

**САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ  
ҲУЗУРИДАГИ ФАН ДОКТОРИ ИЛМИЙ ДАРАЖАСИНИ БЕРУВЧИ  
БИР МАРТАЛИК ИЛМИЙ КЕНГАШ**

---

**САМАРҚАНД ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ**

**АЛИМОВА МАШҲУРА ТОИРХОНОВНА**

**ҲУДУДИЙ ТУРИЗМ БОЗОРИНИНГ РИВОЖЛАНИШ  
ХУСУСИЯТЛАРИ ВА ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ  
(САМАРҚАНД ВИЛОЯТИ МИСОЛИДА)**

**08.00.05 – Хизмат кўрсатиш тармоқлари иқтисодиёти  
(иқтисодиёт фанлари)**

**ДОКТОРЛИК ДИССЕРТАЦИЯСИ АВТОРЕФЕРАТИ**

**Самарқанд – 2017**

**Докторлик диссертацияси автореферати мундарижаси**  
**Оглавление автореферата докторской диссертации**  
**Content of the abstract of doctoral dissertation**

Алимова Машхура Тоирхоновна Худудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденциялари (Самарқанд вилояти мисолида) .....	3
Алимова Машхура Тоирхоновна Особенности и тенденции развития регионального рынка туризма (на примере Самаркандской области) .....	33
Alimova Mashhura Toirxonovna Peculiarities and tendencies of regional tourism market development (on example of Samarkand region) .....	63
Эълон қилинган ишлар рўйхати Список опубликованных работ List of published works .....	90

**САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ  
ҲУЗУРИДАГИ ФАН ДОКТОРИ ИЛМИЙ ДАРАЖАСИНИ БЕРУВЧИ  
БИР МАРТАЛИК ИЛМИЙ КЕНГАШ**

---

**САМАРҚАНД ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ**

**АЛИМОВА МАШҲУРА ТОИРХОНОВНА**

**ҲУДУДИЙ ТУРИЗМ БОЗОРИНИНГ РИВОЖЛАНИШ  
ХУСУСИЯТЛАРИ ВА ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ  
(САМАРҚАНД ВИЛОЯТИ МИСОЛИДА)**

**08.00.05 – Хизмат кўрсатиш тармоқлари иқтисодиёти  
(иқтисодиёт фанлари)**

**ДОКТОРЛИК ДИССЕРТАЦИЯСИ АВТОРЕФЕРАТИ**

**Самарқанд – 2017**

**Докторлик диссертацияси мавзуси Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссиясида 14.07.2016/В2016.3.1718 рақам билан рўйхатга олинган.**

Докторлик диссертацияси Самарқанд давлат университетида бажарилган.

Диссертация автореферати уч тилда (ўзбек, рус, инглиз) бир марталик Илмий кенгаш веб-саҳифаси ([www.sies.uz](http://www.sies.uz)) ва «ZiyoNet» ахборот-таълим портали ([www.ziyounet.uz](http://www.ziyounet.uz)) манзилларига жойлаштирилган.

**Илмий маслаҳатчи:**

**Тураев Баходир Хатамович**  
иқтисодиёт фанлари доктори

**Расмий оппонентлар:**

**Мухаммедов Мурод Мухаммедович**  
иқтисодиёт фанлари доктори, профессор

**Тухлиев Нурислом**  
иқтисодиёт фанлари доктори, профессор

**Махкамова Мамлакат Абдукадировна**  
иқтисодиёт фанлари доктори, профессор

**Етакчи ташкилот:**

**Тошкент давлат иқтисодиёт университети**

Диссертация химояси Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти ҳузуридаги фан доктори илмий даражасини берувчи бир марталик Илмий кенгашнинг 2017 йил \_\_ феврал соат \_\_: \_\_ даги мажлисида бўлиб ўтади (Манзил: 140100, Самарқанд шаҳри, Амир Темур кўчаси, 9-уй. Тел.: (99866) 233-28-38; факс: (998966) 233-28-38; e-mail: [ilm@sies.uz](mailto:ilm@sies.uz)).

Докторлик диссертацияси билан Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтининг Ахборот-ресурс марказида танишиш мумкин (№004 рақам билан рўйхатга олинган).

Манзил: 140100, Самарқанд ш., Амир Темур кўчаси, 9-уй. Тел.: (99866) 231-07-45; факс: (99866) 233-28-38; e-mail: [ilm@sies.uz](mailto:ilm@sies.uz).

Диссертация автореферати 2017 йил \_\_ февралда тарқатилди.  
(2017 йил \_\_ февралдаги 04 рақамли реестр баённомаси).

**М.Р.Болтабаев**

Фан доктори илмий даражасини берувчи  
Илмий кенгаш раиси, и.ф.д., профессор

**И.С.Тухлиев**

Фан доктори илмий даражасини берувчи  
Илмий кенгаш илмий котиби,  
и.ф.д., профессор

**М.М.Мухаммедов**

Фан доктори илмий даражасини берувчи  
Илмий кенгаш ҳузуридаги илмий семинар  
раиси; и.ф.д., профессор

## КИРИШ (Докторлик диссертацияси аннотацияси)

**Диссертация мавзусининг долзарблиги ва зарурати.** Бугунги кунда туризм жаҳон иқтисодиётининг етакчи тармоғи сифатида мамлакатлар ижтимоий-иқтисодий ривожланишида ўзининг салмоқли ҳиссасига эга. Бутунжаҳон туризм ташкилотининг маълумотларига кўра, 2015 йилда «жаҳон ялпи маҳсулотининг 9,8 фоизи, товарлар ва хизматлар экспорти ҳажмининг 7 фоизи, жами хизматлар экспорти ҳажмининг 30 фоизи, умумий бандлик кўрсаткичининг эса 9,5 фоизи ушбу соҳа ҳиссасига тўғри келган ҳамда дунё бўйича ҳар ўн биринчи янги иш ўрни туризм соҳасида яратилган»<sup>1</sup>.

Мустақилликнинг дастлабки йилларидан бошлаб мамлакатимизда туризм соҳасини ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратилди. Бу борада мақсадли чора-тадбирлар амалга оширилиб, муайян натижаларга эришилди, жумладан соҳанинг «мамлакат ялпи ички маҳсулотидаги улушининг 3,2 фоизга, экспорт салоҳиятидаги ҳиссасининг 1,5 фоизга»<sup>2</sup> етиши таъминланди. Бугунги кунда мамлакатимизда туризм соҳасини жадал ривожлантиришга муҳим аҳамият берилиб, ўрта муддатли истиқболда туризм соҳасидаги давлат сиёсатининг мақсадли вазифалари ва устувор йўналишларидан бири сифатида «...туризмга иқтисодиётнинг стратегик сектори мақомини бериш, ушбу соҳани барча ҳудудларни ва ўзаро боғлиқ тармоқларни комплекс равишда жадал ривожлантиришнинг етакчи кучига айланиши лозим бўлган иқтисодиётни диверсификациялаш, таркибий ўзгартириш ва барқарор ривожланишнинг қудратли воситасига айлантириш...»<sup>3</sup> белгиланди.

Жаҳонда туризм соҳасини ривожлантириш, унинг иқтисодиётдаги ижтимоий-иқтисодий аҳамияти ва улушини янада ошириш мақсадида туризм бозорини самарали ривожлантиришга асос яратадиган замонавий илмий-тадқиқотларга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Инновацион иқтисодиёт шароитида туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденцияларини очиб бериш ҳамда уни самарали ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмини такомиллаштириш нуқтаи назаридан ушбу масаланинг методологик-услубий ва амалий жиҳатларини тадқиқ этиш бугунги кунда долзарблиги билан ажралиб туради.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М. Мирзиёевнинг 2016 йил 2 декабрдаги ПФ-4861-сонли «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Фармони ва Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2015 йил 10 мартдаги 53-сонли «Ўзбекистон Республикасида туризмни ривожлантиришнинг айрим масалалари тўғрисида»ги, 2015 йил 9 мартдаги 51-сонли «Йўл бўйи ва туризм инфратузилмаларини

<sup>1</sup> UNWTO Tourism Highlights 2016 Edition, p. 3 // <http://www.unwto.org>; Travel & Tourism Economic Impact 2016 World, p. 7 // <http://www.wttc.org>.

<sup>2</sup> Travel & Tourism Economic Impact 2016 Uzbekistan, p. 8 // <http://www.wttc.org>.

<sup>3</sup> Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М. Мирзиёевнинг 2016 йил 2 декабрдаги ПФ-4861-сонли «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Фармони. Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2016 й.

ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарорлари ҳамда мазкур соҳага тегишли бошқа меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларда белгиланган вазифаларни амалга оширишда мазкур диссертация тадқиқоти муайян даражада хизмат қилади.

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

**Диссертация мавзуси бўйича хорижий илмий-тадқиқотлар шарҳи<sup>4</sup>.**

Туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденцияларига оид илмий изланишлар жаҳоннинг етакчи илмий марказлари ва олий таълим муассасаларида, жумладан: University of Surrey (Англия), Pforzheim University of Applied Sciences (Германия), European Tourism Research Institute (Швеция), Universidad Autynoma de Madrid (Испания), University of Craiova (Руминия), London School of Economics and Political Science (Англия), The Hong Kong Polytechnic University (Хитой), University of Southern Denmark (Дания), University of Macedonia (Юнонистон), Auckland University of Technology (Янги Зеландия), University of Amsterdam (Нидерландия), Austrian Institute of Economic Research (Австрия), University of Calgary (Канада), Leeds Metropolitan University (Англия), Department of Tourism and Hospitality Management (АҚШ), Harvard Business School (АҚШ), Gazi University (Туркия), University of Navarre (Испания), Тихоокеанский государственный университет, Институт региональных экономических исследований, Российская международная академия туризма (Россия), Прогнозлаштириш ва макроиқтисодий тадқиқотлар институти, Тошкент давлат иқтисодиёт университети, Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти (Ўзбекистон) томонидан олиб борилмоқда.

Жаҳонда туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденцияларига оид олиб борилган тадқиқотлар асосида қатор, жумладан, қуйидаги илмий натижалар олинган: жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози

---

<sup>4</sup> Диссертация мавзуси бўйича хорижий илмий-тадқиқотлар шарҳи: Egon Smeral, Impacts of the World Recession and Economic Crisis on Tourism: Forecasts and Potential Risks, Austrian Institute of Economic Research, Austria, Journal of Travel Research 49 (1) 31–38; Haiyan Song, Stephen F. Witt and Gang Li Modelling and forecasting the demand for Thai tourism School of Management, University of Surrey, UK, Tourism Economics, 2003, 9 (4), 363–387; Haiyan Song, Gang Li. Tourism demand modelling and forecasting – A review of recent research, The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong, University of Surrey, UK, Tourism Management 29 (2008) 203–220; Eric Neumayer. Unequal access to foreign spaces: how states use visa restrictions to regulate mobility in a globalized world. London School of Economics and Political Science, London. Trans Inst Br Geogr NS 31 72–84 2006; Yalcin Arslanturk, Mehmet Balçilar, Zeynel Abidin Ozdemir, Time-varying linkages between tourism receipts and economic growth in a small open economy, Gazi University, Turkey, Eastern Mediterranean University, Cyprus, Economic Modelling 28 (2011) 664–671; Gil-Alana, L. A. (2005). Modelling international monthly arrivals using seasonal univariate long-memory processes. University of Navarre, Spain, Tourism Management, 26, 867–878; Monica Harryono, Yu-Feng (Tom) Huang, Koichi Miyazawa, Vijak Sethaput Thailand Medical Tourism Cluster. Harvard Business School, Microeconomics of Competitiveness. May 5, 2006; Anne-Mette Hjalager. A review of innovation research in tourism, University of Southern Denmark, Tourism Management 31 (2010) p. 1–12 ва бошқа манбалар асосида амалга оширилган.

шароитида туризмнинг ривожланиш тенденциялари прогнозлаштирилган (Austrian Institute of Economic Research, Австрия; University of Surrey, Англия); халқаро спорт мусобақалари ва виза чекловлари каби омилларнинг туризм соҳасининг ривожланишига таъсири баҳоланган (London School of Economics and Political Science, Англия; The Hong Kong Polytechnic University, Хитой; Leeds Metropolitan University, Англия); туризм соҳасидаги жами даромадлар ва ялпи ички маҳсулот ҳажмининг ўзгариш тенденциялари ўртасидаги боғлиқлик аниқланган (Gazi University, Туркия); туризм бозорида талабнинг мавсумий тебранишларини прогнозлаштириш услуги ишлаб чиқилган (University of Navarre, Испания); туризм бозорида ижобий тенденцияларни таъминлаш ва унинг рақобатбардошлигини оширишда кластерли ёндашув ҳамда инновациялардан фойдаланишнинг услубий асослари ишлаб чиқилган (Harvard Business School, АҚШ; University of Southern Denmark, Дания).

Туризм бозорининг ривожланиш самарадорлигини ошириш бўйича жаҳонда бир қатор, жумладан, қуйидаги устувор йўналишларда тадқиқотлар олиб борилмоқда: туризм статистикаси амалиётига ёрдамчи ҳисоблар тизимини татбиқ этиш услубларини такомиллаштириш; инновацион ёндашув асосида туризм бозорини ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш; ҳудудий туристик кластерларни шакллантириш ва амал қилиш методологиясини такомиллаштириш; туризм соҳасида мультипликатив самарадорликни ва туризмнинг иқтисодиётдаги ҳиссасини баҳолаш услубини такомиллаштириш; замонавий маркетинг концепциясини ва инновацион ахборот технологияларини татбиқ этиш орқали туризм бозорининг рақобатбардошлигини ошириш.

**Муаммонинг ўрганилганлик даражаси.** Иқтисодий адабиётларда туризм бозори ривожланишининг турли жабҳаларига хос назарий ва методологик масалалар ўрганилган. Хусусан, туризм иқтисодиёти, туризм бозори иқтисодиётига хос бўлган иқтисодий муносабатларнинг назарий асослари ва амалий масалалари, шунингдек, туристик ресурслардан фойдаланишнинг алоҳида муаммолари МДҲ мамлакатлари олимларидан В.И.Азар, И.Т.Балабанов, А.Ю.Александрова, В.С.Боголюбов, М.Б.Биржаков, М.Н.Дмитриев, А.Б.Здоров, Н.Б.Зорин, В.А.Квартальнов<sup>5</sup> кабиларнинг илмий ишларида кўриб чиқилган. Н.А.Восколович, А.П.Дурович, С.Бриггс, Ф.Котлер, Дж.Боуэн, Дж.Мейкенз, Г.А.Папирян, Ю.А.Пшеничных, В.А.Квартальнов, А.Э.Саак<sup>6</sup> каби олимларнинг илмий асарларида туризм

<sup>5</sup> Азар В.И. Экономика и организация туризма. - М.: Экономика, 2003. - 322 с.; Александрова А.Ю. Международный туризм. - М.: Аспект Пресс, 2002. - 346 с.; Боголюбов В.С. Экономика туризма: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. - М.: «Академия», 2005. - 192 с.; Биржаков М.Б. Введение в туризм: изд. 9-е, перераб. и доп. СПб.: Издательский дом «Герда», 2007. - 576 с.; Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма: учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 176 с.; Дмитриев М.Н., Забаева М.Н. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: учебник. М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2006. - 310 с.; Здоров А.Б. Экономика туризма. Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2005. - 272 с.; Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: справочник -М.: Финансы и статистика, 2000.- 368 с.

<sup>6</sup> Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг. - М.: ТЕИС, 2001; Дурович А. Маркетинг в туризме: учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. - Минск: Новое знание, 2001. - 473 с.; Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж.

маркетинги, туризм бозорида маркетингни ташкил этиш ҳамда амалга оширишнинг назарий ва амалий жиҳатлари кўриб чиқилган. Туризмда бошқарув тизимини такомиллаштириш ва туристик фаолиятни ташкил этишнинг методологик масалаларига бағишланган тадқиқотлар орасида В.Г.Гуляев, М.А.Жукова, Н.И.Кабушкин, В.А.Квартальнов, Н.К.Моисеева, И.И.Черкасова, А.Д.Чудновский, В.С.Сенин<sup>7</sup> кабиларнинг илмий асарлари ва тадқиқотлари ўз ўрни ва аҳамиятига эга.

Ўзбекистон шароитида туризм соҳасини ривожлантиришнинг алоҳида масалалари Қ.Х.Абдурахмонов, Е.В.Голишева, Н.С.Ибрагимов, М.Қ.Пардаев, А.Ф.Саидов, Б.Ш.Сафаров, Т.Ташмуратов, Н.Тухлиев, И.С.Тухлиев, Б.Х.Тўраев, Д.Қ.Усманова, О.Х.Хамидов<sup>8</sup> ва бир қатор бошқа иқтисодчи-олимларнинг илмий ишларида акс эттирилган.

Юқорида келтирилган олимларнинг илмий тадқиқотлари ушбу йўналишда қилинган илмий ишлар ичида ўз ўрни ва аҳамиятига эга, аммо ҳудудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденцияларини баҳолаш услубларини такомиллаштириш билан боғлиқ масалалар тадқиқотлари доирасидан четда қолган. Хусусан, ҳудудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденцияларини инобатга олган ҳолда, замонавий маркетинг концепцияси ва инновацион технологиялар асосида ушбу бозорни ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмини такомиллаштиришнинг методологик масалалари етарлича тадқиқ этилмаган. Қолаверса, ҳар бир муаммо муайян замон ва макон учун ўзгача ечимни талаб этади. Юқорида қайд этилган фикрлар тадқиқотнинг мақсади ва вазибаларини белгилаш учун асос бўлиб хизмат қилади.

---

Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: учебник для вузов. Второе издание. - М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2002. - 1063 с.; Сьюзен Бриггс. Маркетинг в туризме. - К.: Знання-Прес, 2005. - 358 с.; Папирян Г.А. Маркетинг в туризме. - М.: Финансы и статистика, 2002; Квартальнов В.А. Менеджмент и маркетинг в социально-культурной сфере. Учеб.пособие. 2-е изд. - СПб.: Книжный дом, 2003. - 644 с.; Саак А.Э., Пшеничных Ю.А. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме. Учебное пособие. - СПб.: Питер, 2007. - 480 с.

<sup>7</sup> Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности: учебное пособие. - М.: Нолидж, 1996; Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 192 с.; Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: учеб. пособие. - Минск: БГЭУ, 1999. - 440 с.; Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме: Современный опыт управления. - М.: Финансы и статистика, 1999; Моисеева Н.К. Стратегическое управление туристской фирмой. - М.: Финансы и статистика, 2000; Черкасова И.И. Регулирование регионального туристского рынка на основе совершенствования организационно-качественных параметров. Монография. - М.: ИВЦ «Маркетинг», 2005; Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрией туризма: учеб. пособие. - М.: КРОНУС, 2004.

<sup>8</sup> Абдурахмонов К.Х. Менеджмент туризма: учебное пособие. - Т.: Филиал ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова» Ташкент, 2013. - 248 с.; Гольшева Е.В. Совершенствование организации и механизма регулирования развития туризма в рыночных условиях. Дис...канд.экон.наук. - Ташкент, 2012. - 156с; Пардаев М.Қ., Атабаев Р. Туристтик ресурсларни таҳлил қилиш ва баҳолаш. - Самарқанд: СамИСИ, 2006. - 137 б.; Сафаров Б.Ш. Миллий туризм хизматлар бозорини инновацион ривожлантиришнинг методологик асослари. - Т.: Фан ва технология, 2016. - 184 б.; Ташмуратов Т.Т. Халқаро туризм. - Т.: Турон - Иқбол, 2007. - 320 б.; Тухлиев И.С., Ҳайитбоев Р., Сафаров Б.Ш., Турсунова Г.Р. Туризм асослари. Дарслик. - Т.: Фан ва технология, 2014. - 332 б.; Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Менеджмент и организация бизнеса в туризме Узбекистана. - Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. - 367 с.; Тураев Б.Х. Организационно-экономические механизмы регионального туризма. - Т.: Фан, 2009. - 153 с.; Усманова Д.К. Особенности формирования туристского продукта и перспективные направления его развития. Дис...канд.экон.наук. - Самарқанд: СамИСИ, 2009. - 157 с.; Хамидов О.М. Выбор конкурентной стратегии предприятия на рынке туристических услуг Узбекистана. Дис ... канд.экон.наук - Самарқанд: СамИСИ, 2006. - 155 с.; Ибрагимов Н.С. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда дестинацион менежмент концепциясини қўллаш. И.ф.н. дисс.- Бухоро, 2006. - 183 б.

**Диссертация мавзусининг тадқиқот амалга оширилган олий таълим муассасасининг илмий-тадқиқот ишлари билан боғлиқлиги.** Мазкур диссертация Самарқанд давлат университетининг илмий-тадқиқот ишлари режаси, шунингдек, Ф-1-53 «Туристтик кластер: шакллантириш ва амал қилиш методологияси» фундаментал тадқиқотлар бўйича давлат лойиҳаси доирасида бажарилган.

**Тадқиқотнинг мақсади** – Самарқанд вилояти туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденцияларини очиб бериш ҳамда уни самарали ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмини такомиллаштириш бўйича таклиф-тавсияларни ишлаб чиқишдан иборат.

**Тадқиқотнинг вазифалари:**

«туризм», «туризм бозори» категорияларининг моҳиятини назарий жиҳатдан таҳлил этиш ҳамда муаллиф қарашларини шакллантириш;

туризм бозорининг таркибий элементларини гуруҳлаш асосида мазкур бозор тузилмасини ишлаб чиқиш;

туризм бозори ривожланишининг ўзига хос хусусиятларини тадқиқ этиш;

худудий туризм бозори ривожланишининг асосий таркибий тенденцияларини аниқлаш;

иқтисодий-математик усуллар ёрдамида худудий туризм бозорининг ривожланиш тенденциялари ва унга таъсир этувчи аҳамиятли омилларни тадқиқ этиш;

туризм бозорида реал ва потенциал талабни аниқлаш услубини такомиллаштириш бўйича таклифлар ишлаб чиқиш;

мамлакатимизда туризм соҳасининг меъёрий-ҳуқуқий асосини тадқиқ этиш орқали худудий туризм бозори ривожланишининг институционал асосларини такомиллаштириш бўйича таклиф-тавсиялар ишлаб чиқиш;

инновацион иқтисодиёт шароитида худудий туризм бозорини самарали ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмини такомиллаштириш услубларини ишлаб чиқиш;

худудий туризм бозорининг ривожланиши самарадорлигини баҳолашнинг мезон ва кўрсаткичларини ишлаб чиқиш;

инновацион иқтисодиёт шароитида худудий туризм бозорини ривожлантиришнинг концептуал асосларини ишлаб чиқиш.

**Тадқиқот объекти** сифатида Самарқанд вилояти туризм бозори субъектлари фаолияти олинган.

**Тадқиқот предмети** миллий иқтисодиётни инновацион ривожлантириш шароитида Самарқанд вилояти туризм бозорини самарали ривожлантириш билан боғлиқ ижтимоий-иқтисодий, ташкилий-иқтисодий муносабатлар мажмуи ҳисобланади.

**Тадқиқот усуллари.** Диссертацияда илмий абстракция, таҳлил ва синтез, индукция ва дедукция, тизимли таҳлил, социологик сўровларни ўтказиш ва таҳлил этиш, SWOT-таҳлил, иқтисодий-математик усуллар, жумладан, регрессион таҳлил, динамик қаторларни аналитик текислаш ва экстрополяция усулларидан фойдаланилган.

**Тадқиқотнинг илмий янгилиги** қуйидагилардан иборат:

миллий иқтисодиётни инновацион ривожлантириш шароитида туризм бозорида реал ва потенциал талабни Гаусс усули билан аниқлаш методикаси ушбу талабга макроҳудудлар ва виза расмиятчилигининг таъсири даражасини баҳолаш орқали такомиллаштирилган;

туризмга оид статистик ҳисобни ёрдамчи ҳисоблар тизимини татбиқ этиш орқали халқаро стандартларга мос равишда такомиллаштириш бўйича таклифлар ишлаб чиқилган;

ҳудудий туризм бозорининг яхлит тизим сифатидаги ривожланиши иқтисодий самарадорлигининг интеграл кўрсаткичи ва уни баҳолаш методикаси такомиллаштирилган;

туризм соҳаси субъектларида бошқарув тизими самарадорлигини динамик меъёрлардаги корреляцион боғлиқликни аниқлаш асосида баҳолаш методикаси такомиллаштирилган;

ҳудудий туризм бозорининг ривожланиш тенденциялари ҳамда туризм салоҳиятидан янада тўлароқ ва самарали фойдаланишга йўналтирилган соҳани 2017-2020 йилларга бўлган даврда ривожлантиришнинг прогноз параметрлари асосланган.

**Тадқиқотнинг амалий натижаси** қуйидагилардан иборат:

туризм тизимида оид иқтисодий категорияларнинг илмий-назарий таърифлари ишлаб чиқилган;

ҳудудий туризм бозорида виртуал туристик офисларни шакллантириш орқали ҳудудий туристик маҳсулотларни диверсификация қилиш ва уларнинг инновацион турларини яратиш бўйича таклифлар ишлаб чиқилган;

милий туристик маҳсулотларга истиқболли талабни аниқлаш бўйича эконометрик моделнинг ҳамда ҳудудий туризм бозорининг маълумотлар базалари ишлаб чиқилган;

молиявий-иқтисодий инқироз таъсирида миллий туристик маҳсулотларга ташқи талабнинг ўзгариш тенденциялари аниқланган.

**Тадқиқот натижаларининг ишончлилиги.** Тадқиқот натижаларининг ишончлилиги таҳлил жараёнида Бутунжаҳон туризм ташкилоти, Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитасининг расмий маълумотларидан фойдаланилганлиги, ишда қўлланилган ёндашув ва усулларнинг мақсадга мувофиқлиги ва илмий асосланганлиги, ўтказилган социологик сўровномаларнинг кенг камровдаги респондентлар доирасида ўтказилганлиги, ишда келтирилган хулоса, таклиф ва тавсияларнинг амалда синовдан ўтгани билан изоҳланади.

**Тадқиқот натижаларининг илмий ва амалий аҳамияти.** Тадқиқот натижаларининг илмий аҳамияти ҳудудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденцияларини баҳолаш ҳамда инновацион иқтисодиёт шароитида ушбу бозорни самарали ривожлантириш бўйича олинган илмий хулосалардан ушбу йўналишга оид методологик-услубий аппаратни, ташкилий-иқтисодий механизмнинг иқтисодий-ҳуқуқий асосларини такомиллаштиришда фойдаланиш мумкинлиги билан изоҳланади.

Тадқиқот натижаларининг амалий аҳамияти ҳудудий туризм бозорини самарали ташкил қилиш, туризм соҳаси субъектларининг ички ва ташқи бозорлардаги рақобатбардошлигини ошириш, ҳудудий маркетинг тадбирлари режасини, туризм соҳасини ривожлантириш самарали стратегиясини, туризм соҳасини янада ривожлантириш дастурини ишлаб чиқиш ва уларнинг ижроси мониторингини амалга оширишда фойдаланиш мумкинлиги билан изоҳланади.

**Тадқиқот натижаларининг жорий қилиниши.** Самарқанд вилояти туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденцияларини очиб бериш ҳамда уни самарали ривожлантириш бўйича олинган илмий натижалар асосида:

туризм бозорида реал ва потенциал талабни аниқлаш методикасини такомиллаштириш бўйича ишлаб чиқилган илмий натижалар «Ўзбектуризм» МК фаолиятига жорий этилган («Ўзбектуризм» МКнинг 2016 йил 8 ноябрдаги 02-09/1882-сон маълумотномаси). Илмий натижалардан фойдаланиш миллий туристик маҳсулотларга талабни белгиловчи кўрсаткичлар ва таҳлилий-ахборот маълумотлар асосидаги самарали туристик стратегияни ишлаб чиқиш имконини беради;

миллий туризмга оид статистик ҳисобни халқаро стандартларга мос равишда такомиллаштириш юзасидан олинган илмий натижалардан 2017 йил учун давлат статистика ҳисоботи шакллари ишлаб чиқишда фойдаланилган (Давлат статистика қўмитасининг 2016 йил 15 ноябрдаги 01/3-10-17/2-428-сон маълумотномаси). Илмий натижадан фойдаланиш туризм соҳасидаги давлат статистика кузатувларини халқаро стандартларга мос равишда юритиш имконини беради;

ҳудудий туризм бозори ривожланиши иқтисодий самарадорлигининг интеграл кўрсаткичи ва уни баҳолаш методикаси бўйича илмий натижалардан Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2016 йил 8 июндаги 30-сон йиғилиш баёни билан тасдиқланган «Самарқанд вилоятида туризм соҳасини янада ривожлантириш борасида 2016–2017 йилларга мўлжалланган аниқ амалий чора-тадбирлар режаси» мониторинги амалиётида фойдаланиш учун қабул қилинган («Ўзбектуризм» МКнинг 2016 йил 8 ноябрдаги 02-09/1883-сон маълумотномаси). Илмий натижалардан фойдаланиш туризм соҳаси ривожланишини давлат томонидан тартибга солиш тадбирлари самарадорлигини баҳолаш имконини беради;

туризм соҳаси субъектларида бошқарув тизими самарадорлигини баҳолаш методикаси бўйича илмий натижалар Самарқанд вилоятида фаолият олиб бораётган туризм соҳаси субъектлари амалиётида фойдаланилган («Ўзбектуризм» МКнинг 2016 йил 8 ноябрдаги 02-09/1883-сон маълумотномаси). Илмий натижалардан фойдаланиш туризм соҳаси субъектларининг бошқарув тизими самарадорлигини баҳолаш ва фаолият натижалари бўйича рағбатлантириш механизмини шакллантириш имкониятини яратади;

ҳудудий туризм бозорини истиқболда ривожланишининг асосий кўрсаткичларини 2017–2020 йиллар учун прогностлаштириш ҳамда жаҳон

молиявий-иқтисодий инқирози таъсирида миллий туристик маҳсулотларга талабнинг ўзгариш тенденциялари бўйича ишлаб чиқилган илмий хулосалар ва тавсиялар «Ўзбектуризм» МК томонидан худудий маркетинг тадбирлари режасини ишлаб чиқишда асос сифатида қабул қилинган («Ўзбектуризм» МКнинг 2016 йил 8 ноябрдаги 02-09/1884-сон маълумотномаси). Илмий натижалар 2017–2020 йиллар давомида туризм соҳасида режалаштирилган маркетинг чора-тадбирларининг амалга оширилиши миллий туристик маҳсулотларга бўлган хорижий истеъмолчилар сонининг ўртача йиллик 6 фоизга кўпайиши имконини беради;

туризм тизимида оид иқтисодий категорияларнинг илмий-назарий таърифларига оид илмий натижалар ИТД-2-15 «Ўзбекистонда болалар, ўсмирлар ва ёшлар туризмининг комплекс ривожлантириш муаммолари» мавзусидаги лойиҳада (2012–2014) ва «Толковый словарь терминов в детско-юношеском и молодёжном туризме» номли изоҳли луғатини ишлаб чиқишда фойдаланилган (Фан ва технологияларни ривожлантиришни мувофиқлаштириш қўмитасининг 2016 йил 9 июлдаги ФТК-0313/427-сон маълумотномаси). Илмий натижалардан фойдаланиш туризм соҳасига оид маъмурий-ҳуқуқий базани бу борада мавжуд халқаро тавсияларга мос равишда такомиллаштириш имконини беради;

худудий туризм бозорида виртуал туристик офисларни яратиш орқали худудий туристик маҳсулотларни диверсификация қилиш ва уларнинг инновацион турларини яратиш бўйича илмий таклифлар «Ўзбектуризм» МКда «Welcome Uzbekistan» порталини ва виртуал турларни яратишда фойдаланилган («Ўзбектуризм» МКнинг 2016 йил 17 февралдаги 02/257-сон маълумотномаси). Илмий таклифлардан фойдаланиш натижасида 2015 йилда туристик ташкилотлар томонидан хизмат кўрсатилган хорижий туристлар сонининг 1950 кишига кўпайишига, реализация қилинган туристик хизматлар ҳажмининг 1880 млн. сўмга ошиш имконини берган.

**Тадқиқот натижаларининг апробацияси.** Тадқиқот натижалари 36 та, жумладан, 15 та халқаро илмий-амалий анжуманларда, хусусан, «Молодежь в современном мире: проблемы и перспективы» (Уфа, 2013), XXVIII-Халқаро Плеханов ўқувида (Москва, 2015), «Проблемы прогнозирования и государственного регулирования социально-экономического развития» (Минск, 2015), «Theory, practice and innovations of the development of travel, hotel and restaurant industries» (Украина, 2015), XXVI-Халқаро Плеханов ўқувида (Москва, 2013), «Современная экономика и финансы: исследования и разработки» (Санкт-Петербург, 2015), «Хизматлар бозори: муаммо, ечимлар ва истиқболлар» (Самарқанд, 2012), «Региональный туризм: современное состояние, проблемы и перспективы» халқаро туристик форумида (Тошкент, 2012), «Научные основы мобилизации резервов роста и модернизации экономики» номли Ёш иқтисодчи-олимларнинг III-форумида (Тошкент, 2014), «Эффективное использование социально-экономического потенциала и привлечение новых источников экономического роста» номли иқтисодчи-олимларнинг VI-форумида (Тошкент, 2014) мавзуларидаги

халқаро илмий-амалий конференция ва форумларда апробациядан ўтказилган.

**Тадқиқот натижаларининг эълон қилиниши.**

Диссертация мавзуси бўйича жами 60 та илмий иш, шу жумладан, 1 та монография, Ўзбекистон Республикаси Олий аттестация комиссиясининг докторлик диссертациялари асосий илмий натижаларини чоп этиш тавсия этилган илмий нашрларда 20 та мақола, жумладан, 17 таси республика ва 3 таси хорижий журналларда нашр этилган.

**Диссертациянинг ҳажми ва тузилиши.** Диссертация таркиби кириш, бешта боб, хулоса, фойдаланилган адабиётлар рўйхати ва иловалардан иборат. Ишнинг умумий ҳажми 265 бетни ташкил этди.

## ДИССЕРТАЦИЯНИНГ АСОСИЙ МАЗМУНИ

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

**Биринчи бобда иқтисодиётни модернизациялаш шароитида туризм бозори ривожланишининг назарий-методологик асослари** тадқиқ этилган бўлиб, туризмнинг жаҳон иқтисодиётидаги ўрни, ижтимоий-иқтисодий аҳамияти, туризм бозори ва уни компонентларининг моҳиятини тавсифловчи назарий ёндашувларни илмий-назарий жиҳатдан таҳлил этиш асосида туризм соҳасига оид иқтисодий категорияларнинг муаллифлик таърифлари ҳамда ушбу бозорнинг ривожланиш тамойиллари ишлаб чиқилган. Шунингдек, тизимлар назарияси ва тизимли ёндашувларни тадқиқ этиш асосида туризм бозори ривожланишининг ўзига хос тизимли хусусиятлари аниқланган ҳамда ҳудудий туризм бозорининг тизимли ёндашув асосидаги ривожланиш механизмининг усул, восита ва элементлари таклиф этилиб, унинг асосий таркибий қисми сифатида ҳудудий туристик кластерни шакллантириш таклифи назарий-методологик жиҳатдан асослаб берилган ва уни шакллантириш босқичлари ишлаб чиқилган.

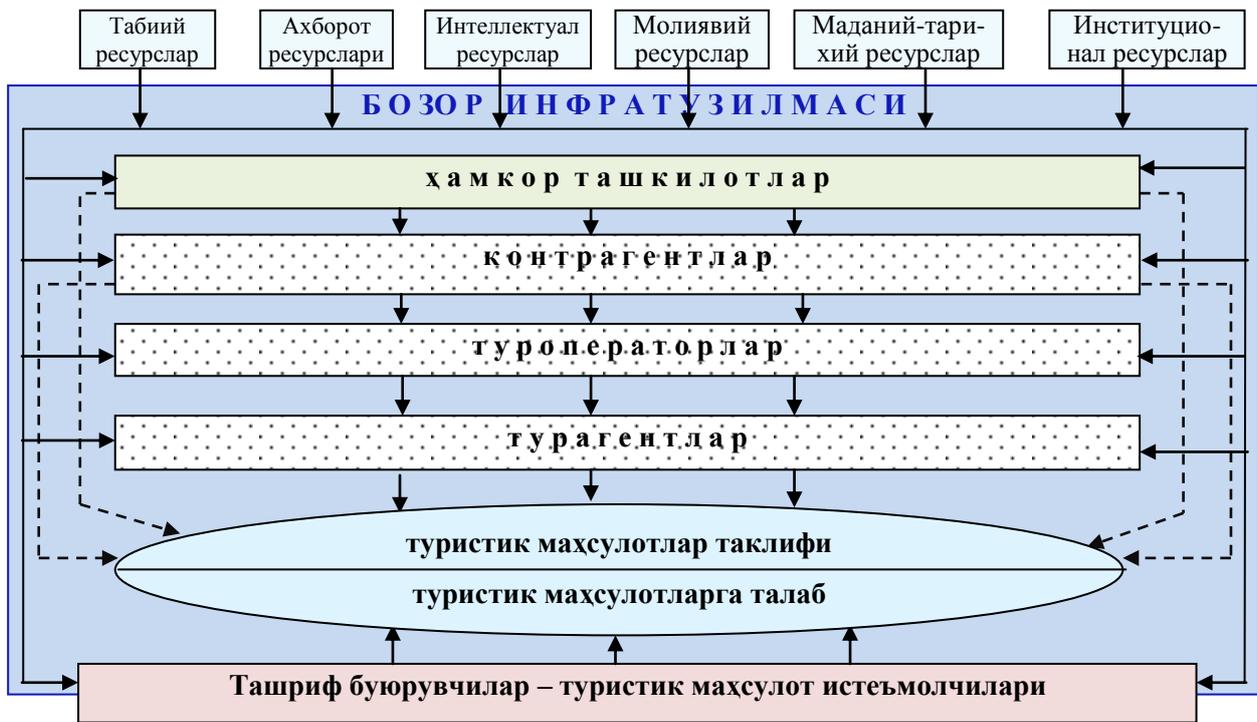
Туризм – бу, элементлари ўзаро полииерархик алоқалар ва муносабатлар тизими орқали боғланган, пировард натижаларга эришишда бевосита ташриф буюрувчиларнинг иштироки билан тавсифланадиган, тармоқлараро мажмуанинг кўп қиррали функционал тузилмаси негизида шаклланадиган ҳамда ташқи муҳит ўзгаришига юқори таъсирчанликка эга очик мураккаб ижтимоий-иқтисодий тизимдир. Туризм бозори – бу, туристик маҳсулотларни сотувчилар (таклиф) ва сотиб олувчилар (талаб) ўртасидаги ижтимоий-иқтисодий муносабатлар ҳамда туристик маҳсулотларга талаб ва

таклифни бевосита тартибга солувчи иқтисодий механизмларни ўз ичига оловчи мураккаб тизимдир.

Ҳудудий туризм бозори ҳудудда ишлаб чиқилган туристик маҳсулотларнинг сотувчилари ва харидорлари ўртасидаги, ушбу бозорнинг географик кўлами билан тегишли ҳудуднинг табиий-географик, ижтимоий-иқтисодий, этник, моддий-техник хусусиятлари асосида шаклланивчи ижтимоий-иқтисодий муносабатлар тизими бўлиб, жаҳон туризм бозорининг таркибий қисми ҳисобланади.

Диссертацияда туризм тизимига оид «туристик ҳудуд», «туристик район», «туристик зона», «дестинация» тушунчаларининг мазмуни ва моҳиятини назарий жиҳатдан таҳлил қилиш асосида тадқиқот объекти сифатида Самарқанд вилояти туризм бозори субъектлари фаолияти танланганлиги илмий асослаб берилган.

Туризм бозори субъектлари, хусусан, туроператорлар, турагентлар, контрагентлар, ҳамкор ташкилотлар, ташриф буюрувчиларнинг моҳиятини ва вазифаларини тавсифловчи муаллифнинг назарий қарашлари асосида ушбу бозорнинг тузилмавий таркиби ишлаб чиқилган (1-расм).



**1-расм. Туризм бозорининг таркибий тузилмаси<sup>9</sup>**

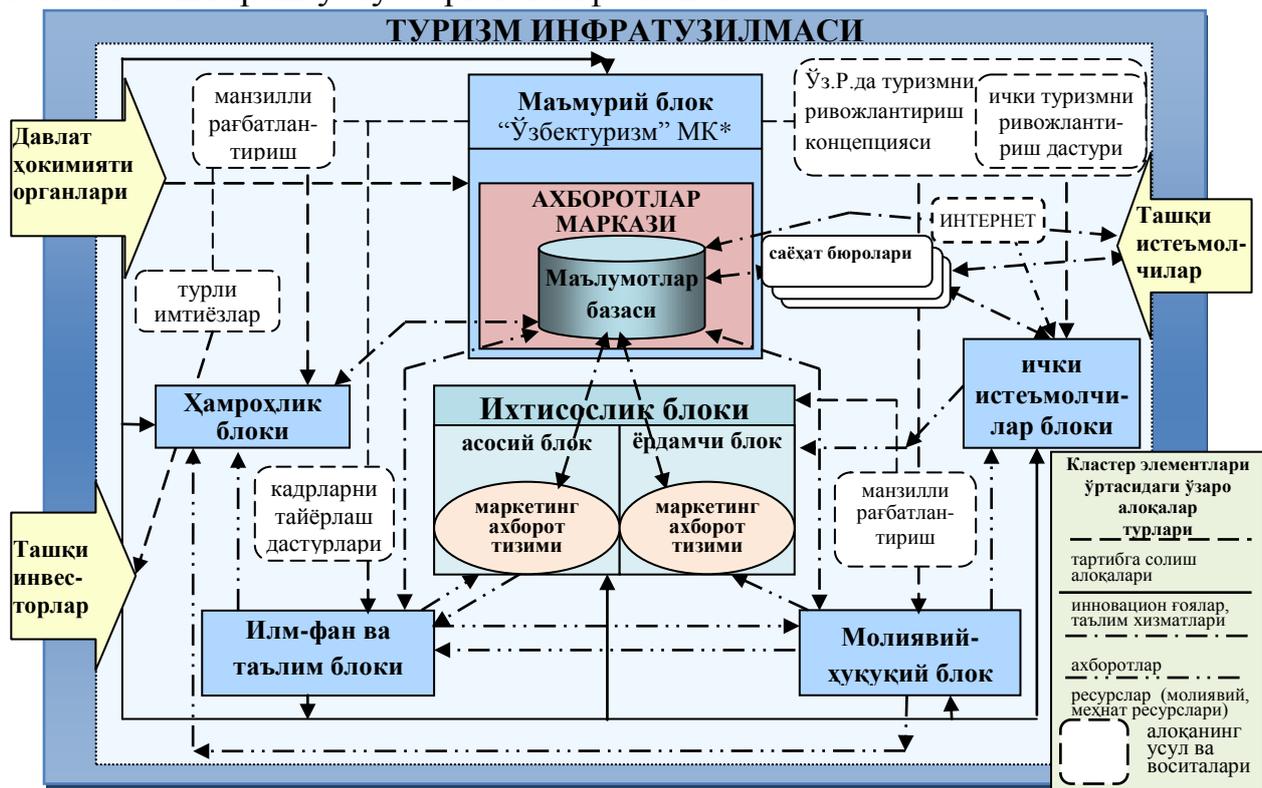
Ҳудудий туризм бозорининг ривожланиш шароитларини назарий жиҳатдан асослаш орқали унинг ривожланиш тамойиллари ишлаб чиқилди. Шундай қилиб, ушбу бозорнинг ривожланиши соҳалараро, функционал, иерархик ҳамжиҳатлик ва мувофиқлик, туризм бозорида кооперацияли фаолият каби тамойилларга таяниши, ҳудудий туризм бозорининг самарали ривожланишига тизимли ёндашувни келтириб чиқаради. Шу сабабли, «tizimli nazariya»нинг эволюцияси ҳамда тадқиқотчи ва олимлар томонидан илмий ишларда «tizim» тушунчаларига берилган таърифлар назарий жиҳатдан таҳлил этилиб, тизимга хос хусусиятлар бўйича муаллифнинг ўз

<sup>9</sup> Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

нуқтаи назари шакллантирилган. Ушбу ёндашув асосида ҳудудий туризм бозорининг очик мураккаб иқтисодий тизимга хос ривожланиш хусусиятлари («очик тизим сифатидаги», «коммутативлик», «эмергентлик», «комплекслилик», «иерархиклик» хусусиятлари) тадқиқ этилган.

Ҳудудий туризм бозори мураккаб ва очик иқтисодий тизимга хос бўлган тузилмавий тавсифга эга, яъни: ижтимоий-иқтисодий муносабатлар тизими; ҳўжалик юритишнинг ташкилий-ҳуқуқий шакллари; бозор механизми; бозор субъектларини рағбатлантириш ва мотивлаштириш тизими; бозор инфратузилмаси каби элементларнинг яхлитлигидан ва бир бутунлигидан иборат.

Бунда ҳудудий туризм бозорини ривожлантириш механизми туристик маҳсулотнинг истеъмолчиси ва туристик маҳсулот сотувчиси ўртасида ижтимоий-иқтисодий муносабатларни шакллантириш ва мувофиқлаштириш вазифасини яхлитликдаги элементларнинг ўзаро тизимли боғлиқлиги орқали амалга оширувчи, иқтисодий, ижтимоий ва ташкилий тузилмаси ва институционал мазмуни билан тавсифланадиган ўзига хос элементлар, усуллар ва воситалар мажмуи ҳисобланади. Диссертация ишида «иқтисодий механизм» тушунчасини илмий-назарий тадқиқ этиш асосида мазкур бозорни самарали ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмини такомиллаштириш услублари таклиф этилган.



2- расм. Ҳудудий туристик кластернинг таркибий тузилмаси<sup>10</sup>

\* Изоҳ: Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг 2016 йил 2 декабрдаги ПФ-4861-сонли «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Фармонида асосан тугатилган «Ўзбектуризм» Миллий компанияси негизида Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси ташкил этилди.

<sup>10</sup> Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

Худудий туризм бозорини ривожлантиришнинг самарали услуби сифатида худудий туристик кластерни шакллантириш таклифи назарий-услубий жиҳатдан асослаб берилган ҳамда унинг таркибий тузилмаси ишлаб чиқилган (2-расм).

Дунё миқёсидаги мавжуд назарий, амалий ва услубий ёндашувларни чуқур тадқиқ этган ҳолда Самарқанд вилоятида худудий туристик кластерни шакллантириш босқичлари таклиф этилган. Бунда, биринчи босқичнинг якуний маҳсули сифатида худудий туристик кластерни шакллантиришнинг ғоявий (ғоялар мажмуи) модели бўлса, иккинчи босқичнинг якуни бўйича уни шакллантиришнинг лойиҳавий модели ишлаб чиқилади. Таклиф этилган босқичли чора-тадбирларнинг якуний натижаси кластерли ёндашув асосида худудий туризм бозорини ривожлантириш концепцияси ҳисобланади.

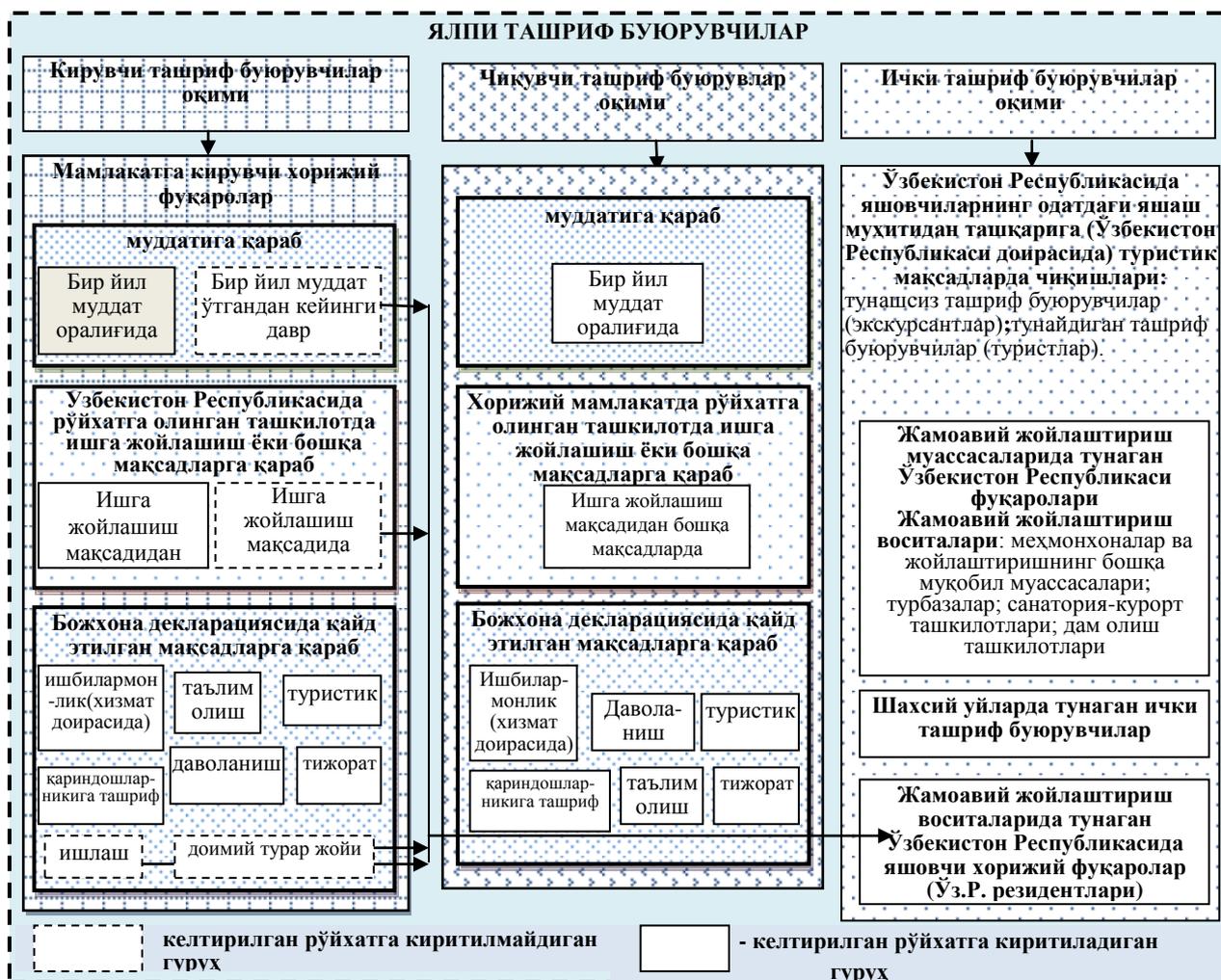
**Иккинчи бобда худудий туризм бозорининг асосий динамик ва таркибий ривожланиш тенденциялари** таҳлил этилган бўлиб, муаллиф томонидан таклиф этилган худудий туризм бозорида реал ва потенциал талабни аниқлаш методикасига асосланиб, мазкур бозорда талабнинг шаклланиш тенденциялари мамлакат миқёсидаги мос параметрлар билан қиёсий таҳлил қилиш асосида тадқиқ этилган ҳамда худудий туризм бозорида истиқболли талабни аниқлашнинг эконометрик модели ишлаб чиқилган. Шунингдек, худудий туризм бозорида таклиф шаклланишининг таркибий тенденциялари ва хусусиятларини тадқиқ этиш натижаларига асосланиб, Самарқанд вилоятида худудий туристик кластер шаклланиши ва ривожланишининг SWOT-таҳлили амалга оширилган.

Бутунжаҳон туризм ташкилотининг туризм статистикасини юритиш бўйича тавсияларига асосланиб, миллий туристик маҳсулотларга реал талабни аниқлаш методикаси таклиф этилди. 3-расмда ушбу методиканинг схематик ифодаси келтирилган. Унга кўра, худудий туризм бозорида реал талабнинг миқдорий параметрлари худуднинг жамоавий жойлаштириш муассасаларида тунаган туристлар ва худудий туроператорлар томонидан хизмат кўрсатилган экскурсантлар сонининг йиғиндиси орқали аниқланади.

Худудий туризм бозорида потенциал талабнинг миқдорий параметрларини худуднинг жамоавий жойлаштириш муассасалари сиғими орқали аниқлаш таклиф этилди:

$$ПТ=365\times M_c / T_{ym} + 365\times C_c / T_{yc} + 365\times D_c / T_{yd}, (1)$$

бунда: ПТ – худудий туризм бозорида потенциал талаб миқдори;  $M_c$  – меҳмонхоналар ва бошқа муқобил муассасаларнинг сиғими (койка фонди);  $C_c$  – санатория-курорт ташкилотлари сиғими (койка фонди);  $D_c$  – дам олиш ташкилотлари сиғими (койка фонди);  $T_{ym}$  – меҳмонхоналар ва бошқа муқобил муассасаларда бир нафар туристнинг ўртача тунаш муддати;  $T_{yc}$  – санатория-курорт ташкилотларида бир нафар дам олувчининг ўртача тунаш муддати;  $T_{yd}$  – дам олиш ташкилотларида бир нафар дам олувчининг ўртача тунаш муддати.



**3-расм. Туризм бозорида реал талабни аниқлаш методикасининг схематик ифодаси<sup>11</sup>**

Таклиф этилган туризм бозорида реал ва потенциал талабни аниқлаш методикасига асосланиб, ҳудудий туризм бозорида талабнинг таркибий тенденцияларини тадқиқ этиш натижасида мазкур бозор ривожланишининг қуйидаги: туристлар томонидан фавқулудда, «сўнгги дақиқаларда» ташкил этиладиган саёҳатлар сони ошаётганлиги; маҳаллий аҳоли турмуш даражасининг ҳамда ёшлар ҳаракатчанлигининг ўсиб бораётганлиги натижасида ички туризм бозорининг ривожланаётганлиги; трансконтинентал йўналишда амалга ошириладиган сайёҳликка нисбатан яқин ҳудудлар ёки қўшни давлатлардан амалга ошириладиган сайёҳликнинг ривожланаётганлиги; ахборот технологиялари ва индивидуал «брон» қилиш тизимининг такомиллашуви натижасида «мустақил» (сафарни ўзи ташкил этувчи) туристларнинг сони кўпайганлиги; ялпи туристик оқим таркибида МДҲ мамлакатларидан келувчи туристларнинг тобора кўпайиб бораётганлиги; «ишбилармонликка оид туризм»нинг тобора ривожланаётганлиги; туристик сафар хавфсизлиги таъминланганлиги туризмнинг ривожланишида етакчи омил сифатида намоён бўлиши; туристик сафарни мотивлаштирувчи асосий мақсадлар намоён бўлишига экологик

<sup>11</sup> Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

омилнинг таъсири тобора кучайиб бориши каби хусусиятлар ва тенденциялар аниқланди.

Худудий туризм бозорида истиқболли талабни аниқлашнинг эконометрик модели ишлаб чиқилган. Моделнинг статистик танланмасига мамлакатимиз миллий туристик маҳсулотларига талабни шакллантиришда қатнашувчи 70 та мамлакатнинг 2005-2014 йиллар давомидаги ижтимоий-иқтисодий ривожланишининг тегишли макроиқтисодий кўрсаткичлари ҳамда ушбу мамлакатлардан Ўзбекистон Республикасига мазкур давр оралиғида туристик мақсадда келувчи хорижий фуқаролар сони киритилди. Бунда натижавий кўрсаткич ҳисобланган «туристик мақсадда Ўзбекистон Республикасига кирувчи хорижий фуқаролар сони»га танланмага киритилган омилларнинг таъсир этиш даражаси аниқланди (статистик танланмада кузатувлар сони  $n=700$ , омиллар сони  $k=23$ ).

Туризм ривожланишига таъсир этувчи миқдорий тавсифга эга бўлмаган омилларнинг таъсирини таҳлил этиш мақсадида модель учун кузатувлар танламасига бир қатор фиктив омиллар (инқироз, худуд, виза чекловлари) киритилди. Фиктив омил (инглизча – *dummy variable*) натижавий кўрсаткичга сифатий белгилар ва ҳодисаларнинг таъсирини аниқлаш учун эконометрик моделга киритиладиган ҳамда «0» ва «1» миқдорларини қабул қиладиган сифатий омил ҳисобланади. Таҳлил натижаларидан келиб чиқиб, моделимизга киритилган аҳамиятли омилларни алоҳида ажратиб кўрсатдик (1-жадвал).

## 1-жадвал

### Моделнинг тузилмавий таркиби<sup>12</sup>

Натижавий кўрсаткич (y) – туристик мақсадда Ўзбекистон Республикасига кирувчи хорижий фуқаролар сони (киши)						
Аҳамиятли омиллар		Стандартлаштирилмаган коэффициентлар		Стандартлаштирилган коэффициентлар	t-статистика	p-қиймат
		B	Стандарт хато			
	Константа	18,654	2,232		8,358	1,2E-15
$x_1$	ЯММ, млрд.АҚШ дол.	1,397	0,247	0,695	5,650	3,1E-8
$x_2$	а. ж.б. ЯММ, АҚШ дол.	-5,293E-5	1,1E-5	-0,349	-4,729	3,1E-6
$x_4$	ишсизлик даражаси, %	-0,079	0,029	-0,107	-2,742	0,006
$x_5$	аҳоли сони, млн.киши	-0,377	0,229	-0,169	-1,646	0,105
$x_6$	туристларни қабул қилиш, минг к.	0,381	0,115	0,174	3,299	0,001
$x_8$	масофа (км)	-2,794	0,271	-0,491	-10,316	3,8E-22
$x_9$	ялпи инвестициялар (%)	2,9E-4	3,3E-4	0,033	0,866	0,387
$x_{10}$	«инқироз»	0,542	0,269	0,074	2,013	0,044
$x_{11}$	виза чекловлари	1,504	0,248	0,226	6,066	3,2E-9

Демак, миллий туристик маҳсулотга ташқи талабнинг тузилмавий ўзгаришларини аниқлаш мақсадида таҳлилга киритилган барча омиллар «худуд» фиктив омили остида гуруҳланган («Европа», «Осиё ва Океания», «Америка», «Яқин Шарқ», «Африка», «МДХ мамлакатлари»). «Худуд» фиктив омилларининг натижавий кўрсаткичга нисбий таъсирини ҳисоблаш усулига кўра, таҳлил давомида «худуд» фиктив омилларидан исталган

<sup>12</sup> Халқаро Валюта Фонди (International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, April 2015) ва Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотлари асосида муаллиф томонидан ишлаб чиқилган ва ҳисобланган.

биттаси модел тенгламасига киритилмайди (бизнинг мисолимизда бу «МДХ мамлакатлари» ҳудуди) ҳамда бошқа «ҳудуд» омилларининг натижавий кўрсаткичга таъсири ушбу қолдирилган омилга нисбатан баҳоланади. Таҳлилнинг мазкур услуби Европа, Осиё ва Океания, Америка, Яқин Шарқ, Африка макроҳудудлари мамлакатларининг МДХ мамлакатларига нисбатан мамлакатимиз миллий туристик маҳсулотларига талабни шакллантиришдаги нисбий аҳамиятини аниқлаш имконини беради (2-жадвал).

## 2-жадвал

### Миллий туристик маҳсулотларга ташқи талабни шакллантиришда географик ҳудудларнинг нисбий аҳамияти

Омиллар	В	Стандарт хато	Стандарт-лаштирилган коэффициентлар	t-статистика	p-қиймат	
$x_{12}$	«Европа»	-1,576	0,483	-0,240	-3,261	0,001
$x_{14}$	«Осиё ва Океания»	-0,192	0,500	-0,026	-0,384	0,701
$x_{15}$	«Америка»	-1,285	0,800	-0,096	-1,607	0,109
$x_{16}$	«Яқин Шарқ»	-3,620	0,828	-0,175	-4,375	1,5E-5
$x_{17}$	«Африка»	-2,307	1,572	-0,062	-1,467	0,143

Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирозидан кейинги даврда Ўзбекистон Республикаси миллий туристик маҳсулотларига талабнинг шаклланишига географик ҳудудларнинг таъсир даражасини баҳолаш мақсадида моделнинг танланмасидан «ҳудуд» омиллари чиқарилиб, унга «ҳудуд×инқироз» (қийматлари «ҳудуд» омилини «инқироз» омилига кўпайтириш орқали ҳисобланди) кўринишидаги бир қатор шакллантирилган омиллар киритилган (3-жадвал).

## 3-жадвал

### Миллий туристик маҳсулотларга истиқболли талабни шакллантиришда географик ҳудудларнинг аҳамияти

Омиллар	В	Стандарт хато	Стандартлаштирилган коэффициентлар	t-статистика	p-қиймат	
$x_{18}$	«Европа × инқироз»	-0,721	0,366	-0,106	-1,969	0,050
$x_{19}$	«МДХ × инқироз»	1,173	0,474	0,115	2,475	0,014
$x_{20}$	«Осиё × инқироз»	0,832	0,390	0,096	2,136	0,033
$x_{22}$	«Яқин Шарқ × инқироз»	-3,266	0,894	-0,133	-3,654	2,9E-4
$x_{21}$	«Америка × инқироз»	-0,814	0,731	-0,045	-1,114	0,266
$x_{23}$	«Африка × инқироз»	-1,397	2,438	-0,022	-0,573	0,567

Эконометрик таҳлил натижаларига кўра миллий туристик маҳсулотларга потенциал талабнинг қуйидаги сифатий параметрлари аниқланди:

– миллий туристик маҳсулотларга ташқи талаб шаклланишида ЯММ ҳажми нисбатан юқори, аммо ЯММнинг аҳоли жон бошига тўғри келувчи миқдори нисбатан пастроқ бўлган давлатларнинг аҳамияти юқоридир;

– Ўзбекистон Республикасига туристик мақсадда хорижий фуқароларнинг киришига таъсир этувчи асосий омиллардан бири – бу, уларнинг доимий яшаш жойлари ва республика орасидаги масофа ҳисобланиб, ушбу масофанинг 1 %га узайиши ташқи талабнинг 2,79 %га камайишига олиб келади;

– таққослама таҳлил натижаларига кўра, «Европа», «Осиё ва Океания», «Америка», «Яқин Шарқ» ва «Африка» макроҳудудлари «МДХ

мамлакатлари» макроҳудудига нисбатан миллий туристик маҳсулотларга ташқи талабнинг шаклланишига салбий таъсир этган;

– жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози таъсирида миллий туристик маҳсулотларга ташқи талабнинг географик таркибий тузилмаси ўзгарганлиги аниқланди (ушбу даврда миллий туристик маҳсулотларга потенциал талаб шаклланишида «МДХ мамлакатлари», «Осиё ва Океания» макроҳудудларининг аҳамияти бошқа ҳудудларга нисбатан юқоридир);

– соддалаштирилган виза расмиятчилиги ўрнатилиши мамлакатимизга кировчи туристик оқимнинг ҳажмига ижобий таъсир этувчи асосий омиллардан биридир.

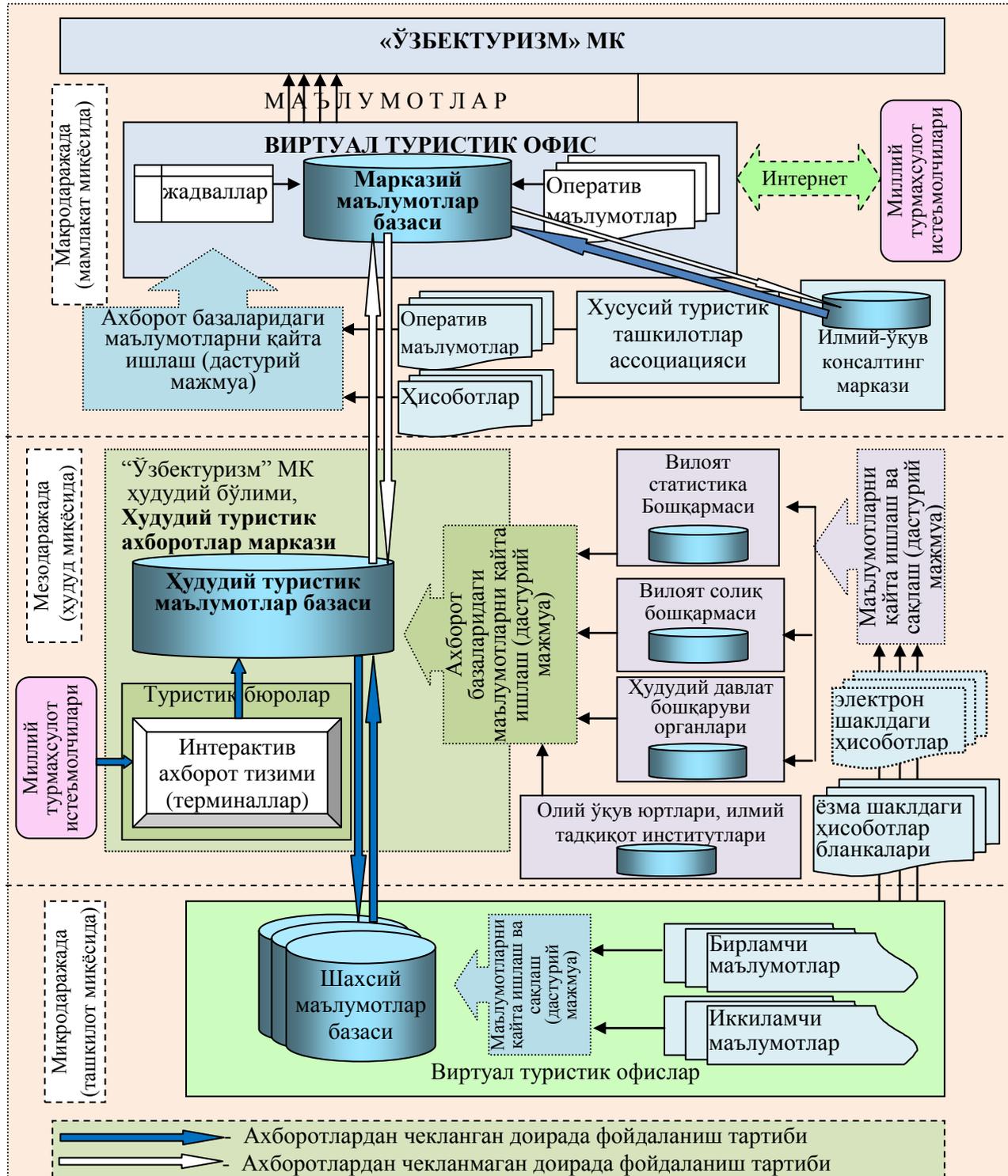
Ўзбекистон Республикаси ҳудудий туризм бозорларида таклиф шаклланишининг таркибий тенденцияларини қиёсий таҳлил қилиш асосида (туроператорлик, транспорт, ахборот, дам олиш, овқатлантириш ва жойлаштириш хизматларини кўрсатувчи ташкилотлар таклифининг) Самарқанд вилояти туризм бозорида таклифнинг шаклланиш хусусиятлари, шунингдек ҳудудий туризм инфратузилмасини такомиллаштириш билан боғлиқ бир қатор масалалар ва муаммолар аниқланган ҳамда уларни бартараф этишга қаратилган таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

**Учинчи бобда ҳудудий туризм бозорида маркетинг концепциясини амалга оширишнинг инновацион йўналишлари** бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган. Бунда, туристик маҳсулот, туризм маркетингининг ўзига хос хусусиятлари, хизматлар соҳасида маркетинг концепциясини амалга ошириш моделларини тадқиқ этиш натижалари асосида ҳудудий туризм бозорида интеграциялашган маркетинг концепциясини амалга оширишнинг амалий ва услубий жабҳалари бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган. Шунингдек, ҳудудий туризм бозорига инновацияларни татбиқ этиш зарурияти, «инновация» тушунчаси талқини, туризм соҳасига оид инновациялар таснифи, ушбу соҳада фойдаланиладиган замонавий ахборот технологиялари тизимлари таҳлили ҳамда бу борада мавжуд халқаро амалиётдан келиб чиқиб, ҳудудий туризм бозорини инновацион ривожлантириш йўналишлари, ушбу бозорнинг ахборот-аналитик тизимини такомиллаштириш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

Туризм маркетингининг ўзига хос хусусиятлари туризм бозорида интеграциялашган, яъни анъанавий, ички, интерфаол маркетинг концепциясини комплекс тарзда амалга ошириш талабини келтириб чиқаради. Туризмда интеграциялашган маркетинг концепциясини ўзаро кооперациялашган бир нечта даражада амалга ошириш ҳудудий туризм бозорида юқори самарадорликка эришишнинг муҳим шартларидан биридир.

Ҳудудий туризм бозорида туристик ахборотлар тизимини шакллантириш механизми ишлаб чиқилди. Мазкур механизм туризм соҳасида бошқарув фаолиятининг барча даражаларида тегишли тартибдаги маълумотлар базаларини шакллантириш, ахборотларни қуйи поғонадан юқори поғона томон интеграциялаш, уларни тизимли равишда горизонтал ва вертикал йўналишларда узатиш, мазкур тизим доирасида ҳар бир элемент

учун ахборотлардан фойдаланиш тартиботини ҳамда чегараларини белгилаш билан боғлиқ ўзаро алоқа ва муносабатларни тартибга солувчи элементлар мажмуидан ташкил топган (4-расм).



**4-расм. Худудий туристик ахборотлар тизимини шакллантириш механизми<sup>13</sup>**

Туристтик ахборотлар тизимининг асосий таркибий қисми сифатида виртуал туристик офислар ва интерактив туристик ахборотлар тизимини шакллантиришни мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблаймиз.

<sup>13</sup> Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

**Тўртинчи бобда ҳудудий туризм бозорини тартибга солишнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.** Ҳудудий туризм бозорини тартибга солиш тизимининг таркибий тузилмасини тадқиқ этиш асосида ушбу бозорнинг самаралироқ ривожланишини таъминловчи тартибга солиш тизимининг модели ҳамда ҳудудий туризм бозорини тартибга солишнинг институционал асосларини такомиллаштириш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган. Шунингдек, ҳудудий туризм бозорини тартибга солиш тизимининг самарадорлигини баҳолаш мезонлари ва кўрсаткичлари ҳамда ушбу бозор ривожланишининг иқтисодий самарадорлигини баҳолаш методикаси таклиф этилган.

Ҳудудий туризм бозори ривожланишини тартибга солиш тизими мураккаб полииерархик тузилмавий шаклга эга бўлиб, у горизонтал ва вертикал тузилмалар бирлигидан ташкил топган. Диссертацияда ҳудудий туризм бозорини тартибга солиш тизимининг горизонтал ва вертикал кесимидаги таркибий тузилмаси келтирилган ҳамда ушбу тузилмаларни кластерли ёндашув асосида такомиллаштиришнинг усул ва воситалари таклиф этилган. Бунда кластер сиёсати учта даражада, яъни: мамлакат, ҳудуд, бизнес тузилмалари даражасида ишлаб чиқилиши ва амалга оширилиши лозим (5-расм).



**5-расм. Кластерли сиёсатни амалга оширишнинг стратегик йўналишлари**

Ҳудудий туризм бозори ривожланишини тартибга солиш тизимининг таркибий тузилмалари, кластерли сиёсатни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш тамойиллари ва тадбирларининг комплекс таҳлили, шунингдек ҳудудий туризм бозорини тартибга солиш механизмининг ўзига хос хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда, ҳудудий туризм бозори самаралироқ ривожланишини таъминловчи тартибга солиш тизимининг модели ишлаб чиқилди. Унинг қуйидаги таркибий қисмларини (тизим ости блокларини) ажратиш мақсадга мувофиқ: меъёрий-ҳуқуқий тартибга солиш ва мақсадни белгилаш; ҳудудий туризм бозорини ривожланишини таъминлаш ва қўллаб-қувватлаш; ҳудудий туризм бозорини аналитик-ахборот билан таъминлаш блоклари.

Туризм бозорини тартибга солиш тизими самарадорлигини баҳолаш мезонлари ва кўрсаткичларини ишлаб чиқиш масаласини ҳам уч даражада, яъни: мамлакат (ҳудуд); мустақил тармоқ; алоҳида туризм субъектлари даражасида кўриб чиқиш лозимдир.

Тизим самарадорлиги моҳиятини ва уни баҳолашнинг методик асосларини тадқиқ этиш асосида ҳудудий туризм бозорини тартибга солиш самарадорлигини баҳолашда уч блок, яъни: тартибга солишнинг ижтимоий самарадорлигини; тартибга солишнинг иқтисодий самарадорлигини; тартибга солишнинг бюджет самарадорлигини баҳолаш мезонлари ва кўрсаткичлари таклиф этилди.

Ҳудудий туризм бозорини тартибга солиш тизимининг *ижтимоий самарадорлиги* тартибга солиш тадбирлари ҳудуднинг ижтимоий-иқтисодий ривожланишига қўшган ҳиссасини ақс эттириб, ижтимоий самарага эришилганлик даражасини ифодаловчи кўрсаткичлар мажмуи орқали баҳоланади.

Ҳудудий туризм бозорини тартибга солиш тизимининг *иқтисодий самарадорлигини* баҳолаш ушбу бозор ривожланиш кўрсаткичларининг жорий йилда амалга оширилган натижалари билан уларнинг тартибга солиш бўйича тадбирларида (давлат дастурларида) режалаштирилган мақсадли қийматлари билан ўзаро таққослашга асосланади.

Ҳудудий туризм бозори ривожланишининг иқтисодий самарадорлиги туристик маҳсулотларни ишлаб чиқиш ва сотиш жараёнларини амалга оширишнинг мавжуд имкониятларини тавсифлаб, ушбу жараёнларнинг натижавийлигида ўз ифодасини топади. Мазкур жараёнлар натижавийлигини яхлит тизим натижавийлиги орқали ифодалаш мақсадида ҳудудий туризм бозори ривожланиши иқтисодий самарадорлигининг интеграл кўрсаткичи таклиф этилди:

$$IS = \sum_{i=1}^n v_i \times k_i \quad (2)$$

бунда: IS – иқтисодий самарадорликнинг интеграл кўрсаткичи;  $k_i$  –  $i$ -чи меъёрлаштирилган (стандартлаштирилган) кўрсаткич;  $v_i$  –  $i$ -чи кўрсаткичнинг интеграл кўрсаткичдаги вазни;  $n$  – кўрсаткичлар сони.

Ҳудудий туризм бозори ривожланишининг иқтисодий самарадорлигини ифодаловчи қуйидаги кўрсаткичлар таклиф этилган ва уларнинг 2005-2015 йиллардаги динамикаси баҳоланган: ЯХМда туристик-экскурсион ва меҳмонхона хизматлари улуши; жами хизматлар таркибида туристик-экскурсион ва меҳмонхона хизматлари улуши (%); меҳмонхона ва бошқа муассасаларда жой ўрни юкмаси; рентабеллик; битта туроператорга тўғри келувчи ташриф буюрувчилар сони; битта туроператорга тўғри келувчи хорижий ташриф буюрувчилар сони; барча жойлаштириш муассасалари жой ўрни сигимининг бир бирлигига тўғри келувчи ташриф буюрувчилар сони.

Интеграл самарадорлик кўрсаткичи таркибига киритилган ҳудудий туризм бозори ривожланиш кўрсаткичларининг вазнларини ( $v_i$ ) аниқлашда жуфтли корреляция коэффициентларидан фойдаланиш таклиф этилди:

$$v_i = \sum_{j=1}^n r_{ij} / \sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^n r_{ij} \quad (3)$$

бунда:  $r_{ij}$  –  $i$ -чи ва  $j$ -чи кўрсаткичлар ўртасидаги жуфтли корреляция коэффициентлари.

Бирламчи, ҳудудий туризм бозори ривожланиш кўрсаткичларининг жуфтли корреляция коэффициентлари аниқланди. Ушбу коэффициентлардан

фойдаланиб, самарадорлик кўрсаткичларининг вазнлари аниқланди (4-жадвал).

**4-жадвал**

**Кўрсаткичларнинг вазни**

$v_1$	$v_2$	$v_3$	$v_4$	$v_5$	$v_6$	$v_7$
0,1729	0,1696	0,0819	0,1364	0,1416	0,1655	0,1322

Самарадорлик кўрсаткичларининг динамикасини аниқлаш ва баҳолаш учун ушбу кўрсаткичларни қуйида келтирилган формула ёрдамида меъёрлаштириш лозим:

$$k_i = (k_i - k_{min}) / (k_{max} - k_{min}) \quad (4)$$

бу ерда:  $k_i$  – кўрсаткичнинг амалдаги қиймати;  $k_{max}$  – кўрсаткичнинг максимал қиймати;  $k_{min}$  – кўрсаткичнинг минимал қиймати.

Келтирилган ушбу усул ёрдамида ҳудудий туризм бозорининг ривожланиши самарадорлиги кўрсаткичлари меъёрлаштирилди.

Меъёрлаштирилган коэффициентлар ёрдамида ҳудудий туризм бозорининг ривожланиш самарадорлиги 2005-2015 йиллар бўйича баҳоланди. Таҳлил натижаларига кўра, 2005-2015 йиллар давомида ҳудудий туризм бозори ривожланишининг иқтисодий самарадорлиги пасайиш тенденциясига эга бўлганлиги кузатилди (5-жадвал).

**5-жадвал**

**2005-2015 йилларда ҳудудий туризм бозори ривожланиши иқтисодий самарадорлигининг интеграл кўрсаткичи қийматлари<sup>14</sup>**

нор. кўр.	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
$v_1 \times k_1$	0,173	0,168	0,160	0,089	0,096	0,071	0,048	0,045	0,042	0,000	0,011
$v_2 \times k_2$	0,170	0,165	0,162	0,089	0,077	0,064	0,040	0,035	0,025	0,000	0,006
$v_3 \times k_3$	0,082	0,000	0,034	0,029	0,028	0,026	0,054	0,052	0,034	0,015	0,013
$v_4 \times k_4$	0,116	0,131	0,136	0,030	0,004	0,0002	0,000	0,001	0,001	0,001	0,001
$v_5 \times k_5$	0,102	0,036	0,036	0,097	0,142	0,000	0,016	0,024	0,077	0,017	0,003
$v_6 \times k_6$	0,116	0,057	0,082	0,165	0,114	0,025	0,025	0,031	0,015	0,038	0,000
$v_7 \times k_7$	0,043	0,032	0,080	0,118	0,132	0,054	0,036	0,040	0,049	0,000	0,006
интеграл кўрсаткич	0,801	0,590	0,692	0,617	0,593	0,241	0,219	0,229	0,241	0,071	0,039

Маълумки, корхонанинг хўжалик фаолияти ёки бошқарув тизими ҳолатини бир нечта кўрсаткичлар орқали акс эттириш мумкин. Ушбу кўрсаткичларни ўсиш даражалари бўйича тартибга солиш орқали, бошқарув тизимининг энг мақбул ҳолатига мос келувчи, яъни намуна (эталон) вазифасини бажарувчи динамик меъёр (қатор) ишлаб чиқилади.

Туристтик корхона бошқарув тизими фаолияти самарадорлигининг таққослама таҳлилида қуйида келтирилган динамик меъёрий қатордан фойдаланиш мумкин (6-жадвал).

Туристтик корхона бошқарув тизими самарадорлигининг таққослама баҳосини динамик меъёрий қаторга киритилган кўрсаткичларнинг ҳақиқий тартиботини меъёрий тартиботи билан таққослаш орқали аниқлаш мумкин.

<sup>14</sup> Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотлари асосида муаллиф томонидан ишлаб чиқилган ва ҳисобланган.

## Динамик меъёрий қатор

Кўрсаткичлар номи	Кўрсаткичлар ўсиш даражасининг меъёрий тартиботи (ранг)
Фойда	1
Реализация қилинган туристик хизматлар ҳажми	2
Асосий ишлаб чиқариш фондлари ҳажми	3
Давр харажатлари	4
Иш ҳақи фонди	5
Жами ишчи ва ходимлар сони	6

Бунда, қуйида келтирилган корреляция коэффициентларидан фойдаланилди:

## Спирмен коэффициенти

$$K_{\text{спир}} = 1 - \frac{6 \times \sum_{s=0}^n y_s^2}{n \times (n^2 - 1)}, \quad (5)$$

бунда:  $K_{\text{спир}}$  – Спирменнинг корреляцион боғланиш коэффициенти;  $y_s$  – амалдаги ва оптимал ранглар ўртасидаги чекиниш;  $n$  – динамик меъёрларда кўрсаткичлар сони.

## Кендалл коэффициенти

$$K_{\text{кенд}} = 1 - \frac{4 \times \sum_{s=0}^n M_s}{n \times (n-1)}, \quad (6)$$

бунда:  $K_{\text{кенд}}$  – Кендаллнинг корреляцион боғланиш коэффициенти;  $M_s$  – динамик қаторга  $s$ -чи кўрсаткич инверсияси (ўрин алмашишлар) сони;  $n$  – динамик меъёрларда кўрсаткичлар сони.

$$K_n = \frac{(1 + K_{\text{спир}}) \times (1 + K_{\text{кенд}})}{4}, \quad (7)$$

бунда:  $K_n$  – самарадорликнинг интеграл коэффициенти.

$K_n$  нинг миқдори 0 дан 1 гача бўлган ораликда ўзгаради. Аниқланган қиёсий баҳо бир сонига қанчалик яқин бўлса, туристик корхонада бошқарув тизими шунчалик ушбу тизимнинг намунавий вариантга мувофиқ равишда фаолият кўрсатишидан далолат беради.

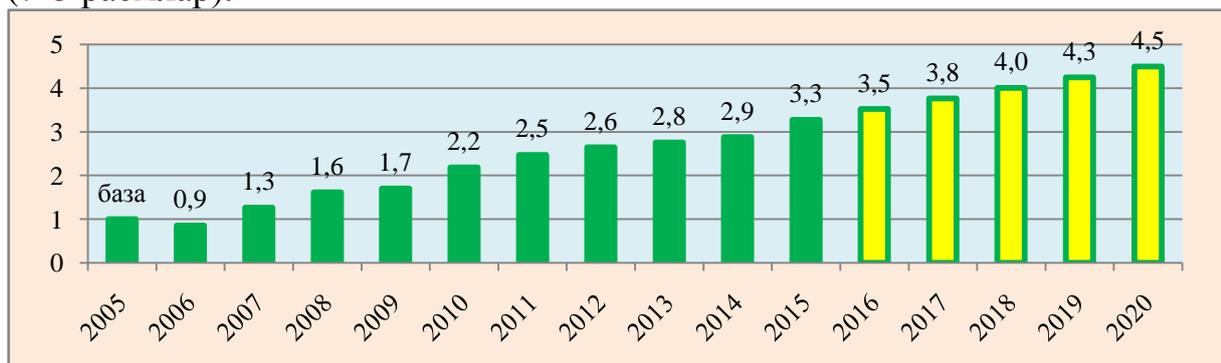
Ушбу усул ёрдамида Самарқанд вилояти туризм бозорида фаолият юритаётган «САТИА» масъулияти чекланган жамияти, «Orient Voyages» хусусий сайёҳлик агентлиги, «Sogda-tur» масъулияти чекланган жамияти ҳамда «Экспри-дютемп» хусусий туристик фирмасининг бошқарув тизими самарадорлиги баҳоланган. Қуйида келтирилган жадвалда ушбу таҳлил натижалари акс эттирилган (7-жадвал).

## Туристтик корхоналар бошқарув тизими самарадорлигини баҳолаш натижалари

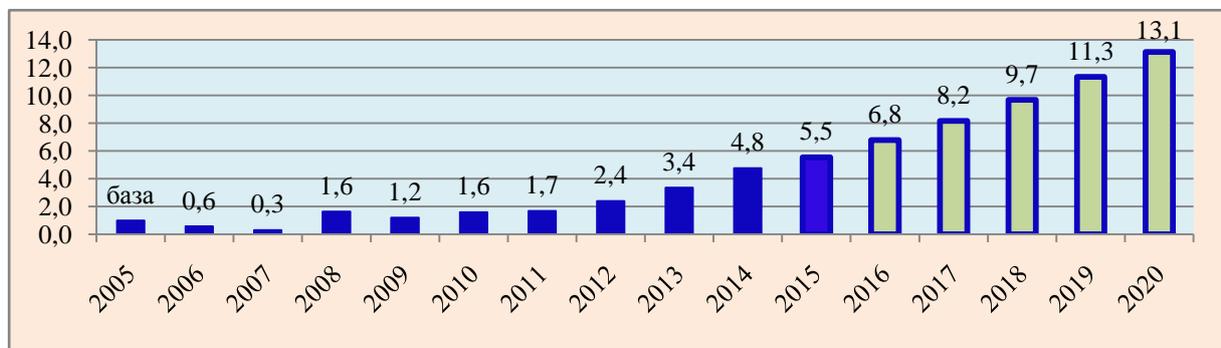
Туристтик корхоналар	$K_{\text{спир}}$	$K_{\text{кенд}}$	$K_n$
«САТИА» МЧЖ	0,543	0,467	0,566
«Orient Voyages» хусусий сайёҳлик агентлиги	0,657	0,6	0,663
«Sogda-tur» МЧЖ	-0,257	-0,2	0,149
«Экспри-дютемп» хусусий туристик корхонаси	0,257	0,2	0,377

**Бешинчи бобда инновацион иқтисодиёт шароитида ҳудудий туризм бозорини ривожлантиришнинг концептуал асослари ишлаб чиқилган ҳамда ушбу бозорнинг ривожланиши прогнозлаштирилган.**

Миллий туристик маҳсулотларга ташқи талабнинг шаклланиш тенденциялари ва хусусиятлари таҳлилий натижаларидан келиб чиқиб, республикада туристик хизматлар экспорти ҳажмининг 2017-2020 йиллардаги прогноз параметрлари аниқланган (6-расм). Шунингдек, Самарқанд вилоятида ишлаб чиқилган туристик маҳсулотларга ташқи талабнинг шаклланиши, туристик хизматлар экспорти ҳажмининг ўзгариши тенденциялари таҳлилий натижаларидан келиб чиқиб, ушбу кўрсаткичларнинг 2017-2020 йиллардаги прогноз параметрлари аниқланган (7-8-расмлар).



**6-расм. Ўзбекистонда туристик хизматлар экспорти ҳажмининг 2005-2020 йиллар давомида ўзгариш тенденциялари<sup>15</sup>**

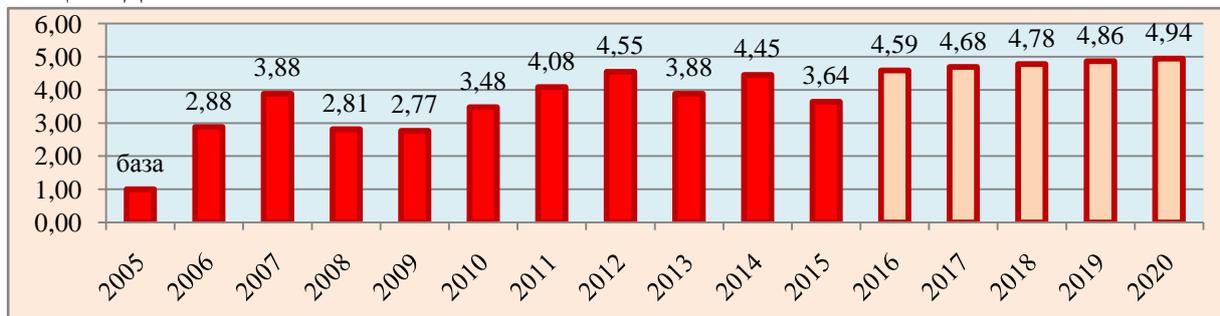


**7-расм. Ҳудудий туризм бозорида туристик хизматлар экспорти ҳажмининг 2005-2020 йиллар давомида ўзгариш тенденциялари<sup>16</sup>**

Таҳлил натижаларига кўра, Самарқанд вилоятида мавжуд имкониятлардан самарали фойдаланиш, инновацион ёндашув асосида ҳудудда ишлаб чиқиладиган туристик маҳсулотларни диверсификациялаш ва туризм инфратузилмасини модернизация қилиш, кластерли ёндашув асосида ҳудудий туризм бозорини ривожлантириш механизмларини такомиллаштириш натижасида 2020 йилда 2005 йилга нисбатан туристик хизматлар экспорт ҳажмини 13 мартага, мазкур бозорда реал ташқи талаб ҳажмини беш мартага ошириш кутилмоқда.

<sup>15</sup> 6-7-8-расмлар ва уларда келтирилган таҳлил натижалари Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика кўмитаси маълумотлари асосида муаллиф томонидан ишлаб чиқилган ва ҳисобланган.

Белгиланган чора-тадбирлар ҳаётга татбиқ этилиши натижасида 2017-2020 йиллар давомида ҳудуд миқёсида туристик хизматлар экспорти ҳажмининг мамлакат миқёсида тегишли давр оралиғидаги мос кўрсаткичларига нисбатан юқори ўсиш даражаларини намоён этиши аниқланди.



**8-расм. Ҳудудий туризм бозорида ташқи талаб ҳажмининг 2005-2020 йиллар давомида ўзгариш тенденциялари<sup>16</sup>**

Ҳудудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденцияларидан келиб чиқиб, Самарқанд вилоятида кластерли ёндашув асосида ушбу бозорни ривожлантириш концепцияси ишлаб чиқилди. Бунда мазкур концепция ўзаро боғлиқликдаги икки хил, яъни ташкилий-институционал ва ижтимоий-иқтисодий мазмундаги, тизимли тарзда амалга ошириладиган тадбирлар мажмуидан иборат деб қаралди.

Самарқанд вилоятида ҳудудий туристик кластерни шакллантириш ва ривожлантириш учун мамлакатимизда туризм соҳасининг амалдаги ташкилий-институционал тизимини такомиллаштириш бўйича қуйидаги йўналишдаги тадбирларни амалга ошириш, мақсадга мувофиқ:

1. Ҳудудий туристик кластер доирасида давлат томонидан қўллаб-қувватлаш механизмининг такомиллаштириш йўналишлари: кластер доирасида ўзаро ҳамкорлик алоқаларининг самарадорлигини ўстирувчи лойиҳаларни амалга оширишга кўмаклашиш; ҳудудда кластерли сиёсатни амалга оширишни методик ва ахборот-консультатив жиҳатдан қўллаб-қувватлаш; ҳудудий туристик кластернинг шаклланиши ва ривожланиши учун қулай шарт-шароитлар яратилишини таъминлаш; ҳудудий туристик кластернинг ташкилий жабҳаларини шакллантиришга кўмаклашиш.

2. Ҳудудий туризм соҳасининг ташкилий тизими ҳамда институционал асосларини такомиллаштириш йўналишлари ва чора-тадбирлари:

2.1. Ҳудудий туризм бозорини тартибга солиш тизимининг макродаражасида (мамлакат миқёсида) амалга оширилиши лозим бўлган чора-тадбирлар қуйидагилардан, яъни:

– мамлакат миқёсида кластерли сиёсатга оид тадбирлар режасини тасдиқлаш ва амалга оширилишини назорат қилишга масъул ҳамда мувофиқлаштирувчи вазифаларни бажарувчи ижтимоий институт сифатида Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Мақкамаси қошида «Кластерли ривожланиш бўйича идоралараро кенгаш»ни ташкил этиш;

– туризм бозорини ахборот билан таъминлаш ва туристик ахборотлар

тизимини тартибга солиш вазифасини бажарувчи институт сифатида «Ўзбектуризм» МК қошида «Туристтик ахборотлар маркази»ни шакллантиришдан иборат.

2.2. Худудий туризм бозорини тартибга солиш тизимининг мезодаражасида (худуд миқёсида) амалга оширилиши лозим бўлган чора-тадбирлар қуйидагилардан, яъни:

– Самарқанд вилояти ҳокимияти қошида кластерли ташаббусларни аниқлаш ва амалга ошириш, кластер доирасидаги ижтимоий-иқтисодий муносабатларни ўзаро мувофиқлаштириш, кластерли сиёсатга оид тадбирлар режасини ишлаб чиқиш ва амалга оширилишини таъминловчи ижтимоий институт сифатида «Худудий туристик кластер фаолиятини мувофиқлаштирувчи Кенгаш»ни ташкил этиш;

– Ўзбектуризм МК худудий бўлими қошида «Худудий туристик ахборотлар маркази»ни ва «Туристтик бюролар» тўрини шакллантиришдан иборат.

2.3. Кластерли сиёсатни амалга оширишнинг микродаражасида (туризм соҳаси субъектлари миқёсида) эса:

– кластерли ташаббусларнинг негизи ҳисобланган, ҳамкорлик ва ўзаро ишончга асосланган ижтимоий капитални шакллантирувчи ижтимоий институт сифатида «Худудий туристик кластер аъзолари уюшмаси» ни шакллантириш;

– туристик ахборотлар базаларини яратиш йўналишида тизимли алоқаларни амалга оширишнинг асоси сифатида туристик ташкилотларда маркетинг ахборотлар тизимини шакллантириш мақсадга мувофиқ.

Шундай қилиб, кластерли ёндашув асосида худудий туризм бозорини ривожлантириш концепциясини изчил равишда амалга ошириш туризм соҳасини худудий иқтисодиётнинг ўзаро боғлиқ тармоқларини комплекс равишда жадал ривожлантиришнинг етакчи кучига айлантиришда, шунингдек, яратиладиган ялпи ички маҳсулотда туризм улушини кўпайтириш, иш билан бандликни таъминлаш, аҳолининг турмуш даражаси ва сифатини ошириш бўйича тизимли чора-тадбирларни амалга оширишда қудратли восита бўлиб хизмат қилади.

## ХУЛОСА

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

1. Диссертацияда «ташриф буюрувчи», «турист», «туризм», «туризм бозори», «туризм индустрияси» ва туризм тизимига оид бошқа иқтисодий категорияларнинг муаллифлик таърифлари ишлаб чиқилди. «Туризм» категориясига турли муаллифлар томонидан берилган таърифларнинг илмий-назарий таҳлили бўйича унинг моҳиятини очиб беришга икки ёқлама: биринчидан, «талаб»; иккинчидан, «таклиф» нуқтаи назаридан ёндашилганлиги аниқланди. Ушбу ҳолат соҳага хос мураккаб тизимли муносабатларнинг моҳиятини тўлиқ очиб беришга тўсқинлик қилади. Шу сабабли, «туризм» категориясига – элементлари ўзаро полииерархик муносабатлар тизими орқали боғланган, тармоқлараро мажмуанинг кўп қиррали функционал тузилмаси негизида шаклландиган ва ташқи муҳит ўзгаришига таъсирчан мураккаб ижтимоий-иқтисодий тизим сифатида илмий таъриф берилди.

2. Туризм бозори табиий-географик, ижтимоий-иқтисодий, ташкилий-институционал шароитлар асосида ривожланувчи, талаб ва таклифни бевосита тартибга солувчи иқтисодий механизмларни ўз ичига олувчи мураккаб очиқ тизим эканлиги эътироф этилди. Ушбу бозор самарали ривожланишининг асосий тамойиллари сифатида: соҳалараро, функционал, иерархик ҳамжиҳатлик ва мувофиқлик, туризм бозорида кооперацияли фаолият кабилар белгиланди ҳамда унинг тизимли ёндашув асосидаги ривожланиш хусусиятларини аниқлаш орқали ушбу бозорни ривожлантириш механизмларини такомиллаштиришнинг услуб, восита ва элементлари таклиф этилди.

3. Худудий туризм бозорини ривожлантиришда тизимли ёндашувни қўллаш, авваламбор, унинг субъектлари ўртасида кооперацион алоқаларни таъминлаш услубини ишлаб чиқишни талаб қилади. Худудий туризм бозори тизими доирасида унинг субъектлари ўзаро ҳамкорлигининг шундай замонавий услуби сифатида худудий туристик кластерни шакллантириш таклиф этилди. Шунингдек, туризм соҳасини ривожлантиришга оид давлат дастурини ишлаб чиқиш ва уни амалиётга жорий этиш мақсадида худудий туристик кластерни шакллантириш ва ривожлантириш алгоритми таклиф этилди.

4. Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасида статистик ҳисобни юритишда фойдаланиладиган «1-туризм», «2-туризм» ва «1-КВ шаклига илова(тур)» ҳисобот шаклларига туристик мақсадларни халқаро стандартларга мос равишда (1. Шахсий мақсадлар: бўш вақт ва дам олиш; дўстлар ва қариндошларникига ташриф; таълим ва касбий тайёргарлик; даволаниш; зиёрат қилиш; тижорат; транзит; 2. Иш юзасидан ва касбга оид мақсадлар тарзида) киритиш тавсияси Ўзбекистон Республикаси Статистика қўмитаси амалиётига жорий қилиш учун таклиф этилди.

5. Худудий туризм бозорида реал ва потенциал талабни аниқлаш методикаси ишлаб чиқилди ҳамда тегишли илмий хулосалардан «Ўзбектуризм» МК томонидан миллий туристик маҳсулотларга ялпи талабни аниқлашга қаратилган маркетинг тадқиқотларини ўтказиш жараёнида фойдаланиш тавсия этилди. Ушбу илмий натижалардан фойдаланиш миллий туристик маҳсулотларга талабни белгиловчи кўрсаткичлар ва илмий асосланган таҳлилий маълумотлар асосидаги самарали туристик стратегияни ишлаб чиқиш имконини беради.

6. Таҳлил натижасида Самарқанд вилояти туризм бозорида талабнинг шаклланишида қуйидаги: туристлар томонидан фавқулодда, «сўнги дақиқаларда» ташкил этиладиган саёҳатларга талабнинг ошаётганлиги; маҳаллий аҳоли турмуш даражаси ва ёшлар ҳаракатчанлигининг ўсиб бориши натижасида ички туризм бозорида талабнинг ўсаётганлиги; трансконтинентал йўналишда амалга ошириладиган сайёҳликка нисбатан яқин худудлар ёки кўшни давлатлардан амалга ошириладиган сайёҳликнинг ривожланаётганлиги; «ишбилармонликка оид туризм» нинг тобора ривожланаётганлиги; ташкиллаштирилган гуруҳларда туристлар сонининг камайиши, ахборот технологиялари ва индивидуал «брон» қилиш тизимининг такомиллашуви натижасида «мустақил» (сафарини ўзи ташкиллаштирувчи) туристлар сонининг ошаётганлиги каби тенденциялар ва хусусиятлар аниқланди ҳамда ушбу илмий хулосалар асосида «Ўзбектуризм» МК томонидан 2017-2020 йиллар учун худудий маркетинг тадбирлари режасини ишлаб чиқиш тавсия этилди.

7. Худудий туризм бозорининг ривожланишига миқдорий тавсифга эга бўлмаган омилларнинг (худудлар, виза чекловлари, спорт ва маданий тадбирлар, инқирозлар) таъсир даражасини баҳолаш имконини берувчи эконометрик модел таклиф этилди. Таҳлил натижасида жаҳон молиявий-иқтисодий нқирози таъсирида миллий туристик маҳсулотларга ташқи талабнинг таркибий (географик) тузилмаси ўзгарганлиги, худудий туризм бозорининг истиқболли географик сегменти – «МДХ мамлакатлари» ва «Осиё мамлакатлари» эканлиги, уларнинг географик яқинлиги, виза олиш расмиятчилигининг соддалаштирилганлиги каби омилларнинг миллий туристик маҳсулотларга талабнинг шаклланишига қулай шароит яратиши илмий асосланди. Миллий туристик маҳсулотларга талабнинг ўзгаришига мувофиқ тарзда, истиқболли туристик сегментларга йўналтирилган маркетинг стратегиясини амалга ошириш лозимлиги илмий хулосалар асосида «Ўзбектуризм» МК томонидан худудий маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш учун тавсия этилди.

8. Хизматлар соҳасида маркетинг концепциясига оид турли иқтисодий мактаблар ва таълимотларнинг қиёсий таҳлили натижасида худудий туризм бозорида анъанавий (товар, нарх, сотиш стратегиялари), ички (ходимларни мотивациялашга оид стратегия) ва интерфаол (инфратузилмага оид ва сервис стратегиялари) маркетинг концепцияларини ўзаро вертикал ва горизонтал интеграциялашган тарзда амалга ошириш зарурлиги исботланди. Бундан ташқари, интеграциялашган маркетинг концепциясини худудий туризм

бозорини тартибга солишнинг барча даражаларида ўзаро кооперациялашган ҳолда амалга ошириш йўналишлари таклиф этилди.

9. Худудий туризм бозорида қуйидаги инновацион лойиҳаларни амалга ошириш: уяли телефонларда ўрнатилган электрон-гид-йўл-кўрсаткичлар, музей ва кўрғазмалар электрон экскурсоводларини жорий этиш; худуднинг туристик салоҳиятини акс эттирувчи мультимедияли такдимотларни тайёрлаш; «Самарқанд – туризм маркази» веб-портали саҳифаларида жойлаштириш орқали виртуал экскурсияларни ташкил этиш; ўрта аср русумидаги меҳмонхона қуриш ва «анимацион» дастурлардан фойдаланиш; геоахборотлар тизимини такомиллаштириш орқали интерактив туристик ахборотлар тизимини шакллантириш таклиф этилди.

10. Худудий туризм бозорида туристик ахборотлар тизимини шакллантириш механизми ишлаб чиқилди. Туристик ахборотлар тизимининг асосий таркибий қисми сифатида виртуал туристик офисларни яратиш ва интерактив туристик ахборотлар тизимини шакллантириш орқали худудий туристик маҳсулотларни диверсификация қилиш ва уларнинг инновацион турларини яратиш таклифи асосида «Ўзбектуризм» МКнинг ташкилий тузилмасини такомиллаштириш тавсия этилди.

11. Худудий туризм бозорини самарали тартибга солиш механизмнинг асосий таркибий қисми сифатида давлат ва хусусий бизнес ҳамкорлиги механизмларини такомиллаштириш лозим. Бу борада худудий туризм бозорини тартибга солиш тизимининг барча даражаларида худудий туристик кластернинг шаклланиши ва ривожланишига кўмаклашувчи ижтимоий институтларни (макродаражада – «Кластерли ривожланиш бўйича идоралараро кенгаш»ни, худуд миқёсида – «Худудий туристик кластер фаолиятини мувофиқлаштирувчи кенгаш»ни, микродаражада – «Худудий туристик кластер аъзолари уюшмаси»ни, ихтисослашган олий ўқув юрти қошида «Кластер доирасидаги ўқув маркази»ни) шакллантириш таклиф этилди ҳамда тартибга солишнинг ҳар бир даражасида кластерли сиёсатни амалга ошириш вазифалари белгилаб берилди.

12. Туризм соҳаси ривожланишини давлат томонидан тартибга солиш тадбирлари самарадорлигини баҳолаш мақсадида худудий туризм бозори ривожланиши иқтисодий самарадорлигининг интеграл кўрсаткичи ва уни баҳолаш методикаси ишлаб чиқилди ҳамда ушбу кўрсаткичнинг 2005-2015 йиллардаги қийматлари баҳоланди. Ушбу илмий таклифдан худудда туризм соҳасини янада ривожлантириш борасида ишлаб чиқилган давлат дастурлари ва режаларининг амалга оширилиши ҳамда уларнинг ижроси мониторинги амалиётида фойдаланиш тавсия этилди.

13. Худудий туризм бозори субъектлари бошқарув тизими самарадорлигининг корреляцион боғланиш коэффицентлари асосидаги интеграл кўрсаткичи ва уни баҳолаш методикаси ишлаб чиқилди ҳамда Самарқанд вилояти туризм бозорида фаолият юритаётган «САТИА» масъулияти чекланган жамияти, «Orient Voyages» хусусий сайёҳлик агентлиги, «Sogda-tur» масъулияти чекланган жамияти ҳамда «Экспри-дютемп» хусусий туристик фирмалари мисолида мазкур кўрсаткичнинг

қийматлари баҳоланди. Ушбу илмий таклифдан ҳудудий туризм бозори субъектлари амалиётида фойдаланиш тавсия этилди.

14. Туризм бозорини асосий ривожланиш кўрсаткичларининг 2017-2020 йиллардаги қийматларини прогнозлаштиришда қуйидаги эконометрик моделлардан: Ўзбекистон Республикаси бўйича реализация қилинган туризм хизматлари ҳажмини, туризм хизматлари экспорти ҳажмини, ички ташриф буюрувчилар сонини прогнозлаштиришда чизикли моделдан, кирувчи ташриф буюрувчилар сонини прогнозлаштиришда даражали моделдан фойдаланиш; Самарқанд вилояти бўйича реализация қилинган туризм хизматлари ҳажмини прогнозлаштиришда чизикли моделдан, туризм хизматлари экспорти ҳажмини прогнозлаштиришда квадратик моделдан, кирувчи ташриф буюрувчилар сонини прогнозлаштиришда логарифмик моделдан фойдаланиш тавсия этилди.

15. Ҳудудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденцияларидан келиб чиқиб, Самарқанд вилоятида кластерли ёндашув асосидаги, ташкилий-институционал ва ижтимоий-иқтисодий мазмундаги чора-тадбирдар мажмуидан иборат ҳудудий туризм бозорини ривожлантириш концепцияси ишлаб чиқилди.

**РАЗОВЫЙ СОВЕТ ПО ПРИСУЖДЕНИЮ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ  
ДОКТОРА НАУК ПРИ САМАРКАНДСКОМ ИНСТИТУТЕ  
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА  
САМАРКАНДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**АЛИМОВА МАШХУРА ТОИРХОНОВНА**

**ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ  
РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ  
САМАРКАНДСКОЙ ОБЛАСТИ)**

**08.00.05 – Экономика отраслей сферы услуг (экономические науки)**

**АВТОРЕФЕРАТ ДОКТОРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ**

**Самарканд – 2017**

**Тема докторской диссертации зарегистрирована Высшей аттестационной комиссией при Кабинете Министров Республики Узбекистан (регистрационный номер 14.07.2016/B2016.3.1718).**

Докторская диссертация выполнена в Самаркандском государственном университете.

Автореферат диссертации на трех языках (узбекском, русском, английском) размещён на веб-странице Научного совета ([www.sies.uz](http://www.sies.uz)) и информационно-образовательном портале «Ziyonet» ([www.ziyonet.uz](http://www.ziyonet.uz)).

**Научный консультант:** **Тураев Баходир Хатамович**  
доктор экономических наук

**Официальные оппоненты:** **Мухаммедов Мурод Мухаммедович**  
доктор экономических наук, профессор

**Тухлиев Нурислом**  
доктор экономических наук, профессор

**Махкамова Мамлакат Абдукадировна**  
доктор экономических наук, профессор

**Ведущая организация:** **Ташкентский государственный экономический университет**

Защита диссертации состоится \_\_ февраля 2017 года в \_\_: \_\_ ч. на заседании разового совета по защите диссертаций на соискание ученой степени доктора экономических наук при Самаркандском институте экономики и сервиса по адресу: 140100, г. Самарканд, ул. Амира Темура, 9. Тел.: (+99866) 231-07-45, факс: (+99866) 233-28-38, e-mail: ilm@sies.uz.

С докторской диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Самаркандского института экономики и сервиса (регистрационный № 004).

Адрес: 140100, город Самарканд, ул. Амира Темура, 9. Тел.: (+99866) 231-07-45, факс: (+99866) 233-28-38, e-mail: ilm@sies.uz.

Автореферат диссертации разослан \_\_\_\_\_ февраля 2017 года.  
(протокол реестра №04 от \_\_ февраля 2017 года).

**М.Р.Болтабаев**

Председатель научного совета по  
присуждению ученой степени доктора наук,  
д.э.н., профессор

**И.С.Тухлиев**

Учёный секретарь Научного совета по  
присуждению ученой степени доктора наук,  
д.э.н., профессор

**М.М.Мухаммедов**

Председатель Научного семинара при совете  
по присуждению ученой степени доктора  
наук, д.э.н., профессор

## ВВЕДЕНИЕ (Аннотация докторской диссертации)

**Актуальность и востребованность темы диссертации.** Как ведущая отрасль мировой экономики туризм сегодня имеет значительный вклад в социально-экономическом развитии стран. По данным Всемирной туристской организации, в 2015 году «на долю этой сферы приходилось 9,8 процентов мирового валового продукта, 6 процентов экспорта товаров и услуг, 30 процентов международного экспорта услуг, 9,5 процентов от общего уровня занятости, а также каждое одиннадцатое новое рабочее место в мире создано в сфере туризма»<sup>16</sup>.

В нашей стране с самых первых лет независимости особое внимание уделялось развитию сферы туризма. При этом, были реализованы целевые меры, что способствовало достижению определенных результатов, в частности обеспечено достижение доли данной сферы «в валовом внутреннем продукте страны 3,2 процента, доли в экспортном потенциале 1,5 процента»<sup>17</sup>. На сегодняшний день уделив важное значение ускоренному развитию сферы туризма, одной из целевых задач и приоритетных направлений государственной политики в сфере туризма на среднесрочную перспективу определено «придание туризму статуса стратегического сектора экономики, превращение этой отрасли в мощный инструмент устойчивого развития, структурных преобразований и диверсификации экономики, который должен стать локомотивом для ускоренного комплексного развития всех регионов и сопряженных отраслей»<sup>18</sup>.

В целях развития сферы туризма, повышения его социально-экономического значения и доли в экономике, особое внимание в мире уделяется современным научным исследованиям, создающим основу для эффективного развития рынка туризма. С точки зрения раскрытия особенностей и тенденций развития рынка туризма, также совершенствования организационно-экономических механизмов его эффективного развития методико-методологические и практические аспекты данного вопроса на сегодняшний день выделяются актуальностью.

Диссертационное исследование в определенной степени служит достижению целей, обозначенных в Указе Президента Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёева от 2 декабря 2016 года №4861 «О мерах по обеспечению ускоренного развития туристской отрасли Республики Узбекистан», в Постановлениях Кабинета Министров Республики Узбекистан от 9 марта 2015 года №51 «О мерах по развитию придорожной и туристской инфраструктуры» и от 10 марта 2015 года №53 «О некоторых вопросах развития туризма в Республике Узбекистан», а также в других нормативно-правовых актах, относящихся к данной сфере.

<sup>16</sup> UNWTO Tourism Highlights 2016 Edition, p. 3 // <http://www.unwto.org>; Travel & Tourism Economic Impact 2016 World, p. 7 // <http://www.wttc.org>.

<sup>17</sup> Travel & Tourism Economic Impact 2016 Uzbekistan, p. 8 // <http://www.wttc.org>.

<sup>18</sup> Указ Президента Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёева от 2 декабря 2016 года №4861 «О мерах по обеспечению ускоренного развития туристской отрасли Республики Узбекистан». Собрание законодательства Республики Узбекистан, 2016 г.

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

**Обзор зарубежных научных исследований по теме диссертации<sup>19</sup>.** Научные исследования, связанные с вопросами тенденций и особенностей развития рынка туризма, осуществляются в ведущих научных центрах и высших образовательных учреждениях мира, таких как: University of Surrey (Англия), Pforzheim University of Applied Sciences (Германия), European Tourism Research Institute (Швеция), Universidad Autnoma de Madrid (Испания), University of Craiova (Румыния), London School of Economics and Political Science (Англия), The Hong Kong Polytechnic University (Китай), University of Southern Denmark (Дания), University of Macedonia (Греция), Auckland University of Technology (Новая Зеландия), University of Amsterdam (Нидерландия), Austrian Institute of Economic Research (Австрия), University of Calgary (Канада), Leeds Metropolitan University (Англия), Department of Tourism and Hospitality Management (США), Harvard Business School (США), Gazi University (Турция), University of Navarre (Испания), Тихоокеанский государственный университет, Институт региональных экономических исследований, Российская международная академия туризма (Россия), Институт прогнозирования и макроэкономических исследований, Ташкентский государственный экономический университет, Самаркандский институт экономики и сервиса (Узбекистан).

На основе проведенных исследований по тенденциям и особенностям развития рынка туризма в мире получен ряд научных результатов, в частности: прогнозированы тенденции развития туризма в условиях финансово-экономического кризиса (Austrian Institute of Economic Research, Австрия; University of Surrey, Англия), оценено влияние международных спортивных соревнований и визовых ограничений на развитие сферы туризма (London School of Economics and Political Science, Англия; The Hong

---

<sup>19</sup> Обзор зарубежных научных исследований по теме диссертации осуществлен на основе следующих работ: Egon Smeral, Impacts of the World Recession and Economic Crisis on Tourism: Forecasts and Potential Risks, Austrian Institute of Economic Research, Austria, Journal of Travel Research 49 (1) 31–38; Haiyan Song, Stephen F. Witt and Gang Li Modelling and forecasting the demand for Thai tourism School of Management, University of Surrey, UK, Tourism Economics, 2003, 9 (4), 363–387; Haiyan Song, Gang Li. Tourism demand modelling and forecasting – A review of recent research, The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong, University of Surrey, UK, Tourism Management 29 (2008) 203–220; Eric Neumayer. Unequal access to foreign spaces: how states use visa restrictions to regulate mobility in a globalized world. London School of Economics and Political Science, London. Trans Inst Br Geogr NS 31 72–84 2006; Yalcin Arslanturk, Mehmet Balcilar, Zeynel Abidin Ozdemir, Time-varying linkages between tourism receipts and economic growth in a small open economy, Gazi University, Turkey, Eastern Mediterranean University, Cyprus, Economic Modelling 28 (2011) 664–671; Gil-Alana, L. A. (2005). Modelling international monthly arrivals using seasonal univariate long-memory processes. University of Navarre, Spain, Tourism Management, 26, 867–878; Monica Harryono, Yu-Feng (Tom) Huang, Koichi Miyazawa, Vijak Sethaput Thailand Medical Tourism Cluster. Harvard Business School, Microeconomics of Competitiveness. May 5, 2006; Anne-Mette Hjalager. A review of innovation research in tourism, University of Southern Denmark, Tourism Management 31 (2010) p. 1–12 и др.

Kong Polytechnic University, Китай; Leeds Metropolitan University, Англия); определена зависимость между тенденциями изменений объёма валового внутреннего продукта и валовых доходов сферы туризма (Gazi University, Турция); разработана методика прогнозирования сезонных колебаний спроса на рынке туризма (University of Navarre, Испания); разработаны методические основы использования кластерного подхода и инноваций для обеспечения положительных тенденций на рынке туризма и повышения его конкурентоспособности (Harvard Business School, США; University of Southern Denmark, Дания).

В настоящее время приоритетными направлениями научных исследований в мире, направленных на повышение эффективности развития рынка туризма, являются: совершенствование методик внедрения системы вспомогательных счетов в практику туристской статистики; совершенствование организационно-экономических механизмов развития рынка туризма на основе инновационного подхода; совершенствование методологии формирования и функционирования регионального туристского кластера; совершенствование методики оценки доли туризма в экономике и мультипликативной эффективности в сфере туризма; повышение конкурентоспособности рынка туризма через внедрение инновационных информационных технологий и современной маркетинговой концепции.

**Степень изученности проблемы.** В экономической литературе изучены теоретические и методологические проблемы разных аспектов развития рынка туризма. Теоретические и практические вопросы социально-экономических отношений, присущих экономике туризма, экономике рынка туризма, а также отдельные проблемы использования туристских ресурсов отражены в научных работах и исследованиях ученых стран СНГ, таких как В.И.Азар, А.Ю.Александрова, В.С.Боголюбов, И.Т.Балабанов, М.Б.Биржаков, М.Н.Дмитриев, А.Б.Здоров, Н.Б.Зорин, В.А.Квартальнов<sup>20</sup> и др. В научных работах и исследованиях таких ученых как Н.А.Восколович, А.П.Дурович, С.Бриггс, Ф.Котлер, Дж.Боуэн, Дж.Мейкенз, Г.А.Папирян, Ю.А.Пшеничных, В.А.Квартальнов, А.Э.Саак<sup>21</sup> рассмотрены теоретические основы и практические аспекты маркетинга туризма, организации и

---

<sup>20</sup> Азар В.И. Экономика и организация туризма. - М.: Экономика, 2003. - 322 с.; Александрова А.Ю. Международный туризм. - М.: Аспект Пресс, 2002. - 346 с.; Боголюбов В.С. Экономика туризма: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. - М.: «Академия», 2005. - 192 с.; Биржаков М.Б. Введение в туризм: изд. 9-е, перераб. и доп. СПб.: Издательский дом «Герда», 2007. - 576 с.; Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма: учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 176 с.; Дмитриев М.Н., Забаева М.Н. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: учебник. М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2006. - 310 с.; Здоров А.Б. Экономика туризма. Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2005. - 272 с.; Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: справочник -М.: Финансы и статистика, 2000.- 368 с.

<sup>21</sup> Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг. - М.: ТЕИС, 2001; Дурович А. Маркетинг в туризме: учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. - Минск: Новое знание, 2001. - 473 с.; Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: учебник для вузов. Второе издание. - М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2002. - 1063 с.; Сьюзен Бриггс. Маркетинг в туризме. - К.: Знання-Прес, 2005. - 358 с.; Папирян Г.А. Маркетинг в туризме. - М.: Финансы и статистика, 2002; Квартальнов В.А. Менеджмент и маркетинг в социально-культурной сфере. Учеб.пособие. 2-е изд. - СПб.: Книжный дом, 2003. - 644 с.; Саак А.Э., Пшеничных Ю.А. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме. Учебное пособие. - СПб.: Питер, 2007. - 480 с.

реализации маркетинга на рынке туризма. Среди исследований, посвящённых методологическим задачам совершенствования системы управления в сфере туризма и организации туристской деятельности можно выделить научные работы В.Г.Гуляева, М.А.Жуковой, Н.И.Кабушкина, В.А.Квартальнова, Н.К.Моисеевой, И.И.Черкасовой, А.Д.Чудновского, В.С.Сенина<sup>22</sup>.

Отдельные задачи развития сферы туризма в условиях Узбекистана отражены в научных трудах целого ряда учёных-экономистов, как К.Х.Абдурахмонов, Е.В.Голышева, Н.С.Ибрагимов, М.К.Пардаев, А.Ф.Саидов, Б.Ш.Сафаров, Т.Ташмуратов, Н.Тухлиев, И.С.Тухлиев, Б.Х.Тураев, Д.К.Усманова, О.Х.Хамидов<sup>23</sup> и др.

Научные исследования вышеприведённых ученых имеют свое должное место и значение среди научных работ в этом направлении, но проблемы, связанные с совершенствованием методик оценки тенденций и особенностей развития регионального рынка туризма оказались за рамками их исследований. В частности, недостаточно исследованы методологические вопросы совершенствования организационно-экономического механизма развития рынка туризма на базе современной концепции маркетинга и инновационных технологий, с учётом особенностей и тенденций развития данного рынка. Кроме этого, каждая проблема требует особого решения, исходя из определённого места и периода своего возникновения. Вышеприведённые утверждения служат основой для определения цели и задач исследования.

**Связь темы диссертации с научно-исследовательскими работами учреждения высшего образования, где выполнена диссертация.** Диссертационное исследование выполнено в рамках плана научно-исследовательских работ Самаркандского государственного университета, а

---

<sup>22</sup> Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности: учебное пособие. - М.: Нолидж, 1996; Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 192 с.; Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: учеб. пособие. - Минск: БГЭУ, 1999. - 440 с.; Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме: Современный опыт управления. - М.: Финансы и статистика, 1999; Моисеева Н.К. Стратегическое управление туристской фирмой. - М.: Финансы и статистика, 2000; Черкасова И.И. Регулирование регионального туристского рынка на основе совершенствования организационно-качественных параметров. Монография. - М.: ИВЦ «Маркетинг», 2005; Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрией туризма: учеб. пособие. - М.: КРОНУС, 2004.

<sup>23</sup> Абдурахмонов К.Х. Менеджмент туризма: учебное пособие. - Т.: Филиал ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова» Ташкент, 2013. - 248 с.; Голышева Е.В. Совершенствование организации и механизма регулирования развития туризма в рыночных условиях. Дис...канд.экон.наук. - Ташкент, 2012. - 156с; Пардаев М.К., Атабаев Р. Туристтик ресурсларни тахлил қилиш ва баҳолаш. - Самарқанд: СамИСИ, 2006. - 137 б.; Сафаров Б.Ш. Миллий туризм хизматлар бозорини инновацион ривожлантиришнинг методологик асослари. - Т.: Фан ва технология, 2016. - 184 б.; Ташмуратов Т.Т. Халқаро туризм. - Т.: Турон - Иқбол, 2007. - 320 б.; Тухлиев И.С., Ҳайитбоев Р., Сафаров Б.Ш., Турсунова Г.Р. Туризм асослари. Дарслик. - Т.: Фан ва технология, 2014. - 332 б.; Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Менеджмент и организация бизнеса в туризме Узбекистана. - Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. - 367 с.; Тураев Б.Х. Организационно-экономические механизмы регионального туризма. - Т.: Фан, 2009. - 153 с.; Усманова Д.К. Особенности формирования туристского продукта и перспективные направления его развития. Дис...канд.экон.наук. - Самарканд: СамИСИ, 2009. - 157 с.; Хамидов О.М. Выбор конкурентной стратегии предприятия на рынке туристических услуг Узбекистана. Дис ... канд.экон.наук - Самарканд: СамИСИ, 2006. - 155 с.; Ибрагимов Н.С. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда дестинацион менежмент концепциясини қўллаш. И.ф.н. дисс.- Бухоро, 2006. - 183 б.

также государственного проекта фундаментальных исследований Ф-1-53 «Туристский кластер: методология формирования и функционирования».

**Целью исследования** является разработка предложений и рекомендаций по раскрытию тенденций и особенностей развития рынка туризма Самаркандской области, а также совершенствованию организационно-экономического механизма его эффективного развития.

**Задачи исследования:**

формирование авторских определений категорий “туризм”, “рынок туризма” на основе теоретического анализа их сущности;

разработка структуры рынка туризма, на основе группирования составных элементов данного рынка;

исследование особенностей развития рынка туризма;

определение основных структурных тенденций развития регионального рынка туризма;

исследование тенденций развития регионального рынка туризма и значимых факторов воздействующих на них при помощи экономико-математических методов;

разработка предложений по совершенствованию методики определения реального и потенциального спроса на рынке туризма;

разработка предложений и рекомендаций по совершенствованию институциональных основ развития регионального рынка туризма на основе изучения нормативно-правовой основы сферы туризма в нашей стране;

разработка методик совершенствования организационно-экономического механизма эффективного развития регионального рынка туризма в условиях инновационной экономики;

разработка критериев и показателей оценки эффективности развития регионального рынка туризма;

разработка концептуальных основ развития регионального рынка туризма в условиях инновационной экономики.

**Объектом исследования** является деятельность субъектов рынка туризма Самаркандской области.

**Предметом исследования** является совокупность социально-экономических, организационно-экономических отношений, связанных с эффективным развитием рынка туризма Самаркандской области в условиях инновационного развития национальной экономики.

**Методы исследования.** В диссертационной работе использованы такие методы, как научная абстракция, анализ и синтез, индукция и дедукция, системный анализ, проведение и анализ социологического опроса, SWOT-анализ, экономико-статистические методы, в частности, регрессионный анализ, экстраполяция и аналитическое выравнивание динамических рядов.

**Научная новизна исследования** заключается в следующем:

усовершенствована методика определения по методу Гаусса реального и потенциального спроса на рынке туризма, на основе оценки степени влияния макрорегионов и визовых ограничений на данный спрос в условиях инновационного развития национальной экономики;

разработаны предложения по совершенствованию статистики туризма в соответствии с международными стандартами путём внедрения системы вспомогательных счетов;

усовершенствована методика оценки и интегральный показатель экономической эффективности развития регионального рынка туризма, как целостной системы;

усовершенствована методика оценки эффективности системы управления субъектов сферы туризма на основе определения корреляционной зависимости в динамических нормативах;

обоснованы прогнозные параметры развития сферы на период 2017-2020 годы, направленные на эффективное и более обширное использование потенциала туризма, а также тенденций развития регионального рынка туризма.

**Практические результаты исследования** заключаются в следующем:

разработаны научно-теоретические определения экономических категорий системы туризма;

разработаны предложения по диверсификации региональных туристских продуктов и созданию их инновационных видов путём формирования виртуальных туристских офисов на региональном рынке туризма;

разработаны базы данных эконометрической модели по определению перспективного спроса на национальные туристские продукты и регионального рынка туризма;

определены тенденции изменения внешнего спроса на национальные туристские продукты под влиянием мирового финансово-экономического кризиса.

**Достоверность результатов исследования** определяется использованием в процессе анализа официальных данных Всемирной туристской организации, Государственного комитета Республики Узбекистан по статистике, а также научной обоснованностью и соответствием применённых в работе методов указанной цели, проведением социологических опросов в широком масштабе респондентов, практической апробацией заключений, предложений и рекомендаций, представленных в работе.

**Научная и практическая значимость результатов исследования.**

Научное значение результатов исследования подтверждается возможностью использования научных результатов для оценки тенденций и особенностей развития регионального рынка туризма, в совершенствовании в этом направлении методико-методологического аппарата, экономико-правовых основ организационно-экономического механизма эффективного развития в условиях инновационной экономики.

Практическое значение результатов исследования определяется возможностью их применения для эффективной организации регионального рынка туризма, что позволит повысить конкурентоспособность субъектов сферы туризма на внутреннем и внешнем рынках, а также при разработке и реализации мониторинга программы дальнейшего развития сферы туризма,

эффективной стратегии развития сферы туризма, плана региональных маркетинговых мероприятий.

**Внедрение результатов исследования.** Научные результаты, полученные в процессе исследования по раскрытию тенденций и особенностей развития рынка туризма Самаркандской области и его эффективного развития получили практическое воплощение, в частности:

научные результаты по совершенствованию методики определения реального и потенциального спроса на рынке туризма были внедрены в деятельность НК «Узбектуризм» (справка №02-09/1882 от 8 ноября 2016 года НК «Узбектуризм»). Использование научных результатов даст возможность разработки эффективной туристской стратегии, обоснованной аналитической информацией и показателями, определяющими спрос на национальные туристские продукты;

научные результаты по совершенствованию статистики туризма в соответствии с международными стандартами были использованы в разработке форм государственной статистической отчетности за 2017 год (справка №01/3-10-17/2-428 от 15 ноября 2016 года Государственного комитета Республики Узбекистан по статистике). Применение данных результатов даст возможность ведения государственных статистических наблюдений в соответствии с международными стандартами;

научные результаты по методике оценки интегрального показателя экономической эффективности развития регионального рынка туризма были использованы в реализации и обеспечении мониторинга «Плана конкретных практических мер по дальнейшему развитию туризма в Самаркандской области за 2016-2017 годы» подтвержденного протоколом собрания №30 от 8 июня 2016 года Кабинета Министров Республики Узбекистан (справка №02-09/1883 от 8 ноября 2016 года НК «Узбектуризм»). Использование научных результатов даст возможность оценки эффективности государственного регулирования развития сферы туризма;

научные результаты по методике оценки интегрального показателя эффективности системы управления туристских предприятий на основе коэффициентов корреляционной зависимости приняты для использования в практике субъектов сферы туризма, ведущих деятельность в Самаркандской области (справка №02-09/1883 от 8 ноября 2016 года НК «Узбектуризм»). Использование научных результатов даст возможность оценки эффективности системы управления региональных туристских предприятий и формирования механизма стимулирования по результатам их деятельности;

научные выводы и рекомендации, разработанные по выявленным тенденциям изменения спроса на национальный туристский продукт под влиянием мирового финансово-экономического кризиса, а также по прогнозированию основных показателей развития регионального рынка туризма за 2017-2020 годы приняты в качестве основы в разработке плана региональных маркетинговых мероприятий в НК «Узбектуризм» (справка №02-09-1884 от 8 ноября 2016 года НК «Узбектуризм»). Использование научных результатов даст возможность реализации запланированных

маркетинговых мероприятий в сфере туризма за 2017-2020 годы и увеличения числа зарубежных потребителей национальных туристских продуктов с среднегодовым приростом 6%;

научные результаты по совершенствованию научно-теоретических определений экономических категорий системы туризма были использованы в проекте НИП-2-15 «Проблемы комплексного развития детского, юношеского и молодежного туризма в Узбекистане» (2012-2014 годы) и в разработке толкового словаря «Толковый словарь терминов в детско-юношеском и молодёжном туризме» (справка №ФТК-0313/427 от 9 июля 2016 года Комитета по координации развития науки и технологий Республики Узбекистан). Использование научных результатов даст возможность совершенствования административно-правовой базы сферы туризма в соответствии с международными рекомендациями;

научные результаты по диверсификации региональных туристских продуктов и созданию их инновационных видов путем формирования виртуальных туристских офисов на региональном рынке туризма были использованы при создании виртуальных туров и виртуального портала «Welcome Uzbekistan» при НК «Узбектуризм» (справка №02/257 от 17 февраля 2016 года НК «Узбектуризм»). В результате, в 2015 году было достигнуто повышение количества иностранных туристов на 1950 человек, что способствовало увеличению объёма реализации туристских услуг на 1880 млн. сумов.

**Апробация результатов исследования.** Результаты исследования были представлены на 36 научно-практических форумах и конференциях республиканского и международного масштаба, в том числе на 15 международных конференциях, по следующим темам: «Молодежь в современном мире: проблемы и перспективы» (Уфа, 2013), на XXVIII Международных плехановских чтениях (Москва, 2015), «Проблемы прогнозирования и государственного регулирования социально-экономического развития» (Минск, 2015), «Theory, practice and innovations of the development of travel, hotel and restaurant industries» (Украина, 2015), на XXVI-Международных плехановских чтениях (Москва, 2013), «Современная экономика и финансы: исследования и разработки» (Санкт-Петербург, 2015), «Хизматлар бозори: муаммо,ечимлар ва истиқболлар» (Самарканд, 2012), на международном туристском форуме «Региональный туризм: современное состояние, проблемы и перспективы» (Ташкент, 2012), на III-форуме молодых учёных-экономистов «Научные основы мобилизации резервов роста и модернизации экономики» (Ташкент, 2014), на VI-форуме учёных-экономистов «Эффективное использование социально-экономического потенциала и привлечение новых источников экономического роста» (Ташкент, 2014).

**Публикация результатов исследования.** По теме диссертации было опубликовано 60 научных работ, в том числе 1 монография, 20 статей в научных изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией

Республики Узбекистан для публикации основных результатов докторских диссертаций, из которых 17 в республиканских и 3 в зарубежных журналах.

**Структура и объем диссертации.** Объем диссертации составляет 265 страниц текста и состоит из введения, 5 глав, заключения, списка использованной литературы и приложений.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ**

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

**В первой главе исследованы теоретико-методологические основы развития рынка туризма в условиях модернизации экономики**, на основе глубокого научно-теоретического анализа социально-экономической значимости и роли туризма в мировой экономике, сущности и особенностей рынка туризма и его компонентов, разработаны авторские определения экономических категорий сферы туризма и принципы развития данного рынка. Посредством исследования теории систем и системного подхода, определены системные особенности развития рынка туризма, предложены методы, элементы и инструменты механизма эффективного развития регионального рынка туризма на основе системного подхода, а также в качестве основной составной части данного механизма с теоретико-методологической точки обоснованы предложения формирования регионального туристского кластера и разработаны этапы его формирования.

В авторском определении понятие “туризм” трактуется, как открытая сложная социально-экономическая система, с элементами, взаимосвязанными системными полииерархическими отношениями, имеющая высокую восприимчивость к изменениям внешней среды, характеризующаяся непосредственным участием посетителей в достижении конечных результатов и формирующаяся на основе многогранной функциональной структуры межотраслевого комплекса.

Рынок туризма – сложная система состоящая из социально-экономических отношений между продавцами (предложение) и покупателями туристских продуктов (спрос), а также экономических механизмов, непосредственно регулирующих спрос и предложение на туристские продукты.

Региональный рынок туризма считается составной частью мирового рынка туризма и является системой социально-экономических отношений между продавцами и покупателями, производимых в регионе туристских продуктов, а также формирующихся на основе материально-технических,

этнических, природно-географических, социально-экономических особенностей соответствующего региона.

В диссертации на основе теоретического анализа сущности и значения понятий системы туризма, как “туристский регион”, “туристский район”, “туристская зона”, “дестинация”, научно обоснован выбор деятельности субъектов рынка туризма Самаркандской области, как объекта исследования.

На основе теоретических взглядов автора, раскрывающих сущность и основные функции субъектов рынка туризма, в частности, туроператоров, турагентов, контрагентов, сопутствующих предприятий и посетителей, разработана структура данного рынка (рис. 1).



Рис. 1. Структура рынка туризма<sup>24</sup>

Исходя из теоретического осмысления условий развития регионального рынка туризма, были разработаны принципы его развития. Развитие данного рынка основывается на таких принципах, как межотраслевая, функциональная, иерархическая согласованность и ответственность, кооперационная деятельность на рынке туризма, что обосновывает системный подход для эффективного развития регионального рынка туризма. Таким образом, посредством теоретического анализа эволюции “теории систем”, а также определений понятия “система”, приведенных в работах ученых и исследователей сформирована точка зрения автора по системным особенностям развития регионального рынка туризма. На основе этого подхода исследованы особенности развития регионального рынка туризма, как открытой сложной экономической системы (“свойства открытой системы”, “коммутативность”, “эмерджентность”, “целостность”, “иерархичность” и т.д.).

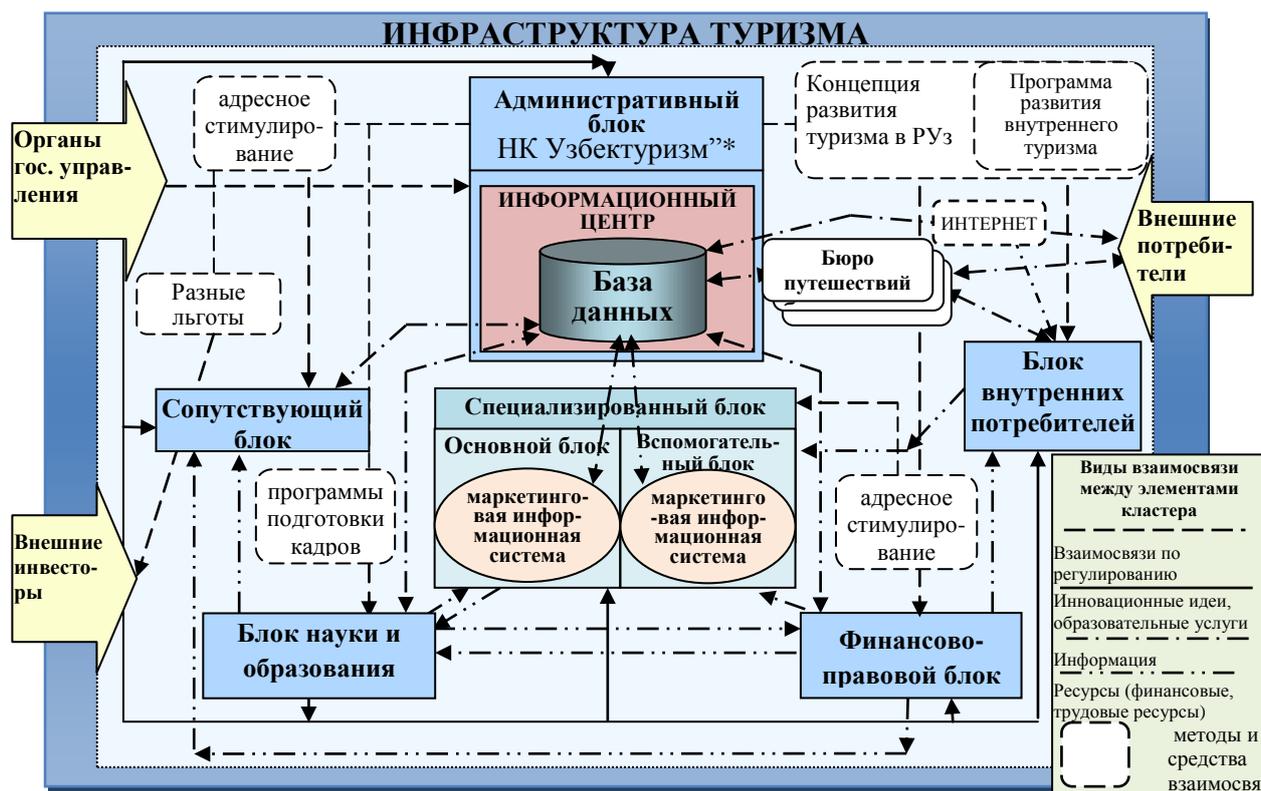
Региональный рынок туризма имеет структурную характеристику, свойственную сложной открытой экономической системе, то есть состоит из

<sup>24</sup> Разработано автором.

единства и целостности следующих элементов: системы социально-экономических отношений; организационно-правовых форм хозяйствования; рыночного механизма; системы стимулирования и мотивации субъектов рынка; инфраструктуры рынка туризма.

При этом, механизм развития регионального рынка туризма является комплексом своеобразных элементов, методов и средств, характеризующийся институциональным содержанием, также экономической, социальной и организационной структурой, реализующей функции формирования и согласования социально-экономических отношений между потребителями и продавцами туристских продуктов посредством системных взаимозависимостей целостности элементов. В диссертационной работе предложены методики совершенствования организационно-экономического механизма эффективного развития данного рынка, на основе научно-теоретического анализа понятия “экономический механизм”.

В теоретическом и методологическом аспектах обосновано предложение формирования регионального туристского кластера, как эффективного способа развития регионального рынка туризма, а также разработана его организационная структура (рис. 2).



**Рис. 2. Структура регионального туристского кластера<sup>25</sup>**

\* Примечание: по Указу Президента Республики Узбекистан Ш.М. Мирзиёева от 2 декабря 2016 года №4861 «О мерах по обеспечению ускоренного развития туристской отрасли Республики Узбекистан» создан Государственный комитет Республики Узбекистан по развитию туризма на базе упразднённой НК «Узбектуризм».

<sup>25</sup> Разработано автором.

На основе глубокого изучения теоретических, практических и методических подходов в мире, предложены этапы формирования регионального туристского кластера в Самаркандской области. При этом, результатом первого этапа является идеологическая модель (комплекс идей) формирования регионального туристского кластера, а к концу второго этапа должна быть разработана проектная модель его формирования. Заключительным результатом поэтапных мероприятий является концепция развития регионального рынка туризма на основе кластерного подхода.

Во второй главе **проведен анализ основных динамических и структурных тенденций развития** регионального рынка туризма, и на основе предложенного автором метода определения спроса на региональном рынке туризма, исследованы тенденции формирования спроса на данном рынке на основе их сравнительного анализа с соответствующими параметрами национального масштаба и разработана эконометрическая модель определения перспективного спроса на региональном рынке туризма. Проведён SWOT-анализ формирования и развития регионального туристского кластера в Самаркандской области, обоснованный результатами исследования структурных тенденций и особенностей формирования предложения на региональном рынке туризма.

На основе рекомендаций Всемирной туристской организации по статистике туризма, предложена методика определения реального спроса на национальные туристские продукты. На рисунке 3 приведено схематическое выражение данной методики. Исходя из него, количественные параметры реального спроса на региональном рынке туризма определяются сложением числа ночевавших туристов в коллективных средствах размещения к числу обслуженных экскурсантов региональными туроператорами.

Количественные параметры потенциального спроса на региональном рынке туризма предложено определять через вместимость региональных коллективных средств размещения:

$$ПТ=365\times M_c / T_{ym} + 365\times C_c / T_{yc} + 365\times D_c / T_{уд}, (1)$$

где: ПТ – количество потенциального спроса на региональном рынке туризма;  $M_c$  – коечная вместимость гостиниц и аналогичных средств размещения (коечный фонд);  $C_c$  – коечная вместимость санаторно-курортных предприятий (коечный фонд);  $D_c$  – коечная вместимость организаций отдыха (коечный фонд);  $T_{ym}$  – среднее число ночёвок одного туриста в гостиницах и аналогичных средствах размещения;  $T_{yc}$  – среднее число ночёвок одного отдыхающего в санаторно-курортных предприятиях;  $T_{уд}$  – среднее число ночёвок одного отдыхающего в организациях отдыха.

В результате изучения структурных тенденций спроса на региональном рынке туризма, на основе предложенного метода определения реального и потенциального спроса на рынке туризма (рис. 3), выявлены следующие особенности и тенденции развития данного рынка: увеличение числа путешествий, организуемых туристами “в последние минуты”; развитие внутреннего рынка туризма в результате улучшения уровня жизни местного населения, а также растущей мобильности молодежи; развитие путешествий,



целями за данный период. При этом, определена степень влияния факторов, включенных в выборку (количество наблюдений в статистической выборке  $n=700$ , количество факторов  $k=23$ ) на зависимый показатель “число иностранных граждан, въезжающих в Республику Узбекистан в туристских целях”.

В целях анализа влияния факторов, не имеющих количественного описания, в выборку данных для модели, нами были включены ряд фиктивных переменных (кризис, регион, визовые ограничения). Фиктивная переменная (англ. *dummy variable*) – качественная переменная, принимающая значения «0» и «1», включаемая в эконометрическую модель для учёта влияния качественных признаков и событий на объясняемую переменную. На основе результатов анализа, нами были выделены значимые факторы, введенные в эконометрическую модель (табл. 1).

**Таблица 1**

**Составная структура модели<sup>27</sup>**

<b>зависимый показатель (y) – количество иностранцев въезжающих в Республику Узбекистан с туристскими целями (чел.)</b>						
значимые факторы		Нестандартизованные коэффициенты		Стандартизованные коэффициенты	t-статистика	Р-значение
		B	Стандартная ошибка			
	Константа	18,654	2,232		8,358	1,2E-15
$x_1$	ВВП (млрд дол.США)	1,397	0,247	0,695	5,650	3,1E-8
$x_2$	ВВП на душу населения (дол.США.)	-5,293E-5	1,1E-5	-0,349	-4,729	3,1E-6
$x_4$	Уровень безработицы (%)	-0,079	0,029	-0,107	-2,742	0,006
$x_5$	Численность населения (млн. чел.)	-0,377	0,229	-0,169	-1,646	0,105
$x_6$	приём туристов (тыс.чел.)	0,381	0,115	0,174	3,299	0,001
$x_8$	Расстояние (км)	-2,794	0,271	-0,491	-10,316	3,8E-22
$x_9$	Валовые инвестиции (%)	2,9E-4	3,3E-4	0,033	0,866	0,387
$x_{10}$	«кризис»	0,542	0,269	0,074	2,013	0,044
$x_{11}$	визовые ограничения	1,504	0,248	0,226	6,066	3,2E-9

Таким образом, для выявления структурных изменений спроса на национальный туристский продукт, все факторы, включённые в анализ были сгруппированы под фиктивным фактором «регион» («Европа», «Азия и Океания», «Америка», «Ближний Восток», «Африка», «страны СНГ»). Согласно методу расчета относительного влияния фиктивных факторов «регион» на зависимый показатель, в процессе анализа любой из этих фиктивных факторов не будет включён в уравнение модели (в нашем примере это регион «страны СНГ»), а также влияние других факторов «регион» на зависимую переменную будет оцениваться относительно этого не включённого фактора.

Данный метод анализа даст возможность определения сравнительной значимости стран макрорегионов Европа, Азия и Океания, Америка, Ближний Восток, Африка по сравнению со странами СНГ в формировании спроса на национальные туристские продукты нашей страны (табл. 2).

<sup>27</sup> Рассчитано и разработано автором на основе данных Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, April 2015) и Государственного комитета по статистике Республики Узбекистан.

Таблица 2

**Относительная значимость географических регионов в формировании внешнего спроса на национальные туристские продукты**

Факторы	В	Ст. ошиб.	Ст. коэф.	t-ст.	p-знач.
$x_{12}$ «Европа»	-1,576	0,483	-0,240	-3,261	0,001
$x_{14}$ «Азия и Океания»	-0,192	0,500	-0,026	-0,384	0,701
$x_{15}$ «Америка»	-1,285	0,800	-0,096	-1,607	0,109
$x_{16}$ «Ближний Восток»	-3,620	0,828	-0,175	-4,375	1,5E-5
$x_{17}$ «Африка»	-2,307	1,572	-0,062	-1,467	0,143

Для оценки степени воздействия географических регионов мира на формирование спроса на национальные туристские продукты Республики Узбекистан в посткризисном периоде из выборки модели были исключены факторы «регион» и поочередно включены ряд преобразованных факторов в виде «регион×кризис» (значения которых вычислены умножением факторов «регион» и «кризис») (табл. 3).

Таблица 3

**Значимость географических регионов в формировании перспективного спроса на национальные туристские продукты**

Факторы	В	Ст. ошиб.	Ст. коэф.	t-ст.	p-знач.
$x_{18}$ «Европа × кризис»	-0,721	0,366	-0,106	-1,969	0,050
$x_{19}$ «СНГ × кризис»	1,173	0,474	0,115	2,475	0,014
$x_{20}$ «Азия × кризис»	0,832	0,390	0,096	2,136	0,033
$x_{22}$ «Ближний Восток × кризис»	-3,266	0,894	-0,133	-3,654	2,9E-4
$x_{21}$ «Америка × кризис»	-0,814	0,731	-0,045	-1,114	0,266
$x_{23}$ «Африка × кризис»	-1,397	2,438	-0,022	-0,573	0,567

В результате эконометрического анализа определены следующие качественные параметры потенциального спроса на национальные туристские продукты:

- в формировании внешнего спроса на национальные туристские продукты более значимы страны с более высоким ВВП, но с более низким количеством ВВП на душу населения.

- одним из главных факторов, воздействующих на въезд в Республику Узбекистан иностранных граждан с туристскими целями является отдалённость страны постоянного их проживания от республики (увеличение данного расстояния на 1% приведёт к уменьшению внешнего спроса на 2,79%);

- по результатам сравнительного анализа, воздействие макрорегионов «Европа», «Азия и Океания», «Америка», «Ближний Восток», «Африка» в формировании внешнего спроса на национальные туристские продукты отрицательное по сравнению с регионом «страны СНГ»;

- выявлено изменение географической составной структуры внешнего спроса на национальные туристские продукты под влиянием мирового финансово-экономического кризиса (в данном периоде значимость макрорегионов “страны СНГ”, “Азия и Океания” в формировании потенциального спроса на национальные туристские продукты высокая по сравнению с другими макрорегионами мира);

– установление упрощенных визовых формальностей является одним из главных факторов положительно влияющих на объём въездного туристского потока в нашу страну.

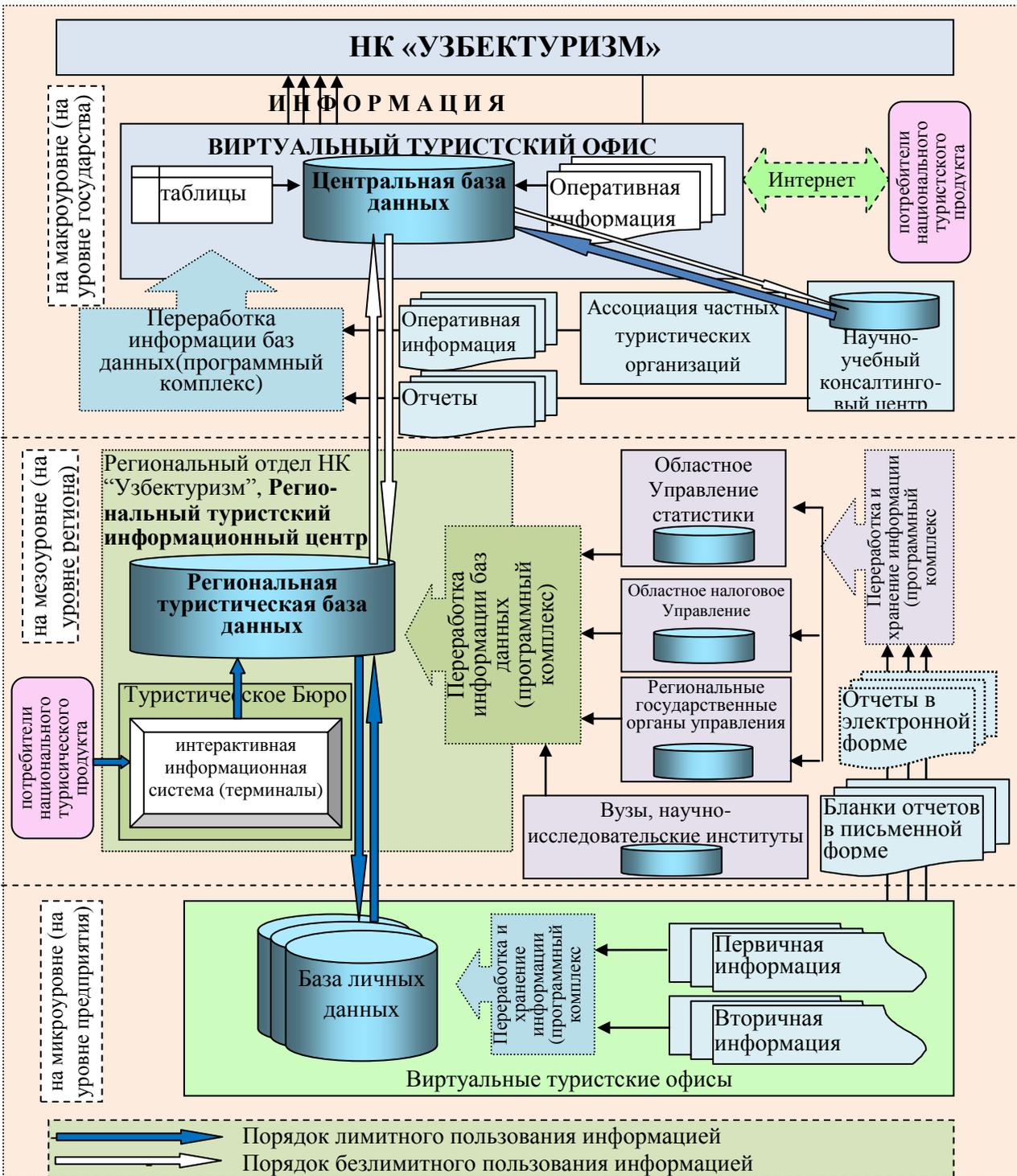
На основе сравнительного анализа структурных тенденций формирования предложения на региональных рынках туризма Республики Узбекистан, определены особенности формирования предложения на рынке туризма Самаркандской области, ряд задач и проблем совершенствования региональной инфраструктуры туризма (на основе сравнительного анализа тенденций формирования предложения предприятий туроператорских, транспортных, информационных услуг, и услуг по организации досуга, питания, проживания), а также разработаны предложения и рекомендации, направленные на их решение.

**В третьей главе разработаны предложения и рекомендации по инновационным направлениям реализации концепции маркетинга на региональном рынке туризма.** При этом, на основе результатов исследования особенностей туристского продукта, маркетинга туризма, моделей реализации концепции маркетинга в сфере услуг, нами были разработаны предложения и рекомендации по практическим и методическим аспектам реализации интеграционной концепции маркетинга на региональном рынке туризма. Кроме этого, исходя из необходимости внедрения инноваций в региональный рынок туризма, интерпретации понятия “инновация”, классификации видов инноваций сферы туризма, анализа современных информационно-технологических систем, используемых в данной сфере, а также существующей в этой области международной практики, нами были разработаны предложения и рекомендации по направлениям инновационного развития регионального рынка туризма и совершенствованию информационно-аналитической системы данного рынка.

Особенности маркетинга туризма создают предпосылку реализации на рынке туризма интеграционной маркетинговой концепции, то есть комплексную реализацию традиционной, интерактивной и внутренней концепции маркетинга. Реализация интеграционной концепции маркетинга в туризме на нескольких кооперированных между собой уровнях является, одним из важных условий достижения высокой эффективности на региональном рынке туризма.

Разработан механизм формирования туристской информационной системы на региональном рынке туризма. Этот механизм состоит из комплекса элементов, регулирующих отношения и взаимосвязи, связанные с формированием баз данных соответственного порядка на всех уровнях управленческой деятельности в сфере туризма, интегрированием информации с нижнего уровня до верхнего, передачей её в системном порядке по горизонтальному и вертикальному направлению, определением лимита и порядка пользования информацией для каждого элемента в рамках данной системы (рис. 4). Считаю целесообразным формирование виртуальных туристских офисов и интерактивной туристской

информационной системы, как основной составной части туристской информационной системы.



**Рис. 4. Механизм формирования туристской информационной системы<sup>28</sup>**

В четвертой главе разработаны предложения и рекомендации по совершенствованию организационно-экономических механизмов регулирования регионального рынка туризма. На основе изучения составной структуры системы регулирования регионального рынка туризма, были разработаны предложения и рекомендации по совершенствованию

<sup>28</sup> Разработано автором.

институциональных основ регулирования регионального рынка туризма, а также модель регулирования данного рынка, обеспечивающая его более эффективное развитие. Предложены показатели и критерии оценки эффективности системы регулирования регионального рынка туризма, а также методика оценки экономической эффективности развития регионального рынка туризма.

Система регулирования рынка регионального туризма имеет сложную полииерархическую структурную форму и состоит из блока горизонтальных и вертикальных конструкций. В диссертации приведена составная структура системы регулирования регионального рынка туризма в горизонтальном и вертикальном разрезе, а также предложены методы и инструменты совершенствования данных структур на основе кластерного подхода. При этом, кластерная политика должна быть разработана и реализована на трех уровнях, а именно: на уровне государства, региона и бизнес структур (рис. 5).

Исходя из комплексного анализа составной структуры системы регулирования регионального рынка туризма, принципов и мер по разработке и реализации кластерной политики, особенностей механизма регулирования регионального рынка туризма, разработана модель системы регулирования, обеспечивающая более эффективное развитие регионального рынка туризма. Целесообразно выделение следующих его компонентов (подсистемных блоков): нормативно-правового регулирования и определения цели; обеспечения развития и поддержки регионального рынка туризма; обеспечения аналитической информацией регионального рынка туризма.



**Рис. 5. Стратегические направления проведения кластерной политики**

Задачу разработки показателей и критериев оценки эффективности системы регулирования рынка туризма также необходимо рассмотреть на трех уровнях, то есть на уровне: страны (региона); отдельной отрасли; отдельных субъектов туризма.

На основе исследования сущности эффективности системы и методических основ её оценки, предложены три блока критериев оценок и показателей эффективности регулирования регионального рынка туризма, а именно: социальной, экономической и бюджетной эффективности.

*Социальная эффективность* системы регулирования регионального рынка туризма отражает вклад мероприятий по регулированию в социально-экономическом развитии региона и оценивается с помощью набора показателей, выражающих степень достижения социального эффекта.

Оценка экономической эффективности системы регулирования регионального рынка туризма основывается на сравнении фактических результатов показателей развития данного рынка, достигнутых в текущем году с их запланированными целевыми значениями в мероприятиях по регулированию (в государственных программах).

Экономическая эффективность развития регионального рынка туризма характеризует существующие возможности осуществления процессов производства и реализации туристских продуктов, а также отражается в результативности этих процессов. Для выражения результативности этих процессов через результативность единой системы, предложен интегральный показатель экономической эффективности развития регионального рынка туризма:

$$IS = \sum_{i=1}^n v_i \times k_i \quad (2)$$

где: IS – интегральный показатель экономической эффективности;  $k_i$  – нормализованный (стандартизированный)  $i$ -показатель;  $v_i$  – вес  $i$ -показателя в интегральном показателе;  $n$  – количество показателей.

Предложены следующие показатели, выражающие экономическую эффективность развития регионального рынка туризма, и оценена их динамика за 2005-2015 годы: доля туристско-экскурсионных и гостиничных услуг в ВРП; доля туристско-экскурсионных и гостиничных услуг в составе сферы услуг (%); коечная нагрузка в гостиницах и других предприятиях размещения; рентабельность; количество посетителей, приходящееся на одного туроператора; количество иностранных посетителей, приходящееся на одного туроператора; количество посетителей, приходящееся на одну единицу вместимости всех предприятий размещения.

Для определения веса ( $v_i$ ) показателей эффективности развития регионального рынка туризма, включенных в состав интегрального показателя эффективности, предложено использование коэффициентов парной корреляции:

$$v_i = \sum_{j=1}^n r_{ij} / \sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^n r_{ij} \quad (3)$$

где:  $r_{ij}$  – коэффициенты парной корреляции между  $i$ - и  $j$ - показателями.

Первично, были рассчитаны коэффициенты парной корреляции показателей эффективности развития регионального рынка туризма. Используя данные коэффициенты был определен вес показателей эффективности (табл. 4).

**Таблица 4**

**Вес показателей**

$v_1$	$v_2$	$v_3$	$v_4$	$v_5$	$v_6$	$v_7$
0,1729	0,1696	0,0819	0,1364	0,1416	0,1655	0,1322

Для определения и оценки динамики показателей эффективности следует нормализовать данные показатели используя следующую формулу:

$$k_i = (k_i - k_{min}) / (k_{max} - k_{min}) \quad (4)$$

где:  $k_i$  – фактическое значение показателя;  $k_{max}$  – максимальное значение показателя;  $k_{min}$  – минимальное значение показателя.

При помощи данного метода были нормализованы коэффициенты эффективности развития регионального рынка туризма.

Используя нормализованные коэффициенты, оценена эффективность развития регионального рынка туризма за 2005-2015 года. По результатам анализа, наблюдается тенденция снижения экономической эффективности развития регионального рынка туризма за 2005-2015 года (табл. 5).

Как известно, состояние хозяйственной деятельности или системы управления предприятия можно отразить с помощью ряда показателей. Путем упорядочения этих показателей по степени роста, разрабатывается динамический норматив (ряд), соответствующий самому желанному состоянию системы управления, то есть выполняющий функцию образца (эталона).

**Таблица 5**

**Значения интегрального показателя экономической эффективности развития регионального рынка туризма за 2005-2015 годы<sup>29</sup>**

нормированные показатели	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
$v_1 \times k_1$	0,173	0,168	0,160	0,089	0,096	0,071	0,048	0,045	0,042	0,000	0,011
$v_2 \times k_2$	0,170	0,165	0,162	0,089	0,077	0,064	0,040	0,035	0,025	0,000	0,006
$v_3 \times k_3$	0,082	0,000	0,034	0,029	0,028	0,026	0,054	0,052	0,034	0,015	0,013
$v_4 \times k_4$	0,116	0,131	0,136	0,030	0,004	0,0002	0,000	0,001	0,001	0,001	0,001
$v_5 \times k_5$	0,102	0,036	0,036	0,097	0,142	0,000	0,016	0,024	0,077	0,017	0,003
$v_6 \times k_6$	0,116	0,057	0,082	0,165	0,114	0,025	0,025	0,031	0,015	0,038	0,000
$v_7 \times k_7$	0,043	0,032	0,080	0,118	0,132	0,054	0,036	0,040	0,049	0,000	0,006
интегральный показатель	0,801	0,590	0,692	0,617	0,593	0,241	0,219	0,229	0,241	0,071	0,039

В сравнительном анализе эффективности системы управления туристского предприятия можно использовать следующий динамический ряд (табл. 6).

**Таблица 6**

**Нормативный динамический ряд**

Название показателей	Нормативный порядок степени роста показателей (ранг)
<b>Прибыль</b>	1
<b>Объем реализованных туристских услуг</b>	2
<b>Объем основных производственных фондов</b>	3
<b>Расходы периода</b>	4
<b>Фонд заработной платы</b>	5
<b>Общее количество сотрудников</b>	6

Сравнительная оценка эффективности системы управления туристских предприятий может быть определена путем сравнения фактического порядка показателей, внесенных в динамический нормативный ряд с их нормативным порядком.

Для этого использованы нижеприведенные коэффициенты корреляции:

<sup>29</sup> Расчитано и разработано автором на основе данных Государственного комитета по статистике Республики Узбекистан.

### Коэффициент Спирмена

$$K_{\text{спир}} = 1 - \frac{6 \times \sum_{s=0}^n y_s^2}{n \times (n^2 - 1)}, \quad (5)$$

где:  $K_{\text{спир}}$  – коэффициент корреляции Спирмена;  $y_s$  – отклонения между фактическим и оптимальным рангом;  $n$  – количество показателей в динамическом ряде.

### Коэффициент Кендалла

$$K_{\text{кенд}} = 1 - \frac{4 \times \sum_{s=0}^n M_s}{n \times (n-1)}, \quad (6)$$

где:  $K_{\text{кенд}}$  – коэффициент корреляции Кендалла;  $M_s$  – число инверсий (изменение мест)  $s$ -показателя в динамическом ряде;  $n$  – количество показателей в динамическом ряде.

$$K_n = \frac{(1 + K_{\text{спир}}) \times (1 + K_{\text{кенд}})}{4}, \quad (7)$$

где:  $K_n$  – интегральный коэффициент эффективности.

Значение  $K_n$  меняется в промежутке от 0 до 1. При этом, на сколько близка выявленная сравнительная оценка к цифре 1, на столько это свидетельствует о том, что функционирование системы управления организации осуществляется в соответствии с его эталонным вариантом.

При помощи данной предложенной методики оценена эффективность системы управления ООО "САТИА", частного туристического агентства "Orient Voyages", ООО "Sogda-tur", частной туристической фирмы "Экспри-дютемп", ведущих деятельность на рынке туризма Самаркандской области. В ниже приведённой таблице отражены результаты этого анализа (табл. 7).

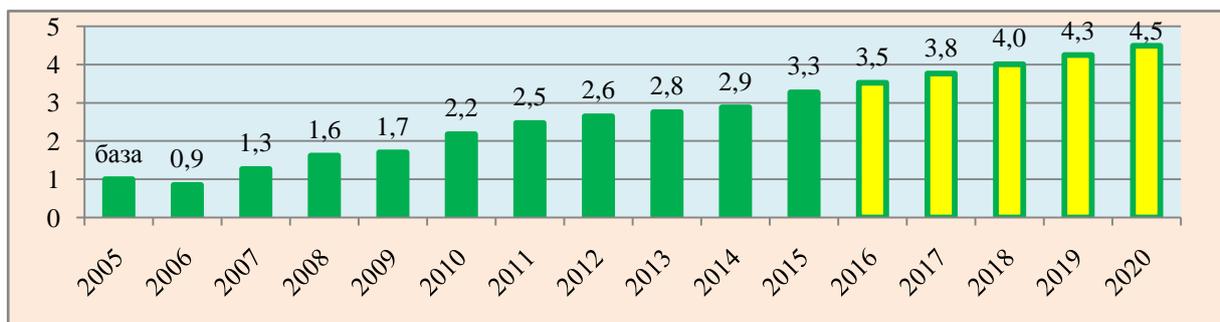
Таблица 7

### Результаты анализа оценки эффективности системы управления туристских предприятий

Туристские предприятия	$K_{\text{спир}}$	$K_{\text{кенд}}$	$K_n$
ООО САТИА	0,543	0,467	0,566
Частное туристическое агентство "Orient Voyages"	0,657	0,6	0,663
ООО "Sogda-tur"	-0,257	-0,2	0,149
частная туристическая фирма "Экспри-дютемп"	0,257	0,2	0,377

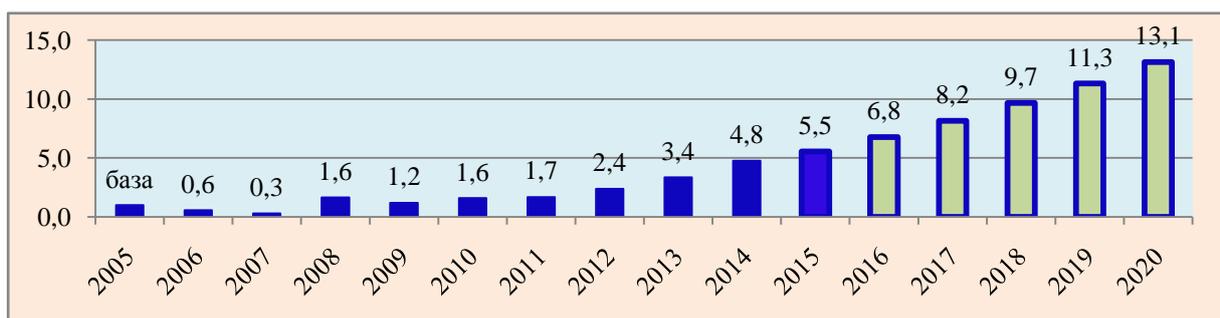
В пятой главе разработана концепция развития регионального рынка туризма в условиях инновационной экономики, а также прогнозировано развитие данного рынка.

Исходя из результатов анализа тенденций и особенностей формирования внешнего спроса на национальные туристские продукты, определены прогнозные параметры экспорта туристских услуг по республике за 2017-2020 годы (рис. 6). Исходя из результатов анализа тенденций изменения экспорта туристских услуг и формирования внешнего спроса на туристские продукты, производимые в Самаркандской области, определены прогнозные параметры данных показателей за 2017-2020 годы (рис. 7, 8).



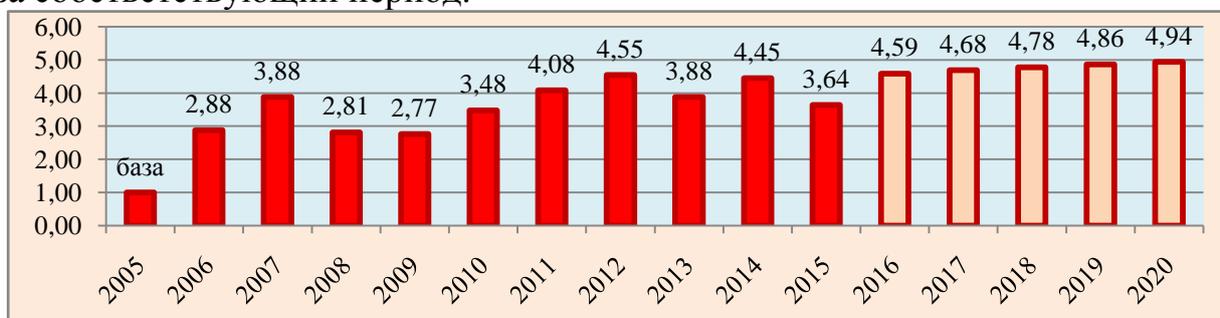
**Рис. 6. Тенденции изменения объёма экспорта туристских услуг в Узбекистане за 2005-2020 годы<sup>30</sup>**

Таким образом, при эффективном использовании имеющихся возможностей в Самаркандской области, модернизации туристской инфраструктуры и диверсификации туристского продукта региона на основе инновационного подхода, в результате совершенствования механизмов развития регионального рынка туризма на основе кластерного подхода, в 2020 году по сравнению с 2005 годом ожидается увеличение на данном рынке объёма реального внешнего спроса в 5 раз, а экспорта туристских услуг в 13 раз.



**Рис. 7. Тенденции изменения объёма экспорта туристских услуг на региональном рынке туризма за 2005-2020 годы<sup>30</sup>**

При воплощении в жизнь намеченных мероприятий, за 2017-2020 года наблюдаются сравнительно высокие темпы роста экспорта туристских услуг на уровне региона по сравнению с показателями на государственном уровне за соответствующий период.



**Рис. 8. Тенденции изменения объёма внешнего спроса на региональном рынке туризма за 2005-2020 годы<sup>30</sup>**

<sup>30</sup> Приведённые данные на рис. 6-7-8 разработаны и подсчитаны автором на основе анализа отчетов Государственного комитета по статистике РУз.

Исходя из особенностей и тенденций развития регионального рынка туризма, разработаны концептуальные основы развития данного рынка на основе кластерного подхода в Самаркандской области. При этом, данная концептуальная основа рассмотрена как системно осуществляемый комплекс мероприятий, имеющий двойное взаимосвязанное между собой организационно-институциональное и социально-экономическое содержание.

Для формирования и развития регионального туристского кластера в Самаркандской области целесообразно совершенствование существующей организационно-институциональной системы сферы туризма в стране по следующим направлениям:

1. Направления совершенствования механизма государственной поддержки в рамках регионального туристского кластера: способствование реализации проектов, повышающих эффективность взаимного сотрудничества в рамках кластера; методическая и информационно-консультационная поддержка в реализации кластерной политики в регионе; обеспечение создания благоприятных условий для формирования и развития регионального туристского кластера; способствование формированию организационных аспектов регионального туристского кластера.

2. Направления и мероприятия по совершенствованию организационной системы и институциональных основ региональной сферы туризма:

2.1. На макроуровне (на уровне страны) системы регулирования регионального рынка туризма, целесообразна реализация следующих мероприятий:

– в качестве социального института, выполняющего координирующие функции и ответственного за утверждение плана мероприятий по осуществлению кластерной политики на уровне государства и контроля за её реализацией, организовать “Межведомственный совет по кластерному развитию” при Кабинете Министров Республики Узбекистан;

– в качестве института выполняющего функции обеспечения рынка туризма информацией и регулирования туристской информационной системы, формирование “Туристского информационного центра” при НК “Узбектуризм”.

2.2. На мезоуровне (на уровне региона) системы регулирования регионального рынка туризма должны быть реализованы следующие мероприятия:

– при хокимияте Самаркандской области организация “Совета по координации деятельности туристского кластера”, как социального института, обеспечивающего выявление и осуществление кластерных инициатив, взаимное согласование социально-экономических отношений в рамках кластера, разработку плана действий и реализацию мероприятий по кластерной политике.

– формирование сети “Туристских бюро” и “Региональной информационной базы” при региональном отделении НК Узбектуризм.

2.3. На микроуровне (на уровне субъектов туристской сферы) реализации кластерной политики целесообразно формирование:

– “Ассоциации членов регионального туристского кластера”, в качестве социального института формирующего социальный капитал, основанного на сотрудничестве и взаимном доверии, а также являющегося основой кластерных инициатив;

– маркетинговой информационной системы в туристских организациях, в качестве основы для реализации системных отношений в направлении создания туристических информационных баз.

Таким образом, последовательная реализация концептуальной основы развития регионального рынка туризма послужит мощным толчком в придании туризму статуса стратегического сектора региональной экономики, в превращении этой отрасли в мощный инструмент устойчивого развития, структурных преобразований и диверсификации экономики, который должен стать локомотивом для ускоренного комплексного развития всех сопряженных отраслей региональной экономики, а также в осуществлении системных мер по увеличению вклада туризма в создаваемом валовом региональном продукте, повышению уровня и качества жизни населения, обеспечению занятости населения.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенных в диссертационной работе исследований выработаны следующие научные выводы, предложения и практические рекомендации:

1. В диссертации разработаны авторские определения экономических категорий системы туризма, в частности, категорий «посетитель», «турист» и «рынок туризма», «индустрия туризма». В результате научно-теоретического анализа определений категории «туризм», разработанных разными авторами, выявлено два подхода в раскрытии его сущности: во-первых подход с точки зрения “спроса”, во-вторых “предложения”. Это обстоятельство препятствует раскрытию в полной мере сущности сложных системных отношений, свойственных данной сфере. Поэтому, категории «туризм» дано научное описание – как открытая сложная социально-экономическая система, с элементами, взаимосвязанными системными полииерархическими отношениями, формирующаяся на основе многогранной функциональной структуры межотраслевого комплекса и имеющая высокую восприимчивость к изменениям внешней среды.

2. Рынок туризма описан как открытая сложная система, включающая экономические механизмы, непосредственно регулирующие спрос и предложение, а также развивающаяся на основе природно-географических, социально-экономических, организационно-институциональных условий. В виде основных критериев эффективного развития данного рынка отмечены: межотраслевая, функциональная, иерархическая согласованность и ответственность, кооперационная деятельность на рынке туризма, а также посредством определения особенностей его развития на основе системного подхода, предложены методы, средства и элементы совершенствования механизмов развития данного рынка.

3. Применение системного подхода к развитию регионального рынка туризма, прежде всего, требует разработку методики обеспечения кооперационных отношений между его субъектами. В качестве современной методики сотрудничества субъектов в рамках системы регионального рынка туризма предложено формирование регионального туристского кластера. Также, предложен алгоритм формирования и развития регионального туристского кластера в целях внедрения в практику разработки государственной программы по развитию сферы туризма.

4. Рекомендации по введению туристских целей в соответствии с международными стандартами (1. Личные цели: досуг и отдых; посещение друзей и родственников; образование и профессиональная подготовка; лечение; паломничество; коммерческая; транзит; 2. Деловые и профессиональные цели) в формы отчётности «1-туризм», «2-туризм» и «Приложение «тур» к форме 1-МБ», использующихся в ведении статистики в сфере туризма Республики Узбекистан предложены для внедрения в практику Комитета по статистике Республики Узбекистан.

5. Разработана методика определения реального и потенциального спроса на региональном рынке туризма и соответствующие научные выводы были рекомендованы для использования НК “Узбектуризм” в процессе

проведения маркетинговых исследований по определению валового спроса на национальные туристские продукты. Использование данных научных результатов даст возможность разработки эффективной туристской стратегии, обоснованной аналитической информацией и показателями, определяющими спрос на национальные туристские продукты.

6. На основе анализа выявлены следующие тенденции и особенности формирования спроса на рынке туризма Самаркандской области: увеличение спроса на путешествия, организуемые туристами “в последние минуты”; развитие внутреннего рынка туризма в результате улучшения уровня жизни местного населения, а также растущей мобильности молодежи; развитие путешествий, осуществляемых из соседних стран или регионов по сравнению с путешествиями, совершаемыми по дальнемагистральным или трансконтинентальным направлениям; интенсивное развитие “делового туризма”; в результате совершенствования системы индивидуального бронирования и информационных технологий, повышения количества “индивидуальных” туристов (самоорганизующих свои поездки), а также на основе данных выводов рекомендовано НК “Узбектуризм” разработка плана маркетинговых мероприятий на 2017-2020 годы.

7. Предложена эконометрическая модель, создающая возможность оценки степени влияния факторов, не имеющих количественного описания (регионы, визовые ограничения, спортивные и культурные мероприятия, кризисы). В результате анализа было научно обосновано изменение составной (географической) структуры спроса на национальные туристские продукты под влиянием мирового финансово-экономического кризиса, что перспективным географическим сегментом регионального рынка туризма, являются “страны СНГ” и “страны Азии”, а также упрощение визового режима и географическая близость создают благоприятные условия в формировании спроса на национальные туристские продукты. НК “Узбектуризм” рекомендована разработка региональной маркетинговой стратегии на основе заключения, о необходимости реализации маркетинговой стратегии, направленной на перспективные туристские сегменты в соответствии с изменениями спроса на национальные туристские продукты.

8. В результате сравнительного анализа различных экономических школ и учений по маркетинговой концепции в сфере услуг доказана необходимость реализации на региональном рынке туризма традиционной (стратегии по реализации, продукту, цене), внутренней (стратегии по мотивации персонала) и интерактивной (стратегии по инфраструктуре и сервису) маркетинговых концепций в вертикальной и горизонтальной интеграции. Кроме этого, предложены направления по реализации интеграционной маркетинговой концепции в кооперационной форме на всех уровнях регулирования регионального рынка туризма.

9. Предложена реализация следующих инновационных разработок на региональном рынке туризма: внедрение электронных экскурсоводов музеев и выставок, электронных-гидов-путеводителей, устанавливаемых в мобильных телефонах; подготовка мультимедийных презентаций,

отражающих туристский потенциал региона; организация виртуальных экскурсий, через размещение их на страницах веб-портала "Самарканд - центр туризма"; сооружение гостиницы в стиле средневековья и использование "анимационных" программ; формирование интерактивной туристической информационной системы через совершенствование геоинформационных систем.

10. Разработан механизм формирования туристской информационной системы. Предложено совершенствование организационной структуры НК "Узбектуризм" на основе предложений по диверсификации региональных туристских продуктов и созданию их инновационных видов через формирование интерактивной туристической информационной системы и виртуальных туристских офисов, как основной структурной части туристской информационной системы.

11. В качестве ключевого компонента механизма эффективного регулирования регионального рынка туризма необходимо совершенствование механизмов партнёрства государства и частного бизнеса. При этом, предложена на каждом уровне системы регулирования регионального рынка туризма, формирование социальных институтов, содействующих формированию и развитию регионального туристского кластера (на макроуровне – "Межведомственный совет по кластерному развитию", на мезоуровне – "Совет по координации деятельности туристского кластера", на микроуровне - "Ассоциация членов регионального туристского кластера" и «Учебный центр в рамках кластера" при специализированном высшем учебном заведении), а также для каждого уровня регулирования определены задачи по реализации кластерной политики.

12. С целью оценки эффективности государственного регулирования развития сферы туризма разработан интегральный показатель экономической эффективности развития регионального рынка туризма и методика его оценки, а также рассчитано значение этого показателя за 2005-2015 годы. Рекомендовано использование данного научного предложения в практике по мониторингу реализации и выполнению государственных программ и планов по дальнейшему развитию сферы туризма в регионе.

13. Разработана методика оценки и интегральный показатель эффективности системы управления субъектов регионального рынка туризма на основе использования коэффициентов корреляционной зависимости, а также оценены значения данного показателя на примере ООО "САТИА", частного туристского агентства "Orient Voyages", ООО "Sogda-tur" и частной туристской фирмы "Экспри-дютемп", ведущих деятельность на рынке туризма Самаркандской области. Рекомендовано использование этого научного предложения на практике субъектов регионального рынка туризма.

14. Для прогнозирования значения основных показателей развития рынка туризма на 2017-2020 годы рекомендовано использование следующих эконометрических моделей: использование степенной модели в прогнозировании количества въездных посетителей, линейной модели в

прогнозировании внутренних посетителей, объема экспорта туристских услуг, объема реализованных туристских услуг по Республике Узбекистан; использование квадратичной модели в прогнозировании объема экспорта туристских услуг, логарифмической модели в прогнозировании количества въездных посетителей, степенной модели в прогнозировании объема реализованных туристских услуг по Самаркандской области.

15. Исходя из особенностей и тенденций развития регионального рынка туризма, разработана концептуальная основа развития регионального рынка туризма на основе кластерного подхода, состоящая из комплекса мероприятий организационно-институционального и социально-экономического содержания.

**AD HOC SCIENTIFIC COUNCIL FOR AWARDING THE DOCTOR'S  
DEGREE AT THE SAMARKAND INSTITUTE OF ECONOMICS AND  
SERVICE**

---

**SAMARKAND INSTITUTE OF ECONOMICS AND SERVICE**

**ALIMOVA MASHHURA TOIRXONOVNA**

**PECULIARITIES AND TENDENCIES OF REGIONAL  
TOURISM MARKET DEVELOPMENT  
(ON EXAMPLE OF SAMARKAND REGION)**

08.00.05 – Economics of the branches of the service sphere  
(economic sciences)

**ABSTRACT OF THE DOCTOR'S THESIS**

**The theme of doctor's thesis is registered under the number 14.07.2016/B2016.3.1718 at Higher Attestation Commission under the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan.**

The doctor's thesis was carried out at Samarkand Institute of Economics and Service.

The abstract of the thesis is placed in three languages (Uzbek, Russian and English) on web page of the Scientific Council (sies.uz) and informational-educational portal «Ziyonet» (www.ziyonet.uz).

**Scientific consultant:** **Turayev Bakhodir Khatamovich**  
doctor of economics

**Official opponents:** **Mukhammedov Murod Mukhammedovich**  
doctor of economics, professor

**Tukhliyev Nurislom**  
doctor of economics, professor

**Makhkamova Mamlakat Abdukadirovna**  
doctor of economics, professor

**Leading organization:** **Tashkent State University of Economics**

Defense of the thesis will take place on February «\_\_», 2017 at\_\_ at a meeting of ad hoc Scientific Council for awarding the degree of doctor of economics at Samarkand Institute of Economics and Service. Address: 140100, Samarkand city, Amir Temur street, 9. Tel.: (+99866) 231-07-45, fax: (+99866) 233-28-38, e-mail:[ilm@sies.uz](mailto:ilm@sies.uz).

A typescript variant of the doctor's thesis is available at the Informational-resource center of Samarkand Institute of Economics and Service (registered under number 004). Address: 140100, Samarkand city, Amir Temur street, 9. Tel.: (+99866) 231-07-45, fax: (+99866) 233-28-38, e-mail:[ilm@sies.uz](mailto:ilm@sies.uz).

The abstract of doctor's thesis was circulated on \_\_ February 2017.  
(protocol of the register № 04 from February \_\_, 2017).

**M.R. Boltabayev**  
The chairman of the Scientific Council,  
doctor of economics, professor

**I.S. Tukhliyev**  
The academic secretary of the Scientific Council, doctor of  
economics, professor

**M.M. Mukhammedov**  
The chairman of scientific seminar under the Scientific Council, doctor  
of economics, professor

## INTRODUCTION (annotation of the doctor's thesis)

**The actuality and necessity of the thesis.** As the leading branch of world economy tourism has the significant contribution in social and economic development of the countries today. According to the World Tourism Organization, in 2015 "9,8 percent of a world gross product, 6 percent of export of goods and services, 30 percent of the international export of services, 9,5 percent from the general level of employment fell to the share of this sphere, and also every eleventh new workplace in the world is created in the sphere of tourism"<sup>31</sup>.

In our country since first years of independence special attention was paid to development of the sphere of tourism. At the same time, target measures were realized that promoted achievement of certain results, in particular achievement of a share of this sphere "in country gross domestic product 3,2 percent, shares in the export potential 1,5 percent"<sup>32</sup> is provided. Nowadays giving importance to the accelerated development of the sphere of tourism, one of target tasks and priority directions of state policy in the sphere of tourism for the medium term determined "giving to tourism of the status of strategic sector of economy, transformation of this branch into the powerful instrument of sustainable development, structural transformations and diversification of economy which has to become the locomotive for the accelerated complex development of all regions and the interfaced branches"<sup>33</sup>.

In order to develop the sphere of tourism, increase in its social and economic value and a share in economy, special attention in the world is paid to the modern scientific research creating a basis for effective development of the tourism market. From the point of view of disclosure of features and tendencies of development of the tourism market, also improvement of organizational and economic mechanisms of its effective development methodological and practical aspects of the issue highlighted the urgency of today.

The dissertation research to some extent serves achievement of the objectives, designated in the Presidential decree of the Republic of Uzbekistan of Sh.M. Mirziyoyev of December 2, 2016 No.4861 "About measures for ensuring the accelerated development of tourist branch of the Republic of Uzbekistan", in Resolutions of Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan of March 9, 2015 as No.51 "About measures for development of roadside and tourist infrastructure", March 10, 2015 No. 53 "About some questions of development of tourism in the Republic of Uzbekistan", and also in other normative legal acts relating to this sphere.

**Relevance of the research to the fundamental directions of the scientific and technological development of the Republic.** The theme directly corresponds to the priority areas of scientific researches and technology in the Republic:

---

<sup>31</sup> UNWTO Tourism Highlights 2016 Edition, p. 3 // <http://www.unwto.org>; Travel & Tourism Economic Impact 2016 World, p. 7 // <http://www.wttc.org>.

<sup>32</sup> Travel & Tourism Economic Impact 2016 Uzbekistan, p. 8 // <http://www.wttc.org>.

<sup>33</sup> Decree of the President of the Republic of Uzbekistan № UP-4861 on December 2, 2016 "On measures to ensure the intensive development of tourism". Collection of legislation of the Republic of Uzbekistan, 2016.

“Developing democratic and legal society spiritually and culturally, forming innovative economy”.

### **Review of international scientific researches on the subject of thesis<sup>34</sup>.**

The scientific research related to the questions of tendencies and features of development of the market of tourism is carried out in the leading scientific centers and the high educational institutions of the world, such as: University of Surrey (England), Pforzheim University of Applied Sciences (Germany), European Tourism Research Institute (Sweden), Universidad Autunoma de Madrid (Spain), University of Craiova (Romania), London School of Economics and Political Science (England), The Hong Kong Polytechnic University (China ), University of Southern Denmark (Denmark), University of Macedonia (Greece), Auckland University of Technology (New Zealand), University of Amsterdam (Netherlands), Austrian Institute of Economic Research (Austria), University of Calgary (Canada), Leeds Metropolitan University (England), Department of Tourism and Hospitality Management (USA), Harvard Business School (USA), Gazi University (Turkey), University of Navarre (Spain), Pacific State University, Institute of Regional Economic Studies, Russian International Academy of Tourism (Russia), Institute of Forecasting and Macroeconomic Research, Tashkent State Economic University, Samarkand Institute of Economics and Service (Uzbekistan).

As a result of the conducted researches on tendencies and features of development of the tourism market in the world a number of scientific results are received, in particular: tendencies of development of tourism in the conditions of financial and economic crisis are predicted (Austrian Institute of Economic Research, Austria; University of Surrey, England), estimated influence of the international sports competitions and visa restrictions for development of the sphere of tourism (London School of Economics and Political Science, England; The Hong Kong Polytechnic University, China; Leeds Metropolitan University, England); dependence between tendencies of changes of volume of gross domestic product and gross incomes of the sphere of tourism is defined (Gazi University, Turkey); the technique of forecasting of seasonal fluctuations of demand in the tourism market is developed (University of Navarre, Spain); methodical bases of use of cluster approach and innovations for providing positive tendencies in the

---

<sup>34</sup> The review of foreign scientific research on a thesis is carried out on the basis of the following works: Egon Smeral, Impacts of the World Recession and Economic Crisis on Tourism: Forecasts and Potential Risks, Austrian Institute of Economic Research, Austria, *Journal of Travel Research* 49 (1) 31–38; Haiyan Song, Stephen F. Witt and Gang Li Modelling and forecasting the demand for Thai tourism School of Management, University of Surrey, UK, *Tourism Economics*, 2003, 9 (4), 363–387; Haiyan Song, Gang Li. Tourism demand modelling and forecasting – A review of recent research, The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong, University of Surrey, UK, *Tourism Management* 29 (2008) 203–220; Eric Neumayer. Unequal access to foreign spaces: how states use visa restrictions to regulate mobility in a globalized world. London School of Economics and Political Science, London. *Trans Inst Br GeogrNS* 31 72–84 2006; Yalcin Arslanturk, Mehmet Balcilar, Zeynel Abidin Ozdemir, Time-varying linkages between tourism receipts and economic growth in a small open economy, Gazi University, Turkey, Eastern Mediterranean University, Cyprus, *Economic Modelling* 28 (2011) 664–671; Gil-Alana, L. A. (2005). Modelling international monthly arrivals using seasonal univariate long-memory processes. University of Navarre, Spain, *Tourism Management*, 26, 867–878; Monica Harryono, Yu-Feng (Tom) Huang, Koichi Miyazawa, Vijak Sethaput Thailand Medical Tourism Cluster. Harvard Business School, *Microeconomics of Competitiveness*. May 5, 2006; Anne-Mette Hjalager. A review of innovation research in tourism, University of Southern Denmark, *Tourism Management* 31 (2010) p. 1–12 and others.

market of tourism and increase in its competitiveness are developed (Harvard Business School, the USA; University of Southern Denmark, Denmark).

At present, the priority directions of the scientific research in the world directed to increase in efficiency of development of the market of tourism are: improvement of techniques of introduction of system of subsidiary accounts in practice of tourist statistics; improvement of organizational and economic development mechanisms of the market of tourism on the basis of innovative approach; improvement of methodology of formation and functioning of a regional tourist cluster; improvement of a technique of assessment of a share of tourism in economy and multiplicative efficiency in the sphere of tourism; increase in competitiveness of the market of tourism through introduction of innovative information technologies and the modern marketing concept.

**Degree of scrutiny of the problem.** In economic literature theoretical and methodological problems of different aspects of development of the market of tourism are studied. Theoretical and practical questions of the social and economic relations inherent in tourism economy, tourism market economy, and also separate problems of use of tourist resources are reflected in scientific works and researches of scientists of the CIS countries, such as V.I.Azar, A.Y.Alexandrova, V.S.Bogolyubov, I.T.Balabanov, M.B.Birjakov, M.N.Dmitriyev, A.B.Zdorov, N.B.Zorin, V.A.Kvartalnov<sup>35</sup>, etc. In scientific works and researches of such scientists as N.A.Voskolovich, A.P.Durovich, S.Briggs, P.Kotler, J.Bowen, J.Meykenz, G.A.Papiryan, Y.A.Pshenichnykh, V.A.Kvartalnov, A.E.Saak<sup>36</sup> theoretical basics and practical aspects of marketing of tourism, the organization and realization of marketing in the tourism market are considered. Among the studies devoted to the methodological problems of improving governance in the field of tourism and the organization of tourist activity, can be distinguished scientific work of V.G.Gulyaev, M.A.Jukova, N.I.Kabushkin, V.A.Kvartalnov, N.K.Moiseyeva, I.I.Cherkasova, A.D.Chudnovskiy, V.S.Senin<sup>37</sup>.

---

<sup>35</sup> Азар В.И. Экономика и организация туризма. - М.: Экономика, 2003. - 322 с.; Александрова А.Ю. Международный туризм. - М.: Аспект Пресс, 2002. - 346 с.; Боголюбов В.С. Экономика туризма: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. - М.: «Академия», 2005. - 192 с.; Биржаков М.Б. Введение в туризм: изд. 9-е, перераб. и доп. СПб.: Издательский дом «Герда», 2007. - 576 с.; Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма: учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 176 с.; Дмитриев М.Н., Забаева М.Н. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: учебник. М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2006. - 310 с.; Здоров А.Б. Экономика туризма. Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2005. - 272 с.; Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: справочник -М.: Финансы и статистика, 2000.- 368 с.

<sup>36</sup> Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг. - М.: ТЕИС, 2001; Дурович А. Маркетинг в туризме: учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. - Минск: Новое знание, 2001. - 473 с.; Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: учебник для вузов. Второе издание. - М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2002. - 1063 с.; Сьюзен Бриггс. Маркетинг в туризме. - К.: Знання-Прес, 2005. - 358 с.; Папирян Г.А. Маркетинг в туризме. - М.: Финансы и статистика, 2002; Квартальнов В.А. Менеджмент и маркетинг в социально-культурной сфере. Учеб.пособие. 2-е изд. - СПб.: Книжный дом, 2003. - 644 с.; Саак А.Э., Пшеничных Ю.А. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме. Учебное пособие. - СПб.: Питер, 2007. - 480 с.

<sup>37</sup> Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности: учебное пособие. - М.: Нолидж,1996; Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации.- М.: Финансы и статистика, 2003. - 192 с.; Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: учеб. пособие. - Минск: БГЭУ, 1999. - 440 с.; Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме: Современный опыт управления. - М.: Финансы и статистика, 1999; Моисеева Н.К. Стратегическое управление туристской фирмой. - М.: Финансы и статистика, 2000; Черкасова И.И. Регулирование регионального туристского рынка на основе совершенствования организационно-

Separate problems of development of the sphere of tourism in the conditions of Uzbekistan are reflected in scientific works of such scientists-economists as K.Kh.Abdurakhmonov, E.V.Golysheva, N.S.Ibragimov, M.K.Pardayev, A.F.Saidov, B.Sh.Safarov, T.Tashmurotov, N.Tukhliyev, I.S.Tukhliyev, B.Kh.Turayev, D.K.Usmanova, O.Kh.Khamidov<sup>38</sup>, etc.

Scientific research above mentioned scientists takes the due place and value among scientific works in this direction, but the problems connected with improvement of techniques of assessment of tendencies and features of development of the regional market of tourism appeared beyond the scope of their researches. In particular, methodological questions of improvement of the organizational and economic development mechanism of the market of tourism on the basis of the modern concept of marketing and innovative technologies, taking into account features and tendencies of development of this market are insufficiently investigated. Besides, proceeding from a certain place and the period of the emergence, each problem requires singular solution. The given above statements serve as the basis for determining the goals and objectives of the research.

**The connection of the theses' subject with scientific research directions of the institution.** The dissertation research is executed within the plan of research works of the Samarkand State University, and also the state project of basic researches F-1-53 "A tourist cluster: methodology of formation and functioning".

**The aim of the research** is to develop proposals and recommendations on the disclosure of tendencies and features of development of the tourism market of Samarkand region, and also to improvement of organizational and economic mechanism of its effective development.

**Research tasks:**

formation of author's determination of categories "tourism", "tourism market" on the basis of the theoretical analysis of their essence;

development of structure of the market of tourism, on the basis of grouping of components of this market;

research of features of development of the tourism market;

---

качественных параметров. Монография. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 2005; Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрией туризма: учеб. пособие. - М.: КРОНУС, 2004.

<sup>38</sup> Абдурахмонов К.Х. Менеджмент туризма: учебное пособие. – Т.: Филиал ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова» Ташкент, 2013. – 248 с.; Гольшева Е.В. Совершенствование организации и механизма регулирования развития туризма в рыночных условиях. Дис...канд.экон.наук. – Ташкент, 2012. – 156с; Пардаев М.К., Атабаев Р. Туристтик ресурсларни тахлил қилиш ва баҳолаш. – Самарқанд: СамИСИ, 2006. – 137 б.; Сафаров Б.Ш. Миллий туризм хизматлар бозорини инновацион ривожлантиришнинг методологик асослари. – Т.: Фан ва технология, 2016. – 184 б.; Ташмуратов Т.Т. Халқаро туризм. - Т.: Турон – Иқбол, 2007. – 320 б.; Тухлиев И.С., Ҳайитбоев Р., Сафаров Б.Ш., Турсунова Г.Р. Туризм асослари. Дарслик. – Т.: Фан ва технология, 2014. - 332 б.; Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Менеджмент и организация бизнеса в туризме Узбекистана. - Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. – 367 с.; Тураев Б.Х. Организационно-экономические механизмы регионального туризма. – Т.: Фан, 2009. – 153 с.; Усманова Д.К. Особенности формирования туристского продукта и перспективные направления его развития. Дис...канд.экон.наук. – Самарқанд: СамИСИ, 2009. – 157 с.; Хамидов О.М. Выбор конкурентной стратегии предприятия на рынке туристических услуг Узбекистана. Дис ... канд.экон.наук - Самарқанд: СамИСИ, 2006. – 155 с.; Ибрагимов Н.С. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда дестинацион менежмент концепциясини қўллаш. И.ф.н. дисс.– Бухоро, 2006. – 183 б.

definition of the main structural tendencies of development of the regional market of tourism;

using economic and mathematical methods for the identification of significant factors influencing the trends in the development of regional tourism market;

development of recommendations about improvement of a technique of determination of real and potential demand in the tourism market;

development of offers and recommendations about improvement of institutional bases of development of the regional market of tourism on the basis of studying of a standard and legal basis of the sphere of tourism in our country;

development of techniques of improvement of the organizational and economic mechanism of effective development of the regional market of tourism in the conditions of innovative economy;

development of criteria and indicators of assessment of efficiency of development of the regional market of tourism;

development of conceptual bases of development of the regional market of tourism in the conditions of innovative economy.

**The object of a research is** the activity of subjects of the tourism market of Samarkand region.

**The subject of research is** set of the social and economic and organizational and economic relations connected with effective development of the regional market of tourism of the Samarkand region in the conditions of innovative development of national economy.

**Methods of research.** In dissertation work such methods as scientific abstraction, the analysis and synthesis, induction and deduction, the system analysis, carrying out and the analysis of sociological poll, SWOT analysis, economical and statistical methods, in particular, the regression analysis, extrapolation and analytical alignment of dynamic ranks are used.

**The scientific novelty of the research is as follows:**

the definition technique by Gauss's method of real and potential demand in the tourism market, on the basis of assessment of extent of influence of macroregions and visa restrictions for this demand in the conditions of innovative development of national economy is improved;

recommendations about improvement of statistics of tourism according to the international standards by introduction of system of subsidiary accounts are developed;

the technique of assessment and integrated indicator of economic efficiency of development of the regional market of tourism as complete system is improved;

improved methods of evaluating the effectiveness of tourism subjects of management on the basis of determining the correlation in the dynamic regulations;

proved the expected parameters of development of the sphere for 2017-2020 directed to effective and more extensive use of potential of tourism, as well as tendencies of development of the regional market of tourism.

**Practical results of the study are as follows:**

scientific-theoretical determination of economic categories of system of tourism is developed;

developed offers on diversification of regional tourist products and creation of their innovative types by formation of virtual tourist offices in the regional market of tourism;

databases of econometric model on definition of perspective demand for national tourist products and the regional market of tourism are developed;

tendencies of change of external demand for national tourist products under the influence of world financial and economical crisis are defined.

**The reliability of results of a research** is defined by using in the analysis of official data of the World Tourism Organization, the State Committee on Statistics of Uzbekistan, as well as the scientific validity and compliance of the methods of the specified purpose applied in work, holding sociological polls on a large scale of respondents, practical approbation of the conclusions, offers and recommendations submitted in work.

**Scientific and practical significance of the research results.** Scientific value of results of a research is confirmed by a possibility of use of scientific results for assessment of tendencies and features of development of the regional market of tourism, in improvement in this direction of the methodological and methodical apparatus, economical and legal bases of the organizational and economic mechanism of effective development in the conditions of innovative economy.

Practical value of results of a research is defined by a possibility of their application for the effective organization of the regional market of tourism that will allow to increase competitiveness of subjects of the sphere of tourism in the internal and external markets, and also during the developing and realization of monitoring of the program of further development of the sphere of tourism, the effective strategy of development for the sphere of tourism, the plan of regional marketing events.

**Implementation of the results of research.**

The scientific results received in research on disclosure of tendencies and features of development of the regional market of tourism and its effective development received the practical embodiment, in particular:

scientific results on a technique of determination of real and potential demand in the regional market of tourism were used in carrying out market researches in Uzbektourism NC (the reference No. 02-09/1882 of 8.11.2016 of Uzbektourism NC). Use of scientific results will give the chance of development by the effective tourist of the strategy proved by the analytical information and indicators defining demand for national tourist products;

scientific results on improvement of statistics of tourism according to the international standards were used in development of forms of the state statistical reporting for 2017 (the reference No. 01/3-10-17/2-428 of 15.11.2016 of the State Statistics Committee of the Republic of Uzbekistan). Use of these results will give

the chance of conducting the state statistical observations according to the international standards;

scientific results on a technique of assessment of an integrated indicator of economic efficiency of development of the regional market of tourism were used in realization and ensuring monitoring of "The plan of concrete practical measures for further development of tourism in the Samarkand region for 2016-2017" confirmed with the protocol No.30 of the meeting of June 8, 2016 of Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan (the reference No. 02-09/1883 of 8.11.2016 Uzbektourism NC). Use of scientific results will give the chance of assessment of efficiency of state regulation of development of the tourism sphere;

scientific results on a technique of assessment of an integrated indicator of system effectiveness of management of the tourist enterprises on the basis of coefficients of correlation dependence are accepted for use in practice of the subjects of the sphere of tourism conducting activity in the Samarkand region (the reference No. 02-09/1883 NC of Uzbektourism of 8.11.2016). Use of scientific results will give the chance of assessment of system effectiveness of management of the regional tourist enterprises and formation of the mechanism of stimulation by results of their activity;

the scientific conclusions and recommendations developed on the revealed tendencies of change of demand for a national tourist product under the influence of world financial and economical crisis and also about forecasting of the main indicators of development of the regional market of tourism for 2017-2020 are admitted as a basis in development of the plan of regional marketing events to Uzbektourism NC (the reference No. 02-09-1884 of 8.11.2016 of Uzbektourism NC). Use of scientific results will give the chance of realization of the planned marketing actions in the sphere of tourism for 2017-2020 and increases in number of foreign consumers of national tourist products with an average annual gain of 6%;

scientific results on improvement of scientific-theoretical determination of economic categories of system of tourism were used in the SRP-2-15 project of "A problem of complex development of children's, youthful and youth travel in Uzbekistan" (2012-2014) and in development of the explanatory dictionary "The Explanatory Dictionary of Terms in for Children and Young People and Youth Travel" (the reference No. FTK-0313/427 of 9.07.2016 of Committee on coordination of development of science and technologies of the Republic of Uzbekistan). Use of scientific results will give the chance of improvement of textbooks and education guidances in the field of tourism, and also administrative and legal base according to the international recommendations;

scientific results on diversification of regional tourist products and creation of their innovative types by formation of virtual tourist offices in the regional market of tourism, were used during creation of virtual tours and the virtual portal "Welcome Uzbekistan" at Uzbektourism NC (the reference No. 02/257 of 17.02.2016 Uzbektourism NC). As a result, in 2015 increase in number of foreign tourists on 1950 people was reached that promoted increase in volume of realization of tourist services by 1880 million sum.

**Approbation of the research results.** Results of a research were presented at 36 scientific and practical forums and conferences of republican and international scale, including at 15 international conferences, on the following subjects: "Youth in the modern world: problems and prospects" (Ufa, 2013), on the XXVIII International the Plekhanov's readings (Moscow, 2015), "Problems of forecasting and state regulation of social and economic development" (Minsk, 2015), "Theory, practice and innovations of the development of travel, hotel and restaurant industries" (Ukraine, 2015), on XXVI International the Plekhanov's readings (Moscow, 2013), "Modern economy and finance: researches and developments" (St. Petersburg, 2015), "Service market: problems, prospects and perspectives" (Samarkand, 2012), at the international tourist forum "Regional tourism: the current state, problems and prospects" (Tashkent, 2012), at an III forum of young scientists-economists "Scientific bases of mobilization of reserves of growth and modernization of economy" (Tashkent, 2014), at a VI forum of scientists-economists "Effective use of social and economic potential and attraction of new sources of economic growth" (Tashkent, 2014).

**Publication of the research results.** Based on the subject of the thesis there have been published 60 scientific works, including 1 monographs and 20 articles in national and foreign journals authorized by the Higher Attestation Commission of Uzbekistan for publication of results of doctor's degree dissertations, i.e. 17 republican, 3 in foreign journals.

**The volume and structure of the thesis.** Volume of the thesis is 265 pages of text and consists of introduction, 5 chapters, conclusions, bibliography and appendices.

## THE MAIN CONTENT OF THE THESIS

In **introduction** relevance and a demand of the conducted research, definite purposes, tasks, an object and an object of research are proved, compliance of work to the priority directions of development of science and technologies of the Republic is specified, scientific novelty and practical results of a dissertation research are stated, opened the scientific and practical importance of the received results, data on introduction are provided to practice of results of a research, and also the data on the published works and structure of the thesis.

In **first chapter theoretical-methodological bases of development of the tourism market in the conditions of modernization of economy**, on the basis of the deep scientific-theoretical analysis of the social and economic importance and a role of tourism in world economy, essence and features of the market of tourism and its components are researched, author's determination of economic categories of the sphere of tourism and the principles of development of this market are developed. By means of a research of the theory of systems and system approach, system features of development of the market of tourism are defined, methods, elements and tools of the mechanism of effective development of the regional market of tourism on the basis of system approach are offered, and also as the main component of this mechanism from a theoretical-methodological point offers of

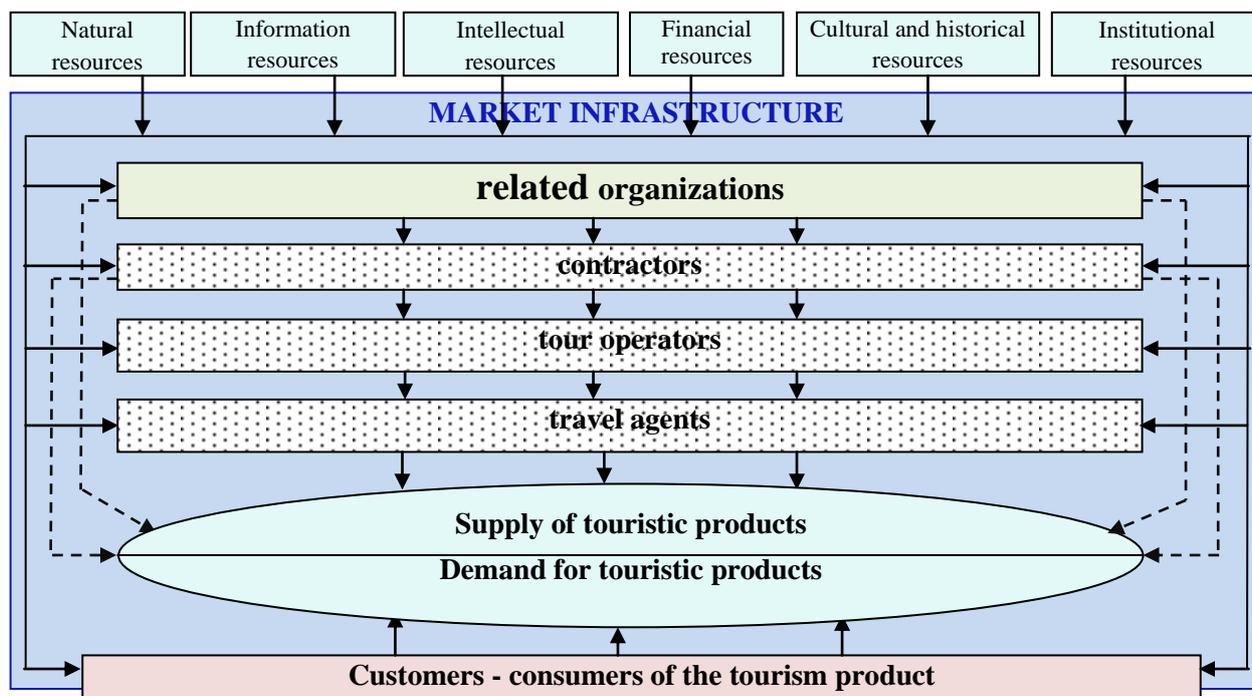
formation of a regional tourist cluster are proved and stages of its formation are developed.

In author's definition the concept "tourism" is treated how open difficult social and economic system, with the elements interconnected by the system polyhierarchical relations, having a high susceptibility to changes of the external environment, characterized by direct participation of visitors in achievement of resulting effects and formed on the basis of many-sided functional structure of a within branch complex. The tourism market – the difficult system consisting of the social and economic relations between sellers (supply) and buyers of tourist products (demand), and also the economic mechanisms which are directly regulating supply and demand on tourist products.

The regional market of tourism is considered a component of the world market of tourism and is system of the social and economic relations between sellers and buyers made in the region of tourist products, and also which are formed on the basis of material, ethnic, natural and geographical, social and economic features of the respective region.

In the thesis on the basis of the theoretical analysis of essence and value of concepts of system of tourism as "the tourist region", "the tourist area", "a tourist zone", "destination", is evidence-based the choice of activity of subjects of the market of tourism of the Samarkand region as research object.

On the basis of the theoretical views of the author disclosing essence and the main functions of subjects of the market of tourism, in particular, of tour operators, travel agents, contractors, the accompanying enterprises and visitors, the structure of this market (fig.1) is developed.

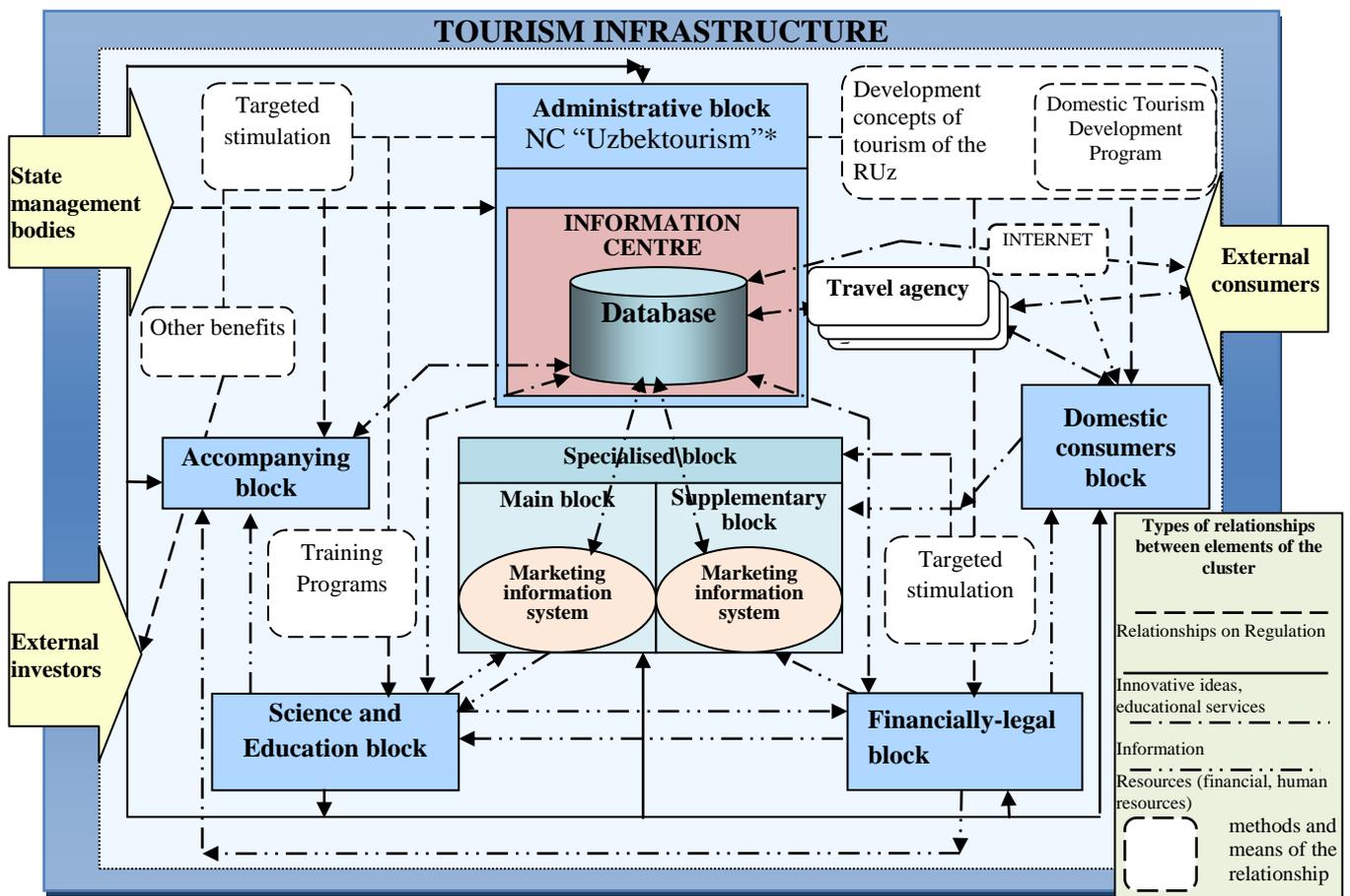


**Fig.1. Structure of the market of tourism<sup>39</sup>**

<sup>39</sup> Developed by the author.

Based on the theoretical understanding of the conditions of development of regional tourism market, the principles of its development have been developed. The development of regional tourism market based on the principles as a cross-sectoral, functional, hierarchical consistency and respectively cooperative activity in the market, which justifies a systematic approach to its development. Thus, by means of the theoretical analysis of evolution of "the theory of systems", and also the definitions of the concept "system" given in works of scientists and researchers the point of view of the author on system features of development of the regional market of tourism is created. On the basis of this approach features of development of the regional market of tourism as open difficult economic system are researched ("properties of open system", "commutativity", "emergence", "integrity", "hierarchy", etc.).

The regional market of tourism has the structural characteristic peculiar to difficult open economic system, that is consists of unity and integrity of the following elements: systems of the social and economic relations; legal forms of managing; market mechanism; systems of stimulation and motivation of subjects of the market; tourism market infrastructures.



**Fig.2. The structure of the regional tourism cluster<sup>40</sup>**

\*Note: NK Uzbektourism is transformed to State committee of the Republic of Uzbekistan on development of tourism by decree of the President of the Republic of Uzbekistan № UP-4861 on December 2, 2016 «On measures to ensure the intensive development of tourism».

<sup>40</sup> Developed by the author.

At the same time, the mechanism of development of regional tourism market is a complex of distinctive elements, methods and means, characterized by institutional maintenance, also economic, social and organizational structure that implements the functions of formation and coordination of social and economic relations between consumers and sellers of tourism products through a system of interdependencies integrity elements. The thesis proposed a technique of improving the organizational-economic mechanism of effective development of the market, on the basis of scientific and theoretical analysis of the concept of "economic mechanism".

The theoretical and methodological aspects of the proposal proved the formation of a regional cluster of tourism as an effective way to the development of regional tourism market, as well as developed its organizational structure (Fig.2).

On the basis of in-depth study of theoretical, practical and methodological approaches in the world, offered the steps of forming a regional tourist cluster in the Samarkand region. In this case, the result of the first stage is an ideological model (of ideas), the formation of a regional cluster of tourism, and by the end of the second phase of the project should be developed model of its formation. The final result is the concept of phased measures to develop regional tourism market on the basis of cluster approach.

**In second chapter the analysis of the main dynamic and structural tendencies of development of the regional market of tourism**, and on the basis of the method of definition of demand offered by the author in the regional market of tourism is carried out, tendencies of formation of demand in this market on the basis of their comparative analysis with the corresponding parameters of national scale are researched, and also the econometric model of definition of perspective demand in the regional market of tourism is developed. Conducted SWOT-analysis of formation and development of the regional tourist cluster in the Samarkand region, supported by the results of research trends and structural features of formation of proposals for the regional tourism market.

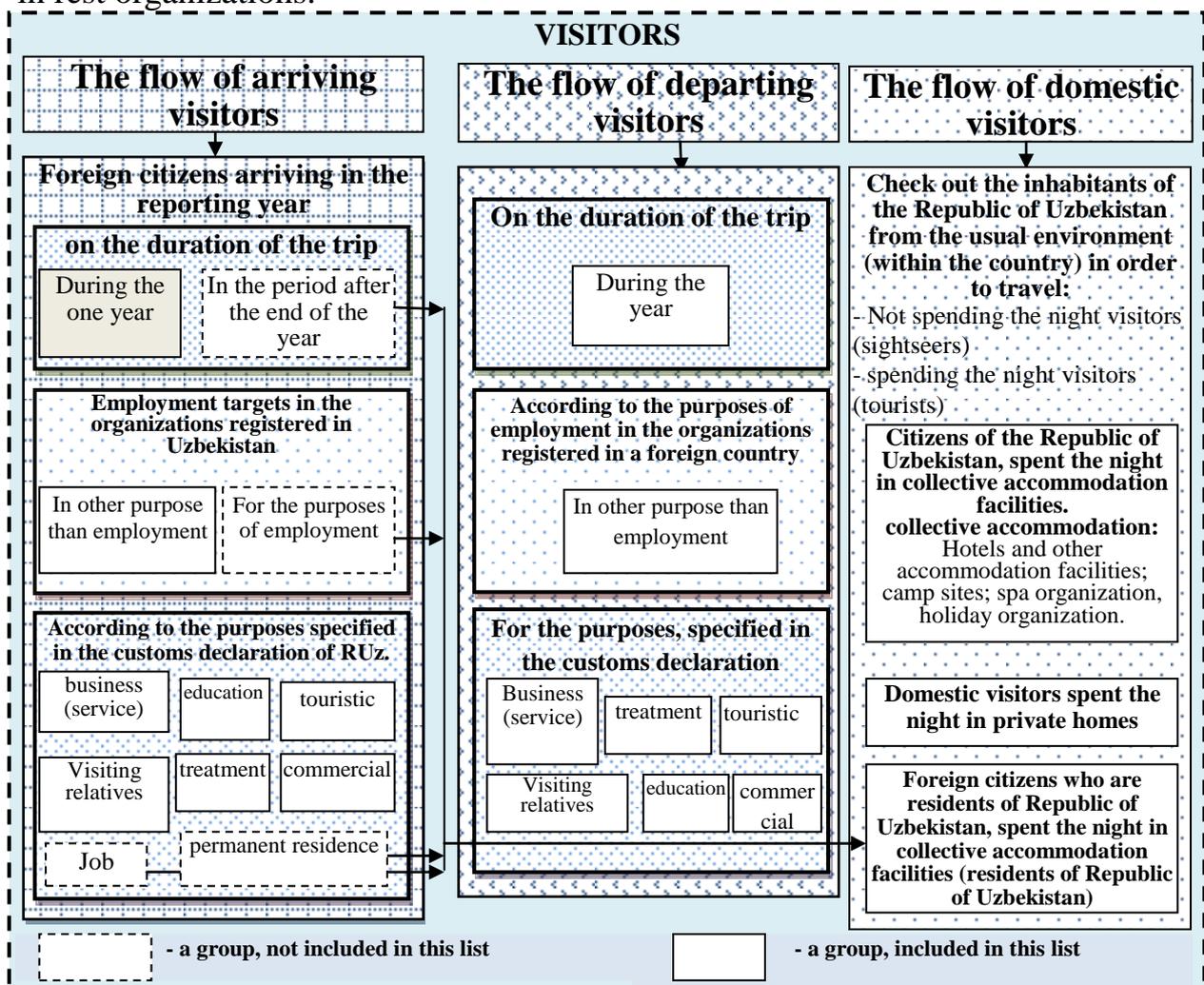
On the basis of recommendations of the World Tourism Organization according to tourism statistics, the technique of definition of real demand for national tourist products is offered. Schematic expression of this technique is given in the figure 3. Proceeding from it, quantitative parameters of real demand in the regional market of tourism are defined by addition of number of the spending the night tourists in collective means of placement to number of the served tourists by regional tour operators.

Quantitative parameters of the potential demand for the regional tourism market proposed to determine capacity through regional collective accommodation facilities:

$$\Pi T = 365 \times M_C / T_{ym} + 365 \times C_C / T_{yc} + 365 \times D_C / T_{yd}, \quad (1)$$

here:  $\Pi T$  – the number of potential demand in the regional tourism market;  
 $M_C$  – berthed capacity of hotels and similar accommodation facilities (number of beds);  
 $C_C$  – berthed capacity sanatorium and spa enterprises (number of beds);

$D_c$  – berthed capacity of rest organizations (number of beds);  $T_{ym}$  – the average number of overnight stays of tourists in hotels and similar accommodation facilities;  $T_{yc}$  – the average number of overnight stays of one resting in the sanatorium enterprises;  $T_{yd}$  – the average number of overnight stays of one resting in rest organizations.



**Fig.3. Schematic of methods for determining the expression of real demand in the tourism market<sup>41</sup>**

The study of the structural demand trends at the regional tourism market, based on the proposed method of determining the real and potential demand for tourism market (Fig. 3) revealed the following features and trends of development of this market: an increase in the number of trips, organized trips by tourists "at the last minute"; development of the domestic tourism market, as a result of improving local livelihoods, as well as growing mobility of young people; Travel development carried out in neighboring countries or regions, compared with travel, committed on long-haul or transcontinental directions; as a result of improvement of the system of individual booking and information technology, increasing the number of "individual" visitors (self-organizing their trips); increase in the number of tourists from the CIS as part of the total tourist flow; intensive development of

<sup>41</sup> Developed by the author.

"business tourism"; security tourist trip as a leading factor in tourism development; the growing influence of environmental factors on the motivation of the main goals of the tourist trips.

Econometric model for determining the long-term demand for the regional tourism market is developed. In the statistical sample included a set of macroeconomic indicators of socio-economic development for 2005-2014, the 70 countries involved in the formation of the national demand for tourist products of our country, as well as the number of people entering these countries in the Republic of Uzbekistan with the tourist purposes during this period. At the same time, determined the degree of influence of the factors included in the sample (the number of observations in a statistical sample of  $n = 700$ , the number of factors  $k = 23$ ) dependent on the indicator "number of foreign citizens entering the Republic of Uzbekistan for tourism purposes."

In order to analyze the effect of factors that do not have a quantitative description, sample data for the model, we have a number of dummy variables (the crisis, the region, visa restrictions) have been included. Dummy (English dummy variable.) - Qualitative variable taking the value "0" and "1" to be included in an econometric model to account for the impact of high-quality features and events on the explanatory variables. Based on the analysis results, we have allocated significant factors that entered into the econometric model (Table. 1).

**Table 1**

**The composite model structure**<sup>42</sup>

<b>Dependent component (y)</b> – the number of foreigners arriving in the Republic of Uzbekistan with the tourist purposes (per.)						
<b>Important factors</b>		Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t-statistics	p-value
		B	Standard mistake			
	Constant	18,654	2,232		8,358	1,2E-15
$x_1$	GDP (US \$ bln)	1,397	0,247	0,695	5,650	3,1E-8
$x_2$	GDP per capita (dollars USA.)	-5,293E-5	1,1E-5	-0,349	-4,729	3,1E-6
$x_4$	Unemployment rate (%)	-0,079	0,029	-0,107	-2,742	0,006
$x_5$	Population (million. Pers.)	-0,377	0,229	-0,169	-1,646	0,105
$x_6$	Tourist reception (thous.)	0,381	0,115	0,174	3,299	0,001
$x_8$	Distance (km)	-2,794	0,271	-0,491	-10,316	3,8E-22
$x_9$	Gross investment (%)	2,9E-4	3,3E-4	0,033	0,866	0,387
$x_{10}$	Crisis	0,542	0,269	0,074	2,013	0,044
$x_{11}$	Visa restrictions	1,504	0,248	0,226	6,066	3,2E-9

Thus, for the detection of structural changes in demand for the national tourist product, all of the factors included in the analysis were grouped under the fictitious factor "region" ("Europe", "Asia and Oceania", "America", "Middle East", "Africa", "CIS countries"). According to the method of calculation of the relative influence of the fictitious factors "region" on the dependent measure, in the analysis of any of these fictitious factors, it will not be included in the equation of the model (in this example, the region "CIS"), as well as the influence of other

<sup>42</sup> Calculated and developed by the author on the basis of data of the International Monetary Fund (International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, April 2015) and the state Committee on statistics of the Republic of Uzbekistan.

factors, "region" on the dependent variable will be evaluated according to not included facto.

**Table 2**

**The relative importance of the geographic regions in the formation of the external demand for domestic tourism products**

Factors		B	Standard mistake	Standard coefficient	t-standard.	p-value.
$x_{12}$	«Europe»	-1,576	0,483	-0,240	-3,261	0,001
$x_{14}$	«Asia and Oceania»	-0,192	0,500	-0,026	-0,384	0,701
$X_{15}$	«America»	-1,285	0,800	-0,096	-1,607	0,109
$x_{16}$	«Near East»	-3,620	0,828	-0,175	-4,375	1,5E-5
$x_{17}$	«Africa»	-2,307	1,572	-0,062	-1,467	0,143

This method of analysis will allow determination of the relative importance of countries macro-regions Europe, Asia and South America, Middle East, Africa, compared with the CIS countries in shaping the demand for the national tourism products of the country (Table. 2).

To assess the impact of geographical regions of the world on the formation of the demand for a national tourist product of the Republic of Uzbekistan in the post-crisis period, the sample models were excluded factors "region" and in turn included a number of transformed factors in the form of a "region  $\times$  crisis" (which values are calculated by multiplying factor "region "and" crisis ") (Table. 3).

**Table 3**

**The importance of geographic regions in the formation of long-term demand for national tourism products**

Factors		B	Standard mistake	Standard coefficient	t-standard.	p-value.
$x_{18}$	«Europe $\times$ crisis»	-0,721	0,366	-0,106	-1,969	0,050
$x_{19}$	«CIS $\times$ crisis»	1,173	0,474	0,115	2,475	0,014
$x_{20}$	«Asia $\times$ crisis»	0,832	0,390	0,096	2,136	0,033
$x_{22}$	«Near East $\times$ crisis»	-3,266	0,894	-0,133	-3,654	2,9E-4
$x_{21}$	«America $\times$ crisis»	-0,814	0,731	-0,045	-1,114	0,266
$x_{23}$	«Africa $\times$ crisis»	-1,397	2,438	-0,022	-0,573	0,567

As a result of the econometric analysis identified the following qualitative parameters of the potential demand for national tourism products:

- in the formation of the external demand for domestic tourism products are more important the countries with higher GDP, but with a lower amount of GDP per capita;

- one of the main factors affecting the entry into the Republic of Uzbekistan of foreign citizens with tourist purposes is the remoteness of the country of their residence from the country (an increase of the range of 1% would lead to a reduction in external demand for 2.79%);

- the results of comparative analysis, the impact of macro-regions "Europe", "Asia and Oceania", "America", "Near East", "Africa" in the formation of the external demand for domestic tourism products is negative in comparison with the region "CIS";

- indicated a change in the geographic composite structure of external demand for domestic tourism products under the influence of the global financial and economic crisis (shown the importance of macro-regions "CIS", "Asia and Oceania" in the formation of the potential demand for national tourism products high in comparison with other macro-regions of the world );

- the establishment of simplified visa formalities is one of the main factors positively influencing the volume of inbound Mountain hostel flow into our country.

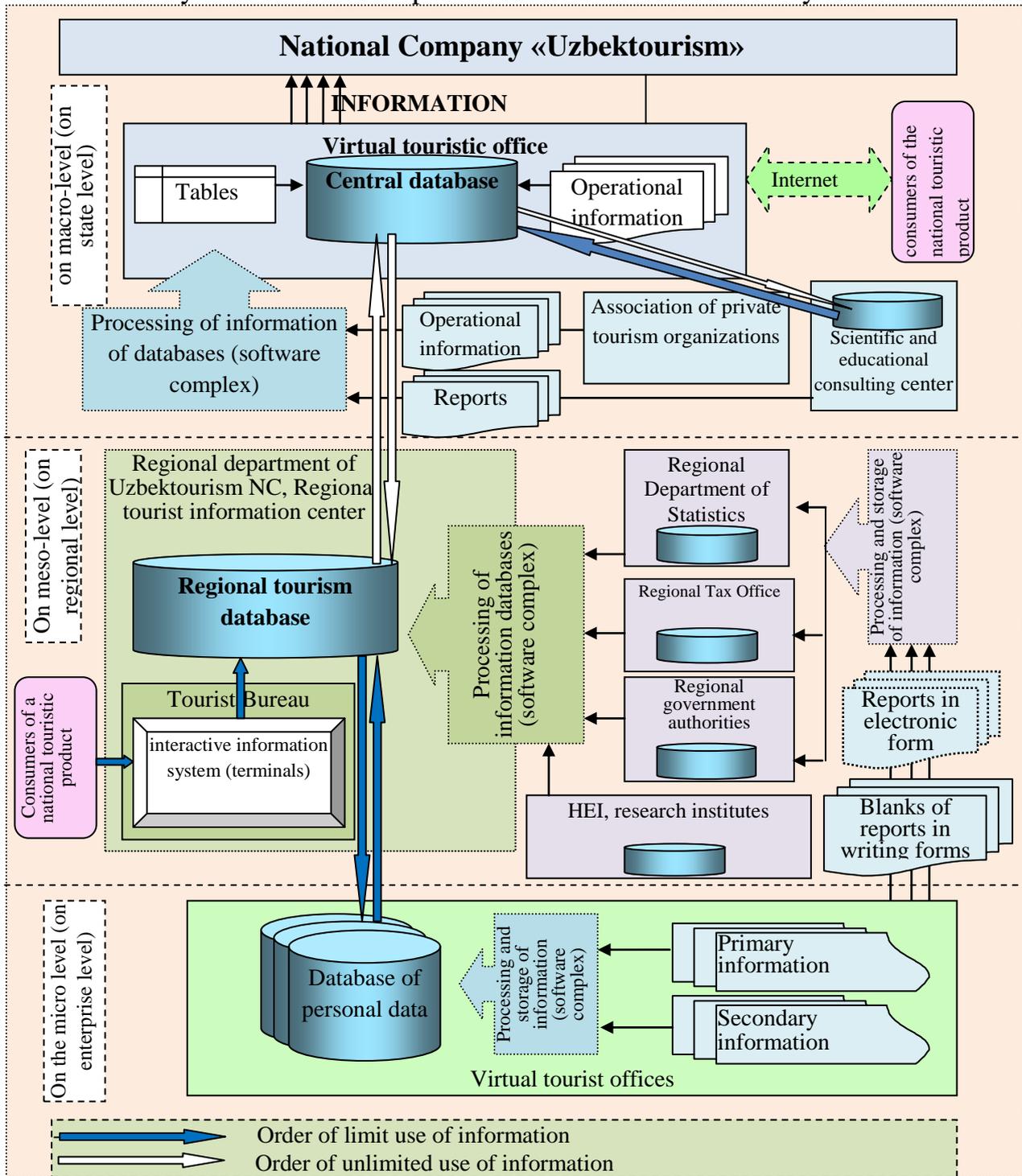
On the basis of the comparative analysis of structural tendencies of formation of the offer in the regional markets of tourism of the Republic of Uzbekistan, features of formation of the offer in the market of tourism of the Samarkand region, a number of tasks and problems of improvement of regional tourism infrastructure are defined (on the basis of the comparative analysis of tendencies of formation of the offer of the enterprises of tour operator, transport, information services, also services in the organization of leisure, food, accommodation), and also offers and recommendations submitted on their decision are developed.

**In the third chapter offers and recommendations about the innovative directions of implementation of the concept of marketing in the regional market of tourism** are developed. At the same time, on the basis of results of a research of features of a touristic product, marketing of tourism, models of implementation of the concept of marketing in a services sector, author have developed offers and recommendations about practical and methodical aspects of implementation of the integration concept of marketing in the regional market of tourism. Besides, proceeding from need of introduction of innovations in the regional market of tourism, interpretation of the concept "innovation", classification of types of innovations of the sphere of tourism, the analysis of the modern information and technological systems used in this sphere, and also existing in this field of the international practice author developed offers and recommendations about the directions of innovative development of the regional market of tourism and improvement of information and analytical system of this market.

Features of marketing of tourism create a realization prerequisite in the market of tourism of the integration marketing concept, that is complex implementation of the traditional, interactive and internal concept of marketing. Implementation of the integration concept of marketing in tourism at several levels cooperated among themselves is, one of important conditions of achievement of high efficiency in the regional market of tourism.

The mechanism of formation of a tourist information system in the regional market of tourism is developed. This mechanism consists of a complex of the elements governing the relations and interrelations connected with formation of databases of a corresponding order at all levels of administrative activity in the sphere of tourism, integration of information from the lower level to top, its transfer in a system order in the horizontal and vertical direction, definition of a limit and order of use of information for each element within this system (Fig. 4).

We consider expedient formation of virtual tourist offices and an interactive tourist information system as main component of a tourist information system.



**Fig.4. Mechanism of formation of a tourist information system<sup>43</sup>**

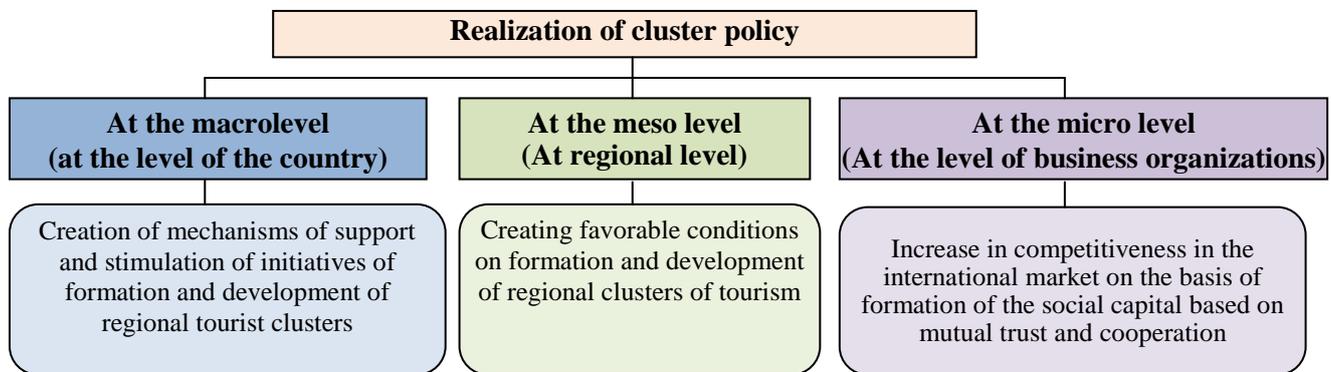
In the fourth chapter offers and recommendations about improvement of organizational and economic mechanisms of regulation of the regional market of tourism are developed. On the basis of studying of compound structure of system of regulation of the regional market of tourism, offers and recommendations about improvement of institutional bases of regulation of the

<sup>43</sup> Developed by the author.

regional market of tourism, and also the model of regulation of this market providing its more effective development have been developed. Indicators and criteria for evaluation of system effectiveness of regulation of the regional market of tourism, and also a technique of assessment of economic efficiency of development of the regional market of tourism are offered.

The system of regulation of the market of regional tourism has the irregular polyhierarchical structural shape and consists of the block of horizontal and vertical designs. In the thesis the compound structure of system of regulation of the regional market of tourism is given in a horizontal and vertical section, and also methods and instruments of improvement of data of structures on the basis of cluster approach are offered. At the same time, the cluster policy has to be developed and realized at three levels, namely: at the level of the state, the region and business of structures (Fig. 5).

Proceeding from the complex analysis of compound structure of system of regulation of the regional market of tourism, the principles and measures for development and realization of cluster policy, features of the mechanism of regulation of the regional market of tourism, the model of system of regulation providing more effective development of the regional market of tourism is developed. Allocation of the following its components (subsystem units) is expedient: standard and legal regulation and definition of the purpose; ensuring development and support of the regional market of tourism; ensuring tourism with analytical information of the regional market.



**Fig.5. Strategic directions of carrying out cluster policy**

The problem of development of indicators and criteria for evaluation of system effectiveness of regulation of the market of tourism needs also to be considered at three levels, that is at the level: country (region); separate branch; certain subjects of tourism

On the basis of a research of essence of system effectiveness and methodical bases of its assessment, three blocks of criteria of estimates and indicators of efficiency of regulation of the regional market of tourism are offered, namely: social, economic and budgetary efficiency.

*Social effectiveness* of system of regulation of the regional market of tourism reflects a contribution of actions for regulation in social and economic

development of the region and is estimated by means of a set of the indicators expressing extent of achievement of social effect.

Assessment of economic efficiency of system of regulation of the regional market of tourism is based on comparison of the actual results of the indicators of development of this market achieved in the current year with their planned target values in actions for regulation (in state programs).

Economic efficiency of development of the regional market of tourism characterizes the existing possibilities of implementation of processes of production and realization of tourist products, and also is reflected in effectiveness of these processes. For expression of effectiveness of these processes through effectiveness of uniform system, the integrated indicator of economic efficiency of development of the regional market of tourism is offered:

$$IS = \sum_{i=1}^n v_i \times k_i \quad (2)$$

here: IS – integrated indicator of economic efficiency;  $k_i$  – the normalized (standardized) i-indicator;  $v_i$  – i-indicator weight in an integrated indicator; n – quantity of indicators.

Proposed the following indicators, which express the economic efficiency of development of the regional tourism market, and to assess their dynamics for 2005-2015 years: the share of tourist-excursion and hotel services in GRP; the share of tourist-excursion and hotel services as part of the service sector (%); hospital bed capacity in hotels and other accommodation facilities; profitability; the number of visitors coming to one tour operator; the number of foreign visitors coming to one tour operator; the number of visitors coming to one unit of the capacity of all accommodation enterprises.

To determine the weight ( $v_i$ ) performance of regional tourism market, included in the integrated indicator of efficiency, it is suggested the use of pair correlation coefficients:

$$v_i = \sum_{j=1}^n r_{ij} / \sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^n r_{ij} \quad (3)$$

here:  $r_{ij}$  – pair correlation coefficients between the i- and j- indicators.

Initially, coefficients of pair correlation of indicators of efficiency of development of the regional market of tourism have been calculated. Using these coefficients the weight of indicators of efficiency (tab.4) has been determined.

**Table 4**

**Weight of indicators**

$v_1$	$v_2$	$v_3$	$v_4$	$v_5$	$v_6$	$v_7$
0,1729	0,1696	0,0819	0,1364	0,1416	0,1655	0,1322

These indicators should be normalized to identify and assess the dynamics of performance indicators using the following formula:

$$k_i = (k_i - k_{min}) / (k_{max} - k_{min}) \quad (4)$$

here:  $k_i$  – actual value of an indicator;  $k_{max}$  – maximum value of an indicator;  $k_{min}$  – minimum value of an indicator.

By means of this method effectiveness ratio of development of the regional market of tourism have been normalized.

Using the normalized coefficients, efficiency of development of the regional market of tourism for 2005-2015 is estimated. By results of the analysis, the tendency of decrease in economic efficiency of development of the regional market of tourism for 2005-2015 (tab. 5) is observed.

**Table 5**

**Values of an integrated indicator of economic efficiency of development of the regional market of tourism for 2005-2015<sup>44</sup>**

rated indicators	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
$v_1 \times k_1$	0,173	0,168	0,160	0,089	0,096	0,071	0,048	0,045	0,042	0,000	0,011
$v_2 \times k_2$	0,170	0,165	0,162	0,089	0,077	0,064	0,040	0,035	0,025	0,000	0,006
$v_3 \times k_3$	0,082	0,000	0,034	0,029	0,028	0,026	0,054	0,052	0,034	0,015	0,013
$v_4 \times k_4$	0,116	0,131	0,136	0,030	0,004	0,0002	0,000	0,001	0,001	0,001	0,001
$v_5 \times k_5$	0,102	0,036	0,036	0,097	0,142	0,000	0,016	0,024	0,077	0,017	0,003
$v_6 \times k_6$	0,116	0,057	0,082	0,165	0,114	0,025	0,025	0,031	0,015	0,038	0,000
$v_7 \times k_7$	0,043	0,032	0,080	0,118	0,132	0,054	0,036	0,040	0,049	0,000	0,006
<b>integrated indicator</b>	0,801	0,590	0,692	0,617	0,593	0,241	0,219	0,229	0,241	0,071	0,039

It is known that the condition of economic activity or a control system of the enterprise can be reflected by means of a number of indicators. By streamlining of these indicators on extent of growth, the dynamic standard (row) which is corresponding to the most desired condition of a control system, that is carrying out a function of a sample (standard) is developed.

In the comparative analysis of system effectiveness of management of the tourist enterprise it is possible to use the following dynamic row (tab. 6).

**Table 6**

**Normative (standard) dynamic row**

Name of indicators	Normative (standard) order of extent of growth of indicators (rank)
Profit	1
The volume of the realized tourist services	2
Volume of the fixed business assets	3
Period expenses	4
Salary fund	5
Total number of employees	6

Comparative evaluation of the effectiveness of tourism enterprises management system can be determined by comparing the actual order of the indicators included in the dynamic range of their statutory regulatory order.

The provided correlation coefficients are for this purpose used below:

**Spirmen's coefficient**

$$K_{\text{спир}} = 1 - \frac{6 \times \sum_{s=0}^n y_s^2}{n \times (n^2 - 1)}, \quad (5)$$

here:  $K_{\text{спир}}$  – coefficient of correlation of Spirmen;  $y_s$  – deviations between the actual and optimum rank;  $n$  – quantity of indicators in a dynamic row.

<sup>44</sup> Calculated and developed by the author on the basis of data of the state Committee on statistics of the Republic of Uzbekistan.

### Kendall's coefficient

$$K_{\text{кенд}} = 1 - \frac{4 \times \sum_{s=0}^n M_s}{n \times (n-1)}, \quad (6)$$

here:  $K_{\text{кенд}}$  – coefficient of correlation of Kendall;  $M_s$  – number of inversions (change of places) of a s-indicator in a dynamic row;  $n$  – quantity of indicators in a dynamic row.

$$K_{\text{н}} = \frac{(1 + K_{\text{спир}}) \times (1 + K_{\text{кенд}})}{4}, \quad (7)$$

here  $K_{\text{н}}$  – integrated effectiveness ratio.

Value of  $K_{\text{н}}$  changes in an interval from 0 to 1. At the same time, on how many the revealed comparative assessment is close to figure 1, on so many it demonstrates that functioning of a control system of the organization is carried out according to his reference option.

By means of this offered technique system effectiveness of management of LLC CATIA, private travel agency "Orient Voyages", LLC Sogda-tur, private travel company "Ekspri-dyutemp", conducting activity in the market of tourism of the Samarkand region is estimated. In below the provided table results of this analysis (tab. 7) are reflected.

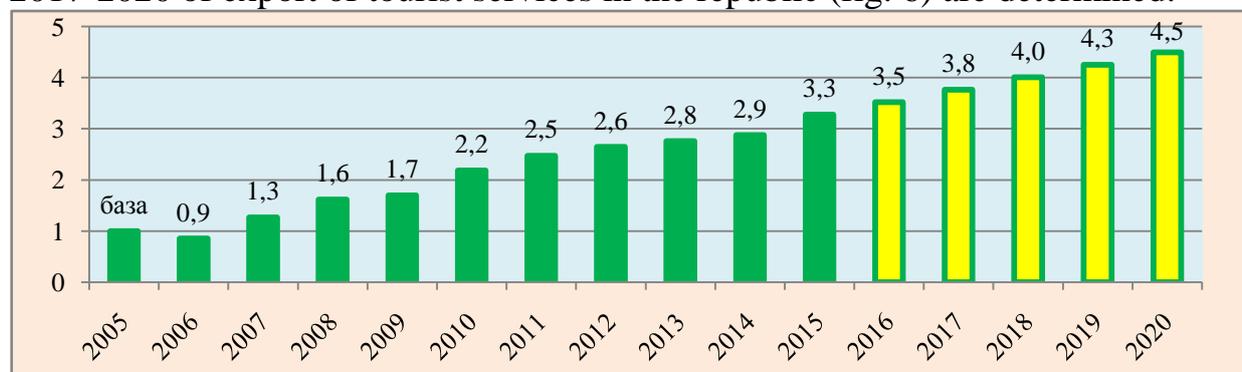
**Table 7**

**Results of the analysis of assessment of system effectiveness of management of the tourist enterprises**

Touristic enterprises	$K_{\text{спир}}$	$K_{\text{кенд}}$	$K_{\text{н}}$
LLC CATIA	0,543	0,467	0,566
Private travel agency "Orient Voyages"	0,657	0,6	0,663
LLC "Sogda-tur"	-0,257	-0,2	0,149
private travel company "Ekspri-dyutemp"	0,257	0,2	0,377

In the **fifth chapter the concept of development of the regional market of tourism in the conditions of innovative economy** is developed, and also development of this market is predicted.

Proceeding from results of the analysis of tendencies and features of formation of external demand for national tourist products, expected parameters for 2017-2020 of export of tourist services in the republic (fig. 6) are determined.

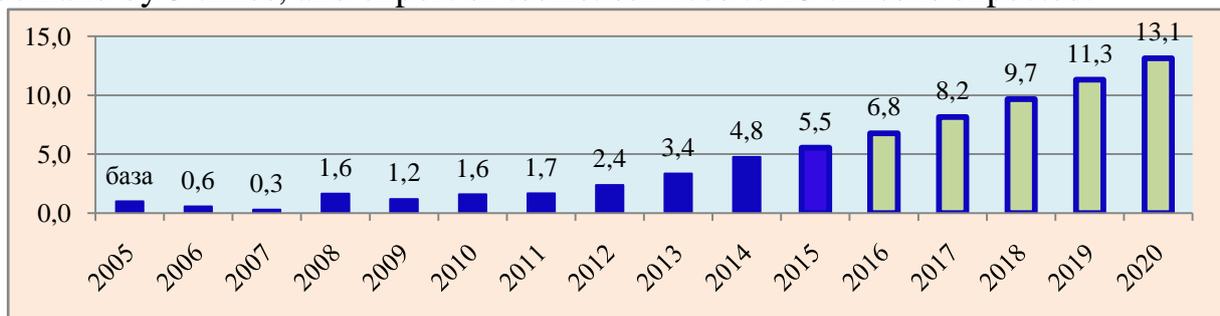


**Fig.6. Tendencies of change of volume of export of tourist services in Uzbekistan for 2005-2020<sup>45</sup>**

<sup>45</sup> The provided data in fig. 6-7-8 are developed and counted by the author on the basis of the analysis of reports of Statistics Committee of Uzbekistan.

Based on the trends analysis of results of export of tourist services and the formation of the external demand for tourism products, produced in Samarkand region, and identified the forecast parameters of these indicators for years 2017-2020 (Fig. 7, 8).

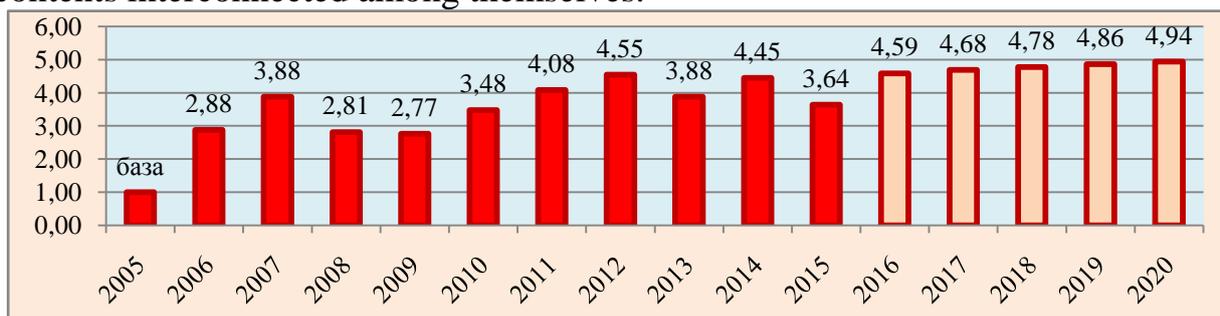
Thus, at effective use of the available opportunities in the Samarkand region, modernization of tourist infrastructure and diversification of a tourist product of the region on the basis of innovative approach, improvement of mechanisms of development of the regional market of tourism on the basis of cluster approach, in 2020 in comparison with 2005 increase in this market of volume of real external demand by 5 times, and export of tourist services to 13 times is expected.



**Fig.7. Trends in the volume of export of tourist services at the regional tourism market for 2005-2020<sup>45</sup>**

When implementing the planned activities for 2017-2020, there has been a relatively high rate of growth of exports of tourist services at the regional level as compared to the figures at the national level for the period.

Proceeding from features and tendencies of development of the regional market of tourism, conceptual bases of development of this market on the basis of cluster approach in the Samarkand region are developed. At the same time, this conceptual basis are considered as systemically the carried-out complex of actions having the double organizational and institutional and social and economic contents interconnected among themselves.



**Fig.8. Tendencies of change of volume of external demand in the regional market of tourism for 2005-2020<sup>45</sup>**

For the formation and development of the regional tourist cluster in the Samarkand region it is advisable to improve the existing organizational and institutional system of tourism in the country in the following areas:

1. The directions of improvement of the mechanism of the state support within a regional tourist cluster: contribution of implementation of the projects increasing efficiency of mutual cooperation within a cluster; methodical and information and consulting support in realization of cluster policy in the region;

ensuring creating favorable conditions for formation and development of a regional tourist cluster; contribution to formation of organizational aspects of a regional tourist cluster.

2. Directions and actions for improvement of organizational system and institutional bases of the regional sphere of tourism:

2.1. At the macrolevel (at the level of the country) systems of regulation of the regional market of tourism, expediently realization of the following events:

– as the social institute performing the coordinating functions and the plan of measures, responsible for the statement, on realization of cluster policy at the level of the state and control of its realization to organize "Interdepartmental council on cluster development" under Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan;

– as institute of the ensuring the market of tourism with information performing functions and regulations of a tourist information system, formation of "Tourist information center" under Uzbektourism NC.

2.2. At the mesolevel (at the level of the region) systems of regulation of the regional market of tourism have to be realized the following events:

– at khokimiyat of the Samarkand region the organization of "Council for coordination of activity of a tourist cluster", as the social institute providing identification and implementation of cluster initiatives, mutual coordination of the social and economic relations within a cluster, development of the action plan and realization of actions for cluster policy.

– formation of network of "Tourist bureaus" and "Regional information base" at regional office of Uzbektourism.

2.3. At the microlevel (at the level of subjects of the tourist sphere) realization of cluster policy formation is expedient:

– "Associations of members of the regional tourist cluster", as social institute forming the social capital, based on cooperation and mutual trust, and also being a basis of cluster initiatives;

– a marketing information system in tourism organizations, as a basis for realization of the system relations in the direction of creation of touristic database.

Thus, consecutive realization of a conceptual basis of development of the regional market of tourism will be a powerful incitement in giving to tourism of the status of strategic sector of regional economy, in transformation of this branch into the powerful instrument of sustainable development, structural transformations and diversification of economy which has to become the locomotive for the accelerated complex development of all interfaced branches of regional economy, and also in implementation of system measures for increase in a contribution of tourism in the created gross regional product, to increase in level and quality of life of the population, employment of the population.

## CONCLUSION

As a result of the researches conducted in dissertation work the following scientific conclusions, offers and practical recommendations are developed:

1. In the thesis author's determination of economic categories of system of tourism, in particular, of categories "visitor", "tourist" and "tourism market", "tourism industry" is developed. As a result of the scientific-theoretical analysis of the determination of category "tourism" developed by different authors two approaches in disclosure of its essence are revealed: first approach from the point of view of "demand", secondly "supply". This circumstance interferes with disclosure fully of essence of the difficult system relations peculiar to this sphere. Therefore, the category "tourism" has been given the scientific description – as open difficult social and economic system, with the elements interconnected by the system polyhierarchical relations, formed on the basis of many-sided functional structure of an interindustry complex and having a high susceptibility to changes of the external environment.

2. The tourism market is described as an open complex system, including economic instruments directly regulating supply and demand, as well as developing on the basis of natural-geographic, socio-economic, organizational and institutional conditions. In the form of the main criteria for the effective development of the market noted: cross-sectoral, functional, hierarchical consistency and respectively cooperative activity in the market, as well as by determining the features of its development on the basis of a systematic approach, proposed methods, tools, and components to improve the mechanisms of the market.

3. Application of system approach to development of the regional market of tourism, first of all, demands development of a technique of providing the cooperation relations between its subjects. As a modern technique of cooperation of subjects within system of the regional market of tourism formation of a regional tourist cluster is offered. Also, the algorithm of formation and development of a regional tourist cluster for introduction in practice of development of the state program on development of the sphere of tourism is offered.

4. Recommendations for the introduction of the tourist purposes, in accordance with international standards (1. Personal purposes: leisure and rest, visiting friends and relatives; education and training; treatment; pilgrimage; commercial; transit; 2. Business and professional purposes) in the reporting form "1-tourism", "2-tourism" and "Annex" tour "to the form 1-MB", used in the conduct of statistics in the field of tourism of the Republic of Uzbekistan proposed for implementation in practice of the Committee on statistics of the Republic of Uzbekistan.

5. The technique of determination of real and potential demand in the regional market of tourism is developed and the corresponding scientific conclusions have been recommended for use of Uzbektourism NC in the course of carrying out market researches by definition of gross demand for national tourist products. Use of these scientific results will give the chance of development by the effective

tourist of the strategy proved by the analytical information and indicators defining demand for national tourist products.

6. On the basis of the analysis the following tendencies and features of formation of demand in the market of tourism of the Samarkand region are revealed: increase in demand for the travel organizing tourists "in the last minutes"; development of domestic market of tourism, as a result of improvement of the standard of living of local population, and also the growing mobility of youth; development of the travel which are carried out from neighboring countries or regions in comparison with the trips made in the long-haul or transcontinental directions; intensive development of "business tourism"; as a result of improvement of system of individual booking and information technologies, increase in number of the "individual" tourists (self-organizing the trips), and also on the basis of these conclusions is recommended to Uzbektourism NC development of the plan of marketing actions for 2017-2020.

7. The econometric model creating an opportunity of assessment of extent of influence of the factors which don't have the quantitative description (regions, visa restrictions, sporting and cultural events, crises) is offered. As a result of the analysis change of compound (geographical) structure of demand for national tourist products under the influence of world financial and economic crisis was evidence-based that geographical a segment of the regional market of tourism, "CIS countries" and "the countries of Asia" are perspective, and also simplification of a visa regime and geographical proximity create favorable conditions in formation of demand for national tourist products. It is recommended to Uzbektourism NC development of regional marketing strategy on the basis of the conclusion, about need of realization of the marketing strategy directed to perspective tourist segments according to changes of demand for national tourist products.

8. As a result, the comparative analysis of different economic schools and teachings on the marketing concept in the services sector, proved the need for the implementation of the regional market tourism traditional (for the implementation of the strategy, product, price), internal (for personnel motivation strategy) and interactive (infrastructure and strategy service) marketing concepts in the vertical and horizontal integration. Besides, the directions on implementation of the integration marketing concept in a cooperation form at all levels of regulation of the regional market of tourism are offered.

9. Realization of the following innovative developments in the regional market of tourism is offered: introduction of electronic guides of the museums and exhibitions, e-guides and guides are installed in mobile phones; Preparation of multimedia presentations, reflecting the tourist potential of the region; the organization of virtual excursions, through placement them on pages of the Samarkand — the Center of Tourism web portal; a construction of hotel in style of the Middle Ages and use of "animation" programs; formation of an interactive tourist information system through improvement of geographic information systems.

10. The mechanism of formation of a tourist information system is developed. Improvement of organizational structure of Uzbektourism NC on the basis of offers on diversification of regional tourist products and creation of their innovative types through formation of an interactive tourist information system and virtual tourist offices as main structural part of a tourist information system is offered.

11. As a key component of the mechanism of effective regulation of the regional market of tourism improvement of mechanisms of partnership of the state and private business is necessary. At the same time, it is offered at each level of system of regulation of the regional market of tourism formation of the social institutes promoting formation and development of a regional tourist cluster (at the macro-level – "Interdepartmental council on cluster development", at the meso-level – "Council for coordination of activity of a tourist cluster", at the micro level - "Association of members of a regional tourist cluster" and "Training center within a cluster" at a specialized higher educational institution), and also for each level of regulation tasks of realization of cluster policy are defined.

12. For the purpose of assessment of efficiency of state regulation of development of the sphere of tourism, the integrated indicator of economic efficiency of development of the regional market of tourism and a technique of his assessment is developed, and also value of this indicator for 2005-2015 is calculated. Use of this scientific offer in practice on monitoring of realization and implementation of state programs and plans for further development of the sphere of tourism in the region is recommended.

13. The technique of assessment and an integrated indicator of system effectiveness of management of subjects of the regional market of tourism on the basis of use of coefficients of correlation dependence is developed, and also values of this indicator on the example of LLC CATIA, the private tourist agency "Orient Voyages", LLC Sogda-tur and private tourist firm "Ekspri-dyutemp" conducting activity in the market of tourism of the Samarkand region are estimated. Use of this scientific offer in practice of subjects of the regional market of tourism is recommended.

14. For forecasting of value of the main indicators of development of the market of tourism for 2017-2020 use of the following econometric models is recommended: use of sedate model in forecasting of number of entrance visitors, linear model in forecasting of internal visitors, volume of export of tourist services, volume of the realized tourist services in the Republic of Uzbekistan; use of square model in forecasting of volume of export of tourist services, logarithmic model in forecasting of number of entrance visitors, sedate model in forecasting of volume of the realized tourist services in the Samarkand region.

15. Proceeding from features and tendencies of development of the regional market of tourism, the conceptual basis of development of the regional market of tourism on the basis of cluster approach consisting of a complex of actions of organizational and institutional and social and economic contents is developed.

**ЭЪЛОН ҚИЛИНГАН ИЛМІЙ ИШЛАР РЎЙХАТИ**  
**СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ**  
**LIST OF PUBLISHED WORKS**

**I бўлим (I часть; I part)**

1. Алимова М.Т. Худудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденциялари // Монография. «Иқтисодиёт» нашриёти, - Тошкент, 2015 – 300-б.
2. Alimova M.T. Impact of economic crisis on the tourism mobility of the Republic of Uzbekistan // Journal of Management, Value & Ethics. – India, 2016. – № 1. (08.00.00.№ 6).
3. Алимова М.Т. Прогнозирование спроса на рынке международного туризма Республики Узбекистан // Маркетинг в России и за рубежом. – Москва, 2015. – № 2. – С. 96-108. (08.00.00.№ 12).
4. Алимова М.Т. Тенденции развития международного туризма в Узбекистане и за рубежом // Экономика и предпринимательство. – Москва, 2015. – № 5. – С. 117-125. (08.00.00.№ 29).
5. Алимова М.Т. Инновационный подход к развитию сферы туризма // Иқтисодиёт ва таълим. – Тошкент, 2012. – № 7. – Б.66-69. (08.00.00.№ 11).
6. Алимова М.Т. Туризм – мощный катализатор социально-экономического развития национальной экономики // Иқтисодиёт ва таълим. – Тошкент, 2015. – № 2. – Б. 60-63. (08.00.00.№ 11).
7. Алимова М.Т. Туризм бозорини бошқариш самарадорлигини баҳолашнинг оптимал параметрлари // Бизнес-эксперт. – Тошкент, 2015. – № 5. – Б. 26-32. (08.00.00.№ 3).
8. Алимова М.Т. Ўзбекистонда замонавий туристик хизматлар бозори: таҳлил, натижа ва истиқбол // Иқтисодиёт ва таълим. – Тошкент, 2013. – № 3. – Б. 25-29. (08.00.00.№ 11).
9. Алимова М.Т. Ўзбекистонда туризм бозори ривожланишининг асосий динамик ва таркибий тенденциялари // Иқтисодиёт ва таълим. – Тошкент, 2013. – № 1. – Б. 54-58. (08.00.00.№ 11).
10. Алимова М.Т. Маркетинговые исследования тенденций развития рынка туризма // Молия. – Тошкент, 2014. – № 5. – Б. 81-86. (08.00.00.№ 12).
11. Алимова М.Т. Худудий туризм бозорининг инновацион ривожланиш йўналишлари // Молия. – Тошкент, 2014. – № 6. – Б. 92-97. (08.00.00.№ 12).
12. Алимова М.Т. Тенденции развития регионального рынка туризма // Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси. – Тошкент, 2014. – № 3-4. – Б. 130-134. (08.00.00.№ 10).
13. Алимова М.Т. Туризм бозорининг ривожланишига тизимли ёндашув // «Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар» илмий электрон журнали. – Тошкент, 2015. – № 4. (08.00.00.№ 10).
14. Алимова М.Т. Худудий туризм бозорида аналитик-ахборотлар тизимини такомиллаштириш // «Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар» илмий электрон журнали. – Тошкент, 2015. – № 2. (08.00.00.№ 10).
15. Алимова М.Т. Туристтик хизматлар бозорида маркетинг

тадқиқотларини ахборот билан таъминлашнинг самарали услуби // Бизнес-Эксперт. – Тошкент, 2013. – № 6. – Б. 28-31. (08.00.00.№ 3).

16. Алимова М.Т. Регрессионный анализ тенденций развития туризма в Республике Узбекистан в посткризисный период // Научные основы мобилизации резервов роста и модернизации экономики (материалы III-Форума молодых учёных – экономистов) – Тошкент, ИПМИ, 2014. – Б. 263-269. (ОАКнинг 30.09.2014й. 208/5-сонли қарори).

17. Алимова М.Т. Худудий туризм бозорида ялпи талабни аниқлаш методикаси // Бизнес-эксперт. – Тошкент, 2016. – № 7. – Б. 64-71. (08.00.00.№ 3).

18. Алимова М.Т. Инновацион иқтисодиёт шароитида худудий туризм бозорини ривожлантиришнинг концептуал асослари // Иқтисодиёт ва таълим. – Тошкент, 2016. – № 2. – Б.60-66. (08.00.00.№ 11).

19. Алимова М.Т. Туризм тизимида оид категорияларнинг илмий-назарий талқини ва таърифларини такомиллаштириш // «Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар» илмий электрон журнали. – Тошкент, 2016. – №4. (08.00.00.№ 10).

20. Алимова М.Т. Анализ тенденций развития международного рынка туризма в Республике Узбекистан и за рубежом // «Бозор, пул ва кредит» журнали. – Тошкент, 2016. – №10. – Б.40-48. (08.00.00.№ 4).

## **II бўлим (II часть; II part)**

21. Alimova M.T. Analysis of trends and forecasting the development of the international tourism market // SAARJ Journal of Banking & Insurance Research. – India, 2016. – № 1. (08.00.00.№ 9).

22. Тураев Б.Х., Алимова М.Т. Кластерный подход, как один из ключевых механизмов развития туризма в регионе // Иқтисодиёт ва таълим. – Тошкент, 2012. – № 2. – Б. 63-66. (08.00.00.№ 11).

23. Асланова Д.Х., Алимова М.Т. Самарқанд вилоятида худудий туристик кластер шаклланишининг концептуал асослари // Бизнес-эксперт. – Тошкент, 2016. – № 9. – Б. 43-51. (08.00.00.№ 3).

24. Асланова Д.Х., Алимова М.Т. Самарқанд вилоятида худудий туристик кластерни шакллантириш имкониятлари // «Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар» илмий электрон журнали. – Тошкент, 2016. – №4. (08.00.00.№ 10).

25. Алимова М.Т. Прогнозирование развития рынка туризма Республики Узбекистан // Проблемы прогнозирования и государственного регулирования социально-экономического развития (Материалы XV международной научной конференции) – Минск, НИЭИ, 2014. – С. 190-192.

26. Алимова М.Т. Модель прогнозирования развития туризма в регионах Узбекистана // Макроэкономическая сбалансированность и комплексное социально-экономическое развитие (материалы II-Форума молодых учёных – экономистов) – Тошкент, ИПМИ, 2012. – Б. 268-272.

27. Алимова М.Т. Прогнозирование основных показателей развития туризма в Республике Узбекистан // Эффективное использование социально-

экономического потенциала и привлечение новых источников экономического роста (материалы VI-Форума экономистов) – Тошкент, ИПМИ, 2014. – Б. 248-255.

28. Алимова М.Т. Youth tourism as an effective mechanism for the personal, cultural and social growth of the younger generation // Молодежь в современном мире: проблемы и перспективы (материалы IX Международной научно-практической Интернет-конференции) – Уфа, Башкирский институт социальных технологий (филиал) ОУП ВПО, 2013. – Р.14-16.

29. Алимова М.Т. Инновационное направление развития сельского туризма в регионах Узбекистана // XXVIII Международные плехановские чтения (материалы международной научно-практической конференции) – Москва, ФГБОУ ВПО, 2015. – С.211-213.

30. Алимова М.Т. Кластерли ёндашув асосида туристик хизматлар бозорини ривожлантириш услуги // Хизмат кўрсатиш соҳасининг ривожланиш муаммолари (республика илмий-амалий анжуманининг материаллари) – Самарқанд, СамИСИ, 2013. – Б. 117-120.

31. Асланова Д.Х., Алимова М.Т. Методология взаимосвязи и взаимодействия субъектов территориального туристского кластера // Туризм инфратузилмасини ривожлантиришнинг методологик, услубий асосларини такомиллаштириш (халқаро илмий-амалий анжумани материаллари) – Самарқанд, СамИСИ, 2014. – Б. 16-20.

32. Алимова М.Т. Моделирование развития рынка туризма в регионах Узбекистана // Theory, practice and innovations of the development of travel, hotel and restaurant industries. (материалы международной научно-практической конференции) – Украина, УманГУ, 2015. – С. 3-5.

33. Алимова М.Т. Оптимальная модель прогнозирования развития туризма в регионах Узбекистана // Хизмат кўрсатиш соҳасининг ривожланиш муаммолари (республика илмий-амалий анжумани материаллари) – Самарқанд, СамИСИ, 2013. – Б. 201-204.

34. Алимова М.Т. Организационно-экономический механизм развития рынка туристских услуг на базе инноваций // Хизмат кўрсатиш соҳасининг инновацион ривожланишини таъминлаш муаммолари (республика илмий-амалий анжумани материаллари) – Самарқанд, СамИСИ, 2012.- Б. 176-179.

35. Алимова М.Т. Перспективное направление развития сельского туризма в регионах Узбекистана // Қишлоқ жойларида хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш ва аҳоли бандлигини ошириш муаммолари (республика илмий-амалий анжумани материаллари) – Самарқанд, СамИСИ, 2014. – Б. 19-25.

36. Алимова М.Т. Тенденции развития туризма в Республике Узбекистан // Проблемы прогнозирования и государственного регулирования социально-экономического развития (Материалы XVI международной научной конференции) – Минск, НИЭИ, 2015. – С. 186-187.

37. Тураев Б.Х., Алимова М.Т. Территориальный подход к моделированию развития туризма в Республике Узбекистан // Иқтисодийни модернизациялаш шароитида хизмат кўрсатиш соҳаси самарадорлигини

ошириш ва инновацион фаолиятни такомиллаштириш муаммолари (республика илмий-амалий анжумани материаллари) – Самарқанд, СамИСИ, 2014. – Б. 63-66.

38. Алимова М.Т. Туризм - мощный катализатор социально-экономического развития региона // Иқтисодийни модернизация қилиш ва Қуйи Амударё минтақасини ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш омиллари (республика илмий-амалий анжумани материаллари) – Урганч, УрДУ, 2011.- Б.78-81.

39. Алимова М.Т. Туризм бозорини тартибга солиш бўйича тизимли ёндашув // Хизмат кўрсатиш соҳаси тармоқларини ривожлантириш истиқболлари (республика илмий-амалий анжумани материаллари) – Самарқанд, СамИСИ, 2015. – Б. 472-477.

40. Алимова М.Т. Туризм бозорининг инновацион ривожланиш йўналишлари // Иқтисодийни модернизациялаш шароитида хизмат кўрсатиш соҳаси самарадорлигини ошириш ва инновацион фаолиятни такомиллаштириш муаммолари (республика илмий-амалий анжумани материаллари) – Самарқанд, СамИСИ, 2014. – Б. 46-50.

41. Алимова М.Т. Туризм бозорининг ривожланишига тизимли ёндашув // Хизмат кўрсатиш соҳаси тармоқларини ривожлантириш истиқболлари (республика илмий-амалий анжумани материаллари) – Самарқанд, СамИСИ, 2015. – Б. 15-19.

42. Алимова М.Т. Туризмда инновациялар ва уларнинг турлари // Савдо ва хизмат кўрсатиш соҳаси: анъаналар ва инновациялар (халқаро илмий-амалий анжумани материаллари) – Самарқанд, СамИСИ, 2015. – Б. 226-228.

43. Алимова М.Т. Туристтик кластер ҳудудий рақобатбардошликни оширишнинг самарали ташкилий-иқтисодий механизми сифатида // Мамлакатни модернизациялаш шароитида иқтисодийни ривожлантиришнинг долзарб муаммолари (республика илмий-амалий анжумани материаллари) – Самарқанд, СамДУ, 2012.- Б. 178-182.

44. Алимова М.Т. Туристтик хизматлар бозори ва унинг ривожланиши жараёнларидаги ўзгаришлар // Региональный туризм: современное состояние, проблемы и перспективы (сборник докладов и тезисов международного туристского форума) – г. Ташкент 1-ноября 2012г. 73-75 с.

45. Алимова М.Т. Туристтик хизматлар бозорида маркетинг ахборот тизимини шакллантириш // Ўзбекистон шароитида транспорт, муҳандислик – коммуникация инфратузилмаси, хизмат кўрсатиш ва сервис соҳаларини ривожлантиришнинг муҳим шартлари (республика илмий-амалий анжумани материаллари) – Самарқанд, СамИСИ, 2012. – Б. 103-104.

46. Алимова М.Т. Туристтик хизматлар бозорида маркетинг тадқиқотларининг ахборот таъминоти // Хизмат кўрсатиш соҳасининг инновацион ривожланишини таъминлаш муаммолари (республика илмий-амалий анжумани материаллари) – Самарқанд, СамИСИ, 2012.- Б. 173-176.

47. Асланова Д.Х., Алимова М.Т. Туристский кластер, как механизм динамического развития региональной инфраструктуры // Ўзбекистонда туризм инфратузилмасини такомиллаштиришда хорижий тажрибани қўллаш

(халқаро илмий-амалий анжумани материаллари) – Тошкент, ТошДИУ, 2015. – С. 48-55.

48. Алимова М.Т. Туристский кластер, как основа эффективного экономического развития регионов Узбекистана // Двадцать шестые международные Плехановские чтения (материалы международной научно-практической конференции) – Москва, ФГБОУ ВПО, 2013. – С.415-417.

49. Алимова М.Т. Ўзбекистон Республикаси ҳудудларида туризмни ривожлантиришнинг инновацион йўналишлари // Туризм и образование: пути их взаимодействия (Сборник докладов и тезисов международной туристской конференции) – Тошкент, 2013. – Б. 91-93.

50. Алимова М.Т. Ўзбекистонда туризм тармоғини малакали кадрлар билан таъминлаш муаммоси // Туризмни ривожлантиришда халқаро илғор тажрибалар ва уни Ўзбекистон шароитида қўллаш муаммолари (республика илмий-амалий анжумани материаллари) – Самарқанд, СамИСИ, 2011.- Б.295-297.

51. Алимова М.Т. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг ижтимоий-иқтисодий аҳамияти // Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида Ўзбекистон тараққиёти ва халқ фаровонлигини ошириш истиқболлари (республика илмий-амалий анжумани материаллари) – Тошкент, ТДИУ, 2011.- Б.121-123.

52. Алимова М.Т. Худуд рақобатбардошлигини оширишда кластерли ёндашув // Сервис. – Самарқанд, 2013. – № 2. – Б.49-53.

53. Алимова М.Т. Худудий туризм бозори ривожланишининг институционал асослари // Савдо ва хизмат кўрсатиш соҳаси: анъаналар ва инновациялар (халқаро илмий-амалий анжумани материаллари) – Самарқанд, СамИСИ, 2015. – Б. 73-78.

54. Алимова М.Т. Худудий туризм бозори ривожланишининг институционал асослари // Савдо ва хизмат кўрсатиш соҳаси: анъаналар ва инновациялар (халқаро илмий-амалий анжумани материаллари) – Самарқанд, СамИСИ, 2015. – Б. 73-78.

55. Алимова М.Т. Худудий туризм бозорида ахборот тизимини такомиллаштириш // XXI аср – интеллектуал авлод асри (худудий илмий-амалий анжумани материаллари) – Самарқанд, СамИСИ, 2014. – Б. 28-35.

56. Алимова М.Т. Худудий туризм бозорининг ривожланиш тенденциялари ва истиқболлари // Туризм инфратузилмасини ривожлантиришнинг методологик, услубий асосларини такомиллаштириш (халқаро илмий-амалий анжумани материаллари) – Самарқанд, СамИСИ, 2014. – Б. 204-206.

57. Алимова М.Т. Худудий туристик хизматлар бозорини ривожлантириш масалалари // Хизматлар бозори: муаммо, ечимлар ва истиқболлар (халқаро илмий-амалий анжумани материаллари) – Самарқанд, СамИСИ, 2012.- Б. 65-69.

58. Алимова М.Т., Сафаров Б., Перспективы развития сферы туризма в Республике Узбекистан // Современная экономика и финансы: исследования и разработки (материалы международной научно-практической

конференции) – Санкт-Петербург, Центр научных исследований, 2015. – С. 70-74.

59. Асланова Д.Х., Алимова М.Т. Ҳудудий туристик кластернинг шаклланишига таъсир этувчи омилларнинг SWOT-таҳлили // Иқтисодиётдаги чуқур таркибий ўзгаришлар шароитида хизмат кўрсатиш соҳаси тармоқларини ривожлантиришнинг долзарб муаммолари (СамИСИ 85 йиллигига бағшланган илмий-амалий конференция материаллари) – Самарқанд, СамИСИ, 2016.- Б. 190-198.

60. Асланова Д.Х., Алимова М.Т. Ҳудудий туристик кластернинг шаклланиш жараёнини аниқлаш усули // Халқаро ва ички туризмни ривожлантириш муаммолари (республика илмий-амалий анжумани материаллари) – Самарқанд, СамИСИ, 2016, Б. 3-8.

Автореферат «Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси»  
журнали таҳридан ўтказилди (27.01.2017)

Босишга рухсат этилди: 31.01.2017. Шартли босма табағи 5,0.  
Қоғоз бичими 60x84<sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Times New Roman гарнитураси.  
СамДЧТИ босмаҳонаси. Буюртма №23. Адади 100 нусха.  
Гувоҳнома №10-3512. 03.09.2015 й.