дисс. – Т., 2004. - 136 б.; Мирзаев А.Т. Ўзбекистонда туристик-рекреация фаолиятини бошқариш методологиясини такомиллаштириш. Иктисодиёт фанлари доктори (DSc.) илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация. – Т.: ТДИУ. 2021. 254-б.

Tadqiqotning obyekti sifatida turizm resursi salohiyatiga ega turistik destinatsiyalar va ularning raqobatbardoshligini boshqarish jarayonlari olingan.

Tadqiqotning predmeti turistik destinatsiyalarni rivojlantirish va raqobatbardoshligini boshqarish jarayonlari bilan bog'liq ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar majmui hisoblanadi.

Tadqiqotning usullari. Dissertatsiya ishida ilmiy abstraksiya, tahlil va sintez, ekspert baholash usuli, statistik tahlil va guruhlash, tizimli tahlil, anketa so'rovlari o'tkazish, ularni tahlil etish, SWOT-tahlil, ekonometrik modellashtirish usullaridan foydalanilgan.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi quyidagilardan iborat:

uslubiy yondashuvga ko'ra "turistik destinatsiya" tushunchasi aniq chegaraga ega turizm resursi, yagona boshqaruv strategiyasiga ega tizim, ko'p bosqichli kompleks turizm mahsuloti, murakkab o'zaro munosabatlar natijasida foydalaniluvchi turizm resursi, iste'mol qiymat bilan bir qatorda turizm tajribasini shakllantiruvchi mahsulot, hudud, iste'mol qiymatiga ega qadriyat sifatida talqin etilishi asoslangan;

Buxoro viloyatidagi turistik destinatsiyalarning guruhlangan tabiiy-landshaft, ekologik, iqtisodiy subyektlar demografiyasi, transport va infratuzilma, ijtimoiy-madaniy hamda turizm xavfsizligi ko'rsatkichlari asosida Buxoro shahri, Kogon va G'ijduvon tumanlaridagi destinatsiyalarni turizm majmualariga konsratsiyalash taklifi asoslangan;

Buxoro viloyatining "Labi Hovuz" ($R_B=9,5$) va Samarqand viloyatining "Ibn Sino" ($R_S=8,2$) turistik destinatsiyalari tajribasiga ko'ra xususiy holatlar uchun raqobatbardoshlikning omil ta'siri darajasi va omillarning vaznini o'zida umumlashtiruvchi raqobatbardoshlik omillarining integral ko'rsatkichini aniqlash uslubiyoti takomillashtirilgan;

turistik destinatsiyalarda faoliyat yuritayotgan tadbirkorlik subyektlari soni, kiritilayotgan investitsiyalar hajmi, xizmat ko'rsatilgan mijozlar soni va turistik destinatsiyalarda band aholi soni singari omillar korrelatsiyasi asosida turistik destinatsiyalarda yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat hajmining 2027-yilga qadar prognoz ko'rsatkichlari ishlab chiqilgan.

Tadqiqotning amaliy natijasi quyidagilardan iborat:

mamlakat hududlarida mavjud turistik destinatsiyalarning rivojlanishidagi o'zgarish tendensiyalari rasmiy statistik ma'lumotlarning dinamik qatorlari asosida tahlil qilingan hamda tendensiyalarning trendlari baholangan;

statistik guruhlash uslubiyotidan foydalangan holda Buxoro viloyatidagi ma'muriy-hududiy birliklar 6 ta asosiy parametrdan ifodalanuvchi resurs komponentlari asosida 3 ta guruhga bo'lingan holda bu guruhlar o'z ichiga yuqori, o'rta va past resurs salohiyatiga ega hududlarga ajratilgan;

turistik destinatsiyalar raqobatbardoshligi omillarini baholashda chegaralangan hudud doirasida destinatsiyalar hududida faoliyatini amalga oshiruvchi tadbirkorlik subyektlari orasida belgilangan omillarning muhimligini aniqlashga yordam beruvchi anketa so'rovnomalari o'tkazilgan va uning natijalari tahlil qilingan;

turistik destinatsiyalar raqobatbardoshligini ta'minlash mexanizmining konseptual markazlashgan modeli ishlab chiqilgan va amaliyotda qo'llash uchun tavsiya etilgan;

turistik destinatsiyalar majmuini strategik rivojlantirish hamda ularning raqobatbardoshligi va barqarorligini ta'minlash modellari takomillashtirilgan.

Tadqiqot natijalarining ishonchliligi tadqiqotda qo'llanilgan uslubiy yondashuv va usullarning maqsadga muvofiqligi, axborotlar bazasining rasmiy manbalari, jumladan, O'zbekiston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligi, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi, xususan, Buxoro viloyati statistika boshqarmasining statistik ma'lumotlari manbalaridan olingani hamda tegishli xulosa va takliflarning amalda sinovdan o'tkazilganligi, olingan natijalarning vakolatli davlat tuzilmalari tomonidan ma'qullanganligi bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy ahamiyati. Tadqiqot natijalarining ilmiy ahamiyati tadqiqotda ishlab chiqilgan nazariy, uslubiy, amaliy taklif va tavsiyalarni iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida turistik destinatsiyalarni rivojlantirish hamda ularning raqobatbardoshligini boshqarish, respublika hududlaridagi destinatsiyalarda sohaning samarali faoliyat yuritishi, mamlakat hududlarida destinatsiyalarning rivojlanishi va ularning raqobatbardoshligini boshqaruv strategiyalari asosida ta'minlashga qaratilganligi, shuningdek, hududlarda turistik destinatsiyalarni rivojlantirish

borasida amalga oshirilayotgan islohotlarni yanada chuqurlashtirish jarayonida boshqaruv tizimi samaradorligini oshirishda foydalanilishi mumkinligi bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining amaliy ahamiyati O'zbekiston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligi faoliyatida, milliy iqtisodiyotning turistik destinatsiyalar faoliyati bilan bog'liq korxonalar, hududlardagi destinatsiyalar faoliyati bilan shug'ullanuvchi subyektlar faoliyatini takomillashtirishga doir tadbirlarni ishlab chiqishda, destinatsiyalar faoliyatini qisqa va uzoq muddatli iqtisodiy rivojlanish strategiyalarini yaratish va ularni amaliyotga tatbiq etishda, oliy ta'lim muassasalarida tayyorlanayotgan mutaxassislariga "Turizm menejmenti", "Destinatsiyalar menejmenti", "Turizm infratuzilmasi", "Rekreatsioon turizm" fanlaridan o'quv qo'llanma va darsliklar tayyorlashda ilmiy-uslubiy manba sifatida foydalanilishi bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining joriy qilinishi. Turistik destinatsiyalarning raqobatbardoshligini boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish bo'yicha olingan ilmiy natijalar asosida:

uslubiy yondashuvga ko'ra "turistik destinatsiya" tushunchasi aniq chegaraga ega turizm resursi, yagona boshqaruv strategiyasiga ega tizim, ko'p bosqichli kompleks turizm mahsuloti, murakkab o'zaro munosabatlar natijasida foydalaniluvchi turizm resursi, iste'mol qiymat bilan bir qatorda turizm tajribasini shakllantiruvchi mahsulot, hudud, iste'mol qiymatiga ega qadriyat sifatida talqin etilishiga oid nazariy-uslubiy materiallardan oliy ta'lim muassasalari talabalari uchun tavsiya etilgan "Chakana savdo prinsiplari" nomli o'quv qo'llanmani tayyorlashda foydalanilgan (O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligining 2023-yil 27-martdagi 68-sonli buyrug'i). Mazkur ilmiy taklifning amaliyotga joriy etilishi natijasida talabalarda turistik destinatsiyaning iqtisodiy mazmuni bo'yicha nazariy bilimlarni kengaytirish hamda amaliyotda qo'llash bo'yicha ko'nikmalarni shakllantirish imkoni yaratilgan;

Buxoro viloyatidagi turistik destinatsiyalarning guruhlangan tabiiy-landshaft, ekologik, iqtisodiy subyektlar demografiyasi, transport va infratuzilma, ijtimoiy-madaniy hamda turizm xavfsizligi ko'rsatkichlari asosida Buxoro shahri, Kogon va G'ijduvon tumanlaridagi destinatsiyalarni turizm majmualariga konsentratsiyalash taklifi O'zbekiston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligi faoliyatiga joriy qilingan (O'zbekiston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligining 2023-yil 3-iyuldagi 05-12-15-4565-sonli ma'lumotnomasi). Mazkur ilmiy yangilikning amaliyotga joriy etilishi natijasida hududlarda turistik destinatsiyalar faoliyatini 3 ta guruhga Sterjess metodikasi asosidagi strategik baholash natijalari aniqligi ortgan;

Buxoro viloyatining "Labi Hovuz" ($R_B=9,5$) va Samarqand viloyatining "Ibn Sino" ($R_S=8,2$) turistik destinatsiyalari tajribasiga ko'ra xususiy holatlar uchun raqobatbardoshlikning omil ta'siri darajasi va omillarning vaznini o'zida umumlashtiruvchi raqobatbardoshlik omillarining integral ko'rsatkichini aniqlash uslubiyotini takomillashtirish taklifi O'zbekiston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligi faoliyatiga joriy qilingan (O'zbekiston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligining 2023-yil 3-iyuldagi 05-12-15-4565-sonli ma'lumotnomasi). Mazkur ilmiy yangilikning amaliyotga joriy etilishi natijasida turistik destinatsiyalarning raqobatbardoshligini 0 dan ortib boruvchi raqobatbardoshlik omillarining integral ko'rsatkichi orqali qiyosiy baholash natijalari aniqligi ortgan;

turistik destinatsiyalarda faoliyat yuritayotgan tadbirkorlik subyektlari soni, kiritilayotgan investitsiyalar hajmi, xizmat ko'rsatilgan mijozlar soni va turistik destinatsiyalarda band aholi soni korrelatsiyasi asosida yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat hajmining 2027-yilga qadar ishlab chiqilgan prognoz ko'rsatkichlaridan O'zbekiston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligi faoliyatiga joriy qilingan (O'zbekiston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligining 2023-yil 3-iyuldagi 05-12-15-4565-sonli ma'lumotnomasi). Mazkur ilmiy yangilikning amaliyotga joriy etilishi natijasida makro darajada umumiy sifat darajasi (Darbin-Uotson mezoni 1,97 ga teng) yuqori bo'lgan chiziqsiz modelga asoslangan, turistik destinatsiyalarda yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat hajmining 2027-yilgacha bo'lgan, tafovut oralig'i 0,29 foiz diapazonga teng maqsadli prognoz ko'rsatkichlari ishlab chiqilgan.

Tadqiqot natijalarining aprobatsiyasi. Tadqiqot natijalari 9 ta (shu jumladan, 5 ta xalqaro va 4 ta respublika) ilmiy-amaliy anjumanda muhokamadan o'tkazilgan.

Tadqiqot natijalarining e'lon qilinishi. Dissertatsiya mavzusi bo'yicha jami 14 ta ilmiy ish, shu jumladan, O'zbekiston Respublikasi Oliy attestatsiya komissiyasining doktorlik dissertatsiyalari asosiy ilmiy natijalarini chop etishga tavsiya etilgan ilmiy nashrlarda 5 ta maqola nashr qilingan. Ularning 3 tasi respublika va 2 tasi xorijiy jurnallarda e'lon qilingan.

Dissertatsiyaning hajmi va tuzilishi. Dissertatsiya kirish, 3 ta bob, 9 ta paragraf, xulosa, foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati va ilovalardan tashkil topgan bo'lib, uning hajmi 156 betdan iborat.

DISSERTATSIYANING ASOSIY MAZMUNI

Kirish qismida dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati asoslangan, tadqiqotning maqsadi, vazifalari, obyekti va predmeti tavsiflangan, respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo'nalishlariga mosligi ko'rsatilgan hamda tadqiqotning ilmiy yangiligi, amaliy natijalari bayon qilingan, olingan natijalarning ilmiy va amaliy ahamiyati yoritilgan, tadqiqot natijalarining amaliyotga joriy qilinishi, nashr qilingan ishlar va dissertatsiyaning tuzilishi bo'yicha ma'lumotlar keltirilgan.

Dissertatsiyaning **“Turistik destinatsiyalarda raqobatbardoshlikni boshqarishning nazariy-uslubiy asoslari”** deb nomlangan birinchi bobida turistik destinatsiyalar mohiyatiga yondashuvlar va turistik destinatsiyalar shakllanishining nazariy-uslubiy jihatlari, turistik destinatsiyalarda raqobatbardoshlik va uni boshqarish xususiyatlari hamda turistik destinatsiyalarda raqobatbardoshlikni boshqarish jarayonlari va uni baholash uslubiyoti bo'yicha masalalar ilmiy-nazariy va uslubiy jihatdan tadqiq qilingan;

turizm xizmatlar sohasining bugungi kunda eng jadal rivojlanayotgan va yuz berayotgan o'zgarishlarga tez moslasha oladigan tarmog'i bo'lganligi hamda tarmoqni hali o'zlashtirilmagan tabiiy-iqtisodiy resurslar negizida qisqa vaqtda kengaytirish imkoniyati mavjudligini hisobga olgan holda mamlakatimizda ushbu tarmoqni rivojlantirish ustuvor yo'nalishlardan biri sifatida belgilangan. Turizm sohasining rivojlanishi ko'p jihatdan, aytib o'tilganidek, mavjud tabiiy-iqtisodiy resurslarning mavjudligi va ushbu resurslarning iqtisodiy faoliyatga kiritilganligiga bog'liq. Iqtisodiy terminologiyada turistlar, ya'ni xizmatlar iste'molchilari tomonidan tanlanuvchi va ushbu hududda yaratilgan xizmatlarni istemol qilnadigan hudud “turistik destinatsiya” deb ataladi⁶.

“Destinatsiya” atamasi dastlab turizm faoliyatiga tizimli yondashuv doirasida yuzaga keldi. Turizm tizimi N.Leyper modeliga ko'ra eng kamida o'zaro bog'liq bo'lgan turistlar (iste'molchilar), turistlar shakllanuvchi hududlar, turistlar o'tib boruvchi tranzit hududlar, turistik destinatsiyalar va turistik sanoatdan iborat 5 ta elementning mavjud bo'lishini talab etadi⁷.

Turistik destinatsiya tushunchasi uzoq davr davomida shakllanganligi hamda hozirgi kunda ham tadqiq etilayotganligi sababli ushbu tushuncha mazmuniga yuqoridagi yondashuvlardan farqlanuvchi yana bir qator yondashuvlar mavjud. Shu nuqtayi nazardan ayrim tadqiqotlarda “turistik destinatsiya” konsepsiyasiga yondashuvlarni an'anaviy va zamonaviy yondashuvlarga ajratiladi⁸.

Turistik destinatsiyalarning destinatsiya toifasiga o'tkazilishi yuqorida ko'rsatib o'tilgan resurslarning ushbu turdagi ne'matlarga mavjud talab yoki ehtiyojini qondirish uchun iste'molchilarning ishtiroki mavjud bo'lgan holatdagina amalga oshadi. Boshqacha aytganda, turizm salohiyati elementlarining turistlar tomonidan iste'mol qilinishi bilan ushbu elementlar joylashgan hudud yoki obyekt turistik destinatsiyaga aylanadi.

An'anaviy konsepsiyada turistik destinatsiya mijozlar (iste'molchilar)ning o'z ta'til va dam olishlarini o'tkazadigan joy sifatida talqin qilinib, uning o'ziga xos elementlari sifatida joy (turizm hududi va uning tarkibi), kishilar (iste'molchilarning demografik xususiyatlari, motivatsiya va hududning reytingi) va ta'til (ta'til davridagi turistlarning faoliyati) shakllarida ko'rinadi.

⁶ Гончарова Н.А. Формирование системы управления туристской дестинацией. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Санкт-Петербург: НОУ ВПО «БАТИП», 2014. – С. 17.

⁷ Leiper N. Tourism management / N. Leiper. – 3rd edn. – Sidney: Pearson Education Australia, 2004. – 326 p.

⁸ Laws E. Tourist destination management – issues, analysis and policies / E. Laws. – London: Routledge, 1995. –208 p.

Turistik destinatsiya mazmunini ifodalovchi zamonaviy konsepsiya ushbu tushunchani ikki tomonlama nazariyalar asosida: turistik destinatsiyaga tashrif buyuruvchi mijoz hamda turistik destinatsiyada faoliyat yurituvchi tadbirkor nuqtayi nazaridan tushuntiradi.

Pirovard natijada turistik destinatsiya quyidagicha alohida o'ziga xos xususiyatlarda namoyon bo'ladi:

1. Destinatsiyalar resurs, turizm xizmatlari va infratuzilma, foydalanish imkoniyati, inson resurslari va imij kabi komponentlardan tashkil topadi.

2. Har bir turistik destinatsiyaning o'ziga xos madaniy qiymati mavjud.

3. Turistik destinatsiyada turmahsulotni yaratish va uning iste'moli bir vaqtning o'zida amalga oshadi.

4. Turistik destinatsiyada mavjud qulayliklardan nafaqat turistlar, balki mahalliy aholi va destinatsiyadagi ishlovchilar ham foydalanadilar.

5. Turistik destinatsiyadagi jarayonlar turli elementlarning bir-birini o'zaro to'ldirishi, turizm xizmatlarini paketlashtirish va turmahsulotning kompleksligi orqali amalga oshiriladi.

Turistik destinatsiyalar alohida belgi va xususiyatlari bo'yicha bir qator tadqiqotchilar tomonidan tipologiyalarga ajratilgan bo'lib, bu tipologiyalar orasida F.Kotler va S.Xadson tomonidan ishlab chiqilgan yondashuvlar alohida o'ringa ega (1-jadval).

1-jadval

Turistik destinatsiyalar tasnifi⁹

Destinatsiya turlari	Mazmuni
Asosiy xalqaro destinatsiyalar	Ommaviy xalqaro turizm uchun shakllangan destinatsiyalar (Parij, London, Nyu-York)
Klassik destinatsiyalar	Turistlarning uzoqroq vaqt davomida bo'lishlarini yordam beruvchi tabiiy, madaniy yoki tarixiy resurslardan tashkil topgan jalb etuvchi destinatsiyalar.
Inson tomonidan yaratilgan kurort destinatsiyalar	Inson tomonidan mavjud turizm resursi komponenti asosida yaratilgan va turistlar uning hududini kamdan-kam hollarda tark etuvchi destinatsiyalar.
Tabiiy landshaftlar yoki yovvoyi tabiat parklari	Noyob flora va faunaga ega, yovvoyi tabiati bilan turistlarni jalb etuvchi destinatsiyalar.
Muqobil destinatsiyalar	Destinatsiyalarning nisbatan zamonaviy turi bo'lgan kruiz, tematik parklar, yirik savdo markazlari yoki taymsheer-kurortlar ko'rinishidagi destinatsiyalar
Biznes-turizm destinatsiyalari	Turizm xizmatlarini taklif etuvchilar tomonidan biznes-turistlar tashrifini imkon qadar uzaytirishga harakat qilinuvchi turistik destinatsiyalar (yuqori darajadagi imidjga ega bo'lgan mehmonxona majmualari).
Ikkilamchi (tranzit) destinatsiyalar	Turistlar generatsiyasini amalga oshiruvchi hudud va birlamchi turistik destinatsiya orasida joylashgan destinatsiyalar.
Qisqa muddat qolinuvchi destinatsiyalar	Milliy yoki xalqaro darajadagi jozibadorlikka ega turistik destinatsiyalar (Niagara, Viktoriya sharsharalari).
Bir kun qolinadigan destinatsiyalar	Asosan qo'shni hududlardan turistlarni qisqa muddat (1 kun)ga jalb etuvchi turistik destinatsiyalar (portlar, aeroportlar, savdo markazlari va hokazo).

Yuqorida ko'rib chiqilgan tasniflar turistik destinatsiyalarning mohiyatini aniqroq tushunish, shu bilan birga ushbu tasnifdagi destinatsiyalar xususiyatlarini aniq bilishga yordam beradi.

“Turistik destinatsiya” tushunchasiga turli konseptual yondashuvlarni o'rganish asosida ushbu tushunchaning ko'p qirraligi va uning mazmunini qanday maqsadda foydalanilishidan kelib chiqqan holda belgilash lozimligi aniqlangan. Shu bilan birga, tadqiqot jarayonida “turistik destinatsiya”

⁹ Hudson S. Tourism and hospitality marketing: a global perspective / S. Hudson. – London: Sage, 2008. –P 392.

tushunchasi quyidagi asosiy belgilarga ega mahsulot, hudud, iste'mol qiymatiga ega qadriyat sifatida talqin etilishi maqsadga muvofiqligi asoslandi:

- aniq chegaraga ega turizm resursi;
- milliy, hududiy va mahalliy darajada aniq amalga oshirish mexanizmi mavjud yagona boshqaruv strategiyasiga ega tizim;
- ko'p bosqichli kompleks turizm mahsuloti;
- turistlar, tadbirkorlar va mahalliy boshqaruv tuzilmalarining murakkab o'zaro munosabatlari natijasida foydalaniluvchi turizm resursi;
- faqatgina iste'mol qiymatiga ega bo'lmay, turizm tajribasini shakllantiruvchi turizm mahsuloti.

Turistik destinatsiyalar raqobatbardoshligi ko'p jihatdan yuqorida aniqlangan xususiyat hamda belgilarga bog'liq bo'lib, ma'lum belgi yoki xususiyatning boshqa destinatsiyalardan ustunligi uning raqobat ustunligini belgilaydi.

Raqobatbardoshlik tushunchasi murakkab tarkibli iqtisodiy kategoriya bo'lib, bu tushunchani iqtisodiy munosabatlarning barcha bo'g'inlarida uchratish mumkin va bu kategoriyaning baholashning juda keng qamrovli ko'rsatkichlari mavjud. Ko'plab tadqiqotchilarning izlanishlarida korxonaning raqobatbardoshlik omillari turli ko'rinishlarda o'rganilgan bo'lib, quyida ularning ayrimlari bilan tanishib chiqish mumkin.

Ye.V.Borisova tomonidan ham korxonaning raqobatbardoshlik darajasiga ta'sir etuvchi omillar ikki guruhga, ya'ni ichki omillar va tashqi omillarga ajratilgan-da, u ichki omillarga korxonaning o'zida paydo bo'luvchi va korxonaning tomonidan boshqarish mumkin bo'lgan omillarni, tashqi omillarga esa korxonadan tashqarida yuzaga keluvchi korxonaning tomonidan boshqarilish imkoniyati mavjud bo'lmagan, biroq yuzaga kelishi mumkin bo'lgan salbiy ta'sirlarning darajasini pasaytirish imkoniyati mavjud bo'lgan omillarni kiritgan¹⁰.

A.A.Alekseyevning fikricha, raqobatbardoshlikka ikki guruh omillar: tashqi – mikro va makro muhit omillari hamda ichki omillar – korxonaning salohiyati ta'sir ko'rsatadi¹¹.

Adabiyotlar tahliliga ko'ra, "turistik destinatsiya raqobatbardoshligi" tushunchasini aniqlashga yondashuvlarni umumiy holda uch asosiy yondashuv – qiyosiy, resursli va tizimli yondashuvga ajratish mumkin.

Turistik destinatsiya tizimlari va korxonalarining faoliyatida ham boshqaruvning an'anaviy shaklida ko'rsatib o'tilgan boshqaruv qonunlari va tamoyillariga amal qiladi, turistik destinatsiyalar faoliyati bilan shug'ullanuvchi tuzilmalar ham umumiy belgilangan boshqaruv maqsadlari, funktsiya va vazifalari doirasida faoliyat yuritadi. Biroq turistik destinatsiyalar faoliyatini boshqarish jarayonlari iqtisodiyotning boshqa tizim va korxonalaridan farqlanuvchi o'ziga xos jihatlarga ham ega. Turistik destinatsiyalar faoliyatida ham turizmning boshqa yo'nalishlari singari menejmentning asosiy vazifasi umumiy tendensiya va uning rivojlanish qonuniyatlarini aniqlash hamda o'ziga xos tomonlarini topishdan iborat.

Destinatsiyalarning raqobatbardoshlik darajasini oshirishning asosiy omillaridan biri turizm makonida mavjud resurslar (tabiiy, antropogen hamda inson resurslari)dan samarali foydalanishni ta'minlovchi boshqaruv tizimi mavjudligi hisoblanadi.

Turistik destinatsiyalar raqobatbardoshligini shakllantirishda boshqaruv tuzilmasining faoliyat samaradorligi ushbu destinatsiyaning raqobat ustunliklarini ta'minlashdan ko'zda tutilgan maqsadlarga bog'liq. Shu nuqtayi nazardan, turistik destinatsiyalar raqobatbardoshligini shakllantirishda uch bosqichli "maqsadlar daraxti"ni ishlab chiqqan holda barqaror raqobatbardoshlikni shakllantirish maqsadga muvofiq. "Maqsadlar daraxti"ni uch bosqichli maqsadlardan shakllantirish raqobatbardoshlikning asosiy va undan keyingi maqsadlarini aniqlash hamda faoliyatni aynan mana shu maqsadlardan kelib chiqqan holda amalga oshirish imkonini beradi.

¹⁰ Борисова Е.В. Разработка метода и моделей управления организационно-экономической устойчивостью промышленных предприятий путем завоевывания и использования конкурентного преимущества – обслуживания потребителей: дис. канд. экон. наук. – М., 2009. – С.43, 176.

¹¹ Алексеев А.А. Стратегия повышения конкурентной устойчивости консалтинговой фирмы: дис. канд. экон. наук. – М., 2003. – С.83, 171.

Turistik destinatsiyalar raqobatbardoshligini mezodarajada boshqarishni 3 ta yo‘nalishda olib borish destinatsiyalarning mavjud raqobat ustunliklarini rivojlantirish hamda o‘zaro farqlanuvchi holatlardan kelib chiqib, destinatsiyalarning raqobat ustunligini ta‘minlaydi.

Turizm xizmatlari iste‘molchisi uchun raqobat sharoitida mijozlarga xizmat ko‘rsatishning tegishli sifati ta‘minlangan va bu xizmatlarni ko‘rsatish bilan bog‘liq xarajatlar kamaytirilgan holda turistik destinatsiya korxonalarining asosiy maqsadi ma‘lum miqdorda foyda olish hisoblanadi. Turistik destinatsiya xizmatlari raqobatbardoshligini integral baholashni shakllantirishni aniq bosqichlar ketma-ketligida amalga oshirish lozim (2-jadval).

2-jadval

Turistik destinatsiya xizmatlari raqobatbardoshligini integral baholashni shakllantirish bosqichlari

Bosqichlar	Bosqichlar tarkibi
1-bosqich	Turistik destinatsiya xizmatlari raqobatbardoshligini baholash uchun zarur ko‘rsatkichlar tizimini aniqlash
2-bosqich	Turistik destinatsiya xizmatlari raqobatbardoshligiga ta‘sir etuvchi zarur ko‘rsatkichlarni hisoblash
3-bosqich	Ko‘rsatiladigan turistik destinatsiya korxonalarida xizmatlar raqobatbardoshligini ta‘minlash bo‘yicha ko‘rsatkichlarning ahamiyatini aniqlash
4-bosqich	Turistik destinatsiya xizmatlarining raqobatbardoshlik ko‘rsatkichlari qiymatlarini ekspert baholari asosida aniqlash
5-bosqich	Xizmatlar raqobatbardoshligini umumlashtiruvchi ko‘rsatkichlarni hisoblash
6-bosqich	Turistik destinatsiya xizmatlari raqobatbardoshligining umumiy ko‘rsatkichini hisoblash
7-bosqich	Turistik destinatsiya korxonalarining raqobatbardoshligini tahlil qilish uchun agregat ko‘rsatkichidan foydalanish

Tadqiqot jarayonida nazariy jihatdan takomillashtirilgan turistik destinatsiyalar raqobatbardoshligini boshqarish samaradorligini baholashning integral ko‘rsatkichlari orqali raqobatbardoshlikni boshqarish natijadorligini oshirish bo‘yicha yangi imkoniyat va zaxiralarni aniqlash mumkin.

Dissertatsiyaning **“Turizm xizmatlari bozorida turistik destinatsiyalar faoliyatining rivojlanishi va ularda raqobatbardoshlikni boshqarish darajasini baholash”** deb nomlangan ikkinchi bobida turizm xizmatlari bozorida turistik destinatsiyalar faoliyati tahlili, turistik destinatsiyalarni guruhlashda resurs salohiyatini miqdo va sifat jihatidan kompleks baholash, turistik destinatsiyalar raqobatbardoshligi darajasiga omillar ta‘sirini baholash masalalari yoritilgan.

Milliy statistika tizimidagi 2014-2022-yillar oralig‘idagi turizm sohasining rivojlanish ko‘rsatkichlari tahlili 2020-yilgacha bo‘lgan (pandemiyagacha bo‘lgan) davrda sohaning jadal sur‘atlar bilan rivojlanib borganligini ko‘rsatadi (3-jadval).

3-jadval

O‘zbekistonda turizm sohasining asosiy ko‘rsatkichlari dinamikasi¹²

№	Ko‘rsatkichlar	Yillar								
		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1.	Mamlakat ichidagi turizm	13576,2	14010,7	13772,5	16568,3	20561,3	30314,8	6683,4	9568,6	20107,4

¹² Jadval ma‘lumotlari O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma‘lumotlari asosida ishlab chiqilgan.

	iste'moli, mlrd. so'm									
2.	Turizm sohasi tomonidan taklif etilgan xizmatlar hajmi, mlrd. so'm	6651,7	7203,8	7809,0	8261,9	8658,4	9333,8	8540,4	12607,8	21349,1
3.	Turizm sohasida band bo'lgan aholi soni, ming kishi	185,0	188,4	170,9	187,6	201,0	231,4	190,8	208,3	214,6
Turizm sohasi bilan bog'liq xizmat ko'rsatish sohaslarining faoliyat natijalari										
4.	Yashash va ovqatlanish xizmatlari, mlrd. so'm	729,1	890,6	3038,7	3649,6	4673,3	5933,6	5431,7	8375,4	11322,8
	Shaxsiy xizmatlar, mlrd. so'm	2036,4	2366,5	2915,5	3134,4	3700,6	4575,6	5032,2	6799,8	8713,9
	Sog'liqni saqlash sohasidagi xizmatlar, mlrd. so'm	869,9	1100,4	1416,3	1701,5	2220,0	3104,3	3386,7	5105,9	6384,2
	Savdo xizmatlari, mlrd. so'm	18979,2	21366,9	27368,2	32006,9	39743,4	48748,2	57572,7	72483,2	88847,9

2014-2022-yillarda mamlakatdagi turizm iste'moli darajasi aholi sonining ortishi hamda turmush farovonligining ko'tarilishi hisobiga barqaror ortib borgan. Agar 2014-yilda mamlakatdagi turizm iste'moli hajmi 13576,2 mlrd. so'mni tashkil etgan bo'lsa, 2019-yilga kelib, bu ko'rsatkich 2-barobardan ortiqroq oshib, 30314,8 mlrd. so'mga yetgan. Biroq 2020-yilda pandemiya sharoitida aholining turizm xizmatlariga talabi mavjud shart-sharoitlarga bog'liq holda pasayishi natijasida bu ko'rsatkich 2014-yildagi ko'rsatkichdan 2,3-barobar kamaygan.

2014-2022-yillar davomida mamlakatimiz hududlarida turizm faoliyatini amalga oshirgan turizm korxonalarini soni va ular tomonidan ko'rsatilgan xizmatlarning naturadagi ko'rsatkichlari keltirilgan (4-jadval).

4-jadval

O'zbekiston Respublikasida turizm faoliyatini amalga oshirgan turizm korxonalarini va ularning faoliyat ko'rsatkichlari¹³

Ko'rsatkichlar	Yillar									
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
Turizm firma va tashkilotlari soni, birlik	343	398	433	449	502	517	337	288	324	

¹³ Jadval ma'lumotlari O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma'lumotlari asosida ishlab chiqilgan..

Turizm firma va tashkilotlari tomonidan xizmat ko'rsatilgan mijozlar soni, ming kishi	514,1	560,4	465,4	666,9	713,2	942,0	212,3	577,8	743,4
Shu jumladan:									
Qabul qilingan mijozlar soni, ming kishi	419,0	421,3	351,0	558,6	613,4	788,8	186,2	525,2	687,7
Jo'natilgan mijozlar soni, ming kishi	61,2	98,4	80,1	72,5	84,9	128,5	18,6	57,4	93,8

Tahlil qilinayotgan davrda mamlakatimizda faoliyat yurituvchi turizm firma va tashkilotlari soni turislar oqimi hajmiga mutanosib ravishda ortib borgan. Biroq 2020-yilga kelib, pandemiya omili ta'sirida faoliyat yurituvchi turizm korxonalarini soni 337 taga pasayib, ular tomonidan jami 212,3 ming mijozga xizmat ko'rsatilgan. Jadval ma'lumotlari tahliliga ko'ra, 2019-yil oxirida boshlangan COVID-19 pandemiyasi ta'sirida milliy iqtisodiyotning eng ko'p zarar ko'rgan va ish hajmi yuqori darajada pasaygan soha turizm sohasi bo'lgan.

Aytish mumkinki, 2014-2022-yillarda mamlakatimizning barcha hududlarida turistik destinatsiyalardagi yaratilgan turizm xizmatlari hajmining barqaror ravishdagi o'sish tendensiyasiga erishilgan. Bu albatta, mamlakatimizning turizm xizmatlari bozori kengayib borishida turizm taklifini amalga oshiruvchi subyektlar, ya'ni tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishda quyidagi yo'nalishlar bo'yicha maqsadga erishishni jadallashtiradi:

- xizmat ko'rsatish sohasini jadal rivojlantirish;
- yalpi ichki mahsulotni shakllantirishda xizmatlarning o'rni va ulushini oshirish;
- ko'rsatilayotgan xizmatlar tarkibini, avvalo, ularning zamonaviy yuqori texnologik turlari hisobiga tubdan o'zgartirish;
- turizm industriyasini jadal rivojlantirish, iqtisodiyotda uning roli va ulushini oshirish;
- turizm xizmatlarini diversifikatsiya qilish va sifatini yaxshilash;
- turizm infratuzilmasini kengaytirish;
- eksport faoliyatini liberallashtirish va soddalashtirish;
- eksport tarkibi va geografiasini diversifikatsiya qilish;
- iqtisodiyot tarmoqlari va hududlarning eksport salohiyatini kengaytirish;
- sanoat va xizmatlar ko'rsatish sohasini jadal rivojlantirish hisobiga subvensiyaga qaram tuman va shaharlarni kamaytirish va mahalliy budjetlarning daromad bazasini kengaytirish asosida hududlarning kompleks va mutanosib rivojlanishini ta'minlash.

Turistik destinatsiyalarning resurs salohiyati asosida hududlarni guruhlash mavjud salohiyat asosida kiritilayotgan moliyaviy resurslarni manzilli yo'naltirish hamda ulardan olinayotgan samarani maksimalashtirish imkonini beradi. Ushbu yondashuvni hisobga olgan holda Buxoro viloyati hududlarini salohiyat bo'yicha destinatsiyalar miqdori va ularning resurs komponentlari sifatidan kelib chiqib guruhlashga harakat qilindi. Hududiy jihatdan destinatsiyalarning resurs salohiyatini integral baholash hududda destinatsiyalarni rivojlantirish strategiyasini to'g'ri belgilash va uni destinatsiyalar doirasida tashkil etish uchun zarur hisoblanib, yuqori salohiyatga ega ustuvor hududlarni aniqlash imkonini beradi.

Buxoro viloyatidagi ma'muriy-hududiy birliklarining mavjud shart-sharoitlarini hisobga olgan holda mavjud destinatsiyalarning turizm salohiyatini baholash ko'rsatkichlarini 6 ta guruhdan iborat ko'rsatkichlar tizimiga birlashtirish maqsadga muvofiq (5-jadval).

5-jadval

Destinatsiyalarning turistik salohiyati baholash guruhi va ko'rsatkichlari¹⁴

№	Ko'rsatkichlar tizimi	Guruhning xususiy ko'rsatkichlari
---	-----------------------	-----------------------------------

¹⁴ Muallif tadqiqotlari asosida ishlab chiqilgan.

1.	Destinatsiyaning tabiiy-landshaft ko'rsatkichlar guruhi tizimi, Y_1	- daraxtzorlar (mevali va manzarali); - suv havzalari; - tabiiy yo'llar; - cho'l va dasht-adirlar
2.	Destinatsiyaning ekologik ko'rsatkichlar guruhi tizimi, P_1	- atmosferaning ifloslanganlik darajasi; - gidrosferaning ifloslanganlik darajasi; - litosfera holati.
3.	Destinatsiyadagi iqtisodiy subyektlar demografiyasi ko'rsatkichlar guruhi tizimi, Y_2	- iqtisodiy faol aholi indeksi; - turistik korxonalar zichligi; - hudud aholisining turizm xizmatlaridan oluvchi daromadlari darajasi.
4.	Destinatsiyadagi transport va infratuzilma ko'rsatkichlar guruhi tizimi, Y_3	- transport vositalarining qatnash vaqt oralig'i zichligi; - umumiy ovqatlanish obyektlari zichligi; - 1000 kishiga to'g'ri keluvchi joylashtirish vositalari o'rin fondi zichligi; - ko'ngilochar obyektlar zichligi
5.	Destinatsiyaning ijtimoiy-madaniy ko'rsatkichlar guruhi ko'rsatkichlar tizimi, Y_4	- hududning tarixiy-madaniy qiymati; - aholining ijodiy faolligi koeffitsiyenti; - hududdagi madaniy va dam olish muassasalari zichligi; - hudud aholisining etnik tarkibi
6.	Destinatsiyadagi turistlar xavfsizligi guruhining ko'rsatkichlar tizimi, P_2	- jinoyatlar darajasi koeffitsiyenti; - jinoyat xavfi darajasi koeffitsiyenti; - umumiy xavfsizlik darajasi koeffitsiyenti

Buxoro viloyati bo'yicha ma'muriy-hududiy birliklarda turistik destinatsiyalarning turizm salohiyatini integral baholash uchun zarur xususiy ko'rsatkichlarni aniqlash uchun har bir guruhga tegishli ma'lumotlar mos ravishda viloyatdagi tegishli davlat hamda xususiy tashkilotlarning yetakchi mutaxassisleri hisoblangan ekspertlar xulosalari asosida olindi.

Tadqiqot jarayonida mavjud kuzatuvlar bo'yicha o'rganilayotgan shahar va tumanlarning mumkin bo'lgan barcha qiymatlari oralig'ini ajratish kerak bo'lgan intervalli guruhlar sonini aniqlash lozim $\{X_1, X_2, \dots, X_n\}$. Guruhlar sonini aniqlash uchun Sterjess formulasiga $n = 13$ qiymati qo'yiladi (13-o'rganilgan Buxoro viloyati bo'yicha hududiy birliklari soni):

$$k = 1 + 3,322 \cdot \lg 13 \approx 4,7 \approx 5$$

Yuqorida aniqlangan oraliqlardan foydalangan holda har bir ko'rsatkich guruhi tizimidagi xususiy ko'rsatkichlarni aniqlagan holda guruhlar bo'yicha umumlashgan baho darajalari aniqlanadi.

Tanlab olingan 6 ta umumlashgan omil belgilari guruh ko'rsatkichlari bo'yicha quyidagi integral ko'rsatkichga ega bo'lish mumkin (6-jadval).

6-jadval

Turistik destinatsiya resurs salohiyatining integral ko'rsatkichini hisoblash koeffitsiyentlari, ballarda¹⁵

Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	P_1	P_2	Жами
8	13,5	9	9	9	5	25,5

Resurs salohiyati konsentratsiya indeksi bo'yicha olingan ma'lumotlar asosida integral qatorlar (guruhlar) chegaralarini hisoblash mumkin:

1 guruh: 12 dan $(12+4,5) = 16,5$ gacha,

2 guruh: 16,5 dan $(16,5+4,5) = 21$ gacha,

3-guruh: 21 dan $(21+4,5) = 25,5$ gacha.

¹⁵ Muallif tadqiqotlari asosida ishlab chiqilgan.

Shahar va tumanlarni tartiblash uchun intervalli qatorlar (12; 16,5) (16,5; 21) (21; 25,5) chegaralar ichida joylashgan.

Shunday qilib, olingan natijalar asosida hududlarning turistik destinatsiyalarida turizm faoliyatini tashkil etish uchun viloyat hududlarida resurs salohiyatining konsentratsiyasi indeksi tuziladi. Viloyatning shahar va tumanlari ajratilgan uch guruh asosida 3 ta turga bo‘linadi:

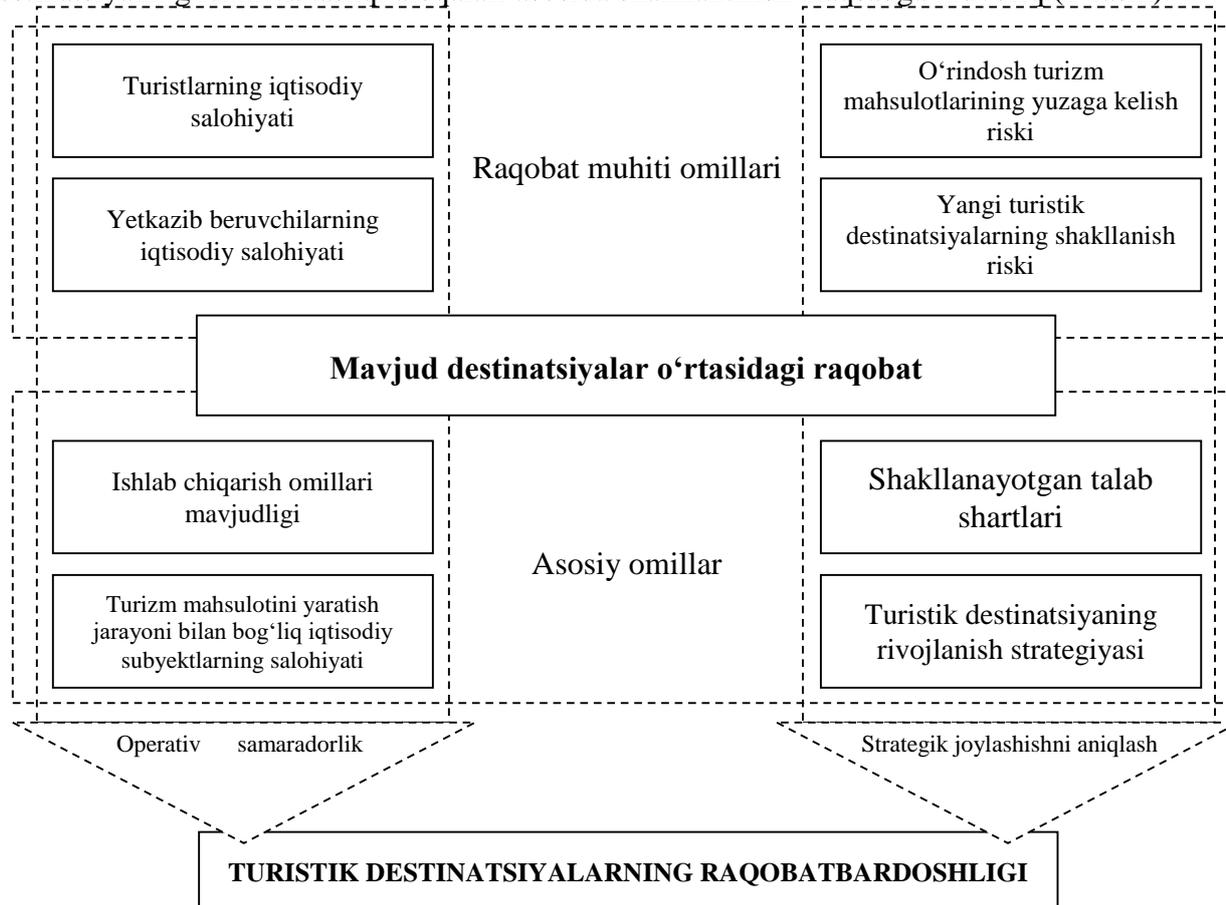
1. Turistik destinatsiyalarni rivojlantirish uchun past ko‘rsatkichlarga ega bo‘lgan yoki resurs komponentlar kam konsentratsiyalashgan hududlar (12; 16,5) ichida joylashgan – Jondor, Peshku, Romiton, Shofirkon, Qorovulbozor tumanlari.

2. Turistik destinatsiyalarni rivojlantirish uchun o‘rtacha ko‘rsatkichli yoki o‘rtacha konsentratsiyalashgan hududlar (16,5; 21) ichida joylashgan – Kogon shahar, Buxoro, Vobkent, Olot va Qorako‘l tumanlari.

3. Turistik destinatsiyalarni rivojlantirish uchun yuqori ko‘rsatkichli yoki resurs komponentlari yuqori konsentratsiyalashgan hududlar (21; 25,5) ichida joylashgan – Buxoro shahri, Kogon va G‘ijduvon tumanlari.

Turistik destinatsiyalarni rivojlantirish uchun hududlarning resurs salohiyatini kompleks baholash uni strategik rejalashtirishning asosiy axborot bazasi hisoblanadi. Olingan natijalarning amaliy ahamiyati viloyatdagi turistik destinatsiyalarning qo‘shimcha “o‘shish nuqtalarini” aniqlashda ko‘rinadi.

Turistik destinatsiyala raqobatbardoshligini shakllantiruvchi omil va mezonlarni destinatsiyaning ichki va tashqi aloqalari asosida shakllantirish maqsadga muvofiq (1-rasm).



1-pacm. Turistik destinatsiyalar raqobatbardoshligini shakllantiruvchi omil va mezonlar¹⁶

Tadqiqotda turistik destinatsiyalarda turizm faoliyati rivojlanishiga ta’sir etuvchi eng muhim omillarni ajratib olish hamda ularni baholashda tahlilning SWOT-tahlil usulidan foydalanildi. Turistik destinatsiyalarning raqobatbardoshligini tahlil qilishda foydalanilgan SWOT-tahlil usuli

¹⁶ Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

an'anaviy tahlil usulidan alohida belgisi, ya'ni tahlilni SWOT-matritsada amalga oshirilishi bilan farqlanadi.

Turistik destinatsiyalar raqobatbardoshligi va uning rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillarni muhimlik darajasi bo'yicha belgilab olish maqsadida Buxoro, Samarqand va Toshkent viloyatlaridagi resurs salohiyati yuqori bo'lgan turistik destinatsiyalarda faoliyat yurituvchi 90 ta tadbirkorlik subyekti o'rtasida destinatsiyalar rivojlanishiga omillar ta'siri yo'nalishida shakllantirilgan anketa asosida so'rovnoma o'tkazildi.

SWOT-tahlil hamda destinatsiya hududida faoliyat yuriruvchi tadbirkorlik subyektlari o'rtasida o'tkazilgan so'rov natijalari tahliliga asoslangan holda taklif etilayotgan ustuvor yo'nalishlar bo'yicha chora-tadbirlarning mavjud turistik destinatsiyalarda kelgusida to'laqonli amalga oshirilishi turistik destinatsiyalarning raqobatbardoshlik salohiyatini oshirish va ularni rivojlantirish hamda faoliyat samaradorligiga ta'sir etuvchi omillarni baholash va muvofiqlashtirish, yuzaga kelishi mumkin bo'lgan xatarlar darajasini pasaytirish imkonini beradi.

Dissertatsiyaning **“Turistik destinatsiyalar faoliyatini modellashtirish istiqbollari va raqobatbardoshlikni boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish”** deb nomlangan uchinchi bobida turistik destinatsiyalar barqaror rivojlanishini raqobatbardoshlik va boshqarish omillari asosida modellashtirish istiqbollari, turistik destinatsiyalarda raqobatbardoshlikni boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish hamda turistik destinatsiyalarni majmuaviy rivojlantirishda raqobatbardoshlik strategiyasini takomillashtirish singari ilmiy tadqiqot natijalari keltirilgan.

Ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish jarayonlari ekonometrik tahlilida ham soha faoliyatining qisqa muddatlarda rivojlanishini ta'minlovchi va ko'p daromad keltiruvchi tarmoq tuzilmasini aniqlashda ko'p variantli tadqiqot usullaridan foydalanish orqali turistik destinatsiyalardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat hajmini ko'p omilli bog'lanish asosida ishlab chiqarish funksiyasi ko'rinishidagi ekonometrik modellarni aniqlangan. Bu modellar makro darajada turistik destinatsiyalardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat hajmiga ta'sir etuvchi omillarni boshqarish yo'nalishlarini aniqlash asosida o'rta va uzoq muddatli davr uchun maqsadli prognoz ko'rsatkichlarini aniqlash hamda ushbu ko'rsatkichlarni ta'minlash uchun zarur tadbirlarni belgilashga yordam beradi.

Turistik destinatsiyalardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat hajmi o'zgarishini endogen omil sifatida olgan holda uning asosiy omil (resurs)lar ta'sirida o'zgarishi bo'yicha ko'p omilli tahlil amalga oshirildi. Turistik destinatsiyalardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat hajmini funksiyaning yuqori cho'qqisi, ya'ni natijaviy omil sifatida belgilab olgan holda, unga ta'sir etuvchi omil ko'rsatkichlarini soha mutaxassislarining yetakchi ekspertlari ishtirokida o'tkazilgan ekspert tahlili asosida quyidagi ko'rsatkichlar tanlandi (7-jadval):

X_1 – turistik destinatsiyalarda faoliyat yuritayotgan tadbirkorlik subyektlari soni;

X_2 – turistik destinatsiyalarga kiritilayotgan investitsiyalar hajmi;

X_3 – turistik destinatsiyalarda xizmat ko'rsatilgan mijozlar soni;

X_4 – turistik destinatsiyalarda band bo'lgan aholi soni.

Yuqoridagi jadvalda ajratib olingan natijaviy va ta'sir etuvchi omil ko'rsatkichlarining o'lchov birligi bir xil emasligi, ya'ni omil ko'rsatkichlarining bir jinsli emasligi sababli asosiy trend modelini chiziqli logarifmik bog'lanish ko'rinishida aniqlash mumkin. Buning uchun omil ko'rsatkichlar natural logarifmik ko'rsatkichlarga keltirib olinadi.

Aniqlangan ma'lumotlardan foydalangan holda turistik destinatsiyalardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat hajmi va unga ta'sir etuvchi omillar ta'sirida o'zgarishining ko'p omilli ekonometrik modeli tuzildi. Unga ko'ra ushbu jarayonni ifodalovchi quyidagi regressiya tenglamasi tuzildi.

$$\ln Y = 0,005 \cdot \ln X_1 + 0,082 \cdot \ln X_2 + 0,694 \cdot \ln X_3 - 0,907 \cdot \ln X_4 + 8,441 \quad (1)$$

Turistik destinatsiyalardan foydalanish asosida sohada yaratilgan YQQ hajmi va uning o'zgarishiga ta'sir etuvchi omil ko'rsatkichlari¹⁷

Yillar	Turistik destinatsiyalardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat, mlrd. so'm (Y ₁)	Turistik destinatsiyalarda faoliyat yuritayotgan tadbirkorlik subyektlari soni, dona (X ₁)	Turistik destinatsiyalarga kiritilayotgan investitsiyalar hajmi, mlrd. so'm (X ₂)	Turistik destinatsiyalarda xizmat ko'rsatilgan mijozlar soni ming kishi (X ₃)	Turistik destinatsiyalarda band bo'lgan aholi soni, ming kishi (X ₄)
2011	3294,7	332,0	13,8	209,6	115,4
2012	3561,5	358,0	21,0	293,1	141,8
2013	3793,4	336,0	15,9	359,7	162,9
2014	4066,4	343,0	18,7	514,1	185,0
2015	4219,5	398,0	18,5	560,4	188,4
2016	4253,3	433,0	35,2	465,4	170,9
2017	4631,8	499,0	31,7	666,9	187,6
2018	5085,7	983,0	44,9	713,2	201,0
2019	6169,0	1158,0	87,5	942,0	231,4
2020	1240,0	1337,0	101,7	212,3	190,8
2021	1680,2	1483,0	580,2	577,8	208,3
2022	3851,4	1503,0	708,6	743,4	214,6

Aniqlangan chiziqqli logarifmik model potentsirlansa, turistik destinatsiyalardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat hajmini ifodalovchi chiziqsiz ko'rinishdagi ekonometrik model kelib chiqadi:

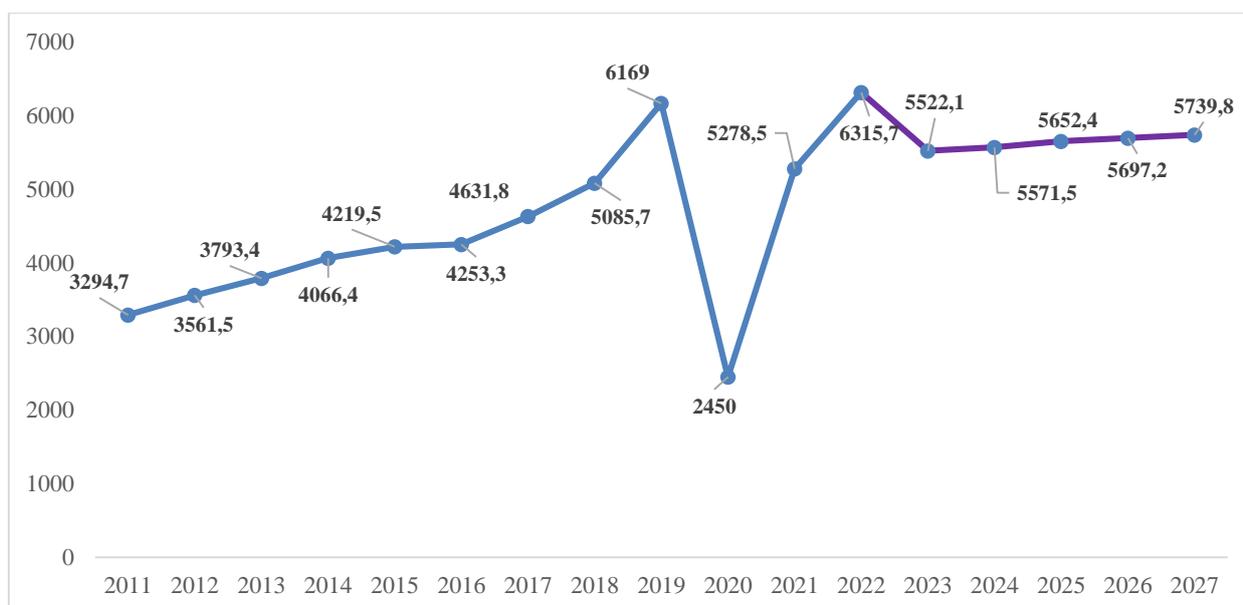
$$Y_1 = \frac{X_1^{0,005} \cdot X_2^{0,082} \cdot X_3^{0,694} \cdot e^{8,441}}{X_4^{0,907}} \quad (2)$$

Ko'p omilli ekonometrik modeldan foydalangan holda turizm sohasidan olinadigan daromadlar hajmining o'rta muddatda, ya'ni 2011-2027-yillarda o'zgarishi qiymatlarining grafik ko'rinishi ifodalandi (2-rasm).

Tadqiqot jarayonida ishlab chiqilib, amaliyotda foydalanish uchun taklif etilayotgan model va shu kabi ssenariylardan foydalanishda turizm xizmatlari bozorida faoliyat yuritayotgan turistik destinatsiyalardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat hajmini oshirish nuqtayi nazaridan kiritilayotgan resurslar (ekzogen omillar) hajmini har bir birlik qo'shimcha kiritilayotgan resurs birligidan olinadigan samarani hisobga olgan holda belgilash ko'rsatilayotgan turistik destinatsiyalardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat samaradorligini optimal ta'minlash imkonini beradi hamda turizm korxonalarini faoliyatining muvozanatlashgan holda barqaror rivojlanishini ta'minlaydi.

Turistik destinatsiya tarkibidagi tadbirkorlik subyektlari uchun murakkab avtomatlashtirilgan markazlashtirilgan boshqaruv mexanizmlarini qo'llash tizimning asosiy serveri va kiruvchi ma'lumotlarni olish nuqtalari o'rtasida katta hajmli ma'lumot almashish jarayonlarini amalga oshirish zarurati bilan cheklangan edi, bu esa bunday tizimlarning asosiy kamchiliklari va cheklanishi sifatida avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlari tarqalishiga sabab bo'ldi.

¹⁷ O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma'lumotlari asosida ishlab chiqilgan.



2-pacm. Turistik destinatsiyalardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat hajmi ko‘rsatkichining 2011-2027-yillarda o‘zgarishi¹⁸, mlrd. so‘m (2023-2027-yil prognoz ko‘rsatkichlari)

Hozirgi kunda bu vazifalarni zamonaviy infratuzilma obyektlari (bulutli saqlash va qayta ishlash texnologiyalari, tezkor simsiz Internet) bemalol amalga oshira oladi. Bunda zamonaviy ERP, MES va boshqa shunday tizimlar o‘z modulli tamoyili bilan bog‘liq asosiy kamchiliklarga ega, kamchiliklarning asosiy sababi – bunday tizimlarni ishlab chiquvchilarning marketing maqsadlari bilan bog‘liq¹⁹.

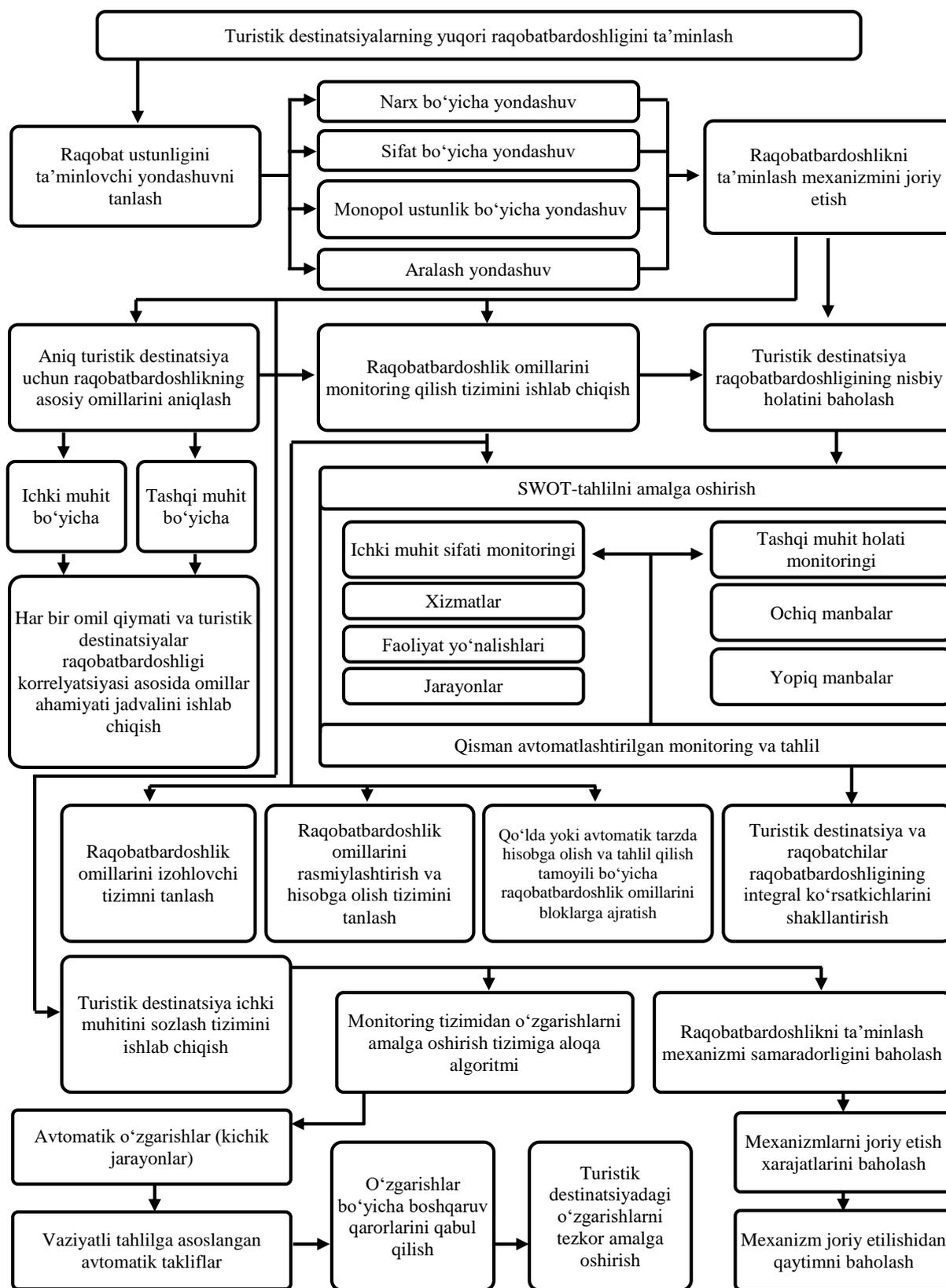
Biroq bunday tizimlar boshqaruv tizimi tomonidan qaror qabul qilish uchun axborot afzalliklari, nisbiy mehnat unumdorligini oshirish va buxgalteriya hisobi sifatini tubdan yaxshilashdek ijobiy ta’sirlarga ega bo‘lsa-da, turistik destinatsiyalar hududidagi turizm korxonalari va infratuzilmalar raqobatbardoshligini belgilovchi omillaridan biri sifatida o‘rganilmaydi.

Yuqoridagi holatlarni o‘rgangan holda, tadqiqot jarayonida turistik destinatsiyalar raqobatbardoshligini ta’minlash mexanizmining konseptual markazlashgan modeli ishlab chiqildi (3-rasm).

Mexanizmning elementlar tarkibi bo‘yicha ko‘rib chiqilsa, uning asosiy maqsadi – joriy va istiqboldagi faoliyat sharoitida turistik destinatsiyaning eng yuqori mumkin bo‘lgan salohiyatdagi raqobatbardoshligini ta’minlashdan iborat. Asosiy maqsad mumkin bo‘lgan barcha ssenariylarni hisobga olgan holda raqobatga muvozanatlashgan, ilmiy asoslangan yondashuvlardan foydalanish zaruratini belgilab beradi.

¹⁸ Muallif tadqiqotlari asosida ishlab chiqilgan.

¹⁹ Григорьев А. А., Титов В. А. Характеристика, структура, организация систем управления ERP, ERP II и ERP III // Фундаментальные исследования. 2017. № 2. С. 48–51.; Саломеева А. Что такое ERP-система // Финансовый директор. URL: <https://fd.ru/articles/1231-cto-takoe-erp-sistema> (дата обращения: 10.04.2019).



3-rasm. Turistik destinatsiyalar raqobatbardoshligini ta'minlash mexanizmi²⁰

Tashqi va ichki omillarning o'ziga xos, dinamik ravishda o'zgaruvchan kombinatsiyasi destinatsiya uchun tanlangan raqobat jarayoniga turli yondashuvlardan foydalanish muvozanatini ta'minlaydi. Destinatsiyalar hududidagi ayrim subyektlar uchun narx omilining

²⁰ Muallif tadqiqotlari asosida ishlab chiqilgan.

raqobatbardoshlikdagi qiymati yuqori darajada bo‘ladi, boshqalari uchun tizim ishlab chiqarishi sifat omillarining murakkab parametrlari birinchi o‘ringa chiqadi, bu esa destinatsiyaning bilvosita marketing faoliyati bilan bog‘liq ichki muhit omillarini o‘z ichiga oladi. Ishlab chiqilgan mexanizmدا turistik destinatsiyalarning raqobatbardoshligiga ta‘sir qiluvchi ichki va tashqi muhit jarayonlarini belgilovchi barcha asosiy omillarning monitoringi va nazorati nuqtalarini birlashtirgan mexanizmدا yagona axborot boshqaruv tizimiga ehtiyojning asosiy roli ko‘rsatib o‘tilgan.

Turistik destinatsiyalar raqobatbardoshlik omillarining integral ko‘rsatkichini aniqlash bo‘yicha tadqiqot jarayonida omil ta‘siri darajasi va omillar vaznini o‘zida umumlashtiruvchi ko‘rsatkichni aniqlash uslubiyoti xususiy holatlar uchun ishlab chiqildi. Turistik destinatsiyalarning alohida omil ko‘rsatkichlarini umumlashtirish jarayonini bir necha bosqichda o‘tkazish maqsadga muvofiq:

$$I_{rok} = \frac{\sum_{i=1}^n T_d(I_{td} \cdot I_v + T_o \cdot O_v + O_{qk} \cdot Q_{vq} + L_t \cdot L_{vq} + X_t \cdot X_{vq})}{n}$$

Ko‘rsatib o‘tilgan uslubiyot asosida faoliyati joylashtirish (mehmonxona) xizmatlaridan iborat bo‘lgan Buxoro viloyatida joylashgan “Labi Hovuz” va Samarqand viloyatida joylashgan “Ibn Sino” destinatsiyalarining 3 ta asosiy omil sifatida tanlangan xizmat tariflarining o‘rtacha narxlari, xizmat ko‘rsatuvchi va boshqaruvchi xodimlarning malaka darajasi hamda turistik destinatsiyaning resurs komponentlari omillari asosida ularning raqobatbardoshlik omillari integral ko‘rsatkichlari hisoblandi va baholandi.

Uslubiyotda taklif etilayotgan bog‘lanish asosida “Labi Hovuz” destinatsiyasi uchun raqobatbardoshlik omillarining integral ko‘rsatkichini aniqlaymiz:

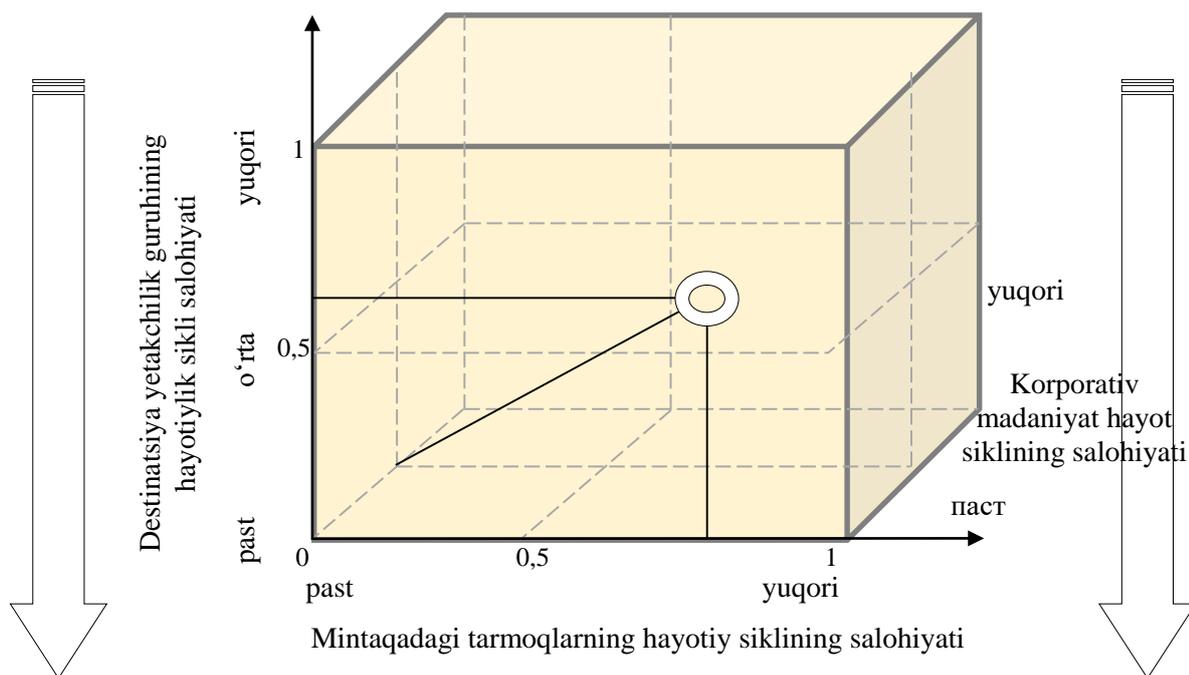
$$I_{rok} = \frac{0,6(8 \cdot 0,6 + 7 \cdot 0,4 + 7 \cdot 0,5 + 0,15 \cdot 0,5 + 8 \cdot 0,5)}{3} + \frac{0,7(6 \cdot 0,4 + 6 \cdot 0,3 + 6 \cdot 0,4 + 0,1 \cdot 0,3 + 5 \cdot 0,35)}{3} + \frac{0,8(8 \cdot 0,3 + 7 \cdot 0,4 + 8 \cdot 0,5 + 0,2 \cdot 0,3 + 7 \cdot 0,4)}{3} = \frac{9,1 + 5,87 + 9,6}{3} = \frac{24,6}{3} = 8,2$$

Samarqand viloyatidagi “Ibn Sino” destinatsiyasi uchun raqobatbardoshlik omillarining integral ko‘rsatkichi quyidagicha:

$$I_{rok} = \frac{0,7(7 \cdot 0,7 + 8 \cdot 0,6 + 6 \cdot 0,6 + 0,2 \cdot 0,7 + 7 \cdot 0,6)}{3} + \frac{0,6(5 \cdot 0,4 + 6 \cdot 0,4 + 7 \cdot 0,5 + 0,15 \cdot 0,3 + 6 \cdot 0,4)}{3} + \frac{0,9(7 \cdot 0,2 + 8 \cdot 0,5 + 7 \cdot 0,4 + 0,15 \cdot 0,4 + 6 \cdot 0,5)}{3} = \frac{12,3 + 6,2 + 10,1}{3} = \frac{28,6}{3} = 9,5$$

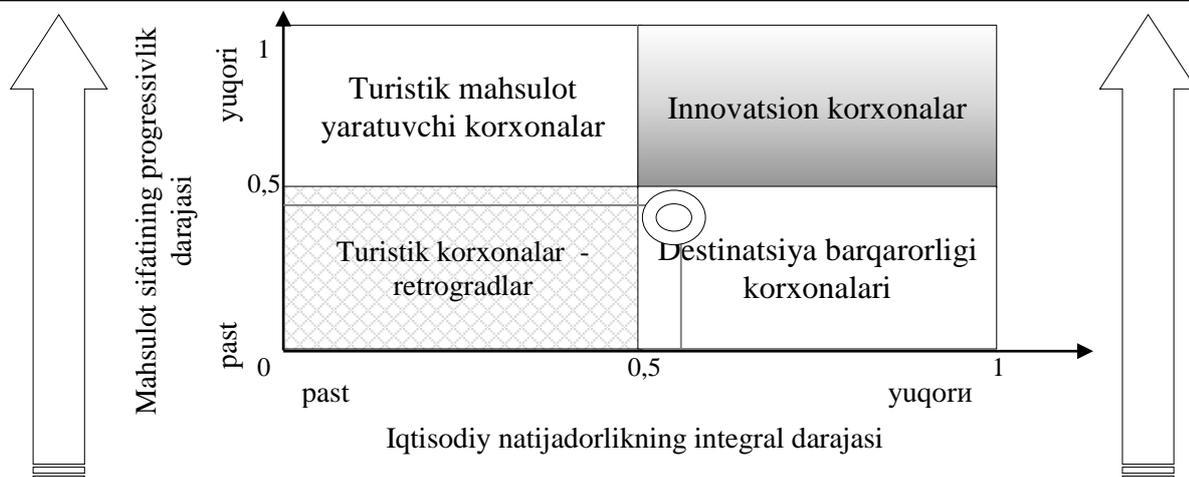
Har ikki turistik destinatsiyaning raqobatbardoshlik omillari integral ko‘rsatkichlari qiymati bo‘yicha “Ibn Sino” destinatsiyasi yuqori ko‘rsatkichga (9,5) va “Labi Hovuz” destinatsiyasi nisbatan past ko‘rsatkichga (8,2) ega bo‘lgan. Bu mexanizmni turistik destinatsiya hududidagi korxonalarda muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun, avvalo, destinatsiyalarning raqobatbardoshligi mutlaq va nisbiy qiymat sifatida baholanadigan integral mezonni aniq shakllantirish va o‘zgarishlar sharoitida kuzatib borish zarur. Shu bilan birga, “dinamik SWOT tahlil” usuli asosida, ba’zi omillarni, agar ular belgilangan qiymatlardan chetga chiqsa, ularni tuzatish uchun taktik va strategik boshqaruv qarorlarini qabul qilishning ishchi algoritmini amalga oshirish lozim.

Turistik destinatsiya majmuasining hayot sikli potensialining uch omilli matritsasi
(destinatsiya rivojlanishiga evolutsiyon va siklik ta'sir)



Turistik destinatsiyalar majmuasi raqobatbardoshligining asosiy ko'rsatkichi 5 ta farqlovchini hisobga oluvchi integral ko'rsatkichdir:

- 1) turizm sohasi hayotiy siklining salohiyati; 2) destinatsiya boshqaruv guruhining hayot sikli salohiyati; 3) destinatsiya korporativ madaniyatining hayot siklining salohiyati; 4) destinatsiya majmuasining yaxlit iqtisodiy samaradorligi darajasi; 5) destinatsiya tomonidan taqdim etilayotgan turizm mahsulotlari sifatining progressivlik darajasi



Turistik destinatsiyalar majmuasi xarajatlar salohiyatining ikki omilli matritsasi (mahsulotning iste'mol qiymatiga yig'ma ta'sir)

4-rasm. Turistik destinatsiyalarda yaxlit majmua bo'yicha raqobatbardoshlik muhim differensiatorlarining konseptual modeli²¹

²¹ Muallif tadqiqotlari asosida ishlab chiqilgan.

Turistik destinatsiyalar majmuasini shakllantirish va ularning raqobatbardoshligini ta'minlash strategiyasini amalga oshirishda yaxlit majmua bo'yicha raqobatbardoshlikning muhim differensiatorlari konseptual modelini hisobga olinishi tavsiya etiladi (4-rasm).

Turistik destinatsiyalarni barqaror rivojlantirish bo'yicha mintaqaviy va hududiy dasturlarni shakllantirish asosan rejalashtirish uchun gradatsion yondashuvlardan farq qiladi, chunki turizm mahsulotlarini ishlab chiqarishning yakuniy mahsuloti turli tarmoq korxonalarini tomonidan ishlab chiqarilgan va murakkab mahsulotidir. Bu mahsulot turli tarmoqlar kesishuvida hosil bo'ladi, shuning uchun turistik destinatsiyalarni barqaror rivojlanish dasturlarini shakllantirishda, u zarur ijtimoiy-iqtisodiy nisbatlarini hosil qilishda, mustaqil hududiy iqtisodiy kompleks sifatida mintaqa rivojlanishida tavsiya etiladi.

XULOSA

Mazkur tadqiqot natijalari asosida quyidagi ilmiy xulosa, taklif va tavsiyalar ishlab chiqildi:

1. "Turistik destinatsiya" tushunchasi aniq chegaraga ega turizm resursi; milliy, hududiy va mahalliy darajada aniq amalga oshirish mexanizmi mavjud yagona boshqaruv strategiyasiga ega tizim; ko'p bosqichli kompleks turizm mahsuloti, turistlar, tadbirkorlar va mahalliy boshqaruv tuzilmalarining murakkab o'zaro munosabatlari natijasida foydalaniluvchi turizm resursi; faqatgina iste'mol qiymatiga ega bo'lmay, turizm tajribasini shakllantiruvchi turizm mahsuloti singari asosiy belgilarga ega mahsulot, hudud, iste'mol qiymatiga ega qadriyat sifatida talqin etilishi maqsadga muvofiq.

2. Turistik destinatsiyalarning rivojlanganlik darajasi, ijtimoiy-iqtisodiy, tabiiy sharoiti, ya'ni tabiat komplekslari, texnik infratuzilmalarining rivojlanganligi sanoat tarmog'i, xizmat ko'rsatish tizimi, madaniyat, san'at, ilm-fanning rivojlanganligi singari omillar turistik destinatsiyalarning raqobatbardoshlik darajasini shakllantiradi.

3. Turistik destinatsiyalarning raqobat ustunliklarini yaxshilash uchun samarali boshqaruv qarorlarini shakllantirish algoritmi ishlab chiqildi. Algoritmga muvofiq, dastlabki bosqichda turistik destinatsiyalar faoliyatining bozor talablariga mos kelishi yoki nomuvofiqligini aniqlash lozim. Raqobatbardoshlikni ta'minlash samaradorligi har bir yo'nalish bo'yicha natija olish yo'llarini hamda sarflangan xarajatlarni o'rganib chiqishni talab etadi.

4. Mamlakatimizda turizm sohasi rivojlanishini ifodalovchi asosiy statistik ko'rsatkichlar tahlili makro darajada turizm sohasining rivojlanishi 2020-yilgacha bo'lgan davrda barqaror va jadal sur'atlarda rivojlanish tendensiyasiga ega bo'lganligini ko'rsatadi. Pandemiya davrida soha yetarli darajada resurs salohiyati mavjud bo'lishiga qarama-kerak, kirish turizmiga asoslanganligi sababli keskin pasaygan va 2021-yildan bugungi kungacha bo'lgan davrda tebranish keskinligi barqarorlashib bormoqda.

5. Turistik destinatsiyalarning resurs salohiyati asosida hududlarni guruhlash mavjud salohiyat asosida kiritilayotgan moliyaviy resurslarni manzilli yo'naltirish hamda ulardan olinayotgan samarani maksimalashtirish imkonini beradi. Ushbu yondashuvni hisobga olgan holda Buxoro viloyati hududlarini salohiyat bo'yicha destinatsiyalar miqdori va ularning resurs komponentlari sifatidan kelib chiqib guruhlashga harakat qilindi. Statistik guruhlash uslubiyotidan foydalangan holda Buxoro viloyatidagi ma'muriy-hududiy birliklar 6 ta asosiy parametrdagi ifodalanuvchi resurs komponentlari asosida 3 ta guruhga ajratilib, bu guruhlar o'z ichiga yuqori, o'rta va past resurs salohiyatiga ega hududlarga ajratilgan.

6. Turli ijtimoiy-iqtisodiy tizimlar faoliyat samaradorligiga omillar ta'sirini tahlil qilish va o'rganishning bir qancha ilmiy asoslangan samarali uslubiyotlari mavjud bo'lib, tadqiqot ishida turistik destinatsiyalar raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi eng muhim omillarni ajratib olish hamda ularni baholashda omil ko'rsatkichlari ta'sir darajasi va ta'sir kuchini baholash imkonini kengroq bo'lgan SWOT-tahlil usulidan foydalanildi. SWOT-matritsadagi qismlarning o'zaro bog'lanishi asosida destinatsiyalarning raqobat ustunliklarini oshirish imkoniyatlari baholangan.

7. Turistik destinatsiyalar raqobatbardoshligi va raqobat ustunligini belgilovchi omillarni baholashda chegaralangan hudud doirasida destinatsiyalar hududida faoliyatni amalga oshiruvchi

tadbirkorlik subyektlari orasida belgilangan omillarning muhimligini aniqlashga yordam beruvchi anketa so'rovnomalari o'tkazildi va uning natijalari tahlil qilingan.

8. Ko'p omilli modellar asosida turistik destinatsiyalarda yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat hajmi va unga ta'sir etuvchi omillarni boshqarish yo'nalishlarini aniqlash asosida turistik destinatsiyalardan foydalanish asosida sohada yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat hajmining 2023-2027-yillar uchun maqsadli prognoz ko'rsatkichlari aniqlangan.

9. Turistik destinatsiyalar raqobatbardoshlik omillarining integral ko'rsatkichini aniqlash bo'yicha omil ta'siri darajasi va omillarning vaznini o'zida umumlashtiruvchi ko'rsatkichni aniqlash uslubiyoti xususiy holatlar uchun ishlab chiqildi. Buxoro ("Labi Hovuz" turistik destinatsiyasi – integral ko'rsatkich 9,5) va Samarqand ("Ibn Sino" turistik destinatsiyasi – integral ko'rsatkich 8,2) viloyatlaridan tanlab olingan 2 ta destinatsiyaning raqobatbardoshlik omillarining integral ko'rsatkichi aniqlandi. Ushbu uslubiyot xususiy holat uchun ishlab chiqilgan bo'lsa-da, undan qiyosiy tahlilda umumiy holatda foydalanish mumkinligi asoslangan.

10. Turistik destinatsiyalarni majmuaviy asosda rivojlantirish va raqobatbardoshligini oshirish borasida turistik destinatsiyalarda yaxlit majmua bo'yicha raqobatbardoshlikdagi muhim differentsiatorlarning konseptual modeli asosida turistik destinatsiyalar majmuini strategik rivojlantirish hamda ularning raqobatbardoshligi va barqarorligini ta'minlash modellari takomillashtirilgan.

**РАЗОВЫЙ НАУЧНЫЙ СОВЕТ ПРИ НАУЧНОМ СОВЕТЕ DSc.03/10.12.2019.I.16.01 ПО
ПРИСУЖДЕНИЮ УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ
ПРИ ТАШКЕНТСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ
УНИВЕРСИТЕТЕ**

БУХАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ХАМИДОВ САИДЖОН КОМИЛОВИЧ

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ УПРАВЛЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ТУРИСТИЧЕСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ**

08.00.17 – Туризм и гостиничная деятельность (экономические науки)
08.00.13 – Менеджмент

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации доктора философии (PhD) по экономическим наукам

Ташкент – 2024

Тема диссертации доктора философии (PhD) зарегистрирована под № В2022.4.PhD/Iqt2707 в Высшей Аттестационной комиссии Республики Узбекистан.

Диссертация выполнена в Бухарском государственном университете.

Автореферат диссертации размещен на трех языках (узбекский, русский, английский (резюме)) на сайте Научного совета (tdiu@tsue.uz) и на информационно-образовательном портале «Ziyonet» (www.ziyonet.uz).

Научный руководитель: Мирзаев Абдуллажон Толибович
доктор экономических наук (DSc), доцент

Официальные оппоненты: Норчаев Асатулло Норбутаевич
доктор экономических наук, профессор
Миржалилова Дилдора Шухратовна
доктор философии по экономическим наукам, доцент

Ведущая организация: Каршинский инженерно-экономический институт

Защита диссертации состоится в « 16⁰⁰ » часов « 5 » 03 2024 года на Разового Научного совета при Научном совете DSc.03/10.12.2019.I.16.01 по присуждению ученых степеней при Ташкентском государственном экономическом университете. Адрес: 100066, Узбекистан, город: Ташкент, ул. И.Каримова,, 49 Tel.: (99871) 239-01-49; faks: (99871) 239-41-23; e-mail: tdiu@tsue.uz

С диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Ташкентского государственного экономического университета (зарегистрирована под № 1404 (Адрес: 100066, Узбекистан, Город: Ташкент, ул. Ислама Каримова, 49 Tel.: (99871) 239-01-49; faks: (99871) 239-41-23; e-mail: tdiu@tsue.uz

ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора философии (PhD))

Актуальность и востребованность темы диссертации. В мире на основе интенсивных изменений в процессах кооперации отраслей и сфер и экономической интеграции предпринимаются усилия по усвоению мультипликативного эффекта, особое внимание уделяется обеспечению экономического прогресса на основе развития дестинаций в сфере туризма, сбалансированному развитию регионов и, таким образом, повышению уровня жизни населения. «...Объем доходов от туристической деятельности в 2020 году снизился на 72% по сравнению с показателем до пандемии. Однако на конец 2021 года объем валовых услуг туристической отрасли увеличился на 4% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года»¹. В развитии сферы туризма важное значение приобретает эффективное использование имеющихся и перспективных возможностей, определение конкурентных преимуществ туристских дестинаций на основе методологий исследований и совершенствование механизма стратегического управления деятельностью.

В мире проводится много исследований по совершенствованию механизмов стратегического управления развитием всех структур туристских дестинаций и их конкурентоспособностью. Приоритетными дестинациями научных исследований в этой области являются исследования по определению влияния туристских дестинаций на экономику стран и регионов, эффективному использованию потенциала и инфраструктурной деятельности регионов, увеличению объема инвестиций, направляемых в регионы их расположения, формированию, развитию деятельности туристских кластеров на основе расширения дестинаций и совершенствованию механизмов управления в них конкурентоспособностью, использованию экономико-математического моделирования с учетом факторов, влияющих на конкурентоспособность дестинаций, многовариантных сценариев, обеспечивающих конкурентное преимущество.

В Узбекистане на предстоящем этапе проводимых реформ по комплексному развитию сферы туризма особое внимание уделяется увеличению числа туристов за счет развития деятельности на основе широкого привлечения субъектов предпринимательства в туристские дестинации и дальнейшего расширения экономических рычагов для них, совершенствования механизмов управления развитием и конкурентоспособностью туристских дестинаций. «...Определены задачи по увеличению численности занятых в сфере туризма в 2 раза до 520 тыс. человек к 2026 году, развитию инфраструктуры туризма и объектов культурного наследия и принятию государственной программы по эффективному использованию более 8 тыс. объектов культурного наследия»². Реализация указанных задач требует совершенствования механизмов, связанных с целевым использованием компонентов имеющихся туристских ресурсов в развитии деятельности туристских дестинаций, принятием мер по повышению эффективности деятельности дестинаций, влияющих на развитие региональной экономики, расширению возможностей повышения конкурентоспособности туристских дестинаций.

Диссертация в определенной степени послужит реализации задач, определенных в указах Президента Республики Узбекистан №УП-4861 «О мерах по обеспечению ускоренного развития сферы туризма Республики Узбекистан» от 2 декабря 2016 года, №УП-5326 «О дополнительных организационных мерах по созданию благоприятных условий для развития туристского потенциала Республики Узбекистан» от 3 февраля 2018 года, №УП-6165 «О мерах по дальнейшему развитию внутреннего и паломнического туризма в Республике Узбекистан» от 9 февраля 2021 года, №УП-60 «О стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы» от 28 января 2022 года, постановлений №ПП-3514 «О мерах по обеспечению ускоренного развития внутреннего туризма» от 7 февраля 2018 года, №ПП-4095 «О мерах по ускоренному развитию туристской отрасли» от 5 января 2019 года, №ПП-232 «О

¹ World tourism barometer. Tourlib.ne. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.unwto.org/news/tourism-grows-4-in-2021-but-remains-far-below-pre-pandemic-levels>.

² Указ Президента Республики Узбекистан от 28 января 2022 года № УП-60 «О новой стратегии развития Узбекистана на 2022-2026 годы».

дополнительных мерах по диверсификации услуг внутреннего туризма» от 30 апреля 2022 года, а также других нормативно-правовых документов относительно данной сферы деятельности.

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

Степень изученности проблемы. В зарубежных странах осуществлен ряд научно-исследовательских работ по развитию туристических дестинаций и управлению их конкурентоспособностью. В частности, особого внимания заслуживают исследования таких зарубежных ученых как N.Leiper, U.Martini, U.Fremke, T.Mixaylik, J.Saarinen, M.Meskon, M.Albert, P.Druker, R.Davidson, R.Maitland, F.Kotler³. В исследованиях этих ученых в определенной степени теоретически и методологически изучена сфера туризма, а также развитие деятельности туристических дестинаций, теоретические аспекты процессов управления конкурентоспособностью в них, механизмы повышения эффективности ее использования.

В странах Содружества независимых государств (СНГ) теоретические и методические аспекты развития внутреннего туризма и процессов его управления подробно рассмотрены учеными, такими как Д.Д.Вачугов, Н.В.Кузнецова, А.Д.Чудновский, Н.А.Гончарова, М.А.Морозов, Т.Я.Иваницкая, Е.В.Борисова, С.В.Захарова, Е.В.Куценко⁴. В данных исследованиях ученые СНГ исследовали развитие туристических дестинаций и аспекты управления конкурентоспособностью в них, а также уделили внимание оценке факторов, влияющих на развитие отрасли.

Развитие сферы туризма в Узбекистане, включая туристические дестинации и процессы управления конкурентоспособностью отражены в работах ученых, таких как М.Шарифхужаев, М.К.Пардаев, И.С.Тухлиев, Н.К.Йулдошев, А.А.Эштаев, О.Х.Хамидов,

³ Leiper N. *Tourism management* / N. Leiper. – 3rd edn. – Sidney: Pearson Education Australia, 2004. – 326 p.; Martini, Umberto. *Management dei sistemi territoriali: Gestione e marketing delle destinazioni Turistiche*. Vol. 27. G Giappichelli Editore, 2015.; Framke W. The destination as a concept: a discussion of the businessrelated perspective versus the socio-cultural approach in tourism theory / W.Framke // *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. – 2002. – № 2 (2). –P. 92-108.; Mihalic T., 2000. Environmental management of a tourist destination: a factor of tourism competitiveness. *Tourism Management*, 21(1), 65-78 pp.; Saarinen J. Destinations in change: the transformation process of tourist destinations / J. Saarinen // *Tourist Studies*. – 2004. – № 4 (2). – P. 161-179.; Мескон М., Альберт М. др. *Основы менеджмента*, – М.: Дело, 1997. – С. 56.; Друкер П. *Практика менеджмента* / Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2007. – С.398.; Drucker, P. (1977). *People and Performance: The Best of Peter Drucker on Management*. New York: Harper & Row. 317 p.; Davidson R., Maitland R. *Tourism destinations* / R. Davidson, R.Maitland. – London: Hodder & Stoughton, 1997. – P.4.; Котлер Ф. *Маркетинг. Гостеприимство. Туризм* / Ф. Котлер, Дж.Боуэн, Дж. Мейкенз; пер. с англ. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮнитиДана, 2012. – 289-300 с.; Портер М. *Международная конкуренция* [Текст]: пер. с англ. / М. Портер; под.ред. В.Д. Щетинина. – М.: МО, 1993. – С. 49.

⁴ Вачугов Д.Д. *Основы менеджмента: учебное пособие*. – М.: Высшая школа, 2005. – С.59.; Кузнецова Н.В. *История менеджмента*. Изд-во Дальневосточного университета, 2004.; Чудновский А.Д., Королев Н.В., Гаврилова Е.А., Жукова М.А., Зайцева Н.А. *Менеджмент туризма: учебник*. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – С.33.; Гончарова Н.А. *Формирование системы управления туристской дестинацией*. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Санкт-Петербург: НОУ ВПО «БАТИП», 2014. – С. 17.; Морозов М.А., Морозова Н.С. *Моделирование и прогнозирование развития туристских дестинаций*. *Сервис plus*, 2014. Т. 8. №3. – С. 32-39.; Иваницкая Т.Ю. *Развитие туристических услуг на основе маркетинга*. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Белгород: 2010. – С. 11-12.; Борисова Е.В. *Разработка метода и моделей управления организационно-экономической устойчивостью промышленных предприятий путем завоевывания и использования конкурентного преимущества–обслуживания потребителей*: дис. канд. экон. наук. – М., 2009. – С.43, 176.; Захарова С.В. *Формирование и развитие организационно-экономического механизма управления конкурентоустойчивостью предприятия*: дис. канд. экон. наук. – Саратов, 2006. – С.21-23, 215.; Куценко Е.В. *Повышение конкурентоспособности гостиничных предприятий в современных рыночных условиях*. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Донецк: ДНУ, 2017. – С. 15.

Б.Н.Навруз-зода, Н.С.Ибрагимов, М.Т.Алиева, М.Т.Алимова, Б.Ш.Сафаров, Н.Т.Тухлиев, А.Н.Норчаев, А.Т.Мирзаев⁵.

Вышеуказанные ученые внесли свой вклад в управление туристической деятельностью и развитие рынка туристических услуг, провели научно-теоретические исследования по совершенствованию механизмов управления развитием сферы туризма и конкурентоспособностью в них, дальнейшему наращиванию туристского потенциала. Однако ими недостаточно изучены такие вопросы, как управление уровнем конкурентоспособности и развитие конкурентных преимуществ в разрезе туристских дестинаций, развитие дестинаций в разрезе территорий, повышение эффективности развития туристских дестинаций, оценка ресурсного потенциала в их развитии. Актуальными вопросами являются исследование механизмов развития туристских дестинаций и обеспечения их конкурентоспособности в регионах нашей страны с высоким туристским потенциалом, повышение эффективности управления на основе оценки факторов, влияющих на управление конкурентоспособностью дестинаций.

Связь исследования с планами научно-исследовательской работы высшего учебного заведения, в котором выполнена диссертация. Диссертационное исследование выполнено в соответствии с планом научно-исследовательских работ Бухарского государственного университета в рамках научного проекта «Развитие регионального туризма».

Цель исследования заключается в разработке предложений и рекомендаций по совершенствованию механизмов управления конкурентоспособностью туристических дестинаций.

Задачи исследования:

исследование подходов к сущности туристических дестинаций и теоретико-методологических аспектов формирования туристических дестинаций;

теоретическое исследование особенностей конкурентоспособности и управления ею в туристических дестинациях и процессов управления конкурентоспособностью в туристических дестинациях и методики ее оценки;

анализ деятельности туристических дестинаций на рынке туристических услуг;

количественный и качественный анализ ресурсного потенциала при группировке туристических дестинаций и оценка влияния факторов на уровень конкурентоспособности туристических дестинаций;

⁵ Шарифхўжаев М., Абдуллаев Ё. Менежмент: Дарслик. – Тошкент: Ўқитувчи, 2001 й. 75-77-б.; Пардаев М.К., Атабаев Р. Туристтик ресурсларни таҳлил қилиш ва баҳолаш. – Самарқанд: СамИСИ, 2006. - 137 б.; Boltabayev M.P, Tuxliyev I.C. Turizm: nazariya va amaliyot. – Т.: Fan va texnologiya, 2018, - 400 б.; Yoʻldoshev N.K., Zaxidov G.E. Menejment: oʻquv qoʻllanma. – Т.: Oʻzbekiston milliy faylasufi jamiyati, 2018. – 392 б.; Эштаев А.А. Глобаллашув шароитида туризм индустриясини бошқаришнинг маркетинг стратегияси (Ўзбекистон Республикаси туризм тармоғи мисолида). Иқтисодий фанлари доктори илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация. – С.: СамИСИ, 2019. – 246 б.; Хамидов О.Х. Выбор конкурентной стратегии предприятия на рынке туристических услуг Узбекистана: Дисс...канд. экон. наук. – С.: СамИСИ, 2006. – С.155.; Навруз-зода Б.Н., Ибрагимов Н.С. «Дестинейшн менеджмент» как инструмент сочетания туристического спроса и предложения. – М.: Экономика и финансы, 2005. №5. – С.43-45.; Алиева М.Т. Иқтисодий эркинлаштириш шароитида туризм хизматлари соҳасини бошқаришнинг иқтисодий жиҳатлари (Ўзбекистон Республикаси мисолида). Иқтисодий фанлари доктори илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертацияси. – Самарқанд: СамИСИ, 2019. – 287 б.; Алимова М.Т. Худудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденциялари (Самарқанд вилояти мисолида): иқтисодий фанлари доктори илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация. – С.: СамИСИ, 2017. – 265 б.; Сафаров Б.Ш. Миллий туристик хизматлар бозорини инновацион ривожлантиришнинг методологик-услубий асосларини такомиллаштириш: иқтисодий фанлари доктори илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация. – С.: СамИСИ, 2016. – 254 б.; Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Национальные модели развития туризма. – Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. – С.24.; Норчаев А.Н. Халқаро туризм ривожланишининг иқтисодий ўсишга таъсири (Испания мисолида): Иқт.фан.номз. дисс. – Т., 2004. - 136 б.; Мирзаев А.Т. Ўзбекистонда туристик-рекреация фаолиятини бошқариш методологиясини такомиллаштириш. Иқтисодий фанлари доктори (DSc.) илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация. – Т.: ТДИУ. 2021. 254-б.

моделирование устойчивого развития туристических дестинаций на основе факторов конкурентоспособности и управления, а также совершенствование механизмов управления конкурентоспособностью в туристических дестинациях;

определение возможностей повышения конкурентоспособности национальных туристических предприятий на основе кластеризации дестинаций.

Объектом исследования выбраны туристические дестинации с туристско-ресурсным потенциалом и процессы управления их конкурентоспособностью.

Предметом исследования является комплекс социально-экономических отношений, связанных с процессами управления развитием и конкурентоспособностью туристических дестинаций.

Методы исследования. В диссертационной работе использованы методы научной абстракции, анализа и синтеза, метод экспертных оценок, статистического анализа и группировки, системного анализа, проведения анкетных опросов, их анализа, SWOT-анализа, эконометрического моделирования.

Научная новизна исследования состоит из следующем:

обосновано понятие «туристическая дестинация» наряду с туристическим ресурсом с четкими границами, системой с единой стратегией управления, многоуровневым комплексным туристическим продуктом, туристическим ресурсом, используемом в результате сложных взаимоотношений и как потребительская ценность интерпретируется еще как продукт, территория, формирующая туристский опыт, ценность с потребительской значимостью, согласно методическому подходу;

обосновано предложение концентрирования дестинаций Бухарского, Каганского и Гиждуванского районов в туристических комплексах на основе демографических, транспортных и инфраструктурных, социально-культурных и туристических показателей безопасности сгруппированных природно-ландшафтных, экологических, экономических субъектов туристических дестинаций Бухарской области;

усовершенствована методика определения интегрального показателя факторов конкурентоспособности, обобщающего в себе степень факторного влияния факторов конкурентоспособности и долю факторов по частным случаям на примере туристических дестинаций «Лаби Ховуз» в Бухарской области ($R_B = 9,5$) и «Ибн Сино» в Самаркандской области ($R_S = 8,2$);

разработаны прогнозные показатели объема валовой добавленной стоимости, созданной в туристических дестинациях до 2027 года на основе корреляции таких факторов, как количество хозяйствующих субъектов, работающих в туристических дестинациях, объем вложенных инвестиций, численность обслуживаемых клиентов и численность населения, занятого в туристических дестинациях.

Практические результаты исследования заключаются в следующем:

проанализированы тенденции изменения развития существующих туристических дестинаций в регионах нашей страны на основе динамических рядов официальных статистических данных, а также оценены тренды тенденций;

используя методику статистической группировки, административно-территориальные единицы Бухарской области были разделены на 3 группы на основе ресурсных компонентов, представленных по 6 основным параметрам и эти группы включали территории с высоким, средним и низким ресурсным потенциалом;

проведены анкетные опросы, которых помогли определить значимость установленных факторов и проанализированы их результаты при оценке факторов конкурентоспособности туристических дестинаций среди субъектов хозяйствования, осуществляющих деятельность на территории дестинаций в пределах разграниченной территории;

разработана и рекомендована к применению на практике концептуально-централизованная модель механизма обеспечения конкурентоспособности туристических дестинаций;

усовершенствованы модели стратегического развития комплекса туристических дестинаций и обеспечения их конкурентоспособности и стабильности.

Достоверность результатов исследования объясняется целесообразностью методических подходов и методов, использованных в исследовании, получением информации из официальных источников базы данных, в том числе из источников статистических данных Министерства культуры и туризма Республики Узбекистан, Государственного агентства статистики при Президенте Республики Узбекистан и в частности, управления статистики Бухарской области а также апробацией на практике соответствующих выводов и предложений, одобрением полученных результатов уполномоченными государственными структурами.

Научная и практическая значимость результатов исследования. Научная значимость результатов исследования объясняется тем, что разработанные в ходе исследования теоретические, методические, практические предложения и рекомендации направлены на развитие туристических дестинаций и управление их конкурентоспособностью в условиях либерализации экономики, эффективное функционирование отрасли в дестинациях в регионах нашей республики, развитие дестинаций в регионах нашей страны и обеспечение их конкурентоспособности на основе стратегий управления, также тем, что может быть использовано для повышения эффективности системы управления в процессе дальнейшего углубления проводимых реформ в области развития туристических дестинаций в регионах.

Практическая значимость результатов исследования обусловлена их использованием в качестве научно-методического ресурса в деятельности Министерства культуры и туризма Республики Узбекистан, при разработке мероприятий по совершенствованию деятельности предприятий, субъектов национальной экономики, занимающихся деятельностью туристических дестинаций в регионах, использованием деятельности дестинаций в качестве научно-методического ресурса при разработке учебных пособий и учебников по таким предметам, как «Управление туризмом», «Менеджмент дестинаций», «Инфраструктура туризма», «Рекреационный туризм» для специалистов, обучающихся в высших учебных заведениях, при создании краткосрочных и долгосрочных стратегий экономического развития и их применении на практике.

Внедренность результатов исследования. На основе полученных научных результатов по совершенствованию механизмов управления конкурентоспособностью туристических дестинаций:

теоретико-методические материалы о том, что согласно методическому подходу понятие «туристическая дестинация» наряду с туристическим ресурсом с четкими границами, системой с единой стратегией управления, многоуровневым комплексным туристическим продуктом, туристическим ресурсом, используемом в результате сложных взаимоотношений и как потребительская ценность интерпретируется еще и как продукт, территория, формирующая туристический опыт, ценность с потребительской значимостью использованы при подготовке учебника «Принципы розничной торговли», рекомендованного для студентов высших учебных заведений (приказ № 68 Министерства высшего образования, науки и инноваций Республики Узбекистан от 27 марта 2023 года). В результате внедрения данного научного предложения в практику у студентов появилась возможность расширить теоретические знания об экономическом содержании туристической дестинации и сформировать навыки практического применения;

предложение по концентрации дестинаций Бухарского, Каганского и Гиждуванского районов в туристических комплексах на основе демографических, транспортных и инфраструктурных, социально-культурных и туристических показателей безопасности сгруппированных природно-ландшафтных, экологических, экономических субъектов туристических дестинаций Бухарской области внедрена в деятельность Министерства культуры и туризма Республики Узбекистан (справка №05-12-15-4565 Министерства культуры и туризма Республики Узбекистан от 3 июля 2023 года). В результате внедрения

данной научной новизны в практику повысилась точность результатов стратегической оценки деятельности туристических дестинаций в регионах по 3 группам на основе методики Стерджесса;

предложена по усовершенствованию методики определения интегрального показателя факторов конкурентоспособности, обобщающего в себе степень факторного влияния факторов конкурентоспособности и долю факторов по частным случаям на примере туристических дестинаций «Лабн Ховуз» в Бухарской области ($R_B=9,5$) и «Ибн Сино» в Самаркандской области (коэффициент 8,2) внедрена в деятельность Министерства Культуры и туризма Республики Узбекистан (справка №05-12-15-4565 Министерства Культуры и туризма Республики Узбекистан от 3 июля 2023 года). В результате внедрения данной научной новизны в практику повысилась точность результатов сравнительной оценки конкурентоспособности туристических дестинаций за счет интегрального показателя факторов конкурентоспособности, превышающего 0.

прогнозные показатели объема валовой добавленной стоимости, созданной в туристических дестинациях до 2027 года на основе корреляции таких факторов, как количество хозяйствующих субъектов, работающих в туристических дестинациях, объем вложенных инвестиций, численность обслуживаемых клиентов и численность населения, занятого в туристических дестинациях внедрена в деятельность Министерства Культуры и туризма Республики Узбекистан (справка №05-12-15-4565 Министерства Культуры и туризма Республики Узбекистан от 3 июля 2023 года). В результате внедрения этой научной новизны на макроуровне разработаны целевые прогнозные показатели объема валовой добавленной стоимости, созданной в туристических дестинациях, до 2027 года, с интервалом дисперсии, равным диапазону 0,29 %, на основе нелинейной модели с высоким общим уровнем качества (критерий Дарбина-Уотсона равен 1,97).

Апробация результатов исследования. Результаты исследования обсуждены на 9 (в том числе на 5 международных и 4 республиканских) научно-практических конференциях.

Публикация результатов исследования. Всего по теме исследования опубликовано 14 научных работ, в том числе 5 статей в научных изданиях, рекомендованных ВАК Республики Узбекистан для публикации основных научных результатов докторских диссертаций, из них 3 в республиканских и 2 в зарубежных журналах.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, 3 глав, охватывающих 9 параграфов, заключения, списка использованной литературы и приложений. Общий объем составляет 156 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** обоснована актуальность и востребованность темы диссертации, описаны цель, задачи, объект и предмет исследования, указано соответствие приоритетным направлениям развития науки и технологий республики, изложены научная новизна, практические результаты исследования, освещена научно-практическая значимость полученных результатов, представлена информация о внедрении результатов исследования в практику, опубликованных работах и структуре диссертации.

В первой главе диссертации под названием «**Теоретико-методологические основы управления конкурентоспособностью в туристических дестинациях**» научно-теоретически и методологически исследованы подходы к сущности туристических дестинаций и теоретико-методические аспекты формирования туристических дестинаций, особенности конкурентоспособности и управления ею в туристских дестинациях, а также вопросы процессов управления конкурентоспособностью в туристических дестинациях и методики ее оценки.

Учитывая, что туризм сегодня является наиболее динамично развивающейся и быстро адаптирующейся к происходящим изменениям отраслью сферы услуг, а также возможность краткосрочного расширения отрасли на основе еще не освоенных природно-экономических

ресурсов, развитие этой отрасли в нашей стране определено как одно из приоритетных направлений. Развитие сферы туризма во многом зависит, как уже говорилось, от наличия имеющихся природных и экономических ресурсов и включения этих ресурсов в хозяйственную деятельность. В экономической терминологии «туристической дестинацией» называется территория, которую выбирают туристы, то есть потребители услуг, и на которой потребляются услуги, созданные на этой территории⁶.

Термин «дестинация» изначально возник в рамках системного подхода к туристической деятельности. Согласно модели Н.Лейпера, туристическая система требует наличия как минимум 5 взаимосвязанных элементов, состоящих из туристов (потребителей), территорий, через которые формируются туристы, транзитных территорий, через которые проходят туристы, туристических дестинаций и туристической индустрии⁷.

В связи с тем, что понятие туристического назначения формируется в течение длительного периода, а также изучается до сих пор, существует ряд других подходов к содержанию этого понятия, которые отличаются от вышеперечисленных подходов. В связи с этим в некоторых исследованиях проводится разделение подходов к понятию «туристическая дестинация» на традиционные и современные подходы⁸.

Перевод туристических дестинаций в категорию дестинаций происходит только в том случае, если существует участие потребителей в удовлетворении существующего спроса или потребности вышеуказанных ресурсов в этих видах благ. Иными словами, при потреблении туристами элементов туристического потенциала территория или объект, в котором находятся эти элементы, становится туристической дестинацией.

В традиционном понимании туристическая дестинация трактуется как место, где клиенты (потребители) проводят свой отдых и досуг, а его специфические элементы проявляются в таких формах, как место (туристская зона и ее состав), люди (демографические характеристики потребителей, мотивация и рейтинг территории) и отдых (активность туристов в период отдыха).

Современная концепция, выражающее содержание туристической дестинации, объясняет это понятие на основе двойственных теорий: с точки зрения клиента, посещающего туристическое направление, и с точки зрения предпринимателя, осуществляющего деятельность в туристическом направлении.

В конечном итоге туристическая дестинация проявляется в отдельных особенностях, таких как:

1. Дестинации состоят из таких компонентов, как ресурсы, туристические услуги и инфраструктура, доступность, человеческие ресурсы и имидж.
2. Каждое туристическая дестинация имеет свою уникальную культурную ценность.
3. Создание товара и его потребление в туристической дестинации происходит одновременно.
4. Удобствами, доступными в туристической дестинации, пользуются не только туристы, но и местные жители и хендлеры в пункте назначения.
5. Процессы в туристической дестинации осуществляются через взаимодополняемость различных элементов, пакетирование туристических услуг, комплексность турпродукта.

Туристические дестинации выделены в типологии рядом исследователей по отдельным признакам и особенностям, среди этих типологий особое место занимают подходы, разработанные Ф.Котлер и С.Хадсонами (табл.1).

Таблица 1

Классификация туристических дестинаций⁹

Типы дестинаций	Сущность
-----------------	----------

⁶ Гончарова Н.А. Формирование системы управления туристской дестинацией. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Санкт-Петербург: НОУ ВПО «БАТиП», 2014. – С. 17.

⁷ Leiper N. Tourism management / N. Leiper. – 3rd edn. – Sidney: Pearson Education Australia, 2004. – 326 p.

⁸ Laws E. Tourist destination management – issues, analysis and policies / E. Laws. – London: Routledge, 1995. – 208 p.

⁹ Hudson S. Tourism and hospitality marketing: a global perspective / S. Hudson. – London: Sage, 2008. – P 392.

Основные международные дестинации	Сформированные дестинации для массового международного туризма (Париж, Лондон, Нью-Йорк)
Классические дестинации	Привлекательные дестинации, состоящие из природных, культурных или исторических ресурсов, которые помогают туристам оставаться на более длительный период времени.
Искусственные курортные дестинации, созданные человеком	Дестинации, созданные человеком на основе имеющегося туристического ресурсного компонента и редко покидающие его территорию туристы.
Природные ландшафты или парки дикой природы	Дестинации с уникальной флорой и фауной, привлекающие туристов своей дикой природой.
Алтернативные дестинации	Дестинации в виде круизов, тематических парков, крупных торговых центров или таймшер-курортов, которые являются относительно современным типом дестинаций.
Дестинации бизнес-туризма	Туристические дестинации (гостиничные комплексы с высококласным имиджем), в которых предприниматели, предлагающие туристические услуги, стараются максимально продлить визит деловых туристов.
Вторичные (транзит) дестинации	Дестинации, расположенные между территорией, осуществляющей генерацию туристов, и основным туристическим дестинациям.
Дестинации краткосрочного назначения	Туристические дестинации с национальной или международной привлекательностью (Ниагара, водопады Виктория).
Дестинации на один день пребывания	Туристические дестинации (порты, аэропорты, торговые центры и т.д.), привлекающие туристов в основном из соседних регионов на короткий срок (1 день)

Рассмотренные выше классификации помогут более точно понять сущность туристических дестинаций, при этом точно знать особенности направлений в данной классификации.

На основе изучения различных концептуальных подходов к понятию «туристическая дестинация» установлено, что многогранность этого понятия и его содержание следует определять исходя из того, с какой целью оно используется. При этом в процессе исследования обоснована целесообразность трактовки понятия «туристической дестинации» как товара, территории, ценности, имеющей следующие основные признаки:

- туристический ресурс с четкими границами;
- система с единой стратегией управления с четким механизмом реализации на национальном, территориальном и местном уровнях;
- многоуровневый комплексный туристический продукт;
- туристический ресурс, используемый в результате сложного взаимодействия туристов, предпринимателей и структур местного самоуправления;
- туристический продукт, который формирует туристический опыт, а не только потребительскую ценность.

Конкурентоспособность туристических направлений во многом зависит от вышеупомянутых признаков, а также от характера, по которому тот или иной признак или признак превосходит другие направления определяет его конкурентное преимущество.

Понятие «конкурентоспособность» – это экономическая категория сложного содержания, данное понятие можно встретить на всех звеньях экономических отношений, и существуют достаточно масштабные показатели измерения этой категории. В исследованиях многих исследователей факторы конкурентоспособности предприятия изучаются в различных проявлениях, с некоторыми из них мы познакомимся ниже.

Е.В. Борисова также отмечает, что факторы, влияющие на уровень конкурентоспособности предприятия, делятся на две группы: внутренние факторы и внешние факторы, к внутренним факторам она относила факторов, возникающие на самом предприятии и управляемые предприятием, к внешним факторам, возникающим вне предприятия, но есть возможность снизить уровень возможных негативных последствий¹⁰.

По мнению А.А.Алексеева, конкурентоспособность определяется двумя группами факторов: внешними – факторами микро- и макросреды и внутренними факторами – потенциалом предприятия¹¹.

Анализ литературы показывает, что подходы к определению понятия «конкурентоспособность туристической дестинации» в целом можно разделить на три основных подхода – сравнительный, ресурсный и системный.

В то время как системы и предприятия туристических дестинаций следуют законам и принципам управления, изложенным в традиционной форме управления, структуры, занимающиеся деятельностью туристических дестинаций, также функционируют в рамках общепризнанных целей, функций и задач управления. Однако процессы управления деятельностью туристических дестинаций также имеют свои особенности, отличающие их от других систем и предприятий экономики. В деятельности туристических дестинаций, как и в других направлениях туризма, основной задачей менеджмента является выявление общей тенденции и закономерностей ее развития, а также нахождение своих специфических аспектов.

Одним из основных факторов повышения уровня конкурентоспособности дестинаций является наличие в туристическом пространстве системы управления, обеспечивающей эффективное использование имеющихся ресурсов (природных, антропогенных и человеческих).

Эффективность деятельности структуры управления при формировании конкурентоспособности туристических дестинаций зависит от целей, предусмотренных для обеспечения конкурентных преимуществ данной дестинации. В связи с этим целесообразно формирование устойчивой конкурентоспособности с выработкой трехступенчатого «Дерева целей» в формировании конкурентоспособности туристических дестинаций.

Формирование «дерева целей» из трехступенчатых целей позволяет выявить основные и последующие цели конкурентоспособности и осуществлять деятельность именно исходя из этих целей.

Осуществление управления конкурентоспособностью туристических дестинаций на мезоуровне в 3-х направлениях обеспечивает развитие существующих конкурентных преимуществ дестинаций, а также конкурентное преимущество дестинаций в зависимости от обстоятельств, отличающих их друг от друга.

В условиях конкуренции за потребителя туристических услуг при обеспечении надлежащего качества обслуживания клиентов и снижении затрат, связанных с оказанием этих услуг, основной целью предприятий туристической дестинации является получение определенной суммы прибыли. Формирование комплексной оценки конкурентоспособности услуг туристического назначения должно осуществляться в четкой последовательности этапов (табл. 2).

Таблица 2

**Этапы формирования интегральной оценки конкурентоспособности
услуг туристической дестинации**

Этапы	Содержание этапов
-------	-------------------

¹⁰ Борисова Е.В. Разработка метода и моделей управления организационно-экономической устойчивостью промышленных предприятий путем завоевывания и использования конкурентного преимущества–обслуживания потребителей: дис. канд. экон. наук. – М., 2009. –С.43, 176.

¹¹ Алексеев А.А. Стратегия повышения конкурентной устойчивости консалтинговой фирмы: дис. канд. экон. наук. – М., 2003. –С.83, 171.

1-й. этап	Определение системы показателей, необходимых для оценки конкурентоспособности услуг туристической дестинации
2-й. этап	Расчет необходимых показателей, влияющих на конкурентоспособность услуг туристической дестинации
3-й. этап	Определение значимости показателей по обеспечению конкурентоспособности услуг на предприятиях туристической дестинации
4-й. этап	Определение значений показателей конкурентоспособности услуг туристической дестинации на основе экспертных оценок
5-й. этап	Расчет обобщающих показателей конкурентоспособности услуг
6-й. этап	Расчет общего показателя конкурентоспособности услуг туристической дестинации
7-й. этап	Использование агрегатного показателя для анализа конкурентоспособности предприятий туристической дестинации

В ходе исследования посредством комплексных показателей оценки эффективности управления конкурентоспособностью теоретически улучшенных туристических дестинаций можно выявить новые возможности и резервы повышения эффективности управления конкурентоспособностью.

Во второй главе диссертации под названием «**Развитие деятельности туристических дестинаций на рынке туристических услуг и оценка уровня управления в них конкурентоспособностью**» освещены такие вопросы, как анализ деятельности туристических дестинаций на рынке туристических услуг, количественная и качественная комплексная оценка ресурсного потенциала при группировке туристических дестинаций, оценка влияния факторов на уровень конкурентоспособности туристических дестинаций.

Анализ показателей развития сферы туризма в Национальной статистической системе за период 2014-2022 годов показывает динамичное развитие отрасли в период до 2020 года (до пандемии) (табл. 3).

Таблица 3

Динамика основных показателей сферы туризма в Узбекистане¹²

№	Показатели	Годы								
		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1.	Потребление туризма внутри страны, млрд. сум.	13576,2	14010,7	13772,5	16568,3	20561,3	30314,8	6683,4	9568,6	20107,4
2.	Объем услуг, предлагаемых туристической отрасли, млрд. сум.	6651,7	7203,8	7809,0	8261,9	8658,4	9333,8	8540,4	12607,8	21349,1
3.	Численность населения, занятого в сфере туризма, тыс. чел.	185,0	188,4	170,9	187,6	201,0	231,4	190,8	208,3	214,6
4.	Результаты деятельности сфер услуг, связанных с туризмом									
	Услуги по размещению и	729,1	890,6	3038,7	3649,6	4673,3	5933,6	5431,7	8375,4	11322,8

¹² Информация таблицы разработана на основе информации Агентства статистики при Президенте Республики Узбекистан.

питанию, млрд. сум.										
Персональные услуги, млрд. сум.	2036,4	2366,5	2915,5	3134,4	3700,6	4575,6	5032,2	6799,8	8713,9	
Услуги здравоохранения, млрд. сум.	869,9	1100,4	1416,3	1701,5	2220,0	3104,3	3386,7	5105,9	6384,2	
Торговые услуги, млрд. сум.	18979,2	21366,9	27368,2	32006,9	39743,4	48748,2	57572,7	72483,2	88847,9	

В 2014-2022 годах уровень потребления туризма внутри страны неуклонно рос за счет роста населения, а также роста благосостояния. Если в 2014 году объем потребления туризма внутри страны составил 13576,2 млрд. сумов, то к 2019 году этот показатель вырос более чем в 2 раза и достиг 30314,8 млрд. сумов. Однако в 2020 году этот показатель снизился в 2,3 раза по сравнению с 2014 годом в результате снижения спроса населения на туристические услуги в связи с существующими условиями пандемии.

Приведены натуральные показатели количества туристических предприятий, осуществлявших туристическую деятельность в регионах нашей страны в период 2014-2022 годов и оказываемых ими услуг (табл. 4).

Таблица 4

Туристические предприятия, осуществлявшие туристическую деятельность в Республике Узбекистан, и показатели их деятельности¹³

Показатели	Годы									
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
Количество туристических фирм и организаций, ед.	343	398	433	449	502	517	337	288	324	
Численность клиентов, обслуживаемых туристическими фирмами и организациями, тыс. чел.	514,1	560,4	465,4	666,9	713,2	942,0	212,3	577,8	743,4	
В том числе:										
Численность принятых клиентов, тыс. чел.	419,0	421,3	351,0	558,6	613,4	788,8	186,2	525,2	687,7	
Численность отправленных клиентов, тыс. человек	61,2	98,4	80,1	72,5	84,9	128,5	18,6	57,4	93,8	

За анализируемый период количество действующих в нашей стране туристических фирм и организаций увеличилось пропорционально объему туристического потока. Однако к 2020 году под влиянием фактора пандемии количество действующих туристических предприятий сократилось до 337, всего ими было оказано услуг 212,3 тысяч клиентам. Как видно из анализа данных таблицы, отраслью, которая больше всего пострадала от национальной экономики в результате пандемии COVID-19, начавшейся в конце 2019 года, и где наблюдается наибольшее снижение рабочей силы, был сектор туризма.

¹³ Информация таблицы разработана на основе информации Агентства статистики при Президенте Республики Узбекистан.

Следует отметить, что в 2014-2022 годах во всех регионах нашей страны была достигнута устойчивая тенденция роста объемов создаваемых туристических услуг в туристических дестинациях. Это, конечно, ускорит достижение субъектами, осуществляющими туристическое предложение, целей в развитии предпринимательской деятельности по следующим направлениям при расширении рынка туристических услуг нашей страны:

- ускоренное развитие сферы услуг;
- повышение роли и доли услуг в формировании ВВП;
- коренное изменение структуры оказываемых услуг, прежде всего за счет их современных высокотехнологичных видов;
- ускоренное развитие индустрии туризма, повышение ее роли и доли в экономике;
- диверсификация и повышение качества туристических услуг;
- расширение туристической инфраструктуры;
- либерализация и упрощение экспортной деятельности;
- диверсификация структуры и географии экспорта;
- расширение экспортного потенциала отраслей экономики и регионов;
- осуществление комплексного и сбалансированного развития территорий на основе сокращения субвенционно-зависимых районов и городов, и расширения доходной базы местных бюджетов за счет ускоренного развития промышленности и сферы услуг.

Группировка территорий на основе ресурсного потенциала туристических дестинаций дает ориентир адресной направленности финансовых ресурсов, вкладываемых на основе имеющегося потенциала, и максимизации получаемого от них эффекта. С учетом этого подхода предпринята попытка сгруппировать территории Бухарской области по потенциалу, исходя из количества дестинаций и качества их ресурсных компонентов. Интегральная оценка ресурсного потенциала дестинаций в территориальном отношении позволяет выявить приоритетные регионы с высоким потенциалом, являющиеся необходимыми для правильного определения стратегии развития дестинаций на территории и организации ее в пределах дестинаций.

Таблица 5

Группа оценки туристического потенциала дестинаций и показатели¹⁴

№	Система показателей	Частные показатели группы
1.	Система групп природно-ландшафтных показателей дестинации, Y_1	- роци (фруктовые и декоративные); - водоразделы; - природные дороги; - пустыни и степи-холмы
2.	Система групп экологических показателей дестинации, P_1	- степень загрязнения атмосферы; - степень загрязнения гидросферы; - состояние литосферы.
3.	Система групп показателей демографии экономических субъектов в дестинации, Y_2	- индекс экономически активного населения; - плотность туристических предприятий; - уровень доходов населения района от туристских услуг.
4.	Система групп показателей транспорта и инфраструктуры в дестинации, Y_3	- плотность временного интервала движения транспортных средств; - плотность объектов общественного питания; - плотность фонда средств размещения на 1000 человек; - плотность развлекательных объектов

¹⁴ Разработано на основе исследований автора.

5.	Система групп показателей социально-культурных показателей дестинации, Y_4	- историко-культурная ценность территории; - коэффициент творческой активности населения; - плотность культурно-досуговых учреждений на территории; - этнический состав населения территории
6.	Система показателей группы безопасности туристов в дестинации, P_2	- коэффициент уровня преступности; - коэффициент уровня риска преступности; - коэффициент общего уровня безопасности

Целесообразно объединить показатели оценки туристического потенциала существующих дестинаций с учетом существующих условий административно-территориальных единиц Бухарской области в систему показателей, состоящую из 6 групп (табл. 5).

Для определения частных показателей, необходимых для комплексной оценки туристического потенциала туристических дестинаций в административно-территориальных единицах по Бухарской области, данные по каждой группе были получены на основании заключений экспертов, являющихся соответственно ведущими специалистами соответствующих государственных и частных организаций в области.

По имеющимся наблюдениям в ходе исследования определим количество интервальных групп, из которых необходимо выделить диапазон всех возможных значений исследуемых городов и районов $\{X_1, X_2, \dots, X_n\}$. Для определения количества групп в формулу Стержесса вставляем значение $n = 13$ (13 – количество территориальных единиц по исследуемой Бухарской области):

$$k = 1 + 3,322 \cdot \lg 13 \approx 4,7 \approx 5$$

Используя определенные выше интервалы, определим обобщенные уровни оценки по группам, определив частные показатели в системе каждой группы показателей.

По 6 обобщенным факторным признакам, отобранным по групповым показателям, получим следующий интегральный показатель (табл. 6).

Таблица 6

Коэффициенты расчета интегрального показателя ресурсного потенциала туристической дестинации, в баллах¹⁵

Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	P_1	P_2	Всего
8	13,5	9	9	9	5	25,5

Можно рассчитать границы интегральных рядов (групп) на основе данных, полученных по индексу концентрации ресурсного потенциала:

1-я группа: от 12 ($12+4,5$) = до 16,5,

2-я группы: от 16,5 до ($16,5+4,5$) = до 21,

3-я группа: от 21 ($21+4,5$) = до 25,55.

Интервальные ряды для упорядочивания городов и районов (12; 16,5) (16,5; 21) (21; 25,5) находится в пределах границ.

Таким образом, на основе полученных результатов составим индекс концентрации ресурсного потенциала в регионах области для организации туристической деятельности в туристических дестинациях регионов. На основе трех выделенных групп города и районы области делятся на 3 типа:

1. Жондорский, Пешкунский, Ромитанский, Шафирканский, Караулбазар-ские районы, расположенные в пределах районов с низкими показателями развития туристических дестинаций или с низкой концентрацией ресурсных компонентов (12; 16,5).

¹⁵ Разработано на основе исследований автора.

2. Город Каган, Бухарский, Вабкентский, Алатский и Каракульские районы, расположенные в пределах районов со средней или средней концентрацией (16,5; 21) для развития туристических дестинаций.

3. Город Бухара, Каганский и Гиждуванские районы – районы с высокой концентрацией высокоэффективных или ресурсных компонентов для развития туристических дестинаций (21; 25,5).

Комплексная оценка ресурсного потенциала территорий развития туристических дестинаций является основной информационной базой его стратегического планирования. Практическая значимость полученных результатов видна в выявлении дополнительных «точек роста» туристических дестинаций в регионе.



Рисунок 1. Факторы и критерии, формирующие конкурентоспособность туристических дестинаций¹⁶

Целесообразно формировать факторы и критерии, формирующие конкурентоспособность туристических дестинаций, на основе внутренних и внешних связей дестинации (рис.1).

В исследовании использован метод SWOT-анализа для выделения наиболее важных факторов, влияющих на развитие туристической деятельности в туристических дестинациях, а также для их оценки. Метод SWOT-анализа, применяемый при анализе конкурентоспособности туристических дестинаций, отличается от традиционного метода анализа отдельным признаком, то есть реализацией анализа в SWOT-матрице.

В целях определения по степени значимости факторов, влияющих на конкурентоспособность и развитие туристических дестинаций, проведен опрос 90 субъектов предпринимательства Бухарской, Самаркандской и Ташкентской областей, осуществляющих деятельность в туристических дестинациях с высоким ресурсным потенциалом, на основе

¹⁶ Разработано автором.

анкетного опроса, сформированного в направлении влияния факторов на развитие дестинаций.

Дальнейшая полноценная реализация мероприятий по предлагаемым приоритетным направлениям в существующих туристических дестинациях на основе SWOT-анализа и анализа результатов опроса субъектов предпринимательства, осуществляющих деятельность в зоне дестинации дает возможность повысить конкурентоспособность туристических дестинаций и оценить и согласовать факторы, влияющие на их развитие и эффективность деятельности, снизить уровень возможных рисков.

В третьей главе диссертации под названием **«Перспективы моделирования деятельности туристических дестинаций и совершенствование механизмов управления конкурентоспособностью»** представлены результаты научных исследований по моделированию устойчивого развития туристических дестинаций на основе факторов конкурентоспособности и управления, совершенствованию механизмов управления конкурентоспособностью в туристических дестинациях и совершенствованию стратегии конкурентоспособности в комплексном развитии туристических дестинаций.

Также в эконометрическом анализе процессов социально-экономического развития, и определении структуры отрасли, обеспечивающей развитие отраслевой деятельности в краткосрочной перспективе и приносящей большой доход можно определить эконометрические модели объема валовой добавленной стоимости, созданные в отрасли на основе использования туристических дестинаций, в виде производственной функции на основе многофакторной связи с использованием многовариантных методов исследования. Выявляемые модели помогают на макроуровне определять целевые прогнозные показатели на среднесрочный и долгосрочный период на основе выявления направлений управления факторами, влияющими на объем валовой добавленной стоимости, создаваемой в отрасли на основе использования туристических дестинаций, а также определять мероприятия, необходимые для обеспечения этих показателей.

На основе использования туристических дестинаций и принимая за эндогенный фактор изменение объема валовой добавленной стоимости, созданной в отрасли проведен многофакторный анализ его изменения под влиянием основного фактора (ресурса). На основе экспертного анализа показателей влияющего на них фактора с участием ведущих экспертов отрасли, с определением объема валовой добавленной стоимости, создаваемой в отрасли на основе использования туристических дестинаций, как пикового, т.е. результирующего фактора функции, выбраны следующие показатели (табл. 7):

X_1 – количество субъектов предпринимательства, осуществляющих деятельность в туристических дестинациях;

X_2 – объем инвестиций в туристические дестинации;

X_3 – численность обслуживаемых клиентов в туристических дестинациях;

X_4 – численность занятых людей в туристических дестинациях.

В связи с тем, что единицы измерения показателей результирующего и влияющего фактора, выделенных в приведенной выше таблице, неодинаковы, то есть показатели фактора не являются однородными, основную трендовую модель можно определить в виде линейной логарифмической зависимости.

На основе использования туристических дестинаций с использованием выявленных данных составлена многофакторная эконометрическая модель изменения объема валовой добавленной стоимости, созданной в отрасли, и влияющих на нее факторов. По нему составлено следующее уравнение регрессии, представляющее этот процесс:

$$\ln Y = 0,005 \cdot \ln X_1 + 0,082 \cdot \ln X_2 + 0,694 \cdot \ln X_3 - 0,907 \cdot \ln X_4 + 8,441 \quad (1)$$

Таблица 7

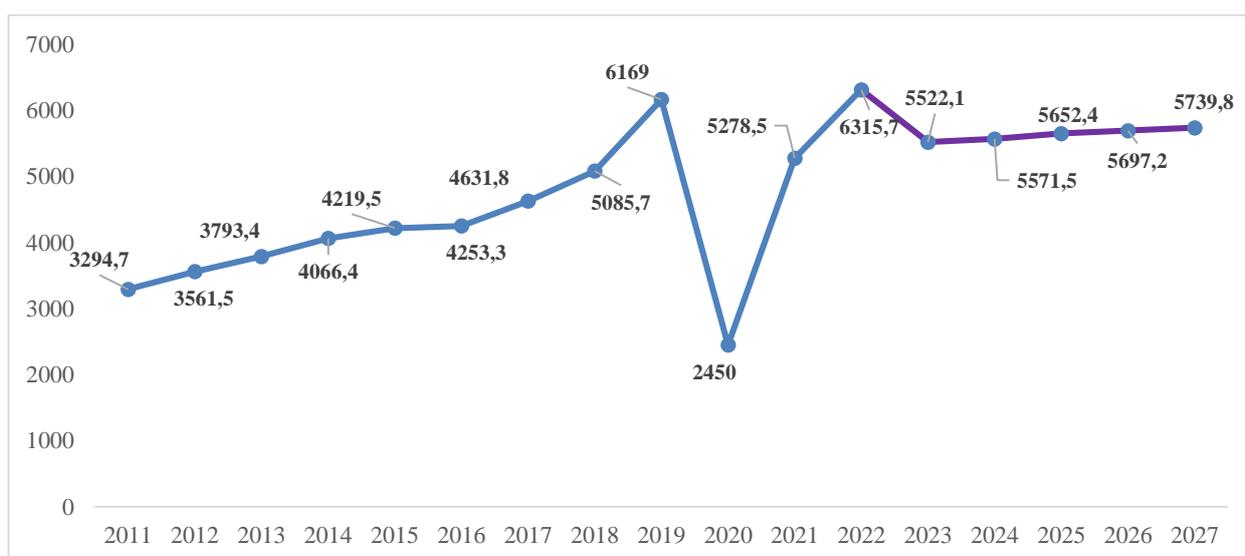
**Объем ВДС, создаваемый в отрасли на основе использования туристических
дестинаций и факторные показатели, влияющие на ее изменение¹⁷**

Годы	ВДС, созданная в отрасли на основе использования туристических дестинаций, млрд. сумов (Y ₁)	Численность хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность в туристических дестинациях, шт. (X ₁)	Объем привлечения инвестиций в туристические дестинации, млрд. сумов (X ₂)	Численность обслуживаемых клиентов в туристических дестинациях, тыс. чел. (X ₃)	Численность населения, занятого в туристических дестинациях, тыс. чел. (X ₄)
2011	3294,7	332,0	13,8	209,6	115,4
2012	3561,5	358,0	21,0	293,1	141,8
2013	3793,4	336,0	15,9	359,7	162,9
2014	4066,4	343,0	18,7	514,1	185,0
2015	4219,5	398,0	18,5	560,4	188,4
2016	4253,3	433,0	35,2	465,4	170,9
2017	4631,8	499,0	31,7	666,9	187,6
2018	5085,7	983,0	44,9	713,2	201,0
2019	6169,0	1158,0	87,5	942,0	231,4
2020	1240,0	1337,0	101,7	212,3	190,8
2021	1680,2	1483,0	580,2	577,8	208,3
2022	3851,4	1503,0	708,6	743,4	214,6

Если выявленная линейная логарифмическая модель потенцируется, получается нелинейная эконометрическая модель, представляющая объем валовой добавленной стоимости, созданный в отрасли на основе использования туристических дестинаций:

$$Y_1 = \frac{X_1^{0,005} \cdot X_2^{0,082} \cdot X_3^{0,694} \cdot e^{8,441}}{X_4^{0,907}} \quad (2)$$

С использованием многофакторной эконометрической модели представлено графическое отображение значений изменения объема доходов от сферы туризма в среднесрочной перспективе, т.е. в 2011-2027 годах (рис. 2).



¹⁷ Информация таблицы разработана на основе информации Агентства статистики при Президенте Республики Узбекистан.

Рисунок 2. Изменение в 2011-2027 годах показателя объема валовой добавленной стоимости, созданного в отрасли на основе использования туристических дестинаций¹⁸, млрд. сумов (прогнозные показатели на 2023-2027 годы)

На основе разработанной модели для практического использования и использования туристических дестинаций, функционирующих на рынке туристических услуг, при использовании аналогичных сценариев с точки зрения увеличения объема валовой добавленной стоимости, создаваемой в отрасли, расчета объема вводимых ресурсов (экзогенных факторов) с учетом эффективности, получаемой от каждой дополнительной единицы вводимого ресурса создается возможность для оптимального обеспечения эффективности валовой добавленной стоимости, создаваемой в отрасли на основе использования указанных туристических дестинаций и обеспечения сбалансированного и устойчивого развития деятельности туристических предприятий.

Применение сложных автоматизированных централизованных механизмов управления субъектами предпринимательства в туристической дестинации было ограничено необходимостью осуществления процессов обмена большими данными между главным сервером системы и точками получения входящих данных, а это привело к распространению автоматизированных систем управления в качестве основных недостатков и ограничений таких систем.

В настоящее время эти задачи могут быть легко реализованы современными объектами инфраструктуры (облачные технологии хранения и обработки данных, быстрый беспроводной интернет). При этом современные ERP, MES и другие подобные системы имеют существенные недостатки, связанные с их модульным принципом, а основная причина недостатков связана с маркетинговыми целями разработчиков таких систем¹⁹.

¹⁸ Разработано на основе исследований автора.

¹⁹ Григорьев А. А., Титов В. А. Характеристика, структура, организация систем управления ERP, ERP II и ERP III // *Фундаментальные исследования*. 2017. № 2. С. 48–51.; Саломеева А. Что такое ERP-система // *Финансовый директор*. URL: <https://fd.ru/articles/1231-что-такое-erp-sistema> (дата обращения: 10.04.2019).

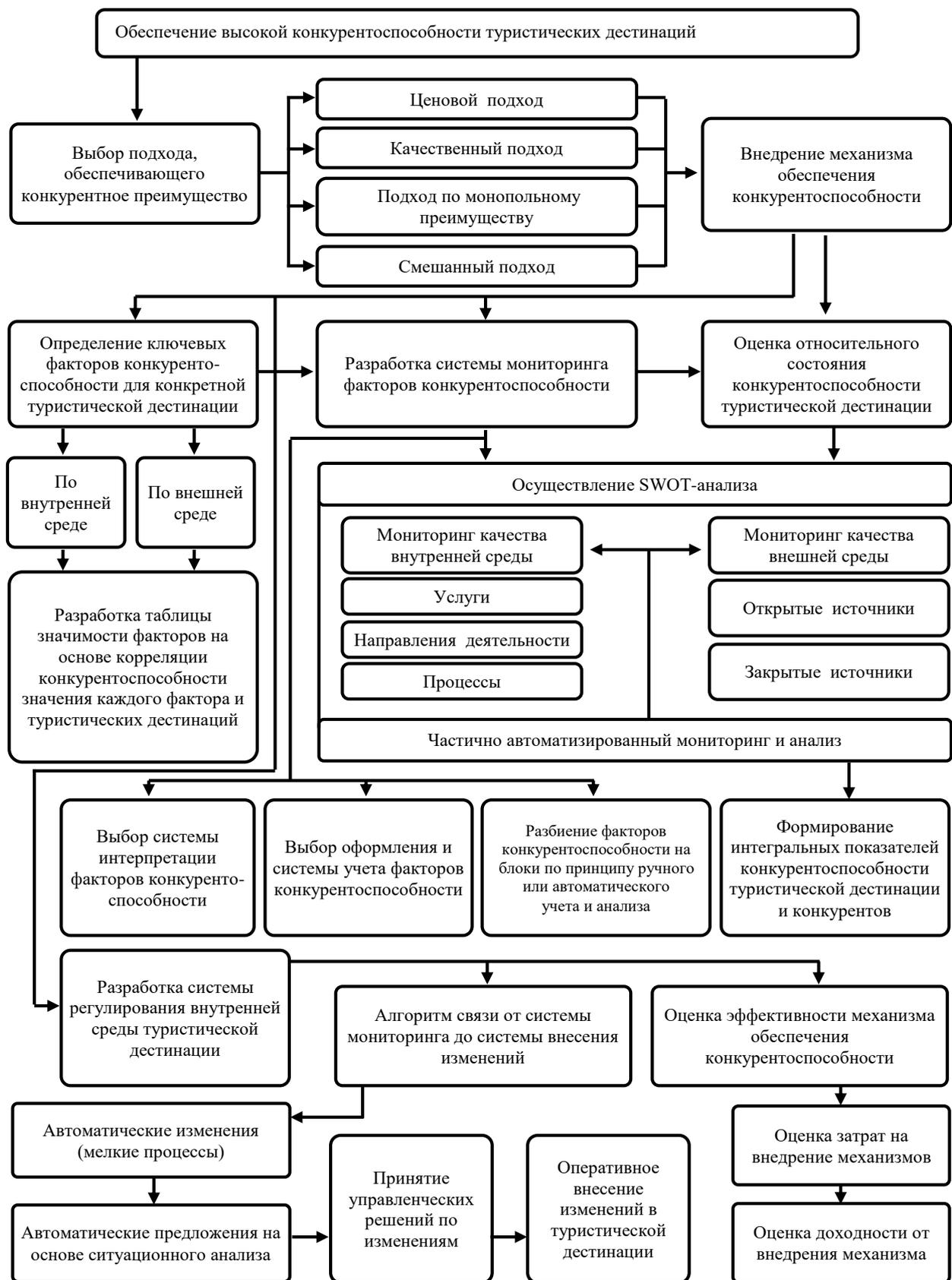


Рисунок 3. Механизм обеспечения конкурентоспособности туристических направлений²⁰

²⁰ Разработано на основе исследований автора.

Однако такие системы не рассматриваются системой управления как один из определяющих факторов конкурентоспособности туристических предприятий и инфраструктуры на территории туристических дестинаций, хотя и обладают такими положительными эффектами, как информационные преимущества для принятия решений, повышение относительной производительности труда и кардинальное улучшение качества бухгалтерского учета. Изучая вышеперечисленные случаи, в ходе исследования разработана концептуально-централизованная модель механизма обеспечения конкуренто-способности туристических дестинаций (рис. 3).

Если рассматривать механизм по элементному составу, то его основная цель – обеспечение конкурентоспособности туристической дестинации в максимально возможном потенциале в условиях текущей и перспективной деятельности. Основная цель определяет необходимость использования сбалансированных, научно обоснованных подходов к конкуренции с учетом всех возможных сценариев. Специфическое, динамично меняющееся сочетание внешних и внутренних факторов обеспечивает баланс использования различных подходов к процессу конкуренции, выбранному для дестинации. Для одних субъектов на территории дестинаций роль ценового фактора в конкурентоспособности будет на высоком уровне, для других на первый план выйдут комплексные параметры качественных факторов производства системы, а это включает в себя факторы внутренней среды, связанные с косвенной маркетинговой деятельностью дестинации. В разработанном механизме, объединяющем точки мониторинга и контроля всех основных факторов, определяющих процессы внутренней и внешней среды, влияющих на конкурентоспособность туристических дестинаций, указана основная роль потребности в единой информационной системе управления.

В ходе исследования по определению интегрального показателя факторов конкурентоспособности туристических дестинаций для частных случаев разработана методика определения обобщающего показателя, включающего в себя степень факторного воздействия и вес факторов.

Процесс обобщения отдельных факторных показателей туристических дестинаций целесообразно проводить в несколько этапов:

$$I_{rok} = \frac{\sum_{i=1}^n T_d(I_{td} \cdot I_v + T_o \cdot O_v + O_{qk} \cdot Q_{vq} + L_t \cdot L_{vq} + X_t \cdot X_{vq})}{n}$$

На основе указанной методики в качестве 3 основных факторов выбраны средние цены тарифов на услуги, уровень квалификации обслуживающего и управленческого персонала, а также факторы ресурсных компонентов туристической дестинации, деятельность которых состоит из услуг размещения (гостиницы) «Лаби-Ховуз» в Бухарской области и «Ибн Сино» в Самаркандской области, а также рассчитаны и оценены интегральные показатели их факторов конкурентоспособности.

На основе предложенной в методике связи определим интегральный показатель факторов конкурентоспособности для дестинации «Лаби Ховуз»:

$$I_{rok} = \frac{0,6(8 \cdot 0,6 + 7 \cdot 0,4 + 7 \cdot 0,5 + 0,15 \cdot 0,5 + 8 \cdot 0,5)}{3} + \frac{0,7(6 \cdot 0,4 + 6 \cdot 0,3 + 6 \cdot 0,4 + 0,1 \cdot 0,3 + 5 \cdot 0,35)}{3} + \frac{0,8(8 \cdot 0,3 + 7 \cdot 0,4 + 8 \cdot 0,5 + 0,2 \cdot 0,3 + 7 \cdot 0,4)}{3} = \frac{9,1 + 5,87 + 9,6}{3} = \frac{24,6}{3} = 8,2$$

Интегральный показатель факторов конкурентоспособности для дестинации «Ибн Сино» в Самаркандской области выглядит следующим образом:

$$I_{rok} = \frac{0,7(7 \cdot 0,7 + 8 \cdot 0,6 + 6 \cdot 0,6 + 0,2 \cdot 0,7 + 7 \cdot 0,6)}{3} + \frac{0,6(5 \cdot 0,4 + 6 \cdot 0,4 + 7 \cdot 0,5 + 0,15 \cdot 0,3 + 6 \cdot 0,4)}{3} + \frac{0,9(7 \cdot 0,2 + 8 \cdot 0,5 + 7 \cdot 0,4 + 0,15 \cdot 0,4 + 6 \cdot 0,5)}{3} = \frac{12,3 + 6,2 + 10,1}{3} = \frac{28,6}{3} = 9,5$$

По значению интегральных показателей факторов конкурентоспособности обеих туристических дестинаций дестинация «Ибн Сино» получила высокую оценку (9,5), а дестинация «Лаби Ховуз» – относительно низкую оценку (8,2).

Для успешной реализации этого механизма на предприятиях в зоне туристической дестинации необходимо, прежде всего, четко сформулировать интегральный критерий, по которому конкурентоспособность дестинаций оценивается как абсолютная и относительная величина, и проследить его в условиях изменений. Вместе с тем на основе метода «Динамического SWOT анализа» должен быть реализован рабочий алгоритм принятия тактических и стратегических управленческих решений по корректировке некоторых факторов, если они отклоняются от установленных значений.

При формировании комплекса туристических дестинаций и реализации стратегии обеспечения их конкурентоспособности целесообразно учитывать концептуальную модель существенных дифференциаторов конкурентоспособности по целостному комплексу (рис. 4).

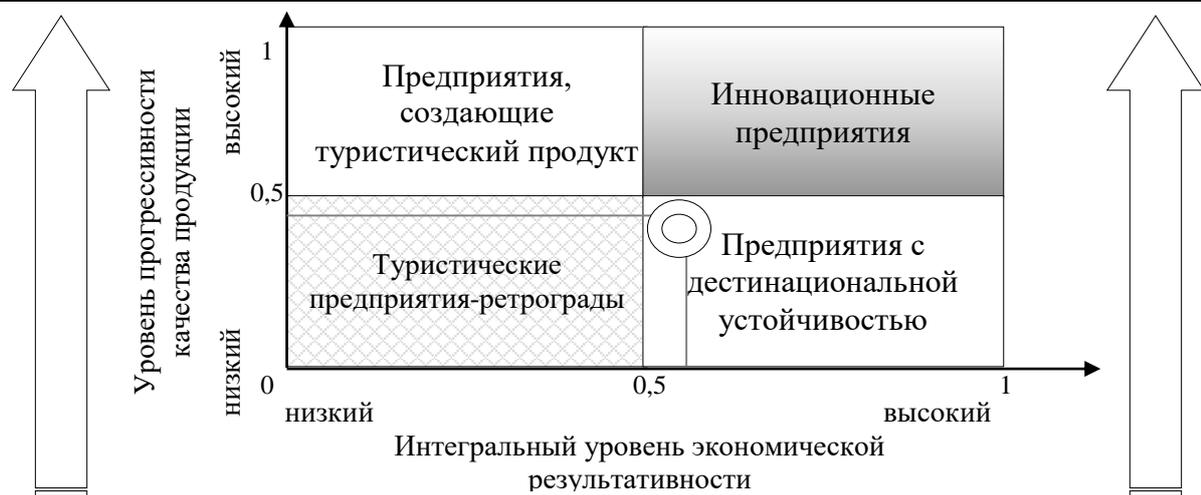
Формирование региональных и территориальных программ устойчивого развития туристических дестинаций во многом отличается от традиционных подходов к планированию тем, что конечным продуктом производства туристического продукта является сложный продукт, производимый предприятиями различных отраслей. Этот продукт формируется на пересечении различных отраслей и, следовательно, целесообразен при формировании программ устойчивого развития туристических дестинаций, при формировании необходимых социально-экономических соотношений, при развитии региона как самостоятельного территориального экономического комплекса.

Трехфакторная матрица жизненного цикла потенциала комплекса туристической дестинации (эволюционное и циклическое влияние на развитие дестинации)



Основным показателем конкурентоспособности комплекса туристических дестинаций является интегральный показатель, учитывающий 5 различающих факторов:

- 1) потенциал жизненного цикла туристической отрасли;
- 2) потенциал жизненного цикла управленческой группы дестинации;
- 3) потенциал жизненного цикла корпоративной культуры дестинации;
- 4) уровень целостной экономической эффективности комплекса дестинации;
- 5) уровень прогрессивности качества туристических продуктов, предоставляемых дестинацией



Двухфакторная матрица потенциала издержек комплекса туристических дестинаций (совокупное влияние на потребительскую себестоимость продукции)

Рисунок 4. Концептуальная модель важных дифференциаторов конкурентоспособности по целостному комплексу в туристических дестинациях²¹

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

²¹ Разработано на основе исследований автора.

По результатам исследования выработаны следующие научные выводы, предложения и рекомендации:

1. Понятие «туристическая дестинация» целесообразно рассматривать ценность с товаром, территорией, потребительской ценностью, имеющей такие основные признаки, как туристский ресурс с четкой границей; система с единой стратегией управления с четким механизмом реализации на национальном, территориальном и местном уровнях; многоуровневый комплексный туристический продукт, туристический ресурс, используемый в результате сложного взаимодействия туристов, предпринимателей и местных структур управления; туристический продукт, формирующий туристический опыт, а не только потребительскую ценность.

2. Такие факторы, как уровень развития туристических дестинаций, социально-экономические, природные условия, т.е. развитие природных комплексов, технических инфраструктур, развитие отраслевой отрасли, системы обслуживания, культуры, искусствоведения, формируют уровень конкурентоспособности туристических дестинаций.

3. Разработан алгоритм формирования эффективных управленческих решений для улучшения конкурентных преимуществ туристических дестинаций. В соответствии с алгоритмом на начальном этапе необходимо определить соответствие или несоответствие деятельности туристических дестинаций требованиям рынка. Эффективность обеспечения конкурентоспособности требует изучения способов получения результатов по каждому направлению, а также понесенных затрат.

4. Анализ основных статистических показателей, представляющих развитие сферы туризма в нашей стране, показывает, что развитие сферы туризма на макроуровне в период до 2020 года имело тенденцию к устойчивому и динамичному развитию. Несмотря на то, что отрасль обладает достаточным ресурсным потенциалом во время пандемии, она резко сократилась из-за того, что была основана на въездном туризме, а в период с 2021 года по настоящее время резкость колебаний стабилизируется.

5. Группировка территорий на основе ресурсного потенциала туристических дестинаций дает ориентир адресной направленности финансовых ресурсов, вкладываемых на основе имеющегося потенциала, и максимизации получаемого от них эффекта. С учетом этого подхода предпринята попытка сгруппировать территории Бухарской области по потенциалу, исходя из количества дестинаций и качества их ресурсных компонентов. Используя методику статистической группировки, административно-территориальные единицы Бухарской области на основе ресурсных компонентов, представленных в 6 основных параметрах, разделены на 3 группы, которые включали территории с высоким, средним и низким ресурсным потенциалом.

6. Существует несколько научно обоснованных эффективных методик анализа и изучения влияния факторов на эффективность деятельности различных социально-экономических систем, в исследовательской работе использован метод SWOT-анализа, позволяющий выделить наиболее существенные факторы, влияющие на конкурентоспособность туристических дестинаций, а также оценить степень и силу влияния факторных показателей при их оценке. На основе взаимосвязи фрагментов в SWOT-матрице оценены возможности повышения конкурентных преимуществ дестинаций.

7. При оценке факторов, определяющих конкурентоспособность и конкурентное преимущество туристических дестинаций, среди субъектов предпринимательства, осуществляющих деятельность на территории дестинаций в пределах разграниченной территории, проведены анкетные опросы, результаты которых помогли выявить значимость указанных факторов и проанализировать их.

8. На основе многофакторных моделей на основе определения объема валовой добавленной стоимости, создаваемой в туристических дестинациях и направлений управления факторами, влияющими на него, определены целевые прогнозные показатели объема валовой добавленной стоимости, создаваемой в отрасли на 2023-2027 годы на основе использования туристских дестинаций.

9. По выявлению интегрального показателя факторов конкурентоспособности туристических дестинаций разработана методика определения обобщающего показателя степени факторного воздействия и веса факторов для частных случаев. Определен интегральный показатель факторов конкурентоспособности 2 отобранных дестинаций из Бухарской (туристическая дестинация «Лаби – Ховуз» – интегральный показатель 9,5) и Самаркандской (туристическая дестинация «Ибн Сино» – интегральный показатель 8,2) областей. Хотя и эта методология разработана для частного случая, обосновано, что ее можно использовать в общем случае в сравнительном анализе.

10. Усовершенствованы модели стратегического развития комплекса туристических дестинаций и обеспечения их конкурентоспособности и устойчивости на основе концептуальной модели важных дифференциаторов конкурентоспособности туристических дестинаций в целом с точки зрения развития туристических дестинаций на комплексной основе и повышения их конкурентоспособности.

**ONE-TIME SCIENTIFIC COUNCIL ON THE BASIS OF THE SCIENTIFIC COUNCIL
NO DSc.03/10.12.2019.I.16.01 ON AWARDING SCIENTIFIC DEGREES AT TASHKENT
STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS**

BUKHARA STATE UNIVERSITY

HAMIDOV SAIDJON KOMILOVICH

**IMPROVEMENT OF MECHANISMS FOR MANAGING THE COMPETITIVENESS OF
TOURIST DESTINATIONS**

08.00.17 – Tourism and hotel activities (Economics)

08.00.13 – Management

ABSTRACT
of the dissertation of the doctor of Philosophy (PhD) on Economic Sciences

Tashkent – 2024

The theme of the dissertation for the degree of Philosophy (PhD) is registered by the Supreme Attestation Commission under No. B2022.4.PhD/Iqt2707.

The dissertation was completed at Bukhara State University.
The abstract of the dissertation is posted in three languages (Uzbek, Russian, English (summary)) on the website of the Scientific Council (tdu@tsue.uz) and on the information and educational portal "Ziyonet" (www.ziyonet.uz).

Scientific supervisor: **Mirzayev Abdullajon Topilovich**
Doctor of economic sciences, associate professor

Official opponents: **Norchayev Asatullo Norbutayevich**
Doctor of Economic Sciences, Professor

Mirjalilova Dildora Shukhratovana
Doctor of Philosophy in Economic Sciences, Associate Professor

Leading organization: **Karshi engineering economics institute**

The defense of the dissertation will take place " 5 03 2024 at " 10 " hours at the meeting of the One-time Scientific Council under the Scientific Council DSc.03/10.12.2019.I.16.01 for awarding academic degrees at the Tashkent State University of Economics, (Address: 100066, Tashkent, Islam Karimov, 49. Phone.: (99871) 239-01-49; fax: (99871) 239-41-23; e-mail: tdu@tsue.uz)

The dissertation can be found at the Information Resource Center of the Tashkent State University of Economics (registered under number 1404. (Address: 100066, Tashkent, Islam Karimov, 49. Phone: (99871) 239-01-49; fax: (99871) 239-41-23; e-mail: tdu@tsue.uz)

The abstract of the doctoral thesis was circulated " 20 " 02 2024
(mailing report No. 14 dated " 20 " 02 2024).



INTRODUCTION (PhD) dissertation annotation)

The urgency and necessity of the dissertation topic. Efforts to master the multiplier effect of cooperation and rapid changes in the process of economic integration of industries and sectors around the world to ensure economic development based on the development of destinies in the field of tourism, special attention is paid to the balanced development of the regions and thereby improving the living standards of the population. "...Revenues from tourism activities in 2020 decreased by 72% compared to the pre-pandemic figure. However, at the end of 2021, the volume of gross services in the tourism sector increased by 4% compared to the previous year". It is important to make effective use of existing and future opportunities in the development of the tourism sector, as well as to determine the competitive advantage of tourist destinies on the basis of research methodologies and to improve the strategic management mechanism of activities.

There is a lot of research in the world on the development of all structures of tourist destinies and the improvement of mechanisms for strategic management of their competitiveness. Determining the impact of tourist destinies on the economy of the country and regions, effective use of the distillation potential and infrastructure of the regions, increasing the amount of investment in the regions where they are located, formation of tourist clusters based on the expansion of destinies, economic and mathematical modeling, taking into account the factors that affect the competitiveness of destinies, to develop their activities and improve the mechanisms of competitiveness management in them, research on the use of multi-option scenarios that ensure a competitive advantage is one of the priorities of scientific research in this area.

The topic of the dissertation is related to the research work of the higher education institution where the dissertation is being performed. The topic of the dissertation was carried out within the framework of a research project on the development of regional tourism "Strategic scientific direction in accordance with the research plan of Bukhara State University.

The aim of the study is to develop proposals and recommendations for improving the mechanisms for managing the competitiveness of tourist destinies.

The tasks of the research work:

to study approaches to the essence of tourist destinies and scientific research of theoretical and methodological aspects of the formation of tourist destinies;

to research competitiveness and management characteristics in tourist destinies and competitiveness management processes and methods of its evaluation in tourist destinies theoretically;

to analyse the activity of tourist destinies in the market of tourism services;

quantitative and qualitative analysis of resource potential in the grouping of tourist destinations and assessment of the impact of factors on the level of competitiveness of tourist destinations;

modeling the sustainable development of tourist destinations based on competitiveness and management factors and improving mechanisms for managing competitiveness in tourist destinations;

to determine the possibilities of increasing the competitive advantages of national tourist enterprises based on the clustering of destinations.

The object of the study are touristic destinations with tourist resource potential and processes of managing their competitiveness.

The subject of research is a set of socio-economic relations related to the processes of managing the development and competitiveness of tourist destinations.

Methods of research. Scientific abstraction, analysis and synthesis, expert evaluation method, statistical analysis and grouping, systematic analysis, conducting questionnaire surveys, their analysis, SWOT analysis, econometric modeling methods were used in the dissertation work.

The scientific novelty of the research is as follows:

it is substantiated that, according to the methodological approach, the concept of "tourist destination", along with a tourist resource with clear boundaries, a system with a unified management strategy, a multi-level complex tourism product, a tourist resource used as a result of complex

relationships and as consumer value is also interpreted as a product, a territory that forms tourist experience, value with consumer significance;

The proposal to concentrate the destinations in the Bukhara city, Kogon and Gijduvan districts into tourist complexes is based on the demographics of the grouped natural-landscape, ecological, economic entities, transport and infrastructure, socio-cultural and tourist safety indicators of the tourist destinations in the Bukhara region;

In the example of tourist destinations "Labi Hovuz" located in Bukhara region ($R_B=9.5$) and "Ibn Sino" located in Samarkand region ($R_S=8.2$) for individual cases, the level of the factor impact of competitiveness and the method of determining the indicator of integrated coefficient of factors of competitiveness summarizing the weight of factors which has been improved;

Forecast indicators of the volume of gross added value created in tourist destinations until 2027 based on the correlation of factors such as the number of business entities operating in tourist destinations, the volume of investments, the number of customers served and the number of people employed in tourist destinations developed.

The practical result of the research is as follows:

the trends of change in the development of existing tourist destinations in the regions of our country were analyzed based on the dynamic series of official statistical data and the trends of the trends were evaluated;

using the methodology of statistical grouping, the administrative-territorial units of the Bukhara region were divided into 3 groups based on the resource components expressed in 6 main parameters, and these groups were divided into regions with high, medium and low resource potential;

in the assessment of factors of competitiveness of tourist destinations, questionnaires were conducted and the results of which were analyzed, helping to determine the importance of the determined factors among business entities operating in the destination area within the limited area;

a conceptual centralized model of the mechanism of ensuring the competitiveness of tourist destinations was developed and recommended for practical use;

models of strategic development of tourist destinations and ensuring their competitiveness and stability were improved.

Reliability of research results is the appropriateness of the methodological approach and methods used in the research, the fact that it was obtained from the official sources of the information base, including the sources of statistical data of the Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Uzbekistan, the State Statistical Agency under the Presidential Administration of the Republic of Uzbekistan, in particular, the statistical data of the Bukhara Regional Statistics Department and it is explained by the practical testing of relevant conclusions and proposals, the approval of the obtained results by competent state bodies.

The size and structure of the dissertation. The dissertation consists of an introduction, three chapters, 9 paragraphs, a conclusion, a list of references and appendices, and its volume is 156 pages.

E'LON QILINGAN ISHLAR RO'YXATI
СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ
LIST OF PUBLICATIONS
I bo'lim (I часть; part I)

1. Hamidov S.K. Problems of managing a tourist destination and increasing its competitiveness. // AMERICAN JOURNAL OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT ISSN: 2576-5973, Vol. 6, No. 1, 2023

2. Hamidov S.K. Tourist destination management - As a tool for the formation of competitive advantages of the region// INDONESIAN JOURNAL OF CULTURAL AND COMMUNITY DEVELOPMENT ISSN: 2615-6180, 2023-02-02

3. Hamidov S.K. Turistik destinatsiyalarda raqobatbardoshlikni boshqarishning o'ziga xos xususiyatlari. / Xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish va kambag'allikni qisqartirishda raqamli hamda innovatsion texnologiyalardan foydalanish imkoniyatlari. Xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya III qism 2023-y 20-22 may. –Samarqand, 2023. 125-130-b.

4. Hamidov S.K. Turistik destinatsiyalar faoliyatini rivojlantirish va boshqarish jarayonida ko'p omilli modellardan foydalanish istiqbollari. // Iqtisodiyot va ta'lim. – Toshkent, 2023. 2-son. 421-426-b.

5. Hamidov S.K. O'zbekistonda turistik destinatsiyalar faoliyatini rivojlantirish mexanizmlarini takomillashtirish. // Xorazm Ma'mun akademiyasi axborotnomasi. – Xorazm, 2023-3/2. 20-25-b.

6. Hamidov S.K. Hududlarda turistik destinatsiyalarni majmuaviy rivojlantirishda raqobatbardoshlik strategiyasini takomillashtirish istiqbollari. / Iqtisodiy tadqiqotlarga asoslangan oliy ma'lumotli iqtisodchi kadrlarni tayyorlash: muammolar va innovatsion yechimlar. Xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya materiallari to'plami. – Buxoro, 2023-yil 6-7 iyun. 188-190-b.

7. Hamidov S.K. Turistik destinatsiyalar mohiyatiga yondashuvlar va turistik destinatsiyalar shakllanishining nazariy-uslubiy jihatlari. / Milliy iqtisodiyotni jadal rivojlantirish va yuqori o'sish sur'atlarini ta'minlash: muammolar va yechimlar. Respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi. – Buxoro, 2023-yil 5-may. 125-129-b.

II бўлим; (II часть; part II)

1. Hamidov S.K. Turistik destinatsiyalarning raqobatbardoshligini boshqarish jarayonlarini takomillashtirish. / Yangi O'zbekistonning iqtisodiy taraqqiyotida tarmoq va hududlarni jadal rivojlantirish istiqbollari. Respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi. 2023-yil 6-fevral. 387-390-b.

2. Hamidov S.K. Turistik destinatsiya faoliyatini boshqarish jarayonlari rivojlanishining nazariy jihatlari. / Yangi O'zbekistonning iqtisodiy taraqqiyotida tarmoq va hududlarni jadal rivojlantirish istiqbollari. Respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi. 2023-yil 6-fevral. 393-396-b.

3. Toxirov J.R., Hamidov S.K. Ways To Implement Innovations in The Development of The Hotel Industry in Uzbekistan // International journal on economics, finance and sustainable development issn (electronic): №3 2021, 366-371

4. Xamidov O.X., Hamidov S.K., Yuldashev F. O'zbekistonda turistik hududlarni rivojlantirish va klasterlar faoliyatini kengaytirish. // Iqtisodiyot va ta'lim. – Toshkent, 2021. 2-son. 219-225-b.

5. Hamidov S.K. Turistik destinatsiyalarni guruhlashda resurs salohiyatini miqdor va sifat jihatidan kompleks baholash. / Таълим, иқтисодиёт ва туризм соҳаларида стратегик ислохотларни амалга ошириш муаммолари ва ечимлари. Халқаро илмий-амалий конференция. 2019-yil 20 fevral. 421-424-b.

6. Hamidov S.K. O'zbekistonda turizm xizmatlari bozorida turistik destinatsiyalar faoliyati tahlili va soha rivojlanishini ifodalovchi ayrim iqtisodiy ko'rsatkichlari. / Туризм, таълим ва

иқтисодиёт соҳаларида стратегик ислохотлар долзарблиги. Халқаро илмий-амалий конференция. 2018-йил 20-сентябр. 696-699-б.

7. Hamidov S.K. Zamonaviy sharoitda xalqaro xizmatlar savdosining mohiyati. / Bozor sharoitida iqtisodiy islohotlarning nazariy va amaliy asoslari. Ma'ruzalar to'plami. – Toshkent, 2004. – 92 б.