

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

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

XALILOV SIROJIDDIN SHERALI O'G'LI

**MILLIY TURIZM TARMOG'INING RAQOBAT USTUNLIKLARINI
RIVOJLANTIRISH YO'NALISHLARI VA STRATEGIYALARINI
TAKOMILLASHTIRISH**

08.00.17 – Turizm va mehmonxona faoliyati

**Iqtisodiyot fanlari doktori (DSc) dissertatsiyasi
AVTOREFERATI**

Toshkent – 2024

UO‘K: 338.48.:577.4 (575.1)

Iqtisodiyot fanlari doktori (DSc) dissertatsiyasi avtoreferati mundarijasi

Оглавление автореферата диссертации доктора (DSc) по экономическим наукам

Content of dissertation abstract of doctor of science (DSc) in economics

Xalilov Sirojiddin Sherali o‘g‘li

Milliy turizm tarmog‘ining raqobat ustunliklarini rivojlantirish yo‘nalishlari va strategiyalarini takomillashtirish.....3

Халилов Сирожиддин Шерали угли

Совершенствование направлений и стратегий развития конкурентных преимуществ национального туристского сектора.....31

Khalilov Sirojiddin Sherali ugli

Improvement of directions and strategies for developing competitive advantages of the national tourist sector59

E‘lon qilingan ishlar ro‘uxati

Список опубликованных работ

List of published works.....63

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

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

XALILOV SIROJIDDIN SHERALI O'G'LI

**MILLIY TURIZM TARMOG'INING RAQOBAT USTUNLIKLARINI
RIVOJLANTIRISH YO'NALISHLARI VA STRATEGIYALARINI
TAKOMILLASHTIRISH**

08.00.17 – Turizm va mehmonxona faoliyati

**Iqtisodiyot fanlari doktori (DSc) dissertatsiyasi
AVTOREFERATI**

Toshkent – 2024

Fan doktori (DSc) dissertatsiyasi mavzusi O'zbekiston Respublikasi Oliy attestatsiya komissiyasida B2022.2.DSc/Iqt401 raqam bilan ro'yxatga olingan.

Dissertatsiya Toshkent davlat iqtisodiyot universitetida bajarilgan.
Dissertatsiya avtoreferati uch tilda (o'zbek, rus va ingliz (rezyume)) Ilmiy kengash veb-sahifasida (www.tsue.uz) va «Ziyonet» axborot-ta'lim portali (www.ziyonet.uz) manzillarida joylashtirilgan.

Ilmiy maslahatchi: **Pardayev Mamayunus Qarshiboyevich**
iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Rasmiy opponentlar: **Safarov Baxodirxon Shaxriyorovich**
iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Ibragimov Nutfillo Salimovich
iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Astanakulov Olim Tashtemirovich
iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Yetakchi tashkilot: **Andijon davlat universiteti**

Dissertatsiya himoyasi Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti huzuridagi ilmiy darajalar beruvchi DSc.03/10.12.2019.I.16.01 raqamli ilmiy kengashning 2024 yil «24» yanvar kuni soat 10.00 dagi majlisida bo'lib o'tadi. (Manzil: 100003, Toshkent shahri, Islom Karimov ko'chasi, 49. Tel.: (99871) 239-28-72; faks: (99871) 239-43-51; e-mail: tdiu@tdiu.uz

Dissertatsiya bilan Toshkent davlat iqtisodiyot universitetining Axborot-resurs markazida tanishish mumkin (1388 raqami bilan ro'yxatga olingan). Manzil: 100003, Toshkent shahri, Islom Karimov ko'chasi, 49. Tel.: (99871) 239-28-72.

Dissertatsiya avtoreferati 2024-yil «10» yanvar kuni tarqatildi.
(2024-yil «10» yanvar dagi № 5 raqamli reestr bayonnomasi).



M.P. Eshov
Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash raisi, i.f.d., professor

U.V. Gafurov
Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash ilmiy kotibi, i.f.d., professor

A.A. Eshtayev
Ilmiy darajalar beruvchi ilmiy kengash qoshidagi ilmiy seminar raisi, i.f.d., professor

KIRISH (fan doktori (DSc) dissertatsiyasi annotatsiyasi)

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Global iqtisodiy munosabatlar tizimida turizm jahonning yetakchi davlatlari daromadining salmoqli qismini tashkil qilmoqda. Milliy turizm tarmog‘i yangi ish o‘rinlarini yaratishning rag‘batlantiruvchi kuchi sifatida dolzarb ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyat kasb etadi. “Bugungi kunda jahon yalpi ichki mahsulotining qariyb 10 foizi, ish bilan bandlikning 9 foizi, jami eksportning 7 foizi, xizmatlar eksportining esa 30 foizi turizm sohasi hissasiga to‘g‘ri keladi”¹. Bu raqamlar turizmning iqtisodiy rivojlanishdagi muhim o‘rnidan dalolat beradi. Turizm tarmog‘ining istiqboli jahon mamlakatlari aholisi ijtimoiy-iqtisodiy farovonligini izchil oshirib borishning muqobil yo‘nalishlaridan biri sifatida yuqori baholanmoqda.

Butunjahon iqtisodiy kompleksida turizm tarmog‘ida yaratilgan xizmatlar yoqilg‘i sanoati, kimyo sanoati, oziq-ovqat hamda avtomobil sanoati eksportidan so‘ng beshinchi o‘rinni egallaganligi uning iqtisodiyot rivojlanish sur‘atlariga sezilarli darajada ta‘sir ko‘rsatayotganligidan dalolat beradi. Xorijiy davlatlar o‘z milliy turizm mahsulotini diversifikatsiya qilish asosida turizm xizmatlari eksporti hajmini muntazam oshirib borishga jiddiy e‘tibor qarata boshladi. Turizm sohasida olib borilayotgan ilmiy-amaliy tadqiqot ishlarida ham jahon olimlari ayni masalalarning metodologik asoslari, marketing strategiyalari va investitsion boshqaruv jihatlariga alohida urg‘u bermoqda. Milliy turizm tarmog‘ining raqobat ustunliklarini rivojlantirish yo‘nalishlari va strategiyalarini takomillashtirish masalalari ham xorijiy tadqiqotchilarning ilmiy ishlarida o‘z aksini topgan.

O‘zbekistonda milliy turizm tarmog‘ini manzilli qo‘llab-quvvatlash, turizm tarmog‘ida yaratilgan xizmatlarni innovatsion texnologiyalar asosida takomillashtirish, uning samaradorligini oshirishga davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biri sifatida e‘tibor qaratilmoqda. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Oliy Majlisga Murojaatnomasida 2025-yilgacha “... yurtimizga tashrif buyuradigan xorijiy sayyohlar sonini 7 million nafarga, turizm eksportidan keladigan yillik daromadni esa 2 milliard dollarga yetkazish lozimligi ...”² ta‘kidlandi. Belgilab berilgan ushbu amaliy vazifalarning bajarilishi milliy turizm tarmog‘ini barqaror sur‘atlar bilan izchil rivojlantirish, raqobat strategiyalarini amaliyotga joriy etishning muhim yo‘nalishlarini ishlab chiqish maqsadida ayni masalalarga tegishli dasturlar tayyorlashga asos yaratadigan mukammal ilmiy tadqiqotlarga ehtiyoj mavjudligini ko‘rsatmoqda. Shu tufayli milliy turizm tarmog‘ining raqobat ustunliklarini rivojlantirish yo‘nalishlari va strategiyalarini takomillashtirish algoritmini belgilab olishga bag‘ishlangan mavzu dolzarb ilmiy yo‘nalishlardan biri ekanligidan dalolat beradi.

Dissertatsiya tadqiqoti natijalari 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

¹ UNWTO. Tourism Highlights: 2022 Edition, p. 3 // <http://www.unwto.org>

² O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Oliy Majlisga Murojaatnomasi. // Xalq so‘zi, 2020-yil 29-dekabr.

rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratish bo'yicha qo'shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to'g'risida"gi, 2019-yil 5-yanvardagi PF-5611-son "O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi farmonlarida, 2018-yil 6-fevraldagi PQ-3509-son "Kirish turizmini rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarorida hamda mazkur sohaga tegishli boshqa me'yoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishga muayyan darajada xizmat qiladi.

Tadqiqotning respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo'nalishlariga mosligi. Dissertatsiya tadqiqoti respublika fan va texnologiyalar rivojlanishining I. "Demokratik va huquqiy jamiyatni ma'naviy-axloqiy va madaniy rivojlantirish, innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish" ustuvor yo'nalishiga muvofiq bajarilgan.

Dissertatsiya mavzusi bo'yicha xorijiy ilmiy tadqiqotlar sharhi³. Milliy turizm tarmog'ining raqobat ustunliklarini rivojlantirishning yo'nalish va strategiyalarini takomillashtirishga yo'naltirilgan ilmiy izlanishlar jahonning yetakchi ilmiy markazlari va oliy ta'lim muassasalari, jumladan, Stanford University, Princeton University, Harvard University (AQSh), Cambridge University (Buyuk Britaniya), Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (Ispaniya), University of Munster (Germaniya), Korea Development Institute (Janubiy Koreya), Tailors University (Malayziya), Gazi University (Turkiya), G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti Toshkent filiali, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, Samarqand davlat universiteti, Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, Buxoro davlat universiteti, Urganch davlat universitetida olib borilmoqda.

Milliy turizm tarmog'ining raqobat ustunliklarini rivojlantirish yo'nalishlari va strategiyalarini takomillashtirish bo'yicha jahonda olib borilgan tadqiqotlar natijasida qator, jumladan, quyidagi ilmiy natijalar olingan: turizm faoliyatining tashqi bozorlardagi raqobatbardoshligini oshirish mexanizmi ishlab chiqilgan, milliy turizm tarmog'i boshqaruvini optimallashtirish uchun zarur tashkiliy o'zgarishlarning ta'siri baholangan (Stanford University, Harvard University – AQSh; University of Munster – Germaniya); milliy turizm tarmog'ida olinadigan daromadlar va YaIM hajmining o'zgarish tendensiyalari o'rtasidagi bog'liqlik o'rganilgan (Gazi University – Turkiya), milliy turizm tarmog'ining mamlakat va uning alohida hududlari iqtisodiyotiga ijtimoiy-iqtisodiy ta'siri, nazariy va uslubiy jihatlarini asoslangan (Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, Samarqand davlat universiteti, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, Buxoro davlat universiteti, Urganch davlat universiteti).

Jahonda milliy turizm tarmog'ining raqobat ustunliklarini rivojlantirishning yo'nalish va strategiyalarini takomillashtirish bo'yicha qator, jumladan, quyidagi sohalarda ilmiy izlanishlar olib borilmoqda: milliy turizm tarmog'ini zamonaviy

³Dissertatsiya mavzusi bo'yicha xorijiy ilmiy-tadqiqotlar sharhi Stenford University, Princeton University (AQSh), Harvard University (AQSh), Cambridge University (Buyuk Britaniya), Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (Ispaniya), Korea Development Institute (Janubiy Koreya), Gazi University (Turkiya), G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti va Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti veb-sahifalari va boshqa manbalar asosida yoritilgan.

marketing vositalarini qo'llash orqali takomillashtirish; milliy turizm tarmog'ining raqobat ustunliklarini aniqlash bo'yicha empirik tadqiqotlar; milliy turizm tarmog'ida innovatsion tavsifdagi raqamli platformalarini ishga tushirish; turistlarni jalb etish borasida innovatsion strategiyalarni rivojlantirish va hokazo.

Muammoning o'rganilganlik darajasi. Milliy turizm tarmog'i raqobat ustunliklarini rivojlantirish strategiyalarini takomillashtirishning nazariy jihatlarini A.Alonso, A.Ogle, D.Buhalis, S.Smit, V.Azar, A.Aleksandrova, V.Gulyaev, Ye.Jilsov, I.Zorin, N.Zayseva, D.Ismayev, N.Mironenko va boshqa xorijlik olimlarning asarlarida tadqiq etilgan⁴. Ayniqsa, milliy turizm tarmog'ining ilmiy-nazariy masalalarini chuqur tahlil qilishga bag'ishlangan V.I.Azar, V.A.Kvartalnovning⁵ ilmiy tadqiqot ishlari e'tiborga molik. Milliy turizm tarmog'ining raqobat ustunliklarini rivojlantirishning yo'nalish va strategiyalarini takomillashtirish muammolari K.X.Abduraxmonov, M.E.Po'latov, M.R.Boltabayev, N.T.Tuxliyev, M.Q.Pardayev, I.S.Tuxliyev, M.M.Muxammedov, M.T.Alimova, A.A.Eshtayev, A.N.Norchayev, O.H.Xamidov, M.T.Aliyeva, U.R.Matyoqubov, S.S.Ro'ziyev, N.E.Ibadullayev singari O'zbekiston olim va mutaxassislarining asarlarida ham yoritilgan⁶.

⁴ Alonso, A.D., & Ogle, A. (2010). Tourism and hospitality small and medium enterprises and environmental sustainability. *Management Research Review*, 33.; Ogle, A. (2012). Environmental performance measurement of tourism accommodations in the pilgrimage urban areas: The case of the Holy City of Mashhad, Iran. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 35, 514–522.; Buhalis, D., 2003, eTourism: Information Technology for strategic tourism management, Pearson.; Smith, S. (2010) *Practical Tourism Research (CABI)*; Azar V.I. Экономика и организация туризма. – М.: Аспект-Пресс, 2003. - 439 с.; Aleksandrova A.Yu. Международный туризм: Учеб. пособие для вузов. – М., 2001.; Gulyaev V.G. Туризм: экономика и социальное развитие. М.: Финансы и статистика, 2003; Jilsov Y.N. (ред) Экономика общественного сектора, Учебник / Под ред. П.В. Савченко, И.А. Погосова, Е.Н. Жильцова. – М.: ИНФРА-М, 2010. - 763 с. - (Высшее образование).; Zorin I.V., Kaverina T.P., Kvartalnov V.A. Туризм как вид деятельности, Учебник. – М.: Финансы и статистика. 2005. – 288 с.; Zayseva N.A. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме, Учебник для студентов высших учебных заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. - 224 с.; Ismayev D.K. Основы стратегии и планирования маркетинга в иностранном туризме. – М., 1994.; Krujalin V.I., Mironenko N.S. и др. География туризма. Учебник. Н. В. Зигерн-Корн, Н. В. Шабалина. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 336 с.

⁵ Azar V.I. Экономика и организация туризма. – М.: Экономика, 2003. – 322 с.; Kvartalnov V.A. Менеджмент и маркетинг в социальнокультурной сфере. Учебное пособие. 2-е изд. – СПб.: Книжный дом, 2003. – 644 с.;

Абдурахманов К.Х. Менеджмент туризма. Учебное пособие. – Т.: Филиал ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Плеханова Г.В.» в г. Ташкенте, 2013. – 248 с.; Po'latov M.E. va boshqalar. Global iqtisodiy rivojlanish (turizm iqtisodiyoti) – “Fan va texnologiya” - Toshkent, 2018. 308 b.; Boltaboev M.R., Tuxliyev I.S., Safarov B.Sh., Abduxamidov S.A. “Turizm: nazariya va amaliyot” fanidan elektron darslik.- T., 2017; Tuxliyev N., Abdullaeva T. Менеджмент и организация бизнеса в туризме Узбекистана. – Т.: Гос.науч.изд. «O'zbekiston milliy ensiklopediyasi», 2006. - 386 с; Pardayev M., Atabayev R. Turizm asoslari. – Samarqand, SamISI. 2006.- 74 b.; Tuxliyev I. Turizm asoslari. – Samarqand: SamISI. 2010. -271 b., To'xliyev I., Qudratov F., Pardayev M. Turizmni rejalashtirish. Darslik. – Т.: Iqtisod va moliya, 2008.- 262 b.; Muxammedov M., Raxmatov F. Turizm sohasida bozor munosabatlarining shakllanishi va uning tarmoq samaradorligi ko'rsatkichlariga ta'siri. //Servis va turizm: Boshqarish va rivojlantirish muammolari. Xalkaro anjuman materiallari. – Samarqand, 2007.; Aliyeva M.T. Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida turizm xizmatlari sohasini boshqarishning iqtisodiy jihatlarini: DSc dissertatsiyasi avtoreferati. 2019 – 78 bet; Alimova M.T. Hududiy turizm bozorining rivojlanish xususiyatlari va tendensiyalari: doktorlik dissertatsiyasi avtoreferati. – Samarqand: SamISI, 2017. – 96 b.; Eshtayev A.A. Globallashuv sharoitida turizm industriyasini boshqarishning marketing strategiyasi (O'zbekiston Respublikasi turizm tarmog'i misolida). Doctor of science dissertatsiyasi avtoreferati - Samarqand, 2019, Norchayev A. Xalqaro turizmni rivojlantirishning iqtisodiy o'sishga ta'siri. Iqt. fan. nomz. ...diss. 2004. -120 b.; Hamidov O. O'zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirishni boshqarish mexanizmini takomillashtirish. I.f.d. ...diss. avtoref. – Samarqand, 2017; Matyakubov U. Ekologik vaziyatni inobatga olib turizm samaradorligini oshirish yunalishlari va istiqbollari (Xorazm viloyati misolida). Iqt. fan. nomz. ...diss. - Samarqand, 2011; Ro'ziyev S. O'zbekiston madaniy turizm bozori va uning istiqbollari. Iqt. fan. ...diss. – Toshkent, 2009; Ibadullayev N. Turistik resurslardan foydalanish samaradorligini oshirish imkoniyatlari (Samarqand viloyati misolida). Iqt. fan. ...diss. avtoref. – Samarqand, 2010.

Hozirgi kunda O‘zbekistonda milliy turizm tarmog‘ining raqobat ustunliklarini rivojlantirishning yo‘nalish va strategiyalarini takomillashtirishni ilmiy jihatdan asoslash, milliy turizm tarmog‘ining alohida tarkibiy qismlari sifatida hududlar salohiyatidan samarali foydalanishni ta‘minlovchi maqbul tizimni yaratish zarurati obyektiv tus olmoqda. Mavjud tadqiqotlarda ushbu masalalar bo‘yicha ayrim nazariy va metodologik natijalar olingan bo‘lsa-da, ularda milliy turizm tarmog‘ining raqobat ustunliklari kompleks yoritilmagan. Bu esa, o‘z o‘rnida, dolzarb masala hisoblanib, bu sohadagi ilmiy tadqiqot ishlarini olib borish davr talabi bo‘lib qolmoqda. Aynan shu holat mazkur dissertatsiya ishi mavzusini tanlash, uning maqsadi va vazifalarini belgilashga asos sifatida xizmat qildi.

Dissertatsiya tadqiqotining dissertatsiya bajarilgan oliy ta‘lim muassasasining ilmiy tadqiqot ishlari rejasiga bog‘liqligi. Dissertatsiya tadqiqoti Toshkent davlat iqtisodiyot universitetining ilmiy tadqiqot ishlari rejasiga muvofiq “Bozor raqobati sharoitida real sektor tarmoqlari hamda korxonalar rivojlanishining ilmiy-metodologik asosini takomillashtirish” mavzusidagi ilmiy tadqiqot loyihasi asosida bajarilgan.

Tadqiqotning maqsadi O‘zbekiston milliy turizm tarmog‘ining raqobat ustunliklarini rivojlantirishning yo‘nalish va strategiyalarini takomillashtirish bo‘yicha ilmiy taklif va amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari:

milliy turizm tarmog‘ida “raqobat muhiti” va “raqobat ustunliklari” kategoriyalari namoyon bo‘lishining nazariy asoslarini tadqiq etish;

kirish turizmi yo‘nalishlarini diversifikatsiyalash maqsadida yoshlar faol dam olish zonasini tashkil etish bo‘yicha boshqaruv tuzilmasini ilmiy jihatdan asoslash;

turizm sohasida transport logistikasini rivojlantirish, tashqi va ichki yo‘nalishlarni kengaytirishni nazarda tutgan holda yo‘lovchilar tashish sohasida O‘zbekistonni Markaziy Osiyo mintaqaviy transport “xabi”ga aylantirishni ta‘minlash taklifini ishlab chiqish;

turizmning istiqbolli turlari (ekologik, etnografik, gastronomik, sport, sog‘lomlashtirish, industrial, ishbilarmonlik)ni barqaror rivojlantirishning tashkiliy mexanizmini raqobatbardosh turizm mahsulotlari, xususan, hududlarda tematik turizm zonalarini yaratish orqali takomillashtirish yo‘llarini ko‘rsatib berish;

pozitsiyalashga ustuvorlik berish orqali turizm oqimini yo‘naltiruvchi tashqi bozorlarda milliy turizm mahsulotini ilgari surish bo‘yicha strategiyani ishlab chiqish uslubiyotini takomillashtirish zaruratini asoslash;

turizm salohiyatiga ega hududlarga investorlarni jalb etishga qaratilgan “Investor show room”, shuningdek, turistlarga xizmat ko‘rsatishga mo‘ljallangan axborot markazlarini (“Visitor center”) tashkil qilish tartibini ishlab chiqish;

Surxondaryo viloyatida “Oltin uchburchak” turizm sxemasini amalga oshirishning iqtisodiy mexanizmini turizm resurslaridan optimal foydalanish va turizm sohasida hudud salohiyatini yuzaga chiqarish maqsadlarini ko‘zlagan holda takomillashtirish.

Tadqiqotning obyekti sifatida O‘zbekiston milliy turizm tarmog‘i hamda hududiy turizm zonalarini faoliyati tanlangan.

Tadqiqotning predmeti milliy turizm tarmog‘ining raqobat ustunliklarini yuzaga chiqarish jarayonida vujudga keluvchi iqtisodiy munosabatlar majmuidan iborat.

Tadqiqot usullari. Dissertatsiya ishida tizimli yondashuv, abstrakt-mantiqiy tahlil, SMART-tahlil, induksiya va deduksiya, qiyoslash, ekspert baholash, monografik kuzatuv, statistik guruhlash va iqtisodiy tahlil usullaridan foydalanildi.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi quyidagilardan iborat:

uslubiy yondashuvga ko‘ra “milliy turizm tarmog‘ida raqobat muhiti va raqobat ustunliklari” tushunchalarining iqtisodiy mazmuni turizm korxonalarining maqbul narx belgilash, tanlangan segment miqyosida taniqlilikni ta‘minlashga yo‘naltirilgan manfaatlar to‘qnashuvi natijasida vujudga keluvchi holat hamda biznes subyektlari orasida keskin ajralib turuvchi raqobat xususiyatlari jamlanmasi nuqtai nazaridan takomillashtirilgan;

Surxondaryo viloyatida turizm yo‘nalishlarini hududiy raqobat ustunliklariga ko‘ra diversifikatsiyalash hamda qayta maqsadli integratsiyalash asosida “ekoturizm”, “agroturizm”, “gastronomik turizm” singari istiqbolli turlarga ixtisoslashgan Boysun, Sherobod va Sariosiyo kichik tematik turizm zonalari yaratish taklifi asoslangan;

qishloq va etnografik turlar (an‘anaviy turmush tarzi, hunarmandchilik, milliy taomlar tayyorlash texnologiyasi) doirasida sayyohlarni qabul qilish istagi va imkoniyatiga ega fermerlar uchun namunaviy “turizm mahallasi” tipidagi uy-joy komplekslari qurish orqali milliy turizm tarmog‘i salohiyatidan foydalanishni kengaytirish taklifi asoslangan;

rekreatsion ko‘llar hududida ishbilarmonlik tadbirlarini (MICE tourism) o‘tkazishga mo‘ljallangan kongress-xoll, rekreatsiya va dam olish maskanlari, investorlarni jalb etish imkonini kengaytiruvchi “Investor show room” hamda turistlarga xizmat ko‘rsatishga mo‘ljallangan axborot markazlarini (“Visitor center”) tashkil qilish taklifi asoslangan;

Surxondaryo viloyatida turizm sohasida hudud salohiyatini yuzaga chiqarishga yo‘naltirilgan “Oltin uchburchak” turizm sxemasini amalga oshirishning iqtisodiy mexanizmi tabaqalashgan imtiyozlar joriy qilish va ekskursiya dasturlari bazasini yaratishga mas‘ul tuzilma sifatida turizm ekspertlaridan iborat muvofiqlashtiruvchi konsilium faoliyatini yo‘lga qo‘yish asosida takomillashtirilgan.

Tadqiqotning amaliy natijasi quyidagilardan iborat:

turizm sohasida transport logistikasini rivojlantirish, tashqi va ichki yo‘nalishlarni kengaytirishni nazarda tutgan holda yo‘lovchilar tashish sohasida O‘zbekistonni Markaziy Osiyo mintaqaviy transport “xabi”ga aylantirishni ta‘minlash taklifi xalqaro parvozlar bo‘yicha O‘zbekistonning tarixiy shaharlariga reyslarning geografiyasini kengaytirishga xizmat qilgan;

raqobatbardosh turizm mahsulotlari, xususan, hududlarda tematik turizm zonalari yaratish orqali turizmning istiqbolli turlari (ekologik, etnografik, gastronomik, sport, sog‘lomlashtirish, industrial, ishbilarmonlik)ni barqaror rivojlantirishning tashkiliy mexanizmini takomillashtirish bo‘yicha taklifdan foydalanish turizm mahsulotlarini diversifikatsiya qilish orqali mavsumiy omillar ta‘sirini kamaytirish imkonini bergan;

turistlar oqimini yoʻnaltiruvchi tashqi bozorlarda milliy turizm mahsulotini ilgari surish boʻyicha strategiyani ishlab chiqish uslubiyotini pozitsiyalashga ustuvorlik berish asosida takomillashtirish boʻyicha taklifdan foydalanish natijasida turistlar oqimini yoʻnaltiruvchi tashqi bozorlarda milliy turizm mahsulotini ilgari surish boʻyicha strategiyalar global trendlar taʼsirini eʼtiborga olgan holda takomillashtirilgan;

rekreatsion koʻllar hududida ishbilarmonlik tadbirlarini (MICE tourism) oʻtkazishga moʻljallangan kongress-xoll, rekreatsiya va dam olish maskanlari, investorlarni jalb etishga qaratilgan “Investor show room”, shuningdek, turistlarga xizmat koʻrsatishga moʻljallangan axborot markazlarini (“Visitor center”) tashkil qilish tartibini ishlab chiqish boʻyicha taklifdan foydalanish natijasida rekreatsion koʻllar hududini potensial turistlar guruhlari oʻrtasida targʻib etish boʻyicha marketing strategiyasini (targetli marketing) olib borish mexanizmi takomillashtirilgan;

turizm resurslaridan optimal foydalanish va turizm sohasida hudud salohiyatini yuzaga chiqarishga yoʻnaltirilgan Surxondaryo viloyatida “Oltin uchburchak” turizm sxemasini amalga oshirish iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish boʻyicha taklifdan foydalanish milliy turizm tarmogʻida hududlar ulushini mutanosib taqsimlashga asos boʻlgan.

Tadqiqot natijalarining ishonchliligi. Dissertatsiya tadqiqotida olingan ilmiy natijalarning ishonchliligi ishda qoʻllanilgan uslubiy yondashuv va usullarning maqsadga muvofiqligi, axborot bazasining rasmiy manbalardan olingani, SWOT-tahlil va sotsiologik soʻrovnomalarning maxsus talablar asosida oʻtkazilgani hamda xulosa, taklif va tavsiyalarning amalda sinovdan oʻtgan, shuningdek, olingan natijalardan amaliyotda foydalanilgani bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy ahamiyati dissertatsiya natijalarini qoʻllash orqali milliy turizm tarmogʻida turizm xizmatlari eksportini diversifikatsiya qilishga yoʻnaltirilgan aniq tavsiyalarning nazariy va metodik asoslarini shakllantirish imkoniyati mavjudligida ifodalanadi. Bu tavsiyalar majmui milliy turizm tarmogʻida faoliyat yurituvchi biznes subyektlari boshqaruv samaradorligini oshirish va shu asosda turistlar talabini toʻliq qondirish sharoitini tugʻdiruvchi boshqaruv tizimini joriy qilish imkoniyatini yaratadi. Tadqiqot natijalaridan oliy va oʻrta maxsus kasb taʼlimi tizimida turizm va xizmatlar sohasiga iqtisodchilar, menejerlar, marketologlar, turoperatorlarni tayyorlashda foydalanish mumkin.

Tadqiqotning nazariy-ilmiy xulosalari va metodik tavsiyalaridan Oʻzbekiston Respublikasi Turizm qoʻmitasi faoliyatida va 2019-2025-yillarda Oʻzbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish Konsepsiyasida belgilangan vazifalar ijrosini taʼminlashda foydalanish mumkin.

Tadqiqot natijalarining joriy qilinishi. Milliy turizm tarmogʻining raqobat ustunliklarini rivojlantirish yoʻnalishlari va strategiyalarini takomillashtirish boʻyicha ishlab chiqilgan ilmiy-uslubiy va amaliy tavsiyalar asosida:

uslubiy yondashuvga koʻra “milliy turizm tarmogʻida raqobat muhiti va raqobat ustunliklari” tushunchalarining iqtisodiy mazmunining turizm korxonalarida maqbul narx belgilash, tanlangan segment miqyosida taniqlilikni taʼminlashga yoʻnaltirilgan manfaatlar toʻqnashuvi natijasida vujudga keluvchi

holat hamda biznes subyektlari orasida keskin ajralib turuvchi raqobat xususiyatlari jamlanmasi nuqtai nazaridan takomillashtirishga oid nazariy-uslubiy materiallardan oliy ta'lim muassasalari talabari uchun mo'ljallangan "Turizmda tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish" nomli darslikni tayyorlashda foydalanilgan (O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligining 2021-yil 18-avgustdagi 356-sonli buyrug'i). Mazkur ilmiy yangilikning amaliyotga joriy qilinishi oliy oliy ta'lim muassasalari talabalarida "milliy turizm tarmog'ida raqobat muhiti va raqobat ustunliklari" tushunchalarining iqtisodiy mazmuni bo'yicha yanada kengroq nazariy bilim va ko'nikmalar hosil qilish uchun uslubiy asos bo'lgan;

Surxondaryo viloyatida turizm yo'nalishlarini hududiy raqobat ustunliklari asosida diversifikatsiyalash hamda qayta maqsadli integratsiyalash asosida "ekoturizm", "agroturizm", "gastronomik turizm" singari istiqbolli turlarga ixtisoslashgan Boysun, Sherobod va Sariosiyo kichik tematik turizm zonalari yaratish taklifi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2020-yil 27-maydagi 332-son qarori asosida ishlab chiqilgan kompleks chora-tadbirlar dasturining 7-bandida o'z aksini topgan (O'zbekiston Respublikasi Turizm va sport vazirligining 2021-yil 18-noyabrdagi 03-17-01/10649-son ma'lumotnomasi). Mazkur ilmiy taklifning amaliyotga joriy qilinishi natijasida turizm mahsulotlarini diversifikatsiya qilish orqali mavsumiy omillar ta'sirini kamaytirish hamda turizm tarmog'ini hududiy boshqarish samaradorligini oshirish imkoni yaratilgan;

qishloq va etnografik turlar (an'anaviy turmush tarzi, hunarmandchilik, milliy taomlar tayyorlash texnologiyasi) doirasida sayyohlarni qabul qilish istagi va imkoniyatiga ega fermerlar uchun namunaviy "turizm mahallasi" tipidagi uy-joy komplekslari qurish orqali milliy turizm tarmog'i salohiyatidan foydalanishni kengaytirish taklifi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi PF-5611-son "O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi farmoni bilan tasdiqlangan 2019-2025-yillarda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish konsepsiyasini ishlab chiqishda qo'llanilgan (O'zbekiston Respublikasi Turizm va sport vazirligining 2021-yil 18-noyabrdagi 03-17-01/10649-son ma'lumotnomasi). Mazkur ilmiy taklifning amaliyotga joriy qilinishi natijasida kiruvchi va ichki turistlar oqimiga xizmat ko'rsatishga mo'ljallangan muqobil tashkiliy tuzilmalar faoliyati takomillashgan;

rekreatsion ko'llar hududida ishbilarmonlik tadbirlarini (MICE tourism) o'tkazishga mo'ljallangan kongress-xoll, rekreatsiya va dam olish maskanlari, investorlarni jalb etish imkonini kengaytiruvchi "Investor show room" hamda turistlarga xizmat ko'rsatishga mo'ljallangan axborot markazlarini ("Visitor center") tashkil qilish taklifi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2021-yil 14-iyundagi 368-son "O'zbekiston Respublikasida suvda dam olish va plyaj turizmini rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori bilan tasdiqlangan Aydar-Arnasoy ko'llar tizimi va To'dako'l rekreatsion ko'llar hududida 2021-2025-yillarda turizmni rivojlantirish konsepsiyasining 1-bobi 1.6-bandini hamda 5-bobi 5.5-, 5.6-, 5.7-bandlarini ishlab chiqishda qo'llanilgan

(O‘zbekiston Respublikasi Turizm va sport vazirligining 2021-yil 18-noyabrdagi 03-17-01/10649-son ma’lumotnomasi). Mazkur ilmiy taklifning amaliyotga joriy qilinishi rekreatsion ko‘llar hududini potensial turistlar guruhlari o‘rtasida targ‘ib qilish bo‘yicha marketing strategiyasini amalga oshirish mexanizmini takomillashtirishga xizmat qilgan;

Surxondaryo viloyatida turizm sohasida hudud salohiyatini yuzaga chiqarishga yo‘naltirilgan “Oltin uchburchak” turizm sxemasini amalga oshirishning iqtisodiy mexanizmini tabaqalashgan imtiyozlar joriy qilish va ekskursiya dasturlari bazasini yaratishga mas’ul tuzilma sifatida turizm ekspertlaridan iborat muvofiqlashtiruvchi konsilium faoliyatini yo‘lga qo‘yish asosida takomillashtirish taklifi O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2020-yil 27-maydagi 332-son “Surxondaryo viloyatining turizm salohiyatidan samarali foydalanish va uni rivojlantirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi qarori bilan tasdiqlangan Surxondaryo viloyatida “Oltin uchburchak” loyihasini amalga oshirish chora-tadbirlar rejasini ishlab chiqishda qo‘llanilgan (O‘zbekiston Respublikasi Turizm va sport vazirligining 2021-yil 18-noyabrdagi 03-17-01/10649-son ma’lumotnomasi). Mazkur ilmiy taklifning amaliyotga joriy qilinishi natijasida milliy turizm tarmog‘ida hududlar ulushini mutanosib taqsimlash imkoni yaratilgan.

Tadqiqot natijalarining aprobatsiyasi. Tadqiqot natijalari 10 ta, jumladan, 7 ta xalqaro va 3 ta respublika ilmiy-amaliy konferensiyalarida aprobatsiyadan o‘tkazilgan.

Tadqiqot natijalarining e‘lon qilinganligi. Dissertatsiya mavzusi bo‘yicha jami 23 ta ilmiy ish, shu jumladan, O‘zbekiston Respublikasi Oliy attestatsiya komissiyasining doktorlik dissertatsiyalari ilmiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan ilmiy nashrlarda 12 ta maqola, jumladan, 10 tasi respublika va 2 tasi xorijiy jurnalda nashr etilgan.

Dissertatsiyaning tuzilishi va hajmi. Dissertatsiya tarkibi kirish, 4 ta bob, xulosa, foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati va ilovalardan iborat bo‘lib, uning hajmi 212 betni tashkil etadi.

DISSERTATSIYANING ASOSIY MAZMUNI

Kirish qismida o‘tkazilgan tadqiqotlarning dolzarbligi va zarurati asoslangan, tadqiqotning maqsadi, vazifalari, obyekti va predmeti tavsiflangan, mavzuning respublika fan va texnologiyalarni rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlariga mosligi ko‘rsatilgan hamda tadqiqotning ilmiy yangiligi, amaliy natijalari bayon etilgan, olingan natijalarning ilmiy va amaliy ahamiyati yoritib berilgan, tadqiqot natijalarining amaliyotga joriy etilishi, nashr qilingan ishlar va dissertatsiya tuzilishi borasidagi ma’lumotlar keltirilgan.

Dissertatsiyaning **“Milliy turizm tarmog‘i raqobat ustunliklarining nazariy asoslari”** deb nomlangan birinchi bobida raqobat ustunliklari rivojlanishining genezisi, ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati va obyektiv zarurligi asoslangan holda ayni yo‘nalishda olib borilgan ilmiy izlanishlar tahlili keltirilgan.

Milliy turizm tarmogʻi mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy va madaniy rivojlanishining ajralmas qismi hisoblanadi. Milliy turizm tarmogʻining davlat tomonidan izchil qoʻllab-quvvatlanishi yangi ish oʻrinlarining yaratilishi, davlat byudjeti daromadlar bazasi ortishi, xalqaro miqyosda mamlakatning ijobiy imiji va madaniyatlararo aloqalar mustahkamlanishiga olib keladi. Turizm XX asr fenomeni sifatida tan olingan hamda yangi yuz yillikda ushbu tarmoq taraqqiyotini jadallashtirish davlatlar iqtisodiy siyosatining yetakchi tayanch nuqtalaridan biri boʻlib qolmoqda. Milliy turizm tarmogʻidagi rivojlanish surʼatlarini ragʻbatlantiruvchi omillardan biri, shubhasiz, raqobat muhitidir. Raqobat muhitining shakllanishi moddiy-ashyoviy buyumlar ishlab chiqarish sanoatida ham, xizmatlar sektorida ham rivojlanishning yangi imkoniyatlarini yuzaga keltiradi.

Raqobat muhiti shakllanmagan sharoitda tovar va xizmatlar sifati tushib ketishi, tannarx ortishi, mehnat unumdorligi pasayishi singari salbiy oqibatlar kuzatila boshlaydi. Shunday ekan, raqobat muhiti global xoʻjalik tizimi, milliy iqtisodiyot, alohida maʼmuriy hududlar rivojlanishi va korxonalar moliyaviy barqarorligini taʼminlashda muhim ahamiyatga ega. Bu iqtisodiy kategoriya toʻgʻrisida ilmiy mulohazalarni davom ettirishdan avval nazariy jihatdan asoslangan mualliflik taʼrifini ishlab chiqish maqsadga muvofiq.

Milliy turizm tarmogʻida raqobat muhiti deganda erkin bozor iqtisodiyoti tamoyillari amal qilgan sharoitda turizm korxonalarining maqbul narx belgilash, sifatli xizmat koʻrsatish, tanlangan segment miqyosida taniqlilikni taʼminlashga yoʻnaltirilgan manfaatlar toʻqnashuvi natijasida vujudga keuvchi holat tushuniladi. Xuddi shunday, **milliy turizm tarmogʻida raqobat ustunliklari** deganda mamlakat yoki uning muayyan hududida turizm korxonasining tanlangan bozor segmentida faoliyat yurituvchi biznes subyektlari orasida keskin ajralib turuvchi noyob xususiyatlar jamlanmasi tushuniladi.

Milliy turizm tarmogʻi raqobat muhiti nafaqat yagona segment doirasidagi isteʼmolchilar auditoriyasi bilan ishlayotgan turizm korxonalarini oʻrtasidagi oʻzaro manfaatlar toʻqnashuvidan, balki boshqa yana bir qancha tarkibiy elementlardan iborat. Ularning oʻzaro aloqadorligi va bilvosita kechuvchi iqtisodiy munosabatlari pirovard natijada raqobat muhtining samarali amal qilishini taʼminlaydi. Tarkibiy elementlarning bir butunligi va ularning oʻzaro taʼsirida raqobat muhiti doimiy takomillashib boradi. Raqobat muhitining asosiy elementlari sirasiga davlatning raqobatga oid siyosati, turdosh (funktional oʻxshashliklarga ega) xizmatlarni taklif qiluvchi korxonalar, asosiy xizmat turlarini taqdim etuvchi korxonalar (servis provayderlari), turistlar, raqobatlashuvchi subyekt sifatida milliy turizm tarmogʻiga kirib kelishdagi toʻsiqlar kiradi (1-jadval).

Oʻzbekiston Respublikasida raqobatga oid iqtisodiy munosabatlar 2012-yil 6-yanvarda qabul qilingan OʻRQ-319-son “Raqobat toʻgʻrisida”gi qonun bilan tartibga solinadi. Ushbu qonunga koʻra, Oʻzbekiston Respublikasining Xususiylashtirilgan korxonalariga koʻmaklashish va raqobatni rivojlantirish davlat qoʻmitasi raqobat sohasidagi vakolatli organ sifatida belgilangan. Mazkur qoʻmita korxonalarining raqobatga qarshi harakatlarini, nosogʻlom raqobatini cheklash va

ularning oldini olishga, davlat boshqaruvi organlari va mahalliy davlat hokimiyati organlarining g‘ayriqonuniy harakatlariga yo‘l qo‘ymaslikka qaratilgan davlat siyosatini izchil amalga oshiradi⁷. Davlatning raqobatga oid siyosati natijasida sof raqobat muhitini markazlashgan holda tartibga solish va nazorat qilish imkoniyati yuzaga keladi. Nosog‘lom raqobat kurashi holatlari aniqlangan taqdirda, bunday harkatlarni sodir etgan korxonalariga nisbatan huquqiy ta’sir choralari ham ko‘riladi. O‘z o‘rnida, davlatning raqobatga oid siyosati natijadorligi ustidan parlament nazorati o‘rnatilgan.

1-jadval

Milliy turizm tarmog‘ida raqobat muhitini tashkil etuvchi elementlar⁸

№	Raqobat muhitini tashkil etuvchi element	Alohida olingan elementning umumiy raqobat muhitidagi o‘rni
1.	Davlatning raqobatga oid siyosati	- raqobat muhitini qo‘llab-quvvatlashga oid huquqiy bazani yaratadi; - monopoliyani cheklash sohasida qat’iy davlat siyosati yuritilishini ta’minlaydi
2.	Funksional o‘xshashliklarga ega xizmatlarni taklif qiluvchi korxonalar	- xizmatlar narxi oshib ketishining oldini oladi; - turistlar uchun sifat ko‘rsatkichi yuqori bo‘lgan xizmatlar taqdim etilishini rag‘batlantiradi.
3.	Ta’minotchi korxonalar	- turoperatorning takliflar differentsiatsiyasini ta’minlaydi; - turizm mahsuloti renovatsiyasiga (tuzilmaviy yangilanishiga) olib keladi
4.	Turistlar	- asosiy xizmat turlarini taqdim etuvchi korxonalarni bozor tadqiqotlarini amalga oshirishga undaydi; - turoperatorlarda innovatsiyalarni o‘zlashtirishga rag‘bat uyg‘otadi
5.	Raqobatlashuvchi subyekt sifatida milliy turizm tarmog‘iga kirib kelishdagi to‘siqlar	- asosiy xizmat turlarini taqdim etuvchi korxonalardan o‘z resurslari va imkoniyatlarini obyektiv baholashni talab qiladi; - raqobatchilarning moliyaviy va ayrim rasmiy tuzilmalarning ma’muriy bosimiga nisbatan preventiv choralar ko‘rishni taqozo etadi

Ta’kidlab o‘tilganidek, raqobat muhitini qo‘llab-quvvatlashga oid huquqiy bazani yaratish davlatning raqobatga oid siyosati asosini tashkil etadi. O‘zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi, “Raqobat to‘g‘risida”gi qonun, Prezidentning raqobat muhitini takomillashtirishga tegishli farmonlari, Vazirlar Mahkamasining qarorlari ayni sohaning huquqiy bazasini shakllantiradi. Mazkur me’yoriy-huquqiy hujjatlarning O‘zbekiston Respublikasi miqyosida qat’iy ijrosini nazorat qilish raqobat muhitiga salbiy ta’sir ko‘rsatuvchi omillarni cheklaydi.

Milliy turizm tarmog‘ida raqobat ustunliklariga ta’sir etuvchi omillar turizm korxonasidagi menejerlar korpusining ta’sir imkoniyatlariga ko‘ra ichki va tashqi

⁷ O‘zbekiston Respublikasining 2012-yil 6-yanvarda qabul qilingan O‘RQ-319-son “Raqobat to‘g‘risida”gi qonuni 9-moddasi.

⁸ Muallif tadqiqotlari asosida ishlab chiqilgan.

omillarga ajratiladi. Milliy turizm tarmog‘ida raqobat ustunliklariga ta’sir etuvchi omillar menejerlar korpusi boshqaruv qarorlari orqali o‘zgarishlarga yuz tutsa, bunday omillar ichki omillar sifatida tasniflanadi. Aksincha, milliy turizm tarmog‘ida raqobat ustunliklariga ta’sir etuvchi omillar menejerlar korpusi boshqaruv qarorlari orqali o‘zgarishlarga yuz tutmasa, bunday omillar tashqi omillar sifatida tasniflanadi (2-jadval).

2-jadval

Milliy turizm tarmog‘ida raqobat ustunliklariga ta’sir etuvchi ichki va tashqi omillar muvozanati⁹

Milliy turizm tarmog‘ida raqobat ustunliklariga ta’sir etuvchi asosiy omillar	
Tashqi omillar	Ichki omillar
turizm xizmatlari xalqaro savdosiga oid davlat siyosati	turizm korxonasi tashkiliy tuzilmasi
mamlakatning iqtisodiy rivojlanganlik darajasi	xizmat ko‘rsatish jarayonining tartibga solinishi va boshqaruv hisobining yuritilishi
asosiy turistlar oqimini jo‘natuvchi mamlakatlarga nisbatan qo‘llaniluvchi ma‘muriy tartib-taomillar	xizmat ko‘rsatuvchi personal malakasi
fiskal va monetar siyosat	ichki boshqaruvning axborot va me‘yoriy-uslubiy bazasi yaratilganligi
bojxona siyosati, shu bilan bog‘liq holda import poshlinalari va kvotalari	xizmatlar sifatini nazorat qilish tizimi mavjudligi
mamlakatning xalqaro mehnat taqsimotidagi pozitsiyasi	strategik boshqaruv tizimi yo‘lga qo‘yilganligi
davlatning xizmatlarni sertifikatlash tizimi	turizm mahsuloti realizatsiyasida dillerlik tarmog‘ining shakllantirilganligi
iste‘molchilar huquqlarining kafolatli himoyasi	ichki axborot almashinuvida konfidensiallik ta‘minlanganligi
milliy turizm tarmog‘ining bozor sig‘imi va unda hukm suruvchi raqobat muhiti	turizm mahsulotlari realizatsiyasida onlayn platformalardan foydalangan holda elektron tijorat tizimi yaratilganligi
noyob texnologik yangiliklarga ega turizm mahsulotlarini ilgari suruvchi raqobatchilarning paydo bo‘lishi	tanlangan bozor segmentiga differentsiatsiya qilingan turizm mahsulotini ilgari surish salohiyati

Milliy turizm tarmog‘ining raqobat ustunliklari mamlakatga kiruvchi xorijiy turistlar oqimini ko‘paytirishning muhim manbai hisoblanadi. Milliy turizm tarmog‘i raqobat ustunliklari orqali potensial turistlar mamlakat to‘g‘risida qo‘shimcha ma‘lumotlarga ega bo‘ladi hamda shu mamlakatga sayohat qilishni ko‘zda tutuvchi turizm mahsulotlarini xarid qiladi. Milliy turizm tarmog‘i raqobat ustunliklarining aniqlanishi potensial turistlar uchun noyob assortimentdagi turizm mahsulotlarini taklif qilish imkonini beradi. Turizm mahsulotlari reklama kampaniyasining tijorat muvaffaqiyati ham bevosita raqobat ustunliklari negiziga quriladi.

Dissertatsiyaning “**Milliy turizm tarmog‘i raqobat ustunliklarini yuzaga chiqarishning metodologik jihatlari**” deb nomlangan ikkinchi bobida

⁹ Muallif tadqiqotlari asosida ishlab chiqilgan.

O‘zbekiston turizm salohiyatini baholashga uslubiy yondashuvlar boshqaruvning yangi tashkiliy tuzilmalarini tadqiq etish asosida o‘rganilgan. Milliy turizm tarmog‘ining raqobat ustunliklari yuzaga kelishi sinergetik samaraga erishish imkonini beruvchi manfaatdor tomonlar imkoniyatlarini yagona missiya atrofida birlashtirishni talab etadi.

Milliy turizm tarmog‘ining raqobat ustunliklariga ega bo‘lishi, avvalo, yo‘lovchi tashishda transport logistikasini takomillashtirish, tashqi va ichki to‘g‘ridan-to‘g‘ri reyslarni kengaytirish, Markaziy Osiyoda mintaqaviy transport bog‘lamalarini rivojlantirish bilan bog‘liq. Buning natijasida O‘zbekistonning yuqori turizm salohiyatiga ega tarixiy shaharlariga transport qatnovlarining geografiyasi kengayadi. Zotan, turizm mahsulotini iste‘molchilarga taqdim etishda yo‘lovchi tashish asosiy xizmat turlari sirasiga kiradi. Global xizmatlar bozorida milliy turizm tarmog‘ining raqobat ustunliklarini yuzaga chiqarish ketma-ketligini “Optimal yo‘lovchi tashish – qulay joylashuv – sifatli ovqatlanish – malakali ekskursiya” tartibida belgilash mumkin.

Mazkur mintaqada joylashgan har bir davlat sivilizatsion taraqqiyot uyg‘unligi, umumiy diniy-madaniy qadriyatlar, tarixiy rivojlanish bosqichlarining o‘xshashligiga ega. Shuni e‘tiborga olib, Markaziy Osiyo mintaqasida umumiy transport koridori bilan qamrab olingan yagona turizm magistrali barpo etish kiruvchi turistlar oqimini ko‘paytirishda yuqori samarali yechim bo‘la oladi. Yo‘lovchi aviatashuvlari va integratsiyalashgan avtomagistral yo‘nalishlarida Markaziy Osiyo transport xabini yaratish bu mintaqaga kiruvchi xorijiy turistlar oqimi muntazamligini ta‘minlaydi hamda mintaqaning global xizmatlar bozoridagi mavqei ortishiga olib keladi. Mazkur transport xabi innovatsion tashkiliy-boshqaruv tuzilmasi sifatida mintaqada davlatlarining yo‘lovchi tashish sohasidagi salohiyatidan muvozanatli foydalanishda qo‘shimcha imkoniyatlarni vujudga keltiradi. Bir so‘z bilan aytganda, milliy turizm tarmog‘ida turizm mahsulotlari raqobatbardoshligi kategoriyasi iqtisodiy tadqiqotlarning mustaqil yo‘nalishidir. Ayni mavzuga oid ko‘plab dissertatsiyalar, ilmiy monografiyalar, maqolalar e‘lon qilingan.

Mualliflik yondashuvlarini umumlashtirib ta‘kidlash joizki, milliy turizm tarmog‘ida turizm mahsulotlari raqobatbardoshligi quyidagi omillarga bog‘liq:

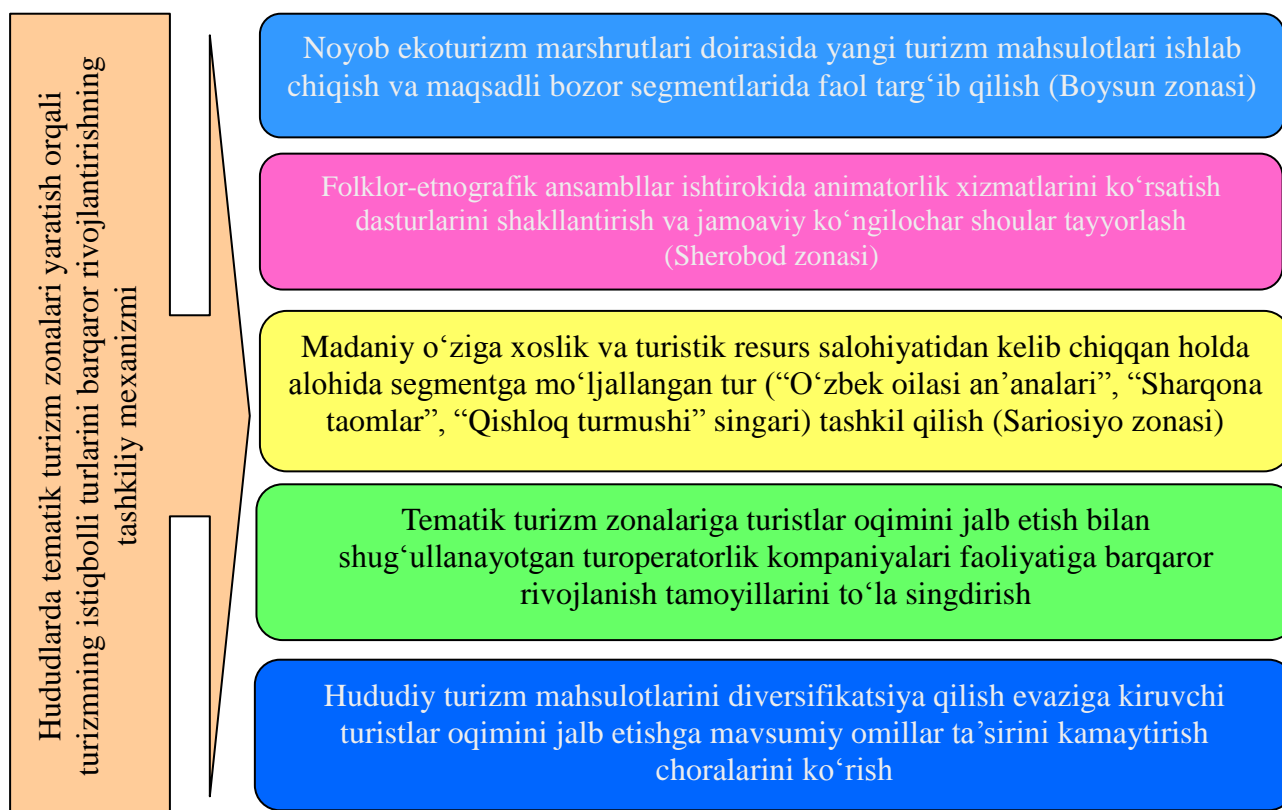
birinchidan, turizm mahsulotlari tarkibida jamlangan tashish, joylashtirish, ovqatlantirish va ekskursiya xizmatlarining sifati;

ikkinchidan, turizm mahsulotlarining xizmatlar bozoridagi sotuv narxi va narx diapazoniga ko‘ra talab elastikligi;

uchinchidan, reklama kampaniyasining original tashkil etilganligi va brend kapitali qiymati.

Milliy turizm mahsulotlari raqobatbardoshligini ta‘minlovchi omillar triadasi elementlari alohida-alohida emas, aksincha kombinatsiyalangan ko‘rinishda tijorat muvaffaqiyatini kafolatlay oladi. Milliy turizm tarmog‘ini tartibga solishga mas‘ul vakolatli davlat organi turizm mahsulotlari raqobatbardoshligini ta‘minlash choralari muvofiqlashtirib boradi. Milliy turizm mahsulotlari raqobatbardoshligi hududlar turizm salohiyatini to‘laqonli ishga solish bilan ham baholanadi. Shu

ma'noda, hududlarda tematik turizm zonalarini yaratish orqali turizmning istiqbolli turlarini barqaror rivojlantirishning tashkiliy mexanizmini quyidagicha ifodalash o'rinlidir (1-rasm).



1-rasm. Hududlarda kichik tematik turizm zonalarini yaratish orqali turizmning istiqbolli turlarini barqaror rivojlantirishning tashkiliy mexanizmi¹⁰

Turizm salohiyati yuqori bo'lgan mamlakat hududlarida tematik turizm zonalarini yaratish kiruvchi va ichki turistlar oqimini mintaqalararo mutanosib taqsimlashga xizmat qiladi. Shuningdek, Surxondaryo viloyatida kichik turizm zonalarini (Boysun, Sherobod, Sariosiyo) yaratishdan avval istiqbolda rivojlanish dinamikasini ta'minlovchi ichki zaxiralar ham aniqlab olinishi zarur. Hududning istiqbolda rivojlanish dinamikasini ta'minlovchi ichki zaxiralar tarkibini:

iqtisodiy faol aholi soni va uning servis sohasida kasbiy malakalarni o'zlashtirishga layoqatli qismi;

turizm infratuzilmasi obyektlarini barpo etishning jami kapital sig'imi va bunga investitsiya manbalarini yo'naltirish imkoniyati;

asosiy transport magistrallariga nisbatan joylashuvdagi qulaylik darajasi;

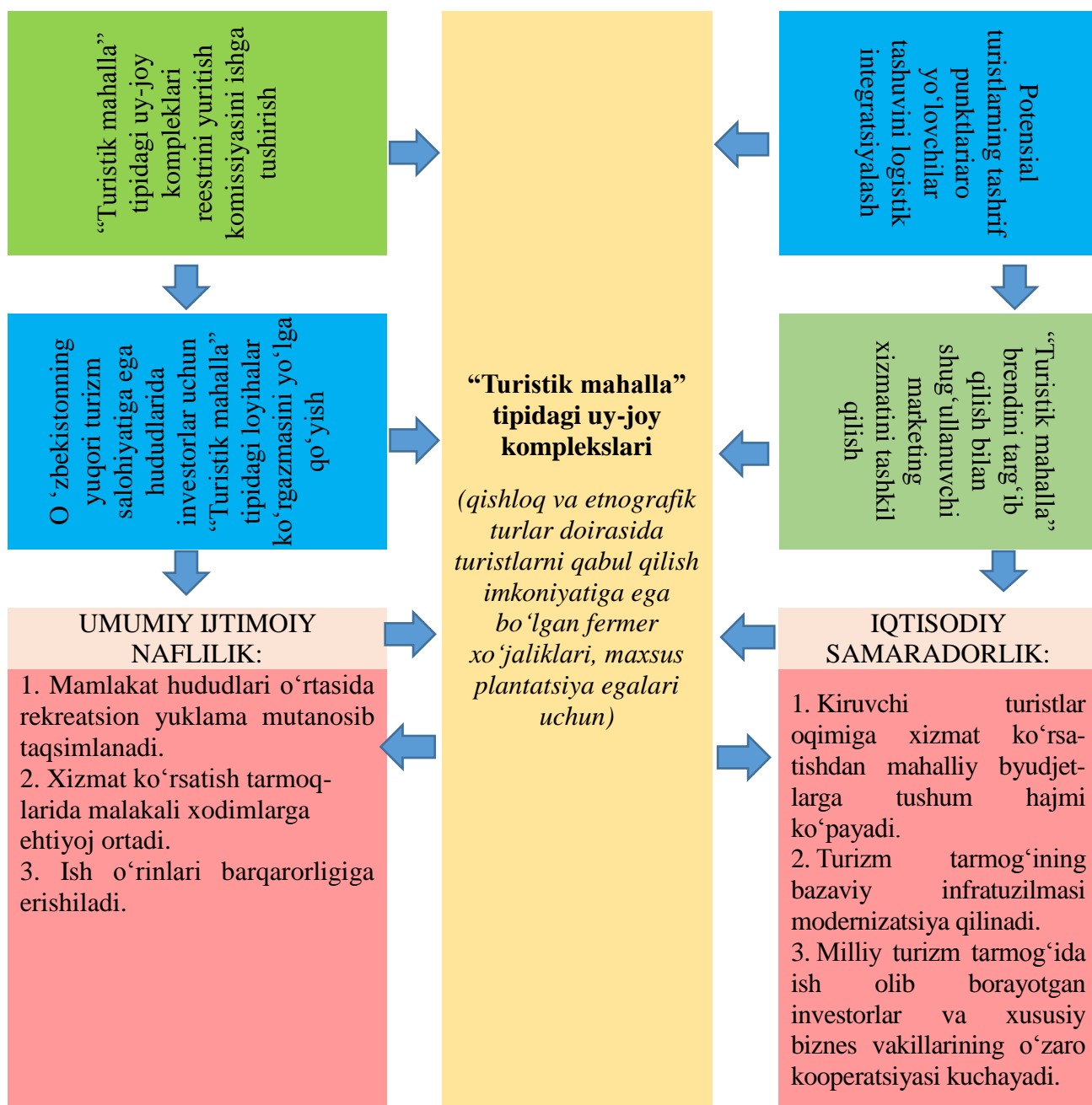
tabiiy-iqlim sharoitining mo'tadilligi;

mahalliy aholining iqtisodiy holati, ishbilarmonlik layoqati va ishsizlikka barham berish dasturlarining ijrosi tashkil etadi.

Bundan tashqari, qishloq va etnografik turlar (an'anaviy turmush tarzi, hunarmandchilik, milliy taomlar tayyorlash texnologiyasi) doirasida sayyohlarni

¹⁰ Muallif tadqiqotlari asosida ishlab chiqilgan.

qabul qilish istagiga va imkoniyatiga ega bo‘lgan fermerlar uchun namunaviy “turistik mahalla” tipidagi uy-joy komplekslari qurish orqali milliy turizm tarmog‘i salohiyatidan foydalanishni kengaytirish muhim ahamiyat kasb etib bormoqda (2-rasm).



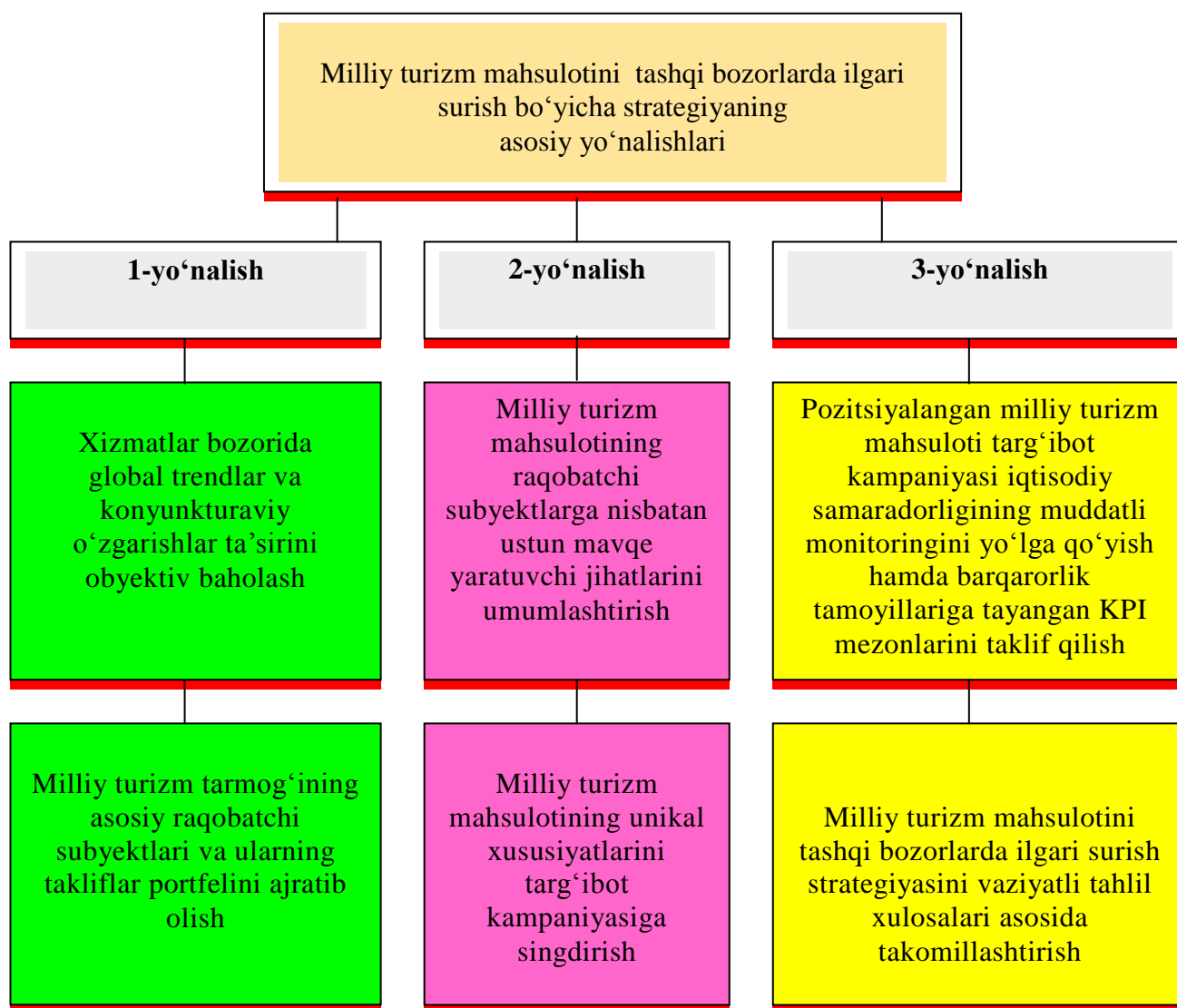
2-rasm. “Turistik mahalla” tipidagi uy-joy komplekslari qurish orqali milliy turizm tarmog‘i salohiyatidan foydalanishni kengaytirish sxemasi¹¹

O‘zbekistonning, ayniqsa, sharqiy va shimoliy mintaqalarida turistik mahallalar sonini ko‘paytirish salohiyati mavjud. “Turistik mahalla” tipidagi uy-joy komplekslari qurish orqali milliy turizm tarmog‘i salohiyatidan foydalanishni kengaytirish ham ijtimoiy, ham iqtisodiy jihatdan ijobiy samaralarga erishish

¹¹ Muallif tadqiqotlari asosida ishlab chiqilgan.

imkonini beradi. Jumladan, muqobili yo‘q “mahalla” tuzilmasiga urg‘u berish milliy turizm tarmog‘iga tegishli turistik mahsulotlarni maqsadli pozitsiyalash uchun qulay sharoitni vujudga keltiradi.

O‘z navbatida, turizm tarmog‘i raqobat ustunliklaridan foydalanishning xorij tajribasini umumlashtirgan holda ta’kidlash joizki, global xizmatlar bozorida mustahkam o‘rin egallash uchun milliy turizm mahsulotining raqobat ustunliklarini aniqlash birlamchi e’tibortalab masaladir. Milliy turizm mahsulotining raqobatchi subyektlar taklifidan ajralib turuvchi tomonlarini yuzaga chiqarish hamda potensial turistlar ongida ularning mustahkam o‘rin olishiga erishish yuzasidan amalga oshiriluvchi izchil chora-tadbirlar majmui milliy turizm tarmog‘ini global xizmatlar bozorida pozitsiyalash deyiladi (3-rasm).



3-rasm. Pozitsiyalashga ustuvorlik berish asosida tashqi bozorlarda milliy turizm mahsulotini ilgari surish strategiyasini ishlab chiqishning asosiy yo‘nalishlari¹²

O‘zbekiston milliy turizm tarmog‘ini global xizmatlar bozorida pozitsiyalash bir nechta afzalliklarga ega, xususan:

¹² Muallif tadqiqotlari asosida ishlab chiqilgan.

milliy turizm mahsulotini raqobatchi subyektlar takliflar portfeli bilan solishtirma o'rganish natijasida asosiy ustunliklar va zaif tomonlar yaqqol yuzaga chiqadi;

benchmarking tahlillariga tayangan holda global xizmatlar bozorida liderlik maqomini saqlab kelayotgan davlatlar milliy turizm mahsulotini potensial turistlarga taqdim etish amaliyotidagi ilg'or tajribalar umumlashiriladi, ular yo'l qo'ygan kamchiliklar to'g'risida xulosalar yasaladi;

milliy turizm tarmog'iga tegishli raqobat ustunliklari guruhlanadi, ulardan targ'ibot aksiyalarini va reklama strategiyasini tayyorlashda faol foydalaniladi;

global xizmatlar bozorida potensial turistlar oqimi uchun raqobat kurashi keskin tus olgan bir paytda milliy turizm mahsulotining unikal xususiyatlari to'g'risida xolis va jozibali axborot tarqatiladi;

turizm tashrifi manzilini belgilashda vujudga keluvchi tanlov jarayonida O'zbekiston xavfsiz, mehmondo'st va noyob turizm destinatsiyasi sifatida namoyon bo'ladi.

Dissertatsiyaning **“O'zbekiston milliy turizm tarmog'ini samarali rivojlantirish tendensiyalari”** deb nomlangan uchinchi bobida ayni sohada rivojlanish sur'ati tadqiq qilingan. Mamlakat yalpi ichki mahsulotida xizmatlar sohasining o'rni tobora mustahkamlanib borayotganida, aholining real daromadlari hajmi oshayotganida, hududlarning mutanosib rivojlanishini ta'minlashda xizmatlar sohasi, jumladan, turizm tarmog'i va infratuzilmasi hal qiluvchi ahamiyat kasb etayotganida, aholi jon boshiga to'g'ri keluvchi makroiqtisodiy ko'rsatkichlar sifat nuqtai nazaridan o'zgarayotganida islohotlar natijasini ko'rish mumkin (3-jadval).

3-jadval

Milliy turizm tarmog'i rivojlanishini aks ettirgan asosiy ko'rsatkichlar dinamikasi¹³

Ko'rsatkichlar	Yillar kesimida							
	2015-y.	2016-y.	2017-y.	2018-y.	2019-y.	2020-y.	2021-y.	2022-y.
Yalpi ichki mahsulot, mlrd. so'm	221350,9	255421,9	317476,4	424728,7	529391,4	602193,0	734587,7	763083,6
Xizmat ko'rsatish, mlrd. so'm	78530,4	97050,0	118811,0	150889,8	193697,8	219978,5	284165,4	314071,5
Xizmatlar sohasining YalMdagi hissasi, %	35,5	37,9	37,4	37,1	35,5	36,5	38,7	39,8
Asosiy kapitalga kiritilgan investitsiyalar, mlrd. so'm	44810,4	51232,0	72155,2	124231,3	195927,3	210195,1	239552,6	279350,1
Aholi jonboshiga xizmatlar hajmi, ming so'm	2509,0	3047,3	3668,3	4578,5	5 768,2	6426,1	8138,8	8942,5
Kichik biznes subyektlari tomonidan ko'rsatilgan xizmatlar, mlrd. so'm	47269,6	61346,2	69212,7	84433,4	103106,6	114052,7	144812,7	198613,7

Yuqoridagilarni e'tiborga olib, milliy turizm tarmog'ining rivojlanish sur'atlarini aks ettiruvchi asosiy iqtisodiy ko'rsatkichlarning o'zgarish dinamikasi o'rganildi. O'rganilgan yillar kesimida xizmatlar sohasining mamlakat

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

yalpi ichki mahsuloti tarkibidagi ulushi keskin ko'tarilishlarsiz oshib borgan. Xususan, xizmatlar sohasining mamlakat yalpi ichki mahsuloti tarkibidagi ulushi 2014-yilda 36,4 foizni tashkil etgan bo'lsa, 2017-yilga kelib, 37,4 foizga ko'tarilgan. Yuqumli virusli infeksiyalarning keng tarqalishi oqibatida vujudga kelgan pandemik inqiroz ta'sirida xizmatlar sohasining mamlakat yalpi ichki mahsuloti tarkibidagi ulushi 2019-2020-yillarda ma'lum darajada kamaydi. Bunga pandemik lokdaunlar joriy etilganligi, sanitariya cheklovlarining kuchayganligi singari omillar ta'sir etgan. Jahon xo'jalik tizimidagi 2021-yildan kuzatilgan jonlanishlar O'zbekiston milliy iqtisodiyotida ham qayd etildi. 2021-yil yakunlariga ko'ra, xizmatlar sohasining mamlakat yalpi ichki mahsuloti tarkibidagi ulushi 38,7 foizga yetdi.

O'zbekiston xizmatlar bozorida iqtisodiy faoliyatning asosiy turlari bo'yicha ko'rsatilgan xizmatlar hajmining o'sish sur'atlari foiz shaklida aniqroq o'z ifodasini topadi. 4- jadvalda yillar kesimida milliy iqtisodiyot tarkibida xizmatlar sohasining o'sish sur'ati va uning foizlardagi aksi tasvirlangan (4-jadval).

4-jadval

O'zbekiston xizmatlar bozorida iqtisodiy faoliyatning asosiy turlari bo'yicha ko'rsatilgan xizmatlar hajmining o'sish sur'ati (o'tgan yilga nisbatan, % da)¹⁴

Ko'rsatkichlar	2014-y.	2015-y.	2016-y.	2017-y.	2018-y.	2019-y.	2020-y.	2021-y.	2022-y.
Xizmatlar jami	114,2	113,4	114,7	110,7	108,9	113,2	103,0	119,5	116,3
axborot va aloqa sohasidagi xizmatlari	127,6	116,0	114,6	121,3	115,9	108,3	123,8	126,4	128,8
moliya xizmatlari	132,1	130,6	119,8	136,5	121,5	147,0	125,6	128,0	131,7
transport xizmatlari	104,6	104,3	107,8	109,9	104,5	106,7	91,4	115,7	111,8
shu jumladan: avtotransport xizmati	116,7	115,9	117,2	102,1	101,6	105,1	101,4	115,5	107,5
yashash va ovqatlanish bo'yicha xizmatlar	116,5	119,0	121,1	112,1	107,0	107,3	80,3	132,3	122,3
savdo xizmatlari	115,7	118,5	120,5	100,3	104,9	107,4	103,8	112,3	108,3
ko'chmas mulk bilan bog'liq xizmatlar	119,9	118,5	117,5	106,6	107,9	104,7	90,0	123,1	110,0
ta'lim xizmatlari	109,1	111,2	107,8	125,6	110,5	109,5	101,0	130,8	114,1
sog'liqni saqlash sohasidagi xizmatlar	116,3	117,2	122,2	116,9	113,4	114,7	94,8	128,5	113,4

O'zbekiston milliy turizm tarmog'ining asosiy infratuzilmasini tashkil etgan vaqtincha yashash va ovqatlanish xizmatlari hajmining yillar kesimidagi o'zgarish

¹⁴ O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma'lumotlari asosida ishlab chiqilgan.

dinamikasini foizlarda ko‘rib chiqish o‘rinlidir. 2014-yilda vaqtincha yashash va ovqatlanish xizmatlarining o‘tgan yilga nisbatan o‘shish sur‘ati 116,5 foizdan iborat bo‘lgan. Mos ravishda, bu ko‘rsatkich 2017-yilda 112,1 foizni, 2021-yilda 132,3 foizni, 2022-yil yakunlariga ko‘ra 122,3 foizni tashkil etgan. Ko‘rinib turibdiki, mamlakatga kiruvchi turistlar oqimining ko‘payishi va ichki turizmning barqaror rivojlanishi makroiqtisodiy miqyosda xizmatlar sohasida vaqtincha yashash va ovqatlanish xizmatlari ulushining ortishiga turtki berdi.

Yuqorida keltirilgan statistik raqamlarni tadqiq etish orqali 5-jadvalda milliy turizm tarmog‘ini kelgusida rivojlantirish strategik missiyasini belgilab olishning SMART-tahlili o‘z aksini topgan (5-jadval).

Milliy turizm tarmog‘ini kelgusida rivojlantirish strategik missiyasini belgilab olishning SMART-tahlili konyunkturali bozor vaziyatiga obyektiv baholashning muqobil metodlaridan aniq yo‘nalishlarga egaligi, asosiy maqsad va vazifalarning bir-birini takrorlamasligi, ichki zaxira va iqtisodiy o‘shish imkoniyatlariga uyg‘unligi bilan farq qiladi.

5-jadval

Milliy turizm tarmog‘ini kelgusida rivojlantirish strategik missiyasining SMART-tahlili¹⁵

S ("specific" – maxsus yo‘naltirilganlik)	M ("measurable" – iqtisodiy o‘lchovlilik)
<ul style="list-style-type: none"> • Milliy turizm tarmog‘ining raqobat ustunliklarini rivojlantirish va turizm mahsulotlarini gorizontol diversifikatsiyalash orqali kiruvchi turistlar oqimini barqaror jalb qilish 	<ul style="list-style-type: none"> • 2028-yilga qadar mamlakatga xorijiy turistlar tashrifini har yili 2 milliondan izchil oshirib borish; • mamlakat bo‘ylab 50 ta tematik turizm zonolari yaratish; • turizm alternativ yo‘nalishlarining har birida 100 tadan turmarshrut kataloglari elektron versiyasini ishlab chiqish.
A ("achievable" – erishish imkoniyatlarining realligi)	R ("related" – o‘zaro bog‘liqlikka ega bo‘lish)
<ul style="list-style-type: none"> • hududlarning iqtisodiy o‘shish zaxiralarini ratsional ishga solish; • mahalliy aholi tadbirkorlik tashabbuslarini qo‘llab-quvvatlash manzilliligini ta‘minlash; • tashqi investitsiya resurslarini faol o‘zlashtirish choralarini kuchaytirish 	<ul style="list-style-type: none"> • milliy turizm tarmog‘ining transport infratuzilmasini takomillashtirish strategiyasini tasdiqlash; • agrosanoat kompleksini rivojlantirish konsepsiyasini milliy turizm tarmog‘ining asosiy ustuvorliklari bilan integratsiyalash
T ("times-bound" – ijro muddatlari chegaralarining o‘rnatilganligi)	
<ul style="list-style-type: none"> • milliy turizm tarmog‘ini kelgusi besh yilda rivojlantirish strategik missiyasidan kelib chiquvchi amaliy vazifalar ijrosini ta‘minlashning chorakliklarga taqsimlangan "time line" (bajarilish muddatlari ketma-ketligi) vektorini shakllantirish. 	

Dissertatsiyaning **“Milliy turizm tarmog‘i raqobat ustunliklarini rivojlantirish strategiyalari”** deb nomlangan to‘rtinchi bobida barqaror

¹⁵ Muallif tadqiqotlari asosida ishlab chiqilgan.

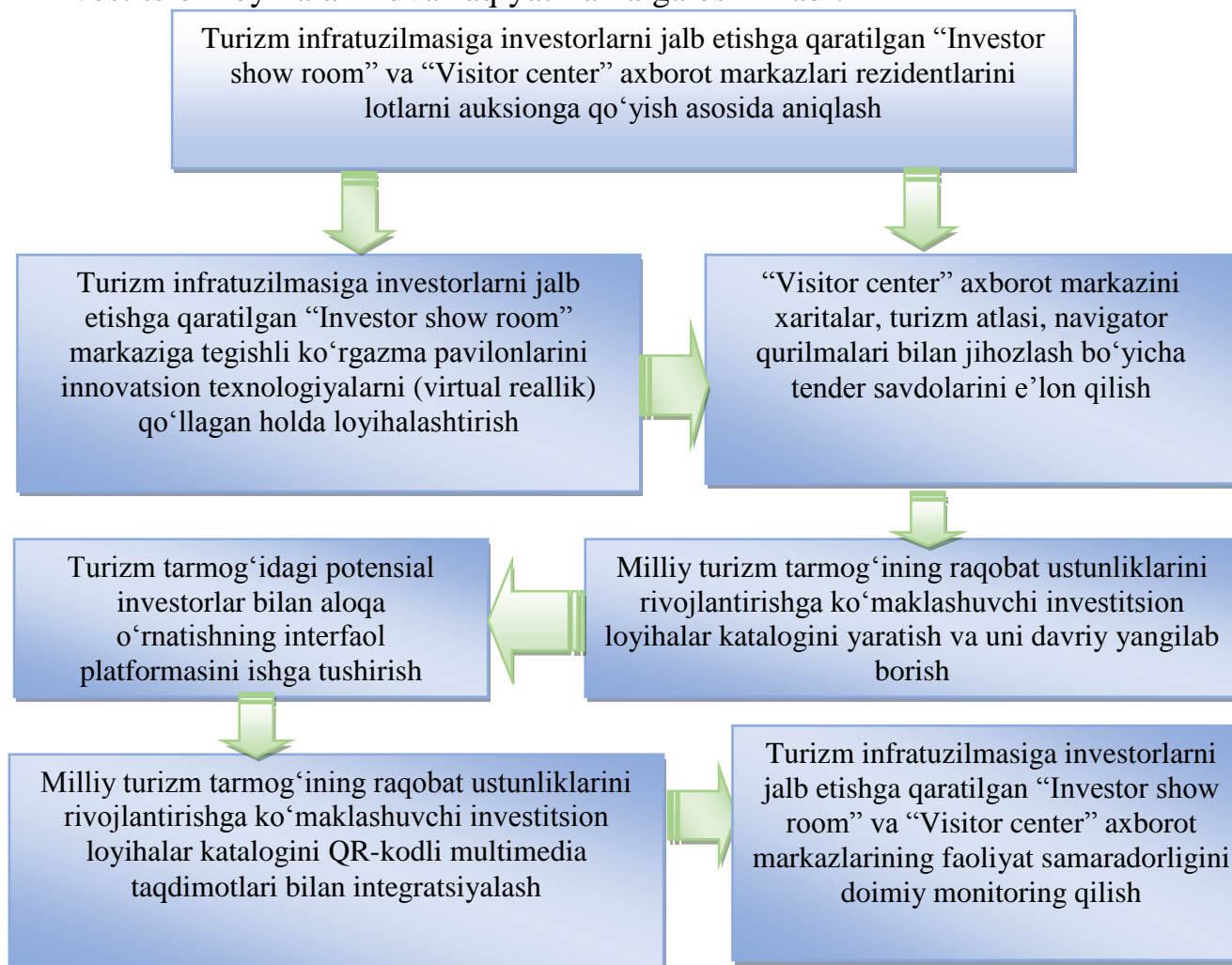
o'sishni ta'minlashning muqobil yo'nalishlari o'rganilgan. Milliy turizm tarmog'ida infratuzilmani modernizatsiyalashda investitsion faollikni rag'batlantirish yo'llarini belgilash tobora dolzarblik kasb etib bormoqda. Buning uchun hududiy turizm kompleksida resurs salohiyati yuqori bo'lgan destinatsiyalarga diqqat qaratish lozim. Xususan, rekreatsion ko'llar hududida xalqaro miqyosdagi ishbilarmonlik tadbirlarini o'tkazishga mo'ljallangan kongress-xoll, rekreatsiya va dam olish maskanlari, investorlarni jalb etishga qaratilgan "Investor show room", shuningdek, turistlarga xizmat ko'rsatishga mo'ljallangan axborot markazlarini ("Visitor center") tashkil qilishning takomillashgan tartibini joriy etish maqsadga muvofiq. Bu taklifdan foydalanish natijasida rekreatsion ko'llar hududini potensial turistlar guruhlari o'rtasida targ'ib qilish bo'yicha marketing strategiyasi va targeting konsepsiyasini amalga oshirish mexanizmi takomillashadi.

Ta'kidlash joizki, O'zbekiston o'z gidrom turizm resurslari jozibadorligi bilan mintaqaning boshqa davlatlaridan ajralib turadi. Mamlakat hududlarida daryolar, ko'llar, sharsharalar, shifobaxsh buloqlar mavjud. Ulardan mamlakatga kiruvchi va ichki turistlar oqimiga xizmat ko'rsatishda foydalanish mumkin. Global xizmatlar bozorida milliy turizm mahsulotining raqobat ustunliklarini bosqichma-bosqich rivojlantirib borish ham aynan shunga bog'liq. Zotan, fitom, litom, gidrom va antronom singari xilma-xil turizm resurslarini o'z ichiga olgan marshrutlar doirasida xizmat ko'rsatishni yo'lga qo'yish raqobat kurashi keskin tus olgan davrning keskin talabi sifatida namoyon bo'lmoqda.

Jumladan, rekreatsion ko'llar hududida xalqaro miqyosdagi ishbilarmonlik tadbirlarini o'tkazishga mo'ljallangan kongress-xoll, rekreatsiya va dam olish maskanlari, investorlarni jalb qilishga qaratilgan "Investor show room", shuningdek, turistlarga xizmat ko'rsatishga mo'ljallangan axborot markazlarini ("Visitor center") tashkil qilishning takomillashgan tartibini quyidagicha ifodalash o'rinli. Milliy turizm tarmog'ining infratuzilma obyektlariga investorlarni jalb etishga qaratilgan "Investor show room" va turistlarga xizmat ko'rsatishga mo'ljallangan axborot markazlarini tashkil qilishning takomillashgan tartibi 7 bosqichdan iborat amaliy sa'y-harakatlar ketma-ketligini ro'yobga chiqarish evaziga qaror topadi (4-rasm).

O'zbekistonning gidrom turizm resurslarini qamrab olgan marshrutlarni ishlab chiqish hamda ushbu marshrutlar asosida innovatsion tavsifdagi turizm mahsulotlarini yaratish lozim. Shunday chora-tadbirlar amalga oshirilgan taqdirda, milliy turizm mahsuloti gidrom turizm resurslarini qamrab olgan innovatsion tavsifdagi turizm mahsulotlarini yaratish orqali diversifikatsiya qilinadi. Aydar-Arnasoy ko'llar tizimi va To'dako'l rekreatsion ko'llar hududida xalqaro miqyosdagi ishbilarmonlik tadbirlarini o'tkazishga mo'ljallangan kongress-xoll, rekreatsiya va dam olish maskanlari, investorlarni jalb etishga qaratilgan "Investor show room", shuningdek, turistlarga xizmat ko'rsatishga mo'ljallangan axborot markazlarini ("Visitor center") tashkil

qilishning takomillashgan tartibini joriy etish O‘zbekiston gidrom turizm resurslari salohiyatidan to‘liq foydalanishga asos bo‘ladi. Shu bilan birga, milliy turizm tarmog‘ining raqobat ustunliklarini rivojlantirishga ko‘maklashuvchi investitsion loyihalar muvaffaqiyatli amalga oshiriladi.



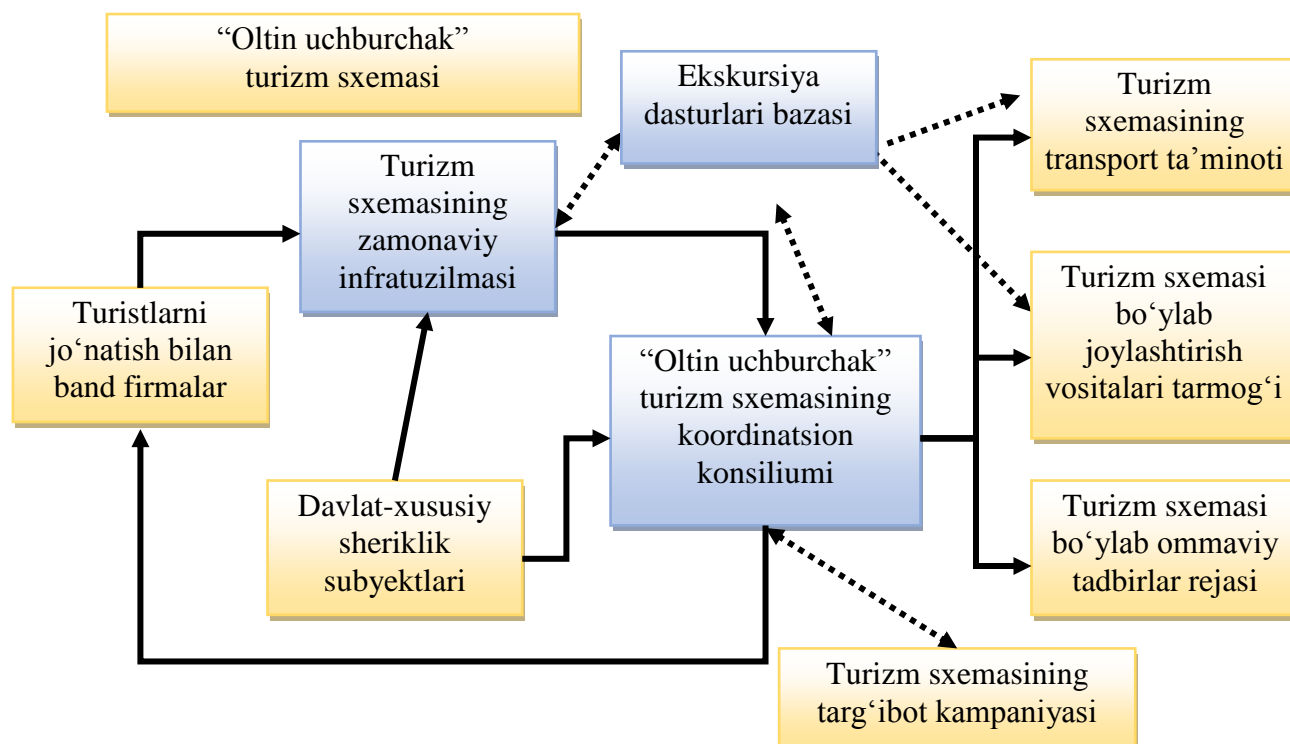
4-rasm. Milliy turizm tarmog‘ining infratuzilma obyektlariga investorlarni jalb etishga qaratilgan “Investor show room” va turistlarga xizmat ko‘rsatishga mo‘ljallangan axborot markazlarini tashkil qilish modeli¹⁶

Hudud turizm kompleksi salohiyatini to‘liq yuzaga chiqarishga innovatsion yondashuvni qaror toptirish lozim. Surxondaryo viloyatining Boysun-Sherobod, Termiz, Sariosiyo-Denov marshrutida “Oltin uchburchak” (“Golden Triangle”) turizm sxemasini ishlab chiqish maqsadga muvofiq. Transport infratuzilmasi va turizm resurslarining bir-birini to‘ldirishi nuqtai nazaridan Boysun-Sherobod, Termiz, Sariosiyo-Denov marshruti jozibali turizm sxemasini tashkil etadi. Shularni hisobga olib, milliy turizm tarmog‘ida hudud salohiyatini to‘liq yuzaga chiqarishga yo‘naltirilgan “Oltin uchburchak” turizm sxemasini amalga oshirish mexanizmi taklif etilmoqda (5-rasm).

Mazkur turizm sxemasining, aynan, “Oltin uchburchak” (“Golden Triangle”) turizm sxemasi, deb atalashining taklif etilish sababi shundaki, alohida turizm

¹⁶ Muallif tadqiqotlari asosida ishlab chiqilgan.

destinatsiyasi sifatida Boysun-Sherobod tumanlari, Termiz shahri, Sariosiyo-Denov tumanlari ijtimoiy-iqtisodiy, madaniy-etnografik rivojlanishda o‘ziga xos xususiyatlarga ega.



5-rasm. Turizm tarmog‘ida hudud salohiyatini yuzaga chiqarishga yo‘naltirilgan “Oltin uchburchak” turizm sxemasini amalga oshirish mexanizmi¹⁷

Milliy turizm tarmog‘ida hudud salohiyatini to‘liq yuzaga chiqarishga yo‘naltirilgan “Oltin uchburchak” turizm sxemasini amalga oshirish mexanizmining o‘zagini koordinatsion konsilium tashkil etadi. “Oltin uchburchak” turizm sxemasining koordinatsion konsiliumi Jamoatchilik maslahat organi sifatida nafaqat hudud iqtisodiy kompleksini boshqarishga mas’ul ma’muriy xodimlar, balki iqtisodchi, geograf va etnograf olimlar, turizm biznesi subyektlarining top-menejerlari va ommaviy axborot vositalari vakillari singari jamoatchilik faollarini o‘z atrofida birlashtiradi. O‘z navbatida, turistik biznes subyektlari faoliyatini ekspert baholash, buning natijasiga ko‘ra yuqori samaradorlik indikatorlariga ega turoperatorlarga differensial yondashuv asosida iqtisodiy preferensiyalar taqdim qilish maqsadga muvofiq.

“Oltin uchburchak” turizm sxemasi muvaffaqiyatli amal qilishini ta’minlashning asosiy ustunlari hududiy transport infratuzilmasi, joylashtirish vositalari tarmog‘i, ommaviy tadbirlarni o‘tkazish maskanlari hisoblanadi. Turizm sxemasi targ‘ibot kampaniyasini tizimli yo‘lga qo‘yish, namoyish punktlariga tashriflarni nazarda tutgan ekskursiya dasturlari bazasini ishlab chiqish, zamonaviy infratuzilma obyektlarini shakllantirish ham dolzarb ahamiyat kasb etadi. Bu jarayonlar davlat-xususiy sheriklik munosabatlariga

¹⁷ Muallif tadqiqotlari asosida ishlab chiqilgan.

tayangan holda tashkil etiladi. Xulosa qilib aytganda, Surxondaryo viloyatining Boysun-Sherobod, Termiz, Sariosiyo-Denov marshrutida “Oltin uchburchak” (“Golden Triangle”) turizm sxemasini ishlab chiqish va amaliyotga joriy etish hududiy turizm kompleksining jadal rivojlanishiga turtki beradi.

Yuqorida keltirilgan tahliliy yondashuvlarga tayangan holda, milliy turizm tarmog‘ini o‘rta istiqbolda rivojlantirishning muqobil strategiyasi 2024-, 2025- va 2026-yillarga mo‘ljallangan amaliy chora-tadbirlarning asosiy yo‘nalishlaridan tarkib topgan. O‘rta istiqbolning dastlabki yilida ro‘yobga chiqarilishi zarur bo‘lgan amaliy chora-tadbirlar milliy turizm tarmog‘i infratuzilmasini rivojlantirish, ichki turizm destinatsiyalarini o‘zaro bog‘lovchi transport qatnovlari qamrovini kengaytirish, madaniy-ko‘ngilochar muassasalar faoliyatini turistlar tashrifi bilan integratsiyalash yo‘nalishlarini o‘z ichiga oladi.

O‘z o‘rnida, milliy turizm tarmog‘i infratuzilmasini rivojlantirish turizm infratuzilmasi obyektlari milliy reestirini tuzish, to‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy investitsiyalarni jalb etish dasturini shakllantirish orqali amalga oshiriladi. Ichki turizm destinatsiyalarini o‘zaro bog‘lovchi transport qatnovlarining optimal sxemasini tasdiqlash ichki turizm destinatsiyalarini o‘zaro bog‘lovchi transport qatnovlari qamrovi kengaytiriladi. Madaniy-ko‘ngilochar muassasalar faoliyatini turistlar tashrifi bilan integratsiyalash madaniy-ko‘ngilochar muassasalarda animatorlik dasturlari reja-grafigini ishlab chiqishni talab etadi (6-jadval).

O‘rta istiqbolning ikkinchi yilida ro‘yobga chiqarilishi zarur bo‘lgan amaliy chora-tadbirlar, asosan, sayohat maqsadlari tasnifiga ko‘ra lokomotiv yo‘nalishlar safini to‘ldirish, an’anaviy turizm attraksiyasi markazlariga rekreatsion yuklamani optimal darajada saqlash, turmarshrutlarni fitom, litom, gidrom va antronom resurslar kesimida guruhlashni ko‘zda tutadi. Sayohat maqsadlari tasnifiga ko‘ra lokomotiv hisoblangan tarixiy-madaniy va ziyorat turizmi yo‘nalishlari safini to‘ldirish vazifasi eko-, agro-, speleo-, etnografik, gastronomik, ekstremal turizmni rivojlantirish dasturlarini tayyorlashni taqozo etadi. An’anaviy turizm attraksiyasi markazlariga rekreatsion yuklamani optimal darajada saqlash Toshkent, Samarqand, Buxoro, Xiva shaharlariga ortiqcha rekreatsion bosimni bartaraf etish rejasini ishlab chiqish evaziga ro‘yobga chiqadi. Turmarshrutlarni fitom, litom, gidrom va antronom resurslar kesimida guruhlash talabi esa turmarshrutlar milliy klassifikatorini tasdiqlash asosida bajariladi.

O‘rta istiqbolning so‘nggi – uchinchi yiliga mo‘ljallangan amaliy chora-tadbirlar milliy turizm tarmog‘ining targ‘ibot kampaniyasini targeting tamoyillari bilan moslashtirish, milliy turizm tarmog‘ida servis personalini tayyorlashning takomillashgan modelini yaratish, kirish turizmini rag‘batlantirish orqali xizmatlar eksporti geografiyasini kengaytirish vazifalarini o‘zida mujassamlashtiradi.

**Milliy turizm tarmog'ini o'rta istiqbolda rivojlantirishning
muqobil strategiyasi¹⁸**

№	Chora-tadbir nomi	Amalga oshirish shakli	Mas'ul ijrochilar
I. 2024-yilga mo'ljallangan amaliy chora-tadbirlarning asosiy yo'nalishlari			
1.1.	Milliy turizm tarmog'i infratuzilmasini rivojlantirish	Turizm infratuzilmasi obyektlari milliy reestirini tuzish. To'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalarni jalb etish dasturini shakllantirish	O'zbekiston Respublikasi Turizm qo'mitasi, viloyatlar hokimliklari
1.2.	Ichki turizm destinatsiyalarini o'zaro bog'lovchi transport qatnovlari qamrovini kengaytirish	Ichki turizm destinatsiyalarini o'zaro bog'lovchi transport qatnovlarining optimal sxemasini tasdiqlash	Transport vazirligi, viloyatlar hokimliklari
1.3.	Madaniy-ko'ngilochar muassasalar faoliyatini turistlar tashrifi bilan integratsiyalash	Madaniy-ko'ngilochar muassasalarda animatorlik dasturlari reja-grafigini ishlab chiqish	O'zbekiston Respublikasi Turizm qo'mitasi
II. 2025-yilga mo'ljallangan amaliy chora-tadbirlarning asosiy yo'nalishlari			
2.1.	Sayohat maqsadlari tasnifiga ko'ra lokomotiv yo'nalishlar safini to'ldirish	Eko-, agro-, speleo-, etnografik, gastronomik, ekstremal turizmni rivojlantirish dasturlarini tayyorlash	O'zbekiston Respublikasi Turizm qo'mitasi
2.2.	An'anaviy turizm attraksiyasi markazlariga rekreatsion yuklamani optimal darajada saqlash	Toshkent, Samarqand, Buxoro, Xiva shaharlariga ortiqcha rekreatsion bosimni bartaraf etish rejasini ishlab chiqish	O'zbekiston Respublikasi Turizm qo'mitasi, viloyatlar hokimliklari
2.3.	Turmarshrutlarni fitom, litom, gidrom va antronom resurslar kesimida guruhlash	Turmarshrutlar milliy klassifikatorini tasdiqlash	Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi
III. 2026-yilga mo'ljallangan amaliy chora-tadbirlarning asosiy yo'nalishlari			
3.1.	Milliy turizm tarmog'ining targ'ibot kampaniyasini targeting tamoyillari bilan moslashtirish	Milliy turizm tarmog'i targ'ibot kampaniyasining targeting mexanizmini ishlab chiqish	O'zbekiston Respublikasi Turizm qo'mitasi huzuridagi Milliy PR-markazi
3.2.	Milliy turizm tarmog'ida servis personalini tayyorlashning takomillashgan modelini yaratish	Servis personalini tayyorlashning takomillashgan modelini joriy etish strategiyasini qabul qilish	Turizmni rivojlantirish va madaniy meros muammolarini o'rganish instituti
3.3.	Kirish turizmini rag'batlantirish orqali xizmatlar eksporti geografiasini kengaytirish	Turizm xizmatlari eksporti geografiasini kengaytirish-ning har bir qit'a uchun alohida "yo'l xaritasi"ni tayyorlash	O'zbekiston Respublikasi Turizm qo'mitasi, viloyatlar hokimliklari

¹⁸ Muallif tadqiqotlari asosida ishlab chiqilgan.

Qayd etish joizki, milliy turizm tarmog'ining targ'ibot kampaniyasini targeting tamoyillari bilan moslashtirish shu yo'nalishda aniq tashkiliy-iqtisodiy mexanizmni ishlab chiqish jarayoni bilan birga kechadi. Milliy turizm tarmog'ida servis personalini tayyorlashning takomillashgan modelini yaratish maqsadidan kelib chiquvchi masalalar servis personalini tayyorlashning takomillashgan modelini joriy qilish strategiyasini qabul qilish orqali ijro etiladi.

Kirish turizmini rag'batlantirish orqali xizmatlar eksporti geografiyasini kengaytirish turizm xizmatlari eksportini rag'batlantirishning har bir qit'a uchun alohida "yo'l xaritasi"ni tayyorlashni nazarda tutadi. Keltirib o'tilgan o'rta istiqbolga mo'ljallangan amaliy chora-tadbirlarning bajarilishiga Madaniyat va turizm vazirligi, vazirlik huzuridagi Milliy PR-markazi, Turizmni rivojlantirish va madaniy meros muammolarini o'rganish instituti, Transport vazirligi, Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi, viloyatlar hokimliklari mas'ul bo'ladi.

Yillar kesimida taqsimlangan chora-tadbirlarning o'z vaqtida ijro etilishi kelgusida milliy turizm tarmog'ining global xizmatlar bozoridagi raqobat ustunliklari rivojlanishiga zamin yaratadi. Bunda milliy turizm tarmog'ini o'rta istiqbolda rivojlantirish konsepsiyasi ijrosini monitoring qilishda O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Senati huzurida maxsus jamoatchilik komissiyasini ta'sis etish maqsadga muvofiq.

XULOSA

Milliy turizm tarmog'ining raqobat ustunliklarini rivojlantirish yo'nalishlari va strategiyalarini tadqiq qilish natijasida quyidagi xulosalarga kelindi:

1. Milliy turizm tarmog'ida raqobat ustunliklarini rivojlantirishga oid terminologik apparat mualliflik yondashuvlariga tayangan holda takomillashtirilgan. Xususan, milliy turizm tarmog'ida raqobat ustunliklari deganda mamlakat yoki uning muayyan hududining, turizm korxonasining tanlangan bozor segmentida faoliyat yurituvchi biznes subyektlari orasida keskin ajralib turuvchi noyob xususiyatlari jamlanmasi tushunilishi asoslangan.

2. Milliy turizm tarmog'ida raqobat muhitini tashkil etuvchi elementlar aniqlashtirilgan. Jumladan, turizm tarmog'ida raqobat muhitini tashkil etuvchi elementlarning o'zaro aloqadorligi tadqiq etilgan. Bunda raqobatni tartibga solishda davlatning muvofiqlashtiruvchi sifatidagi vazifasi yoritib berilgan.

3. Qishloq va etnografik turlar (an'anaviy turmush tarzi, hunarmandchilik, milliy taomlar tayyorlash texnologiyasi) doirasida sayyohlarni qabul qilish istagi va imkoniyatiga ega fermerlar uchun namunaviy "turizm mahallasi" tipidagi uy-joy komplekslari qurish orqali milliy turizm tarmog'i salohiyatidan foydalanishni kengaytirish taklifi asoslangan. Buning natijasida

O‘zbekistonning sharqiy va shimoliy mintaqalarida mehmondo‘stlik an‘analariga mos yangi obyektlar vujudga kelish imkoniyatlari ochib berilgan.

4. Kirish turizmi yo‘nalishlarini diversifikatsiyalash maqsadida yoshlar faol dam olish zonasini tashkil etish bo‘yicha boshqaruv tuzilmasi ilmiy jihatdan asoslangan. Taklif etilgan boshqaruv tuzilmasiga ko‘ra resurs salohiyati mavjud hududlarda yoshlar turizmi oqimiga xizmat ko‘rsatish infratuzilmasi shakllanadi.

5. Mamlakatimizda milliy turizm tarmog‘ini rivojlantirishning ilmiy-amaliy masalalari chuqur tadqiq qilingan. Jumladan, transport logistikasini rivojlantirish, tashqi va ichki yo‘nalishlarni kengaytirishni nazarda tutgan holda yo‘lovchilar tashish sohasida O‘zbekistonni Markaziy Osiyo mintaqaviy transport “xabi”ga aylantirishni ta‘minlash taklifi asoslab berilgan. Bu taklifdan foydalanish xalqaro parvozlar bo‘yicha O‘zbekistonning tarixiy shaharlariga reyslarning geografiasini kengaytirishga xizmat qilgan.

6. Raqobatbardosh turizm mahsulotlari , xususan, hududlarda tematik turizm zonalarini yaratish orqali turizmning istiqbolli turlari (ekologik, etnografik, gastronomik, sport, sog‘lomlashtirish, industrial, ishbilarmonlik)ni barqaror rivojlantirishning tashkiliy mexanizmi takomillashtirilgan. Bu taklifdan foydalanish turizm mahsulotlarini diversifikatsiya qilish orqali mavsumiy omillar ta‘sirini kamaytirish imkonini bergan.

7. Turistlar oqimini yo‘naltiruvchi tashqi bozorlarda milliy turizm mahsulotini ilgari surish bo‘yicha strategiyani ishlab chiqish uslubiyoti pozitsiyalashga ustuvorlik berish asosida takomillashtirilgan. Bu taklifdan foydalanish natijasida turistlar oqimini yo‘naltiruvchi tashqi bozorlarda milliy turizm mahsulotini ilgari surish bo‘yicha strategiyalar global trendlar ta‘sirini e‘tiborga olgan holda takomillashtirilgan.

8. Milliy turizm tarmog‘ini kelgusida rivojlantirish strategik missiyasining SMART-tahlili amalga oshirilgan. Milliy turizm tarmog‘ini kelgusida rivojlantirish strategik missiyasini belgilab olishning SMART-tahlili konyunkturaviy bozor vaziyatiga obyektiv baho berishning muqobil metodlaridan biri ekanligi asoslangan.

9. Rekreatsion ko‘llar hududida ishbilarmonlik tadbirlarini (MICE tourism) o‘tkazishga mo‘ljallangan kongress-xoll, rekreatsiya va dam olish maskanlariga investorlarni jalb etishga qaratilgan “Investor show room”, shuningdek, turistlarga xizmat ko‘rsatishga mo‘ljallangan axborot markazlarini (“Visitor center”) tashkil etish tartibi ishlab chiqilgan. Bu taklifdan foydalanish natijasida rekreatsion ko‘llar hududini potensial turistlar guruhlarini o‘rtasida targ‘ib etish bo‘yicha targeting strategiyasini olib borish mexanizmi takomillashtirilgan.

10. Turizm resurslaridan optimal foydalanish va turizm sohasida hudud salohiyatini yuzaga chiqarishga yo‘naltirilgan Surxondaryo viloyatida “Oltin uchburchak” turizm sxemasini amalga oshirishning iqtisodiy mexanizmi

takomillashtirilgan. Bu taklifdan foydalanish milliy turizm tarmogʻida hududlar ulushini mutanosib taqsimlashga asos boʻlgan.

Taklif qilingan ilmiy-amaliy tavsiyalar milliy turizm tarmogʻining raqobat ustunliklarini rivojlantirish yoʻnalishlari va strategiyalarini takomillashtirish uchun yagona tizimni shakllantirib, mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishga qaratilgan 2022-2026-yillarga moʻljallangan Yangi Oʻzbekiston Taraqqiyot strategiyasidagi ustuvor vazifalarni amalga oshirishda xizmat qiladi.

**РАЗОВЫЙ НАУЧНЫЙ СОВЕТ НА ОСНОВЕ НАУЧНОГО
СОВЕТА DSc.03/10.12.2019.I.16.01 ПО ПРИСУЖДЕНИЮ УЧЕНЫХ
СТЕПЕНЕЙ ПРИ ТАШКЕНТСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ
ЭКОНОМИЧЕСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ**

**ТАШКЕНТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

ХАЛИЛОВ СИРОЖИДДИН ШЕРАЛИ УГЛИ

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ И СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ
КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ НАЦИОНАЛЬНОГО
ТУРИСТСКОГО СЕКТОРА**

08.00.17 – Туризм и гостиничная деятельность

**АВТОРЕФЕРАТ
диссертации доктора экономических наук (DSc)**

Ташкент – 2024

Тема докторской диссертации (Doctor of Science) зарегистрирована Высшей аттестационной комиссией при Кабинете Министров Республики Узбекистан за № В2022.2.DSc/Iqt401.

Диссертация выполнена в Ташкентском государственном экономическом университете.

Автореферат диссертации на трех языках (узбекский, русский, английский (резюме)) размещен на веб-странице Научного совета (www.tsue.uz) и информационно-образовательного портала «Ziynet» (www.ziynet.uz).

Научный консультант: Пардаев Мамаюнус Каршибоевич
доктор экономических наук, профессор

Официальные оппоненты: Сафаров Баходирхон Шахриёрович
доктор экономических наук, профессор

Ибрагимов Нутфилло Салимович
доктор экономических наук, профессор

Астанакулов Олим Таштемирович
доктор экономических наук, профессор


Ведущая организация: Андижанский государственный университет

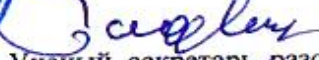
Защита диссертации состоится 24 января 2024 года в 10:00 ч. на заседании разового Научного совета на основе научного совета DSc.03/10.12.2019.I.16.01 по присуждению ученых степеней при Ташкентском государственном экономическом университете. Адрес: 100003, г.Ташкент, ул. Ислама Каримова, 49. Тел: (99871) 239-28-72, Факс: (99871) 239-43-51,

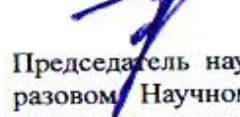
С диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Ташкентского государственного экономического университета (регистрационный № 1388). Адрес: 100003, г.Ташкент, ул. Ислама Каримова, 49. Тел: (0371) 239-28-72, Факс: (0371) 239-43-51, e-mail: tdiu@tsue.uz.

Автореферат диссертации разослан 10 января 2024 года.
(протокол реестра № 5 от «10» января 2024 года.




М.П. Эшов
Председатель разового Научного совета на основе Научного совета по присуждению ученых степеней, д.э.н., профессор


У.В. Гафуров
Ученый секретарь разового Научного совета на основе Научного совета по присуждению ученых степеней, д.э.н., профессор


А.А. Эштаев
Председатель научного семинара при разовом Научном совете на основе Научного совета по присуждению ученых степеней, д.э.н., профессор

ВВЕДЕНИЕ (аннотация докторской диссертации (DSc))

Актуальность и востребованность темы диссертации. В системе мирохозяйственных отношений туризм составляет значительную часть доходов ведущих стран мира. Национальная туристическая сеть имеет актуальное социально-экономическое значение как стимулирующая сила создания новых рабочих мест. «Сегодня почти 10 % мирового ВВП, 9 % занятости, 7 % общего экспорта и 30 % экспорта услуг приходится на сектор туризма»¹. Эти цифры указывают на важную роль туризма в экономическом развитии. Перспективы туристической сети высоко оцениваются как одно из альтернативных направлений последовательного улучшения социально-экономического благосостояния населения стран мира.

Тот факт, что услуги, созданные в туристической отрасли, в мировом экономическом комплексе заняли пятое место после экспорта топливной, химической, пищевой и автомобильной промышленности, свидетельствует о том, что они оказывают существенное влияние на темпы экономического развития. Зарубежные страны стали уделять серьезное внимание регулярному увеличению объемов экспорта туристических услуг на основе диверсификации своих национальных туристических продуктов. В научно-практических исследованиях, проводимых в сфере туризма, мировые ученые уделяют особое внимание методологическим основам этих вопросов, маркетинговым стратегиям и аспектам управления инвестициями. Вопросы совершенствования направлений и стратегии развития конкурентных преимуществ национальной туристической сети также отражены в научных трудах зарубежных исследователей.

В Узбекистане уделяется внимание поддержке национальной туристической сети дестинациями, совершенствованию услуг, создаваемых в туристической сети на основе инновационных технологий, повышению ее эффективности как одному из приоритетных направлений государственной политики. В Послании Президента Республики Узбекистан Олий Мажлису отмечено: «...необходимо довести количество иностранных туристов, посещающих нашу страну, до 7 миллионов, а ежегодные доходы от туристического экспорта – до 2 миллиардов долларов ...»². Реализация указанных практических задач показывает необходимость проведения совершенных научных исследований, создающих основу для подготовки программ по тем же вопросам в целях развития национальной туристической сети последовательными темпами, разработки важных направлений реализации конкурентоспособных стратегии. Благодаря этому тема определения алгоритма совершенствования направлений и стратегии развития конкурентных преимуществ национальной туристической сети указывает на то, что она является одним из актуальных научных направлений.

Результаты диссертационного исследования в определенной степени послужат реализации задач, намеченных в указах Президента Республики

¹ UNWTO. Tourism Highlights: 2022 Edition, p. 3 // <http://www.unwto.org>

² Послание Президента Республики Узбекистан Олий Мажлису // Народное слово, 2020 г. 29 декабря.

Узбекистан № УП-4861 «О мерах по обеспечению опережающего развития туристической сферы 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-5611 «О дополнительных мерах по опережающему развитию туризма в Республике Узбекистан от 5 января 2019 года, постановлении № ПП-3509 от 6 февраля 2018 года «О мерах по развитию въездного туризма» и других нормативно-правовых документах, связанных с этой сферой.

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».

Обзор зарубежных научных исследований по теме диссертации³. Научные исследования, направленные на совершенствование направлений и стратегий развития конкурентных преимуществ национальной туристической отрасли, проводятся ведущими мировыми научными центрами и высшими учебными заведениями, в том числе в Стэнфордском университете, Принстонском университете, Гарвардском университете (США), Кембриджском университете (Великобритания), Университете Лас-Пальмас-де-Гран-Канария (Испания), Университете Мюнстера (Германия), Корейском институте развития (Южная Корея), Университете Таилорс (Малайзия), Университете Гази (Турция), Ташкентском филиале Российского экономического университета им. имени Г.В.Плеханова, Ташкентском государственном экономическом университете, Самаркандском государственном университете, Самаркандском институте экономики и сервиса, Бухарском государственном университете, Ургенчском государственном университете.

В результате проводимых в мире исследований по совершенствованию направлений и стратегий развития конкурентных преимуществ национальной туристической отрасли получен ряд научных результатов, среди которых: разработан механизм повышения конкурентоспособности туристическая деятельность на зарубежных рынках; оценено влияние необходимых организационных перемен для оптимизации управления национальной туристической отраслю (Стэнфордский университет, Гарвардский университет – США; Мюнстерский университет – Германия); изучена связь между доходами, получаемыми в национальной туристической отрасли и тенденциями изменения объема ВВП (Университет Гази – Турция), обоснованы теоретико-методические аспекты, социально-экономическое влияние национальной туристической отрасли на экономику страны и ее

³ Обзор зарубежных научных исследований по теме диссертации опубликовано на основе веб-страниц и других источников, таких как Стэнфордский университет, Принстонский университет (США), Гарвардский университет (США), Кембриджский университет (Великобритания), Университет Лас-Пальмас-де-Гран-Канария (Испания), Корейский институт развития (Южная Корея), Университет Гази (Турция), Российский экономический университет имени Г.В.Плеханова и Ташкентский государственный экономический университет.

отдельных регионов (Самаркандский институт экономики и сервиса, Самаркандский государственный университет, Ташкентский государственный экономический университет, Бухарский государственный университет, Ургенчский государственный университет).

В мире проводится ряд научных исследований по совершенствованию направлений и стратегий развития конкурентных преимуществ национальной туристической отрасли, в том числе по следующим направлениям: совершенствование национальной туристической отрасли путем использования современных инструментов маркетинга; эмпирические исследования по выявлению конкурентных преимуществ национальной туристической отрасли; запуск инновационных цифровых платформ в национальной туристической отрасли; разработка инновационных стратегий по привлечению туристов и т.д.

Степень изученности проблемы. Теоретические аспекты совершенствования стратегий развития конкурентных преимуществ национальной туристической отрасли исследовано в трудах зарубежных ученых, таких как А.Алонсо, А.Огле, Д.Бухалис, С.Смит, В.Азар, А.Александрова, В.Гуляев, Е.Жильцов, И.Зорин Н.Зайцева, Д.Исмаев, Н.Мироненко и других⁴. Особого внимания заслуживают научно-исследовательские работы В.И.Азара, В.А.Квартальнова, посвященные углубленному анализу научно-теоретических вопросов национальной туристической отрасли⁵. Проблемы совершенствования направлений и стратегии развития конкурентных преимуществ национальной туристической отрасли также освещены в работах ученых и специалистов Узбекистана, таких как К.Х.Абдурахмонов, М.Э.Пулатов, М.Р. Болтабаев, Н.Т.Тухлиев, М.К.Пардаев, И.С.Тухлиев, М.М.Мухаммедов, З.Д.Адилова, М.Т.Алимова, А.А.Эштаев, А.Н.Норьяев, О.Х.Хамидов, У.Р.Матёкубов, С.С.Рузиев, Н.Э.Ибадуллаев⁶.

⁴ Alonso, A.D., & Ogle, A. (2010). Tourism and hospitality small and medium enterprises and environmental sustainability. *Management Research Review*, 33.; Ogle, A. (2012). Environmental performance measurement of tourism accommodations in the pilgrimage urban areas: The case of the Holy City of Mashhad, Iran. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 35, 514–522.; Buhalis, D., 2003, eTourism: Information Technology for strategic tourism management, Pearson.; Smith, S. (2010) *Practical Tourism Research (CABI)*; Азар В.И. Экономика и организация туризма. – М.: Аспект-Пресс, 2003. - 439 с.; Aleksandrova A.Yu: *Международный туризм: Учеб. пособие для вузов.* – М., 2001.; Gulyayev V.G. Туризм: экономика и социальное развитие. М.: Финансы и статистика, 2003; Jilsov Y.N. (ред) *Экономика общественного сектора, Учебник / Под ред. П.В. Савченко, И.А. Погосова, Е.Н. Жильцова.* – М.: ИНФРА-М, 2010. - 763 с. - (Высшее образование); Zorin I.V., Kaverina T.P., Kvartalnov V.A. Туризм как вид деятельности, Учебник. – М.: Финансы и статистика. 2005. – 288 с.; Zayseva N.A. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме, Учебник для студентов высших учебных заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. - 224 с.; Ismayev D.K. Основы стратегии и планирования маркетинга в иностранном туризме. – М., 1994.; Krujalın V.I., Mironenko N.S. и др. География туризма. Учебник. Н. В. Зигерн-Корн, Н. В. Шабалина. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 336 с.

⁵ Азар В.И. Экономика и организация туризма. – М.: Экономика, 2003. – 322 с.; Квартальнов В.А. Менеджмент и маркетинг в социальнокультурной сфере. Учебное пособие. 2-е изд. – СПб.: Книжный дом, 2003. – 644 с.;

⁶ Абдурахманов К.Х. Менеджмент туризма. Учебное пособие. – Т.: Филиал ФГБОУ ВРО «РЭУ им. Плеханова Г.В.» в г. Ташкенте, 2013. – 248 с.; Po'latov M.E. va boshqalar. *Global iqtisodiy rivojlanish (turizm iqtisodiyoti) – “Fan va texnologiya”* - Toshkent, 2018. 308 b.; Boltaboev M.R., Tuxliev I.S., Safarov B.Sh., Abduxamidov S.A. “Turizm: nazariya va amaliyot” fanidan elektron darslik.- Т., 2017; Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Менеджмент и организация бизнеса в туризме Узбекистана. – Т.: Гос.науч.изд. «O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi», 2006. - 386 с; Pardaeв M., Atabaev R. *Turizm asoslari.* – Samarqand, SamISI. 2006.- 74 b.; Tuxliev I. *Turizm asoslari.* – Samarqand: SamISI. 2010. -271 b., To'xliev I., Qudratov F., Pardaeв M. *Turizmni*

В настоящее время возникла необходимость научного обоснования совершенствования направлений и стратегий развития конкурентных преимуществ национальной туристической отрасли Узбекистана, а также становится объективной необходимостью создания оптимальной системы, обеспечивающей эффективное использование потенциала регионов как отдельных составляющих национальной туристической отрасли. Хотя в фактических исследованиях получены некоторые теоретические и методологические результаты по этим вопросам, они не охватывают всесторонне конкурентные преимущества национальной туристической отрасли. В то же время это является актуальной проблемой, а проведение научных исследований в этой области становится требованием времени. Именно эта ситуация послужила основанием для выбора темы данной диссертации, определения ее целей и задач.

Связь темы диссертации с планами научно-исследовательских работ высшего образовательного учреждения, где выполнена диссертация. Данное диссертационное исследование выполнено в соответствии с планом научно-исследовательских работ Ташкентского государственного экономического университета в рамках практического проекта на тему «Совершенствование научно-методологических основ развития отраслей и предприятий реального сектора в условиях рыночной конкуренции».

Целью исследования является разработка научных предложений и практических рекомендаций по совершенствованию направлений и стратегии развития конкурентных преимуществ национальной туристической отрасли Узбекистана.

Задачи исследования:

исследование теоретических основ проявления категорий «конкурентная среда» и «конкурентные преимущества» в национальной туристической отрасли; научное обоснование структуры управления созданием зоны активного отдыха молодежи в целях диверсификации маршрутов въездного туризма; разработка предложения по обеспечению превращения Узбекистана в региональный транспортный «хаб» Центральной Азии в сфере пассажирских перевозок с учетом развития транспортной логистики в сфере туризма, расширения внешних и внутренних маршрутов;

rejalashtirish. Darslik. – T.: Iqtisod va moliya, 2008.- 262 b.; Muxammedov M., Raxmatov F. Turizm sohasida bozor munosabatlarining shakllanishi va uning tarmoq samaradorligi ko'rsatkichlariga ta'siri. //Servis va turizm: Boshqarish va rivojlantirish muammolari. Xalkaro anjuman materiallari. – Samarqand, 2007.; Adilova Z.Dj. va boshqalar. Turizm menejmenti. O'quv qo'llanma. – Toshkent: TDIU, 2009, - 180 bet; Alimova M.T. Hududiy turizm bozorining rivojlanish xususiyatlari va tendensiyalari: doktorlik dissertatsiyasi avtoreferati. – Samarqand: SamISI, 2017. – 96 b.; Eshtaev A.A. Globallashuv sharoitida turizm industriyasini boshqarishning marketing strategiyasi (O'zbekiston Respublikasi turizm tarmog'i misolida). Doctor of science dissertatsiya avtoreferati - Samarqand, 2019, Norchayev A. Xalqaro turizmni rivojlantirishning iqtisodiy o'sishga ta'siri. Iqt. fan. nomz. ...diss. 2004. -120 b.; Hamidov O. O'zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirishni boshqarish mexanizmini takomillashtirish. I.f.d. ...diss. avtoref. – Samarqand, 2017; Matyakubov U. Ekologik vaziyatni inobatga olib turizm samaradorligini oshirish yunalishlari va istiqbollari (Xorazm viloyati misolida). Iqt. fan. nomz. ...diss. - Samarqand, 2011; Ro'ziev S. O'zbekiston madaniy turizm bozori va uning istiqbollari. Iqt. fan. ...diss. – Toshkent, 2009; Ibadullayev N. Turistik resurslardan foydalanish samaradorligini oshirish imkoniyatlari (Samarqand viloyati misolida). Iqt. fan. ...diss. avtoref. – Samarqand, 2010.

указание путей совершенствования организационного механизма устойчивого развития перспективных видов туризма (экологического, этнографического, гастрономического, спортивного, оздоровительного, промышленного, делового) путем создания конкурентоспособных туристских продуктов, в частности, тематических туристских зон в регионах;

обоснование необходимости совершенствования методологии разработки стратегии продвижения национального туристского продукта на зарубежных рынках, направляющих туристический поток, путем определения приоритетного позиционирования;

разработка порядка организации «Investor show room», направленного на привлечение инвесторов в регионы с туристическим потенциалом, а также информационных центров («Visitor center»), предназначенных для оказания услуг туристам;

совершенствование экономического механизма реализации туристской схемы «Oltin uchburchak» (Золотой треугольник) в Сурхандарьинской области с целью оптимального использования туристских ресурсов и развития потенциала региона в сфере туризма.

Объектом исследования выбрана национальная туристическая отрасль Узбекистана и деятельность региональных туристических зон.

Предметом исследования является совокупность экономических отношений, возникающих в процессе выявления конкурентных преимуществ национальной туристской сети.

Методы исследования. В диссертационной работе использованы системный подход, абстрактно-логический анализ, SMART-анализ, индукция и дедукция, сравнение, экспертная оценка, монографическое наблюдение, статистическая группировка и методы экономического анализа.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

усовершенствовано экономическое содержание понятий «конкурентная среда и конкурентные преимущества в национальной туристской отрасли» с точки зрения ситуации, возникающей в результате конфликта интересов туристических предприятий, направленных на установление приемлемой цены, обеспечения узнаваемости в масштабах выбранного сегмента, и совокупности конкурентных характеристик, резко отличающихся от субъектов бизнеса, согласно методологическому подходу;

предложено создание малых тематических туристских зон Байсун, Шерабад и Сариосия, специализирующихся на таких перспективных видах, как «экотуризм», «агротуризм», «гастрономический туризм» на основе диверсификации туристических направлений Сурхандарьинской области с учетом региональных конкурентных преимуществ и перенаправленной интеграции;

обосновано предложение по расширению использования потенциала национальной туристической отрасли за счет строительства жилых комплексов модели «туристическая махалля» для фермеров, имеющих желание и возможность принимать туристов в рамках сельского и

этнографического туров (традиционный образ жизни, ремесла, национальная технология приготовления блюд);

обосновано предложение по организации конгресс-холла, баз отдыха и досуга для проведения деловых мероприятий (MICE tourism), «Investor show room» (Выставочный зал для инвесторов), расширяющего возможности привлечения инвесторов, и информационных центров по оказанию услуг туристам («Visitor center») в районе рекреационных озер;

усовершенствован экономический механизм реализации туристической схемы «Oltin uchburchak» (Золотой треугольник), направленной на развитие потенциала региона в сфере туризма в Сурхандарьинской области, на основе введения дифференцированных льгот и создания координационного консилиума, состоящего из экспертов сферы туризма как структуру, ответственную за создание базы экскурсионных программ.

Практический результат исследования заключается в следующем:

предложение по обеспечению развития транспортной логистики в сфере туризма, расширения внешних и внутренних маршрутов, а также превращения Узбекистана в региональный транспортный «хаб» Центральной Азии в сфере пассажирских перевозок послужило расширению географии международных рейсов в исторические города Узбекистана;

использование предложения по совершенствованию организационного механизма устойчивого развития перспективных видов туризма (экологического, этнографического, гастрономического, спортивного, оздоровительного, промышленного, делового) путем создания конкурентоспособных туристских продуктов, в частности тематических туристских зон в регионах позволило снизить влияние сезонных факторов за счет диверсификации туристических продуктов;

усовершенствованы стратегии продвижения национального туристического продукта на зарубежные рынки, направляющие потоки туристов с учетом влияния мировых тенденций в результате использования предложения по совершенствованию на основе расстановки приоритетов позиционирования методологии разработки стратегии продвижения национального туристского продукта на зарубежных рынках, направляющих потоки туристов;

усовершенствован механизм маркетинговой стратегии (таргетированного маркетинга) продвижения территории рекреационных озер среди групп потенциальных туристов в результате использования предложения по разработке порядка организации конгресс-холлов для деловых мероприятий (MICE tourism), баз отдыха и досуга, «Investor show room» (Выставочный зал для инвесторов), направленные на привлечение инвесторов, а также информационных центров туристических услуг («Visitor center») в районе рекреационных озер;

использование предложения по совершенствованию экономического механизма реализации туристской схемы «Oltin uchburchak» (Золотой треугольник) в Сурхандарьинской области, направленной на оптимальное использование туристических ресурсов и развитие потенциала региона в

сфере туризма стало основой пропорционального распределения доли регионов в национальной туристической отрасли.

Достоверность научных результатов. Достоверность научных результатов полученных в диссертационном исследовании, заключается в целесообразности использованного в работе методологических подходов и методов, получении информационной базы из официальных источников, проведении SWOT-анализа и социологического анкетирования на основе специальных требований, апробацией на практике выводов, предложений и рекомендаций, а также использованием полученных результатов на практике.

Научная и практическая значимость результатов исследования выражается в возможности формирования теоретической и методологической основы конкретных рекомендаций, направленных на диверсификацию экспорта туристических услуг в национальной туристической отрасли путем применения результатов диссертации. Данный комплекс рекомендаций создает возможность для повышения эффективности управления субъектами хозяйствования, работающими в национальной туристической отрасли, и на этой основе внедрения системы управления, создающую условия для полного удовлетворения спроса туристов. Результаты исследования могут быть использованы при подготовке экономистов, менеджеров, маркетологов, туроператоров в сфере туризма и услуг в системе высшего и среднего специального профессионального образования.

Теоретико-научные выводы и методические рекомендации исследования могут быть использованы в деятельности Комитета по туризму Республики Узбекистан и при обеспечении реализации задач, поставленных в Концепции развития сферы туризма в Республике Узбекистан в 2019-2025 годах.

Внедрение результатов исследования. На основе научно-методических и практических рекомендаций, разработанных по совершенствованию направлений и стратегий развития конкурентных преимуществ национальной туристической отрасли:

теоретико-методические материалы, связанные с совершенствованием экономического содержания понятий «конкурентная среда и конкурентные преимущества в национальной туристической отрасли» с точки зрения ситуации, возникающей в результате конфликта интересов туристических предприятий, направленных на установление приемлемой цены, обеспечения узнаваемости в масштабах выбранного сегмента, и совокупности конкурентных характеристик, резко отличающихся от субъектов бизнеса согласно методологическому подходу, использованы при подготовке учебника «Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма», предназначенного для студентов высших учебных заведений (приказ № 356 Министерства высшего и среднего специального образования Республики Узбекистан от 18 августа 2021 года). Внедрение данной научной новизны в практику явилось методической основой для формирования у студентов высших учебных заведений более широких теоретических знаний

и умений по экономическому содержанию понятий «конкурентная среда и конкурентные преимущества в национальной туристской отрасли».

предложено по созданию малых тематических туристских зон Байсун, Шерабад и Сариосия, специализирующихся на таких перспективных видах, как «экотуризм», «агротуризм», «гастрономический туризм» на основе диверсификации туристических направлений Сурхандарьинской области с учетом региональных конкурентных преимуществ и перенаправленной интеграции, отражено в пункте 7 комплексной программы мер, разработанной на основе постановления Кабинета Министров Республики Узбекистан №332 от 27 мая 2020 года (справка №03-17-01/10649 Министерства туризма и спорта Республики Узбекистан от 18 ноября 2021 года). В результате реализации данного научного предложения создана возможность для снижения влияния сезонных факторов и повышения эффективности регионального управления туристической отраслю за счет диверсификации туристических продуктов;

предложение по расширению использования потенциала национальной туристической отрасли за счет строительства жилых комплексов модели «туристическая махалля» для фермеров, имеющих желание и возможность принимать туристов в рамках сельского и этнографического туров (традиционный образ жизни, ремесла, национальная технология приготовления блюд), использовано при разработке Концепции развития туристической отрасли в 2019-2025 годах в Республике Узбекистан, утвержденного Указом Президента Республики Узбекистан № УП-5611 «О дополнительных мерах по опережающему развитию туризма в Республике Узбекистан» от 5 января 2019 года (справка № 03-17-01/10649 Министерства туризма и спорта Республики Узбекистан от 18 ноября 2021 года). В результате реализации данного научного предложения совершенствована деятельность альтернативных организационных структур, призванных обслуживать въездной и внутренний туристический поток;

предложение по организации конгресс-холла, баз отдыха и досуга для проведения деловых мероприятий (MICE tourism), «Investor show room» (Выставочный зал для инвесторов), расширяющего возможности привлечения инвесторов, и информационных центров по оказанию услуг туристам («Visitor center») в районе рекреационных озер, использовано при разработке главы 1, п. 1.6 и главы 5, п. 5.5, 5.6, 5.7 Концепции развития туризма на 2021-2025 годы в Айдар-Арнасойской озерной системе и районе рекреационных озер Тодакуль, утвержденного постановлением Кабинета Министров Республики Узбекистан № 368 «О мерах по развитию водного отдыха и пляжного туризма в Республике Узбекистан» от 14 июня 2021 года. (справка № 03-17-01/10649 Министерства туризма и спорта Республики Узбекистан от 18 ноября 2021 года). Реализация данного научного предложения послужила совершенствованию механизма реализации маркетинговой стратегии продвижения рекреационной озерной территории среди потенциальных туристских групп;

предложение по совершенствованию экономического механизма реализации туристической схемы «Oltin uchburchak» (Золотой треугольник), направленной на развитие потенциала региона в сфере туризма в Сурхандарьинской области, на основе введения дифференцированных льгот и создания координационного консилиума, состоящего из экспертов сферы туризма как структуру, ответственную за создание базы экскурсионных программ, использован при разработке использовано при разработке плана мероприятий по реализации проекта «Oltin uchburchak» (Золотой треугольник) в Сурхандарьинской области, утвержденного постановлением Кабинета Министров Республики №332 «Об эффективном использовании туристического потенциала Сурхандарьинской области и дополнительных мерах по его развитию» от 27 мая 2020 года (справка №03-17-01/10649 Министерства туризма и спорта Республики Узбекистан от 18 ноября 2021 года). В результате реализации данного научного предложения удалось пропорционально распределить доли регионов в национальной туристической отрасли.

Апробация результатов исследования. Результаты исследований одобрены на 10, в том числе 7 международных и 3 республиканских научно-практических конференциях.

Публикация результатов исследования. Всего по теме диссертации 23 научных работ, в том числе 12 статей в научных изданиях, рекомендованных к публикации научных результатов докторских диссертаций ВАК Республики Узбекистан, в том числе 10 в республиканских и 2 в зарубежных журналах.

Структура и объем диссертации. Структура диссертации состоит из введения, 4 глав, заключения, списка использованной литературы и приложений, ее объем составляет 212 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обоснованы актуальность и востребованность проведенного исследования, описаны цель, задачи, объект и предмет исследования, показано соответствие темы приоритетным направлениям развития науки и технологии республики, а также описаны научная новизна и практические результаты исследования, научные и практические результаты полученных результатов, раскрыта их значимость, представлена информация о внедрении результатов исследования, опубликованных работах и структуре диссертации.

В первой главе диссертации под названием «**Теоретические основы конкурентных преимуществ национальной туристической отрасли**» приведен анализ научных исследований, проводимых в этом же направлении, исходя из генезиса, социально-экономической значимости и объективной необходимости развития конкурентных преимуществ.

Национальная туристическая отрасль является неотъемлемой частью социально-экономического и культурного развития страны. Последовательная поддержка государством национальной туристической отрасли приводит к созданию новых рабочих мест, увеличению доходной базы государственного

бюджета, укреплению положительного имиджа страны на международном уровне, углублению межкультурных связей. Туризм признан феноменом XX века, а ускорение развития этой отрасли в новом столетии остается одним из ведущих столпов экономической политики государств. Несомненно, одним из факторов, стимулирующих темпы развития национальной туристической отрасли, является конкурентная среда. Формирование конкурентной среды создает новые возможности для развития как в обрабатывающей промышленности, так и в сфере услуг.

Негативные последствия, такие как снижение качества товаров и услуг, рост стоимости, снижение производительности труда, наблюдаются при отсутствии конкурентной среды. Поэтому конкурентная среда важна в развитии мировой экономической системы, национальной экономики, отдельных административных регионов, обеспечении финансовой устойчивости предприятий. Прежде чем приступить к научным соображениям по поводу этой экономической категории целесообразно разработать теоретически обоснованное авторское определение.

Под конкурентной средой в национальной туристической отрасли понимается ситуация, возникающая в результате конфликта интересов туристических предприятий, направленных на установление разумных цен, предоставление качественных услуг и обеспечение узнаваемости в масштабах выбранного сегмента в условиях действия принципов свободной рыночной экономики. Аналогично, **под конкурентными преимуществами в национальной туристической отрасли** понимается совокупность уникальных характеристик, которые резко выделяются среди хозяйствующих субъектов, работающих в выбранном сегменте рынка туристического предприятия в стране или конкретном ее регионе.

Конкурентная среда национальной туристической отрасли состоит не только из конфликта интересов между туристическими предприятиями, работающими с потребительской аудиторией в рамках одного сегмента, но и из ряда других структурных элементов. Их взаимосвязанность и опосредованные экономические связи в конечном итоге обеспечивают эффективное функционирование конкурентной среды. Конкурентная среда постоянно совершенствуется за счет целостности структурных элементов и их взаимодействия. К основным элементам конкурентной среды относятся конкурентная политика государства, предприятия, предлагающие аналогичные (функционально схожие) услуги, предприятия, предоставляющие базовые услуги (поставщики услуг), туристы, препятствия для входа в национальную туристическую отрасли в качестве конкурирующего субъекта (таблица №1).

Экономические отношения, связанные с конкуренцией в Республике Узбекистан, регулируются Законом «О конкуренции», принятым 6 января 2012 года №ЗРУ-319. Согласно этому закону компетентным органом в сфере конкуренции назначен Государственный комитет по содействию приватизированным предприятиям и развитию конкуренции Республики Узбекистан. Данный комитет последовательно реализует государственную политику, направленную на ограничение и предотвращение антиконкурентных

действий и недобросовестной конкуренции предприятий, предотвращение неправомерных действий органов государственного управления и местных органов государственной власти⁷. В результате государственной конкурентной политики становится возможным централизованное регулирование и контроль над средой чистой конкуренции. В случае выявления случаев недобросовестной конкуренции к предприятиям, совершившим такие действия, будут приняты меры правового характера. Вместе с тем, установлен парламентский контроль за эффективностью конкурентной политики государства.

Таблица №1

Элементы конкурентной среды в национальной туристической отрасли⁸

№	Элемент конкурентной среды	Положение отдельного элемента в общей конкурентной среде
1.	Государственная конкурентная политика	- создает правовую базу для поддержки конкурентной среды; - обеспечивает строгую государственную политику в сфере ограничения монополий
2.	Предприятия, предлагающие услуги с функциональным сходством	- предотвращает рост цен на услуги; - поощряет предоставление качественных услуг для туристов.
3.	Сбытовые компании	- обеспечивает дифференциацию предложений туроператора; - приводит к обновлению (структурному обновлению) туристского продукта
4.	Туристы	- поощряет предприятия, предоставляющие базовые услуги, проводить исследования рынка; - мотивирует туроператора внедрять инновации
5.	Барьеры для входа в национальную туристическую отрасль в качестве конкурентоспособного субъекта	- требует объективной оценки своих ресурсов и возможностей от предприятий, предоставляющих базовые услуги; - требует принятия превентивных мер против финансового и административного давления конкурентов

Как отмечалось, создание правовой базы поддержки конкурентной среды является основой конкурентной политики государства. Правовую основу в этой сфере составляют Конституция Республики Узбекистан, Закон «О конкуренции», указы Президента о совершенствовании конкурентной среды, постановления Кабинета Министров. Контроль за неукоснительным выполнением данных нормативно-правовых документов на уровне Республики Узбекистан ограничивает факторы, оказывающие негативное влияние на конкурентную среду.

Факторы, влияющие на конкурентные преимущества в национальной туристической отрасли, делятся на внутренние и внешние в зависимости от влияния управленческого корпуса туристического предприятия. Если факторы, влияющие на конкурентные преимущества в национальной

⁷ Статья 9 Закона Республики Узбекистан «О конкуренции», принятого 6 января 2012 года ORQ-319.

⁸ Разработано на основе исследований автора.

туристической отрасли, изменяются в результате управленческих решений управленческого корпуса, такие факторы классифицируются как внутренние факторы. Напротив, если факторы, влияющие на конкурентные преимущества в национальной туристической отрасли, не претерпевают изменений посредством управленческих решений корпуса менеджеров, такие факторы относят к внешним факторам (таблица №2).

Таблица №2

Баланс внутренних и внешних факторов, влияющих на конкурентные преимущества национальной туристической отрасли⁹

Основные факторы, влияющие на конкурентные преимущества в национальной туристической отрасли	
Внешние факторы	Внутренние факторы
государственная политика в сфере международной торговли туристическими услугами	организационная структура туристического предприятия
уровень экономического развития страны	регулирование процесса обслуживания и управленческого учета
административные процедуры, применимые к странам, отправляющим основной туристический поток	квалификация обслуживающего персонала
фискальная и монетарная политика	создание информационной и нормативно-методологической базы внутреннего управления
таможенная политика, соответствующие импортные пошлины и квоты	наличие системы контроля качества услуг
положение страны в международном разделении труда	создание системы стратегического управления
система сертификации государственной службы	формирование дилерского сектора по реализации туристической продукции
гарантированная защита прав потребителей	обеспечение конфиденциальности при внутреннем обмене информацией
рыночная емкость национальной туристической отрасли и преобладающая конкурентная среда	создание системы электронной коммерции с использованием онлайн-платформ при реализации туристических продуктов
появление конкурентов, продвигающих туристические продукты с уникальными технологическими инновациями	потенциал продвижения дифференцированного туристического продукта в выбранный сегмент рынка

Конкурентные преимущества национальной туристической отрасли являются важным источником увеличения потока иностранных туристов, въезжающих в страну. Благодаря конкурентным преимуществам национальной туристической отрасли потенциальные туристы получают дополнительную информацию о стране и приобретут туристические продукты для путешествия в эту страну. Определение конкурентных преимуществ национальной туристической отрасли позволяет предложить потенциальным туристам уникальный ассортимент туристических продуктов. Коммерческий успех рекламной кампании туристического продукта также напрямую основан на конкурентных преимуществах.

⁹ Разработано на основе исследований автора.

Во второй главе диссертации под названием **«Методологические аспекты выявления конкурентных преимуществ национальной туристической отрасли»** изучены методологические подходы к оценке туристического потенциала Узбекистана на основе исследования новых организационных структур управления. Появление конкурентных преимуществ национальной туристической отрасли требует объединения возможностей заинтересованных сторон вокруг единой миссии, позволяющей добиться синергетического эффекта.

Конкурентные преимущества национальной туристической отрасли обусловлены, прежде всего, совершенствованием транспортной логистики при пассажироперевозках, расширением прямых зарубежных и внутренних авиарейсов, развитием региональных транспортных связей в Центральной Азии. В результате расширяется география транспортных маршрутов в исторические города Узбекистана с высоким туристическим потенциалом. По существу, пассажирские перевозки являются одним из основных видов услуг по предоставлению туристского продукта потребителям.

Учитывая это, строительство единой туристической магистрали, охватываемой общим транспортным коридором в Центральноазиатском регионе, может стать высокоэффективным решением увеличения въездного турпотока. Создание Центральноазиатского транспортного узла пассажирских авиaperевозок и комплексных автомобильных маршрутов обеспечит регулярность иностранных туристических потоков, входящих в этот регион, и приводит к повышению позиций региона на мировом рынке услуг.

Обобщая авторские подходы, следует отметить, что конкурентоспособность туристского продукта в национальной туристической отрасли зависит от следующих факторов:

во-первых, качество транспорта, проживания, питания и экскурсионных услуг, входящих в туристический продукт;

во-вторых, эластичность спроса по цене реализации и ценовому диапазону туристической продукции на рынке услуг;

в-третьих, оригинальность организации рекламной кампании и ценность капитала бренда.

Положение национального туристского продукта, продвигаемого на мировом рынке услуг, над предложением конкурирующих субъектов определяется вышеуказанной триадой факторов. Другими словами, когда предложение превышает спрос, выбор остается за потенциальным туристом. Только он принимает окончательное решение, какой туристический продукт купить.

Конкурентоспособность национальной туристической продукции оценивается также полным использованием туристического потенциала регионов. В этом плане, организационный механизм устойчивого развития перспективных видов туризма уместно выразить путем создания тематических туристских зон в регионах следующим образом (рисунок №1).



Рисунок №1. Организационный механизм устойчивого развития перспективных видов туризма путем создания малых тематических туристических зон в регионах¹⁰

Создание тематических зон туризма в регионах страны с высоким туристическим потенциалом послужит пропорциональному распределению въездных и внутренних туристических потоков между регионами. Также, прежде чем создавать малые туристические зоны (Байсун, Шерабад, Сариосия) в Сурхандарьинской области, необходимо определить внутренние резервы, которые обеспечат динамику развития в будущем. Состав внутренних резервов, обеспечивающих динамику развития региона в перспективе:

численность экономически активного населения и его части, способной овладеть такими навыками в сфере услуг;

общий капитальный потенциал строительства объектов туристической инфраструктуры и возможность направления на него инвестиционных ресурсов;

уровень удобства расположения по отношению к основным транспортным магистралям;

реализация программ по улучшению экономического положения местного населения, предпринимательства и ликвидации безработицы.

¹⁰ Разработано на основе исследований автора.

Кроме того, приобретает значение строительство типовых жилых комплексов «туристического махалля» для фермеров, имеющих желание и возможность принимать туристов в рамках сельского и этнографического типов (традиционный образ жизни, ремесла, национальная технология приготовления пищи).

Существует потенциал для увеличения количества туристических кварталов, особенно в восточных и северных регионах Узбекистана. Расширение использования потенциала национальной туристической отрасли за счет строительства жилых комплексов «туристический квартал» позволяет добиться как социальных, так и экономических положительных результатов. В частности, акцент на безальтернативной «махалля» создает благоприятные условия для целевого позиционирования туристских продуктов, входящих в национальную туристическую сеть (рисунок №2).



Рисунок №2. Схема расширения использования потенциала национальной туристической сети за счет строительства жилых комплексов «туристическая махалля»¹¹

¹¹ Разработано на основе исследований автора.

Обобщая зарубежный опыт использования конкурентных преимуществ туристской отрасли, стоит отметить, что для занятия прочных позиций на мировом рынке услуг важно уточнить конкурентные преимущества национального туристского продукта. Комплекс последовательных мер, реализуемых с целью выявления аспектов национальной туристической продукции, отличных от предложения субъектов-конкурентов, и достижения их прочных позиций в сознании потенциальных туристов называется позиционированием национальной туристической отрасли на мировом рынке услуг.

Позиционирование национальной туристической отрасли Узбекистана на мировом рынке услуг имеет ряд преимуществ, в частности (рисунок №3):

в результате сравнительного исследования национальной туристической продукции с портфелем предложений субъектов-конкурентов четко выявляются основные преимущества и недостатки;



Рисунок №3. Основные направления разработки стратегии продвижения национальной туристической продукции на внешние рынки на основе приоритетного позиционирования¹²

¹² Разработано на основе исследований автора.

на основе бенчмаркинг-анализа обобщены лучшие практики в практике представления национальной туристической продукции потенциальным туристам стран, сохраняющих статус лидера на мировом рынке услуг, сделаны выводы о допущенных ими недостатках;

сгруппированы конкурентные преимущества, связанные с национальной туристической сетью, которые активно используются при подготовке рекламных кампаний и рекламной стратегии;

распространяется объективная и привлекательная информация об уникальных особенностях национальной туристической продукции в условиях, когда обострилась конкуренция за поток потенциальных туристов на мировом рынке услуг;

Узбекистан предстает как безопасное, гостеприимное и уникальное туристическое направление в процессе отбора, который происходит при определении пункта назначения туристического визита.

На основе этого усовершенствована методика разработки стратегии продвижения национальной туристической продукции на зарубежных рынках, направляющих туристический поток, на основе приоритетного позиционирования.

В третьей главе диссертации под названием «Тенденции эффективного развития национальной туристической отрасли Узбекистана» рассматриваются темпы развития в этой же сфере. Когда усиливается роль сферы услуг в валовом внутреннем продукте страны, когда увеличиваются реальные доходы населения, когда сфера услуг, включая туристической отрасли и инфраструктуру, имеет решающее значение в обеспечении пропорционального развития экономики страны, регионов, на душу населения. Результат реформ можно будет увидеть по качественному изменению макроэкономических показателей (таблица №3).

Таблица №3

Динамика основных показателей, отражающих развитие национальной туристической отрасли¹³

Показатель	Годы							
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Валовой внутренний продукт, млрд. сум	221350,9	255421,9	317476,4	424728,7	529391,4	602193,0	734587,7	763083,6
Услуги, млрд. сум	78530,4	97050,0	118811,0	150889,8	193697,8	219978,5	284165,4	314071,5
Вклад сферы услуг в ВВП, %	35,5	37,9	37,4	37,1	35,5	36,5	38,7	39,8
Инвестиции в основной капитал, млрд. сум	44810,4	51232,0	72155,2	124231,3	195927,3	210195,1	239552,6	279350,1
Объем услуг на душу населения, тыс. сум	2509,0	3047,3	3668,3	4578,5	5 768,2	6426,1	8138,8	8942,5
Услуги, оказанные субъектами малого предпринимательства, млрд. сум	47269,6	61346,2	69212,7	84433,4	103106,6	114052,7	144812,7	198613,7

¹³ Разработано на основе данных Агентства по статистике при Президенте Республики Узбекистан.

С учетом вышеизложенного изучена динамика изменения основных экономических показателей, отражающих темпы развития национальной туристической отрасли. За исследуемые годы доля сферы услуг в валовом внутреннем продукте страны увеличилась без резкого увеличения. В частности, доля сферы услуг в валовом внутреннем продукте страны в 2014 году составляла 36,4 %, а к 2017 году она выросла до 37,4 %. В связи с воздействием пандемического кризиса, вызванного широким распространением инфекционных вирусных инфекций, в 2019-2020 годах доля сферы услуг в валовом внутреннем продукте страны несколько снизилась. На это повлияли такие факторы, как введение пандемического карантина и усиление санитарных ограничений. Оживление, наблюдаемое в мировой экономической системе с 2021 года, отмечено и в национальной экономике Узбекистана. По итогам 2021 года доля сферы услуг в валовом внутреннем продукте страны достигла 38,7%.

Темпы роста объема услуг, оказываемых основными видами экономической деятельности на рынке услуг Узбекистана, более четко выражаются в виде процентов. В таблице 4 показаны темпы роста сферы услуг в национальной экономике и их отражение в процентах (таблица №4).

Таблица №4

Темпы роста объема услуг, оказываемых на рынке услуг Узбекистана по основным видам экономической деятельности (по сравнению с предыдущим годом, в %) ¹⁴

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Услуги - всего	114,2	113,4	114,7	110,7	108,9	113,2	103,0	119,5	116,3
услуги в сфере информации и связи	127,6	116,0	114,6	121,3	115,9	108,3	123,8	126,4	128,8
финансовые услуги	132,1	130,6	119,8	136,5	121,5	147,0	125,6	128,0	131,7
транспортные услуги	104,6	104,3	107,8	109,9	104,5	106,7	91,4	115,7	111,8
в том числе: услуги автоперевозки	116,7	115,9	117,2	102,1	101,6	105,1	101,4	115,5	107,5
услуги по проживанию и питанию	116,5	119,0	121,1	112,1	107,0	107,3	80,3	132,3	122,3
торговые услуги	115,7	118,5	120,5	100,3	104,9	107,4	103,8	112,3	108,3
услуги связанные с недвижимостью	119,9	118,5	117,5	106,6	107,9	104,7	90,0	123,1	110,0
образовательные услуги	109,1	111,2	107,8	125,6	110,5	109,5	101,0	130,8	114,1
услуги в сфере здравоохранения	116,3	117,2	122,2	116,9	113,4	114,7	94,8	128,5	113,4

Следует рассмотреть динамику изменения объемов услуг временного размещения и общественного питания, составляющих основную инфраструктуру национальной туристической отрасли Узбекистана,

¹⁴ Разработано на основе данных Агентства по статистике при Президенте Республики Узбекистан.

в процентном отношении. В 2014 году темп роста услуг временного размещения и общественного питания по сравнению с предыдущим годом составил 116,5 %. Соответственно, в 2017 году этот показатель составил 112,1 %, в 2021 году – 132,3 %, на конец 2022 года – 122,3 %. Видно, что увеличение турпотока, въезжающего в страну, и стабильное развитие внутреннего туризма дали толчок к увеличению доли услуг временного размещения и общественного питания в сфере услуг в макроэкономическом масштабе.

Изучив вышеуказанную статистику, в таблице 5 показан SMART-анализ определения стратегической миссии будущего развития национальной туристической сети (таблица №5).

Таблица №5

SMART-анализ стратегической миссии будущего развития национальной туристической отрасли¹⁵

S (“specific” – специальная ориентация)	M (“measurable” – экономическое измерение)
<ul style="list-style-type: none"> Развитие конкурентных преимуществ национальной туристической отрасли и устойчивое привлечение въездного турпотока за счет горизонтальной диверсификации туристических продуктов. 	<ul style="list-style-type: none"> Последовательно увеличить количество иностранных туристов, посещающих страну, на 2 миллиона ежегодно до 2028 года; создание 50 тематических туристических зон по всей стране; разработка электронной версии 100 каталогов экскурсионных маршрутов по каждому из альтернативных направлений туризма.
A (“achievable” – реальность возможностей достижения)	R (“related” – связанность)
<ul style="list-style-type: none"> рациональное использование резервов экономического роста региона; обеспечение адресности поддержки бизнес-инициатив местных жителей; усилить меры активного использования иностранных инвестиционных ресурсов. 	<ul style="list-style-type: none"> утверждение стратегии совершенствования транспортной инфраструктуры национальной туристической отрасли; интеграция концепции развития агропромышленного комплекса с основными приоритетами национальной туристической сети.
T (“times-bound” – установление лимитов сроков исполнения)	
<ul style="list-style-type: none"> формирование вектора «временной линии», разбитой на кварталы для обеспечения реализации практических задач, вытекающих из стратегической миссии развития национальной туристической отрасли в ближайшие пять лет. 	

SMART-анализ определения стратегической миссии будущего развития национальной туристической отрасли является одним из альтернативных методов объективной оценки экономической ситуации на рынке и отличается совместимостью с его возможностями.

¹⁵ Разработано на основе исследований автора.

Четвертая глава диссертации под названием **«Стратегии развития конкурентных преимуществ национальной туристической отрасли»** изучены альтернативные направления обеспечения устойчивого роста. Определение путей стимулирования инвестиционной активности в модернизации инфраструктуры национальной туристической отрасли становится все более актуальным. Для этого необходимо обратить внимание на дестинации с высоким ресурсным потенциалом в туристическом комплексе региона. В частности, в районе рекреационных озер целесообразно внедрение усовершенствованного порядка организации конгресс-холла, базы отдыха и досуга для проведения международных деловых мероприятий, «Investor show room» (Выставочного зала для инвесторов), направленного на привлечение инвесторов, а также информационных центров («Visitor center» (Визит-центр)), предназначенных для оказания услуг туристам. В результате использования данного предложения совершенствуется маркетинговая стратегия и механизм реализации концепции таргетирования по продвижению рекреационной озерной территории среди потенциальных туристических групп.

Следует отметить, что Узбекистан отличается от других стран региона привлекательностью своих гидротуристических ресурсов. На территории страны есть реки, озера, водопады, целебные источники. Их можно использовать для обслуживания въезжающего и выезжающего из страны туристического потока. От этого зависит постепенное развитие конкурентных преимуществ национальной туристической продукции на мировом рынке услуг. Создание сервисов в рамках маршрутов, содержащих различные туристические ресурсы, такие как фитом, литом, гидром и антроном, становится острым требованием эпохи острой конкуренции.

В том числе, в районе рекреационных озер уместно выразить усовершенствованную процедуру организации конгресс-зала, объектов отдыха и досуга для проведения международных деловых мероприятий, «Investor show room» (Выставочного зала для инвесторов), направленного на привлечение инвесторов, а также информационных центров («Investor show room» (Визит-центр)), предназначенных для оказания услуг туристам в следующем порядке. Усовершенствованный порядок организации «Investor show room» (Выставочного зала для инвесторов) и туристско-информационных центров, направленный на привлечение инвесторов на инфраструктурные объекты национальной туристической отрасли принимается путем реализации последовательности практических усилий, состоящей из 7 этапов (рисунок №4).

Необходимо развивать маршруты, охватывающие гидротуристские ресурсы Узбекистана, и создавать на основе этих маршрутов инновационные туристические продукты. В случае реализации таких мер национальная туристическая продукция будет диверсифицирована за счет создания туристической продукции инновационного характера, охватывающих гидротуристские ресурсы.



Рисунок №4. Модель организации «Investor show room», направленная на привлечение инвесторов к объектам инфраструктуры национальной туристической отрасли и информационным центрам, предназначенным для оказания услуг туристам¹⁶

Конгресс-холл, база отдыха и досуга, предназначенные для проведения международных деловых мероприятий в системе озер Айдар-Арнасой и рекреационных озер озера Тудакуль, «Investor show room» (Выставочный зал для инвесторов), направленный на привлечение инвесторов, а также внедрение улучшенного порядка организации туристско-информационных центров («Visitor center» (Визит-центры) станут основой для полного использования потенциала гидротуристических ресурсов Узбекистана. При этом будет успешно реализована реализация инвестиционных проектов, способствующих развитию конкурентных преимуществ национальной туристической отрасли.

Следует найти инновационный подход к полному развитию потенциала регионального туристического комплекса. Целесообразно разработать туристскую схему «Oltin uchburchak» (Золотой треугольник) по маршруту Бойсун-Шерабад, Термез, Сариосие-Денов Сурхандарьинской области.

¹⁶ Разработано на основе исследований автора.

С точки зрения взаимодополняемости транспортной инфраструктуры и туристических ресурсов маршрут Байсун-Шерабад, Термез, Сариосия-Денов образует привлекательную туристическую схему. С учетом этого предложен механизм реализации туристской схемы «Oltin uchburchak» (Золотой треугольник), направленный на полную реализацию потенциала региона в национальной туристической отрасли (рисунок №5).

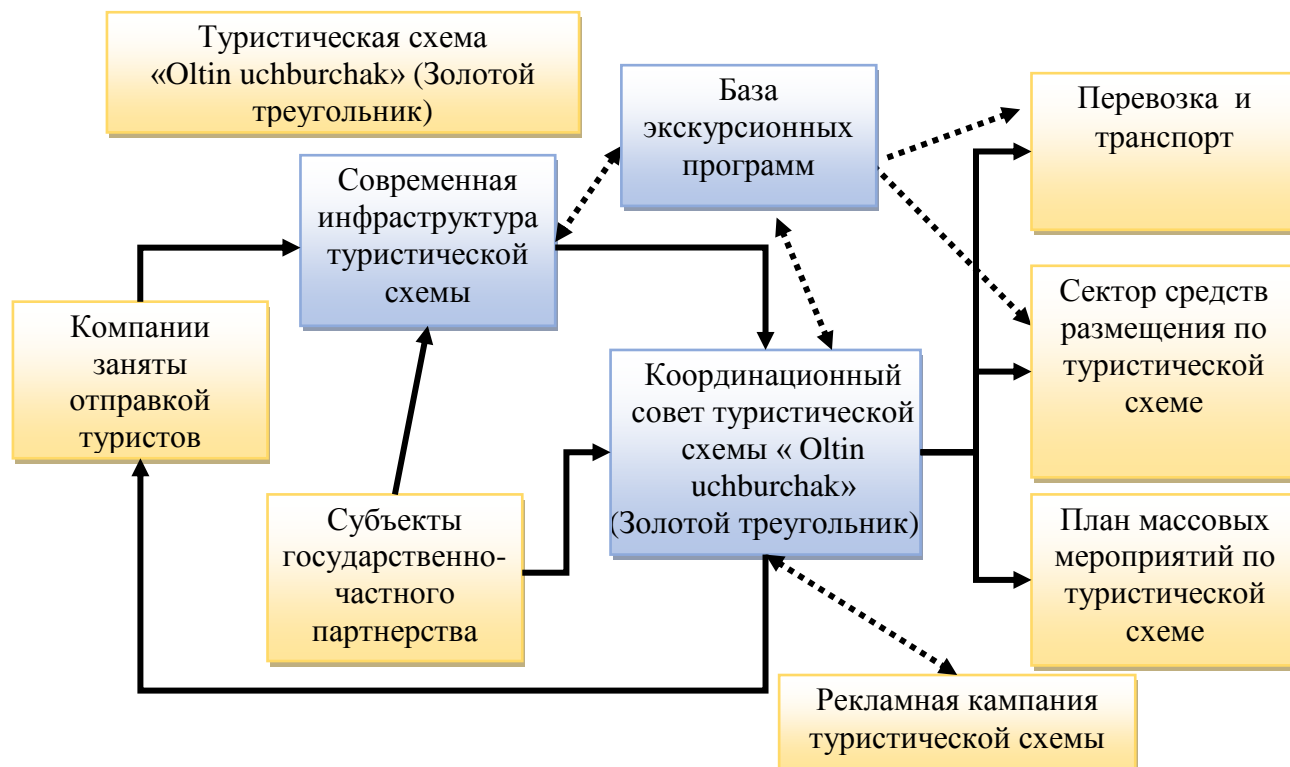


Рисунок №5. Механизм реализации туристической схемы «Oltin uchburchak» (Золотой треугольник), направленная на раскрытие потенциала региона в туристической отрасли¹⁷

Предлагаемое основание для названия данной туристической схемы «Oltin uchburchak» (Золотой треугольник) заключается в том, что Байсун-Шерабадский районы, город Термез, Сариосия-Деновский районы развиваются в социально-экономическом, культурном и этнографическом отношении как отдельные туристские дестинации и имеют свои особенности. Ядром механизма реализации туристической схемы «Oltin uchburchak» (Золотой треугольник), направленной на полную реализацию потенциала региона в национальной туристической отрасли, является координационный совет.

В качестве общественного совещательного органа в координационный совет туристской схемы «Oltin uchburchak» (Золотой треугольник) входят не только административные работники, отвечающие за управление экономическим комплексом региона, но и экономисты, географы и этнографы, топ-менеджеры субъектов туристического бизнеса, общественные активисты, такие как представители СМИ. Основными направлениями обеспечения успешной реализации туристской схемы «Oltin uchburchak» (Золотой треугольник) являются региональная транспортная инфраструктура,

¹⁷ Разработано на основе исследований автора.

налаживание средств размещения, места проведения массовых мероприятий. Актуальное значение имеет также планомерная реализация пропагандистской программы туризма, развитие базы экскурсионных программ, включающих посещение демонстрационных объектов, создание современных объектов инфраструктуры. Все эти процессы организованы на основе государственно-частного партнерства. Одним словом, разработка и реализация туристской схемы «Oltin uchburchak» (Золотой треугольник) по маршруту Байсун-Шерабад, Термез, Сариосия-Денов Сурхандарьинской области стимулирует бурное развитие областного туристического комплекса.

На основе вышеуказанных аналитических подходов альтернативная стратегия развития национальной туристической отрасли в среднесрочной перспективе состоит из основных направлений практических мер на 2024, 2025 и 2026 годы. Практические меры, которые будут реализованы в первый год среднесрочной перспективы включает направления развития инфраструктуры национальной туристической отрасли, расширения охвата транспортных маршрутов, соединяющих направления внутреннего туризма, интеграции деятельности культурно-развлекательных учреждений с туристическими посещениями.

В свою очередь, развитие инфраструктуры национальной туристической отрасли осуществляется путем создания национального реестра объектов туристической инфраструктуры и формирования программы привлечения прямых иностранных инвестиций. Утверждением оптимальной схемы транспортных маршрутов, соединяющих внутренние туристские направления, будет расширен охват транспортных маршрутов, соединяющих внутренние туристские направления. Интеграция деятельности культурно-развлекательных учреждений с туристическими посещениями требует разработки графика анимационных программ в культурно-развлекательных учреждениях (таблица №6).

Практические меры, которые необходимо реализовать во второй год среднесрочной перспективы, заключаются, главным образом, в заполнении линейки локомотивных маршрутов по классификации целей путешествия, поддержании рекреационной нагрузки на традиционные Центры атракции туризма на оптимальном уровне, для оптимизации маршрутов экскурсий фитом, литом, гидром и антроном предусматривают группировку в разделе ресурсов. Задача пополнения рядов историко-культурных и паломнических туристских дестинаций, являющихся локомотивами по классификации целей путешествия, требует подготовки программ развития эко-, агро-, спелео-, этнографического, гастрономического, экстремального типов туризм.

Сохранение рекреационной нагрузки на традиционные туристические центры на оптимальном уровне будет реализовано в обмен на разработку плана по устранению чрезмерной рекреационной нагрузки на города Ташкент, Самарканд, Бухару и Хиву. Требование группировки экскурсионных маршрутов по разделу фитомных, литомных и гидромных ресурсов выполняется на основе утверждения национального классификатора экскурсионных маршрутов.

Таблица №6

Развитие национальной туристической отрасли в среднесрочной перспективе (альтернативная стратегия)¹⁸

№	Название практических мер	Форма реализации	Ответственные исполнители
<i>I. Основные направления практических мер на 2024 год</i>			
1.1.	Развитие инфраструктуры национальной туристической отрасли	Составление национального реестра объектов туристической инфраструктуры. Формирование программы привлечения прямых иностранных инвестиций	Комитет по туризму Республики Узбекистан
1.2.	Расширение покрытия транспортных маршрутов, соединяющих внутри-туристические направления	Утверждение оптимальной схемы транспортных маршрутов, соединяющих внутритуристские направления	Комитет по туризму Республики Узбекистан
1.3.	Интеграция деятельности культурно-развлекательных учреждений с туристическими посещениями	Разработка расписания анимационных программ в культурно-развлекательных учреждениях	Комитет по туризму Республики Узбекистан
<i>II. Основные направления практических мер на 2025 год</i>			
2.1.	Заполнение перечня локомотивных маршрутов по классификации целей проезда	Подготовка программ развития эко-, агро-, спелео-, этнографического, гастрономического, экстремального типов туризма	Комитет по туризму Республики Узбекистан
2.2.	Поддержание рекреационной нагрузки в традиционных туристско-развлекательных центрах на оптимальном уровне	Разработка плана по устранению чрезмерной рекреационной нагрузки на города Ташкент, Самарканд, Бухара, Хива	Комитет по туризму Республики Узбекистан
2.3.	Группировка экскурсионных маршрутов по разделу туристских ресурсов (гидром, фитом, литом, антроном)	Утверждение национальной классификации туристских маршрутов	Комитет по туризму Республики Узбекистан
<i>III. Основные направления практических мер на 2026 год</i>			
3.1.	Корректировка рекламной кампании национальной туристической отрасли с принципами таргетирования	Разработка механизма таргетирования кампании по продвижению национальной туристической отрасли	Комитет по туризму Республики Узбекистан
3.2.	Создание усовершенствованной модели подготовки обслуживающего персонала в национальной туристической отрасли	Принятие стратегии внедрения усовершенствованной модели подготовки обслуживающего персонала	Комитет по туризму Республики Узбекистан
3.3.	Расширение географии экспорта услуг за счет развития въездного туризма	Подготовка отдельных «дорожных карт» для каждого континента расширения географии туристического экспорта	Комитет по туризму Республики Узбекистан

Следует отметить, что приведение рекламной кампании национальной туристической отрасли в соответствие с принципами таргетирования в этом направлении продолжается процесс разработки конкретного организационно-экономического механизма. Вопросы, вытекающие из цели

¹⁸ Разработано на основе исследований автора.

создания усовершенствованной модели подготовки обслуживающего персонала в национальной туристической отрасли, реализуются путем принятия стратегии внедрения усовершенствованной модели подготовки обслуживающего персонала. Расширение географии экспорта услуг за счет развития въездного туризма предполагает подготовку отдельных «дорожных карт» для каждого континента по продвижению экспорта туристических услуг. Ответственными являются Министерство культуры и туризма, Национальный PR-центр при министерстве, Институт изучения проблем развития туризма и культурного наследия, Министерство транспорта, экологии, охраны окружающей среды и Министерство изменения климата, региональные правительства.

Своевременная реализация распределенных по годам мер создает основу для развития конкурентных преимуществ национальной туристической отрасли на мировом рынке услуг в будущем. В связи с этим целесообразно создание специальной общественной комиссии при Сенате Олий Мажлиса Республики Узбекистан для контроля за реализацией концепции развития национальной туристической отрасли в среднесрочной перспективе.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате исследования направлений и стратегии развития конкурентных преимуществ национальной туристической отрасли сделаны следующие выводы:

1. На основе авторских подходов усовершенствован терминологический аппарат, связанный с развитием конкурентных преимуществ национальной туристической отрасли. В частности, под конкурентными преимуществами в национальной туристической отрасли понимают совокупность уникальных особенностей страны или ее конкретного региона, которые резко выделяются среди субъектов хозяйствования, работающих в выбранном сегменте рынка туристского предприятия.

2. Освещены элементы, составляющие конкурентную среду в национальной туристической отрасли. В частности, изучена взаимосвязь элементов, составляющих конкурентную среду в туристической отрасли. При этом раскрывается роль государства как координатора в регулировании конкуренции.

3. В основу предложения положено расширение использования потенциала национальной туристической отрасли за счет строительства типовых жилых комплексов «туристский квартал» для фермеров, имеющих желание и возможность принимать туристов в рамках сельских и этнографических виды (традиционный образ жизни, ремесла, национальная технология приготовления пищи). В результате открылись возможности для создания новых объектов в соответствии с традициями гостеприимства в восточных и северных регионах Узбекистана.

4. В целях диверсификации въездного туризма научно обоснована структура управления созданием зоны активного отдыха молодежи. Согласно предложенной структуре управления, инфраструктура для обслуживания

туристического потока молодежи будет формироваться в регионах, обладающих ресурсным потенциалом.

5. Всесторонне изучены научные и практические вопросы развития национальной туристической отрасли в нашей стране. В частности, обосновано предложение по обеспечению превращения Узбекистана в региональный транспортный «хаб» Центральной Азии в сфере пассажирских перевозок с учетом развития транспортной логистики, расширения внешних и внутренних маршрутов. Использование данного предложения послужило расширению географии международных рейсов в исторические города Узбекистана.

6. Совершенствован организационный механизм устойчивого развития перспективных видов туризма (экологического, этнографического, гастрономического, спортивного, оздоровительного, индустриального, делового) за счет создания конкурентоспособной туристской продукции, в частности, тематических туристских зон в регионах. Использование данного предложения позволило снизить влияние сезонных факторов за счет диверсификации туристической продукции.

7. Усовершенствована методология разработки стратегии продвижения национальной туристской продукции на зарубежных рынках, направляющих туристический поток, на основе приоритетного позиционирования. В результате использования данного предложения усовершенствованы стратегии продвижения национальной туристской продукции на зарубежных рынках, направляющих туристический поток, с учетом влияния мировых тенденций.

8. Проведен SMART-анализ стратегической миссии будущего развития национальной туристической отрасли. SMART-анализ основан на том, что определения стратегической миссии будущего развития национальной туристической отрасли является одним из альтернативных методов объективной оценки экономической ситуации на рынке.

9. Разработан порядок организации работы «Investor show room» (Выставочный зал для инвесторов), а также информационных центров («Visitor center»), направленных на привлечение инвесторов в конгресс-холлы, баз отдыха и досуга, предназначенных для проведения деловых мероприятий (MICE tourism) в районе рекреационных озер. В результате использования данного предложения усовершенствован механизм реализации адресной стратегии продвижения рекреационной озерной территории среди потенциальных туристических групп.

10. Усовершенствован экономический механизм реализации туристической схемы «Oltin uchburchak» (Золотой треугольник) в Сурхандарьинской области, направленной на оптимальное использование туристских ресурсов и развитие потенциала региона в сфере туризма. Использование данного предложения послужило основанием для пропорционального распределения доли территорий в национальной туристической отрасли.

Предложенные научно-практические рекомендации сформируют единую систему совершенствования направлений и стратегии развития конкурентных преимуществ национальной туристической отрасли, и послужат реализации приоритетных задач в Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы, направленной на развитие экономики страны.

**ONE-TIME ADVICE BASED ON THE SCIENTIFIC COUNCIL
DSc.03/12/10/2019.I.16.01 JUDGED BY SCIENTISTS DEGREES AT
TASHKENT STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS**

TASHKENT STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS

KHALILOV SIROJIDDIN SHERALI UGLI

**IMPROVEMENT OF DIRECTIONS AND STRATEGIES FOR
DEVELOPING COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE NATIONAL
TOURIST SECTOR**

08.00.17 – Tourism and hotel activities

ABSTRACT
of the dissertation of Doctor of Science (DSc) on Economics

Tashkent – 2024

The theme of the doctoral dissertation (Doctor of Science) on economics was registered at the Supreme Attestation Commission under number B2022.2.DSc/Iqt401

The dissertation has been accomplished at the Tashkent State Economic University

The abstract of the dissertation is posted in three languages (Uzbek, Russian and English (resume)) on the website of the Scientific Council (www.tfi.uz) and on the website of «Ziyonet» informational and educational portal (www.ziyonet.uz).

Scientific advisor: **Pardaev Mamayunus Karshiboevich**
Doctor of Economic Sciences, Professor

Official opponents: **Safarov Bakhodirkhon Shakhriyorovich**
Doctor of Economic Sciences, Professor

Ibragimov Nutfillo Salimovich
Doctor of Economic Sciences, Professor

Astanakulov Olim Tashtemirovich
Doctor of Economic Sciences, Professor

Leading organization: **Andijan State University**

The defence of the thesis will take place on 27 January 10.00 hours 2024 at the meeting of one-time Scientific Council on the basis of digital scientific council DSc.03/10.12.2019.I.16.01 for awarding academic degree at Tashkent State Economic University. Address: 100066, Tashkent, Islam Karimov Street, 49. Phone: (99871) 239-28-72, Fax: (99871) 239-43-51, e-mail: info@tsue.uz.

The typescript variant of the dissertation is available at the information Resource Centre of Tashkent State Economic University (registered at number 1388). Address: 100066, Tashkent, Islam Karimov street, 49. Phone: (99871) 239-28-72, Fax: (99871) 239-43-51, e-mail: info@tsue.uz.

The abstract of dissertation was circulated «10 January» 2024.
(mailing list record no 5 «10 January» 2024)



M.P. Eshov
Chairman of the one-time scientific Council at the scientific council awarding scientific academic degrees, Doctor of Economics, Professor

U.V. Gafurov
Secretary of the one-time Scientific Council at the scientific council awarding scientific degrees, Doctor of Economics, Professor

A.A. Eshtaev
Chairman of the one-time academic seminar at the scientific council awarding scientific degrees, Doctor of Economics, Professor

INTRODUCTION (doctoral (DSc) thesis annotation)

The aim of the research work. The research aims to generate scientific suggestions and practical recommendations for enhancing the directions and tactics for growing competitive advantages of Uzbekistan's national tourism sector.

The object of the research is Uzbekistan's national tourism sector and the functioning of provincial tourist zones.

The scientific novelty of the research work:

according to the methodological approach, the economic content of the concepts of “competitive environment and competitive advantages in the national tourist sector” has been improved in terms of a set of competitive features. Competitive environment is a situation that arises as a result of the contrast of interests of tourism enterprises aimed at determining the optimal price, ensuring recognition at the scale of the selected segment, and the situation that sharply differs between business entities;

based on the diversification of tourism destinations and re-purposed integration according to regional competitive advantages in Surkhandarya region, the proposal to create Boysun, Sherabad and Sariosiya small thematic tourism zones specializing in promising types such as “ecotourism”, “agrotourism”, “gastronomic tourism”.

the proposal to expand the use of the potential of the national tourist sector by building guest house complexes “Tourist mahalla (avenue)” for farmers who able to receive tourists within the framework of rural and ethnographic types of tourism (traditional lifestyle, crafts, national cooking technology);

in the area of recreational lakes, it has been offered to organize congress halls, recreation and leisure centers designed for holding business events (MICE tourism), “Investor show room” that expands the possibility of attracting investors, and information centers designed to serve tourists (“Visitor center”);

the economic mechanism for the implementation of the “Golden Triangle” tourism scheme aimed at developing the potential of the region in the field of tourism in Surkhandarya region has been improved based on the introduction of differentiated preferences and the establishment of a coordinating council consisting of tourism experts as a structure responsible for creating a base of excursion programs.

Implementation of the research results. The following results have been achieved on the basis of scientific-methodical and practical recommendations for the improvement of directions and strategies for the development of competitive advantages of the national tourist sector:

the economic content of the concepts of “competitive environment and competitive advantages in the national tourist sector” has been implemented to the content of the manual “Organization of business in tourism” (Order No. 356 of the Ministry of Higher and Secondary Specialized Education of the Republic of Uzbekistan dated August 18, 2021). The introduction of this scientific result into practice was a methodological basis for the formation of theoretical knowledge and skills in the economic content of the concepts of “competitive environment and

competitive advantages in the national tourist sector” among students of higher education institutions;

the proposal to create Boysun, Sherabad and Sariosiya small thematic tourism zones specializing in promising types such as “ecotourism”, “agrotourism”, “gastronomic tourism” has been implemented to the Decree No. 332 of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan dated May 27, 2020 (Reference No. 03-17-01/10649 dated November 18, 2021 of the Ministry of Tourism and Sports of the Republic of Uzbekistan). As a result of the implementation of this scientific proposal, it is possible to reduce the impact of seasonal factors and increase the effectiveness of regional management of the tourist sector by diversifying tourism products;

the proposal to expand the use of the potential of the national tourist sector by building guest house complexes “Tourist mahalla (avenue)” for farmers has been implemented to the concept of tourism development in the Republic of Uzbekistan (Reference No. 03-17-01/10649 dated November 18, 2021 of the Ministry of Tourism and Sports of the Republic of Uzbekistan). As a result of the implementation of this scientific proposal, the activity of alternative organizational structures designed to serve the flow of incoming and domestic tourists has improved;

the proposal to organize congress halls, recreation and leisure centers designed for holding business events (MICE tourism) “Investor show room” has been implemented to the Decree No. 368 of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan dated June 14, 2021 (Reference No. 03-17-01/10649 dated November 18, 2021 of the Ministry of Tourism and Sports of the Republic of Uzbekistan). The implementation of this scientific proposal served to improve the marketing strategy for the promotion of the recreational lake area among potential tourist groups;

“Golden Triangle” tourism scheme has been implemented to the Decree No. 332 of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan dated May 27, 2020 (Reference No. 03-17-01/10649 dated November 18, 2021 of the Ministry of Tourism and Sports of the Republic of Uzbekistan). As a result of the implementation of this scientific proposal, it will be possible to proportionally distribute the share of regions in the national tourist sector.

The structure and scope of dissertation. The dissertation has 212 pages and includes an introduction, four chapters, a conclusion, a list of the main literature, and appendices.

E'LON QILINGAN ILMIY ISHLAR RO'YXATI
СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ
LIST OF PUBLISHED WORKS

I bo'lim (I часть; part I)

1. Khalilov S.Sh. Milliy turizm tarmog'i: raqobat ustunliklari va rivojlanish strategiyasi. Monografiya. – Toshkent: Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi 2022. – 212 b.

2. Khalilov S. The effect of diversification of services on the development of the national tourism sector // Journal of Management Value & Ethics, 21 Vol.11 №4, 2021. India, ISSN-2249-9512 (08.00.00; №6) (Global impact factor – 0,626).

3. Khalilov S. Scientific and methodological aspects of the effective development of the national tourism industry // American Journal of Economics and Business Management, 18 Vol.8 №4, 2021. USA, ISSN-2576-5973 (Global impact factor – 0,626).

4. Khalilov S.Sh. Milliy turizm tarmog'ida etnografik turizmni rivojlantirishning iqtisodiy samaralari. // Ta'lim tizimida ijtimoiy-gumanitar fanlar. – Toshkent. 2021, №6. 121-126-b. (08.00.00; №28).

5. Khalilov S.Sh. Milliy turizm tarmog'ida joylashtirish vositalarini loyihalashtirishni boshqarish. // Servis. – Samarqand. 2021, №4. 79-84-b. (08.00.00; №20).

6. Khalilov S.Sh. Milliy turizm tarmog'i raqobat ustunliklarini rivojlantirishda xizmatlar eksportining iqtisodiy ahamiyati. // Biznes-ekspert – Toshkent. 2021, №10. 3-8-b. (08.00.00; №3).

7. Khalilov S.Sh. Milliy turizm tarmog'ini samarali rivojlantirish muammolarining ilmiy-amaliy yechimlari. // Iqtisodiyot va ta'lim. – Toshkent. 2022, № 1. 333-338-b. (08.00.00; №11).

8. Khalilov S.Sh. Milliy turizm tarmog'ida MICE turizmi rivojlanishini takomillashtirish. // Servis. – Samarqand. 2022, №1. 91-96-b. (08.00.00; №20).

9. Khalilov S.Sh. Milliy turizm tarmog'ini rivojlantirishda xorij tajribasining empirik tadqiqi. // Xorazm Ma'mun akademiyasi axborotnomasi. – Xorazm. 2022, №1. 116-122-b. (08.00.00; №21).

10. Khalilov S.Sh. Milliy turizm tarmog'ida raqobat ustunliklarini aniqlashning ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati. // Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot. – Toshkent. 2023, №8. 264-267-b.

11. Khalilov S.Sh. Milliy turizm tarmog'ida raqobat muhiti va uning tarkibiy elementlari // Servis. – Samarqand, 2023, №3. 87-92-b. (08.00.00; №20).

12. Khalilov S. Competitive environment and the concept of sustainability in the national tourism sector. // Sustainable development: problems, analysis, prospects. Xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya materiallari. – Polsha, 2023. 54-58-b.

13. Khalilov S. System of competitive factors in the national tourism sector. // Formation and development of pedagogical creativity. Xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya materiallari. – Belgiya, 2023. 78-82-b.

14. Xalilov S.Sh. Mintaqaviy xizmatlar bozorlarini strategik rivojlantirishga barqaror turizm konsepsiyasini tatbiq qilish. // Innovatsion iqtisodiyot sharoitida zamonaviy marketing konsepsiyalaridan foydalanish. Respublika onlayn ilmiy-amaliy anjumani ilmiy maqola va tezislari to‘plami. – Toshkent, 2020. 809-814-b.

15. Xalilov S.Sh. Turizm industriyasida yoshlar tadbirkorligini rag‘batlantirishning tashkiliy jihatlari. // Yangi O‘zbekistonda yoshlarga oid davlat siyosatini amalga oshirish strategiyasi: mavjud vaziyat va rivojlantirish istiqbollari. Respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi maqolalar to‘plami. – Toshkent, 2023. 125-127-b.

16. Xalilov S.Sh. Milliy turizm tarmog‘ining raqobat ustunligi: nazariy asoslar va uslubiy yondashuvlar. // XXI asrda innovatsion texnologiyalar, fan va ta’lim taraqqiyotidagi dolzarb muammolar. Respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi maqolalar to‘plami. – Toshkent, 2023. 31-35-b.

II bo‘lim (II часть; part II)

17. Xalilov S.Sh. Amonboev M. Turizm sohasini samarali rivojlantirishda asosiy imkoniyatlarning ilmiy tahlili va nazariy talqini. // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar, 2021. №5. 348-354-b. (08.00.00; №10).

18. Xalilov S.Sh. Amonboyev M. Milliy turizm tarmog‘ini rivojlantirishda turistik oqimning o‘zgarish tendensiyalari. // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar, 2021, №6. 402-413-b. (08.00.00; №10).

19. Xalilov S.Sh. Innovatsion faoliyatni rivojlantirishga qaratilgan barqaror turizm konsepsiyasining bosh maqsadi va asosiy tamoyillari. // Xizmat ko‘rsatish sohasini innovatsion va raqamli iqtisodiyot sharoitida rivojlantirish muammolari. Xalqaro ilmiy-amaliy anjuman materiallari (2-to‘plam). – Samarqand, 2021. 100-104-b.

20. Xalilov S.Sh., Pardayev M.Q., Pardaev O. Innovatsiyaning turlari va ular tasnifini takomillashtirishning ilmiy jihatlari. // Innovatsionoe razvitie nauki i obrozavaniya. Xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya to‘plami. – Pavlodar, Qozog‘iston Respublikasi, 2021. 32-35-b.

21. Xalilov S.Sh., Amonboev M. Turizm sohasi rivojlanishi va huquqiy mexanizmning takomillashuvi. // MICE turizmning rivojlanish tendensiyasi va xalqaro tajribani O‘zbekistonda qo‘llash. Xalqaro ilmiy-amaliy anjuman materiallari. – Toshkent, 2021. 79-81-b.

22. Xalilov S.Sh. Milliy turizm tarmog‘i raqobat ustunliklarini rivojlantirishda marketing innovatsiyalarining qo‘llanilishi. // Postpandemiya sharoitida tashqi iqtisodiy faoliyat: muammo va yechimlar (xorij mamlakatlari tajribasi). Xalqaro ilmiy-amaliy anjuman materiallari. – Toshkent, 2021. 282-284-b.

23. Xalilov S.Sh. Milliy turizm tarmog‘ida mehmonxonalar marketing faoliyatini samarali tashkil etishga xorij tajribalarini qo‘llash. // Uchinchi renessansni shakllantirish sharoitida xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirish. Xalqaro ilmiy-amaliy anjuman materiallari. – Samarqand, 2022. 92-94-b.

Avtoreferat TDIU “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnalida tahrirdan o‘tkazildi.

Bosishga ruxsat etildi: 03.01.2024.
Bichimi: 60x84 1/8 «Times New Roman»
garniturada raqamli bosma usulda bosildi.
Shartli bosma tabog‘i 3,9. Adadi: 100. Buyurtma: № 10.

«DAVR MATBUOT SAVDO» MChJ
bosmaxonasida chop etildi.
100198, Toshkent, Qo‘yliq, 4-mavze, 46.