

ТУРИСТИК ДЕСТИНАЦИЯДА ИНВЕСТИЦИЯВИЙ ЛОЙИҲАЛАРНИ МОЛИЯЛАШТИРИШДА ИННОВАЦИОН ЁНДАШУВЛАР

Бекжанов Дилмурад Йўлдашович,
УрДУ таянч докторанти
E-Mail: dilmurad.bekjanov@gmail.com

Аннотация: Ушбу мақолада туристик дестинациядаги туризм корхоналарида инвестициявий лойиҳаларни молиялаштиришдаги муаммолар ёритилган ва мамлакатимизда дестинацион холдинг моделини жорий қилиш истиқболлари илмий асосланган.

Аннотация: В этой статье изложены проблемы финансирование инвестиционных проектов туристических предприятий в туристических дестинации, научно обоснованы перспективы внедрения модели дестинационного холдинга в нашей стране.

Abstract: This article outlines the problems of financing investment projects of tourist enterprises in the tourist destination, scientifically substantiated the prospects for implementing the model a destination holding company in our country.

Калит сўзлар: Туристтик дестинация, туризм корхонаси, дестинацион холдинг, туризм ҳудуд, туризм маҳсулот, кооперация, таваккалчилик.

Кириш

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2016 йил 2 декабрдаги “Ўзбекистон Республикаси туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисидаги” Фармоннинг биринчи бандида “туризмни ривожлантиришнинг яхлит концепциясини шакллантириш ва изчил амалга ошириш, туризмга иқтисодиётнинг стратегик мақомини бериш, ... таркибий ўзгаришлар ва барқарор ривожланишнинг қудратли воситасига айлантириш” вазифаси белгиланган. Бунда ҳар бир ҳудуд ва туристик дестинация салоҳиятидан келиб чиққан ҳолда, туризм йўналишларини белгилаш, туризм соҳасида туризм корхоналари фаолиятини янада ривожлантириш ва уларда янги инвестициявий лойиҳаларни амалга оширишга муҳим аҳамият касб этади. Туристтик дестинацияда кичик ва ўрта корхоналардан ташкил топган тизилмаларнинг мавжудлиги сабабли уларда кооперацион муносабатлар амалга ошириш долзарб муаммо ҳисобланади. Ташқи капитал ҳисобига фаолият олиб бораётган туризм фирмалари қарзларининг ошиб бориши, уларнинг келажакдаги даромадларини кафолатланиши ва барқарор ривожланишига тўсқинлик қилмоқда. Ушбу мақолада туристик дестинацияда фаолият олиб бораётган туризм корхоналарида молиялаштиришни янги моделларини жорий қилишнинг назарий асослари ёритилган.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили

Туризмга оид адабиётларда “дестинация” ёки “саёҳатгоҳ” атамасига хилма-хил таърифлар берилади ва кўпчилик ҳолларда улар бир-биридан фарқланади.

Жумладан, П.Келлер “дестинация – бу маълум туристлар сегменти эҳтиёжини қондирадиган бир-бирига бириккан ва бирлашган хизматлар мажмуидир” деб, таъриф беради [1].

Айтиш жоизки, “дестинация”га бериладиган таърифларнинг умумийлиги уни туристик маҳсулот деб тан олинишидир. Лекин, “дестинация”га таъриф беришда талаб ёки таклиф томонидан ёндашувлар масалани мураккаблаштиради ва фикрларнинг бир-биридан фарқланишига олиб келади. Т.Биегер, П. Берителли,

Давидсон, У.Зилтнер, У.Мартини, Г.Пехланер каби туризм соҳасида илмий тадқиқотлар олиб борган хорижий олимлар туристик дестинацияни ўрганишда талаб нуқтаи назаридан ёндашиб “дестинация”га “сайёҳни маълум жойга жалб қилишга қодир бўлган маҳсулотлар, хизматлар, табиий ва сунъий жозибадор омиллар мажмуи” деб, таъриф берадилар.

У.Мартинининг фикрича вақт ўтиши билан буиқтисодий категория чуқур эволюцияга учради, яъни “таътилни ўтказадиган жой” анъанавий маъносидан, “кўрсатилган туристик фаолиятларни кўзда тутган ҳолда мижоз айнаи шу жойда ўз дам олиш вақтини ўтказишга аҳд қилган ҳудуд” маъносига ўтиб, айнаи вақтда “маълум жойда туристик талаб ва унинг натижаларини бошқариш”ни билдирмоқда. У.Мартини хулоса қилиб “дестинация” учун “маълум истеъмолчилар сегменти учун хилма-хил хизматлар мажмуи сифатида намоён бўлади, ҳамда уларнинг ичидаги фақат алоҳида маҳсулотлар ёки жозибадор омиллар эмас, балки уларнинг сайёҳ томонидан шакллантирилган комбинацияси муҳимдир” деб таъкидлайди. Булар асосан мамлакатимизнинг шу соҳа бўйича кўзга кўринган олимлари профессор Б.Н.Наврўззода ва доцент Н.С.Ибрагимовлар томонидан кенг тадқиқ қилинган ва илмий тадқиқот натижалари монография кўринишида чоп қилинган[2].

Немис олими Г.Печланернинг бунга ўзига хос ёндашган бўлиб у “дестинациялар – бу истеъмолчи нуқтаи назарида саёҳат давомида белгиловчи аҳамият касб этувчи, маҳсулот ва хизматлар ёки ўзаро бириккан ва бирлашган маҳсулотлар мажмуи сифатида тушуниладиган, географик нуқтаи назардан аниқ чегараланган рақобатлашувчи ҳудудий бирликдир” дея, таърифланган[3].

Давидсон ва Маитландлар дестинация тушунчасига тор маънода ёндашишган ва уни “маҳалла”, “туман” ёки “аниқ чегараланган ҳудуд” сифатида ёритишган[4]. Медлик асосан ўзининг илмий ишида туристик дестинацияни туристлар ташриф буюрадиган жой, ҳудуд, мамлакат ёки минтақа билан ўзаро солиштирган ҳолда ўрганган[5]. Бигер айнан Медлик томонидан берилган таърифга нисбатан кенгроқ ёндашган ҳолда туристик дестинацияга йирик географик бирлик бўлган материкни ҳам киритади[6].

Туристтик дестинация мақомини олиш учун уни чегараларини белгилаш ва унинг белгиларни ёритиш анча қийинлиги сабабли унга аниқ таъриф бериш мушкул ҳисобланади. Юқоридагилардан келиб чиққан ҳолда шуни таъкидлаб ўтиш лозимки, ҳар бир туристик дестинация ўзининг турли хил таркибий қисмларига эгаллиги сабабли уларга турлича таърифлар берилган. Шунинг учун туристик дестинацияга таъриф беришда фақат географик жойлашувга эътибор қаратмасдан, унга субъектив жиҳатдан ҳам ёндашиш лозим.

Метелка фикрича, туристик дестинация – бу бирор киши саёҳат қиладиган географик жойдир[7]. Гунн, Лумсдон, Бигер ва бошқа муаллифлар ҳам шунга мос таърифларни келтириб ўтишган. Инскееп бу анъанавий таърифнинг тавсифига қўшимча киритди. Бунда у дестинацияни мутлақ эркин бўлиши, мустақил фаолият юритиши, шунингдек, бир қанча маҳсулот ва хизматларни таклиф қилиши лозимлигини таъкидлаган. У бунда айниқса, дам олиш, янги таассуротлар қолдириш, тажриба орттириш ва саломатлик учун зарур бўлган хизмат кўрсатиш соҳаларига эътибор қаратиш зарурлигини ўзининг илмий изланишларида баён қилган. Шу билан бирга кейинчалик бу таъриф швецариялик олим Томас Бигер ва Жаҳон туризм ташкилоти экспертлари томонидан янада мукамаллаштирилган.

Фикримизча, **“туристик дестинация”**- бу турист маълум вақт мобайнида саёҳат қилиш учун борадиган, турли хил туризм ресурси ва аттрационларга эга бўлган,

шунингдек, турли хил хизматлар мажмуини таклиф қилувчи рақобатлашувчи ҳудуд ёки мақсадли жойдир. Тадқиқотимизда Хоразм вилояти “туристик дестинация” сифатида қаралади.

Хоразм вилояти туристик дестинацияси рақобатбардошлиги ва барқарор ривожланиши учун тўстинлик қиладиган асосий муаммолар қуйидагилардан иборат:

1) Кичик корхоналардан ташкил топган тузилмалар. Вилоятда фаолият олиб бораётган меҳмонхона ва бошқа туризм корхоналари асосан кичик корхоналар ҳисобланади. Хусусан, вилоятдаги битта меҳмонхонадаги номерлар сони 2018 йил 1 январь ҳолатига кўра ўртача 23 тани ташкил қилган[7]. Бу жаҳон миқёсидаги миқдордан қарийб 5 баробар камдир. Бунинг натижасида корхоналарда самарали инновацион фаолият юритиш ва истиқболли иқтисодий лойиҳаларни амалга оширишда молиявий муаммоларни келтириб чиқаради.

2) Кичик ва ўрта корхоналар ўртасида фақат қисқа муддатли давр учун ҳамкорлик алоқалари ўрнатилган. Истиқболли мақсадларни амалга оширишда ўзаро бир-бирига ишончинг йўқлиги сабабли корхоналар ўртасида кооперацион муносабатлар йўлга қўйилмаган.

3) Билим ва малаканинг пастлиги. Корхоналарда янги билимларни олиш ва малакани оширишга интилишнинг пастлиги сабабли туризм соҳасидаги иқтисодий муносабатларда рентабеллик пастлиги кўзатилади.

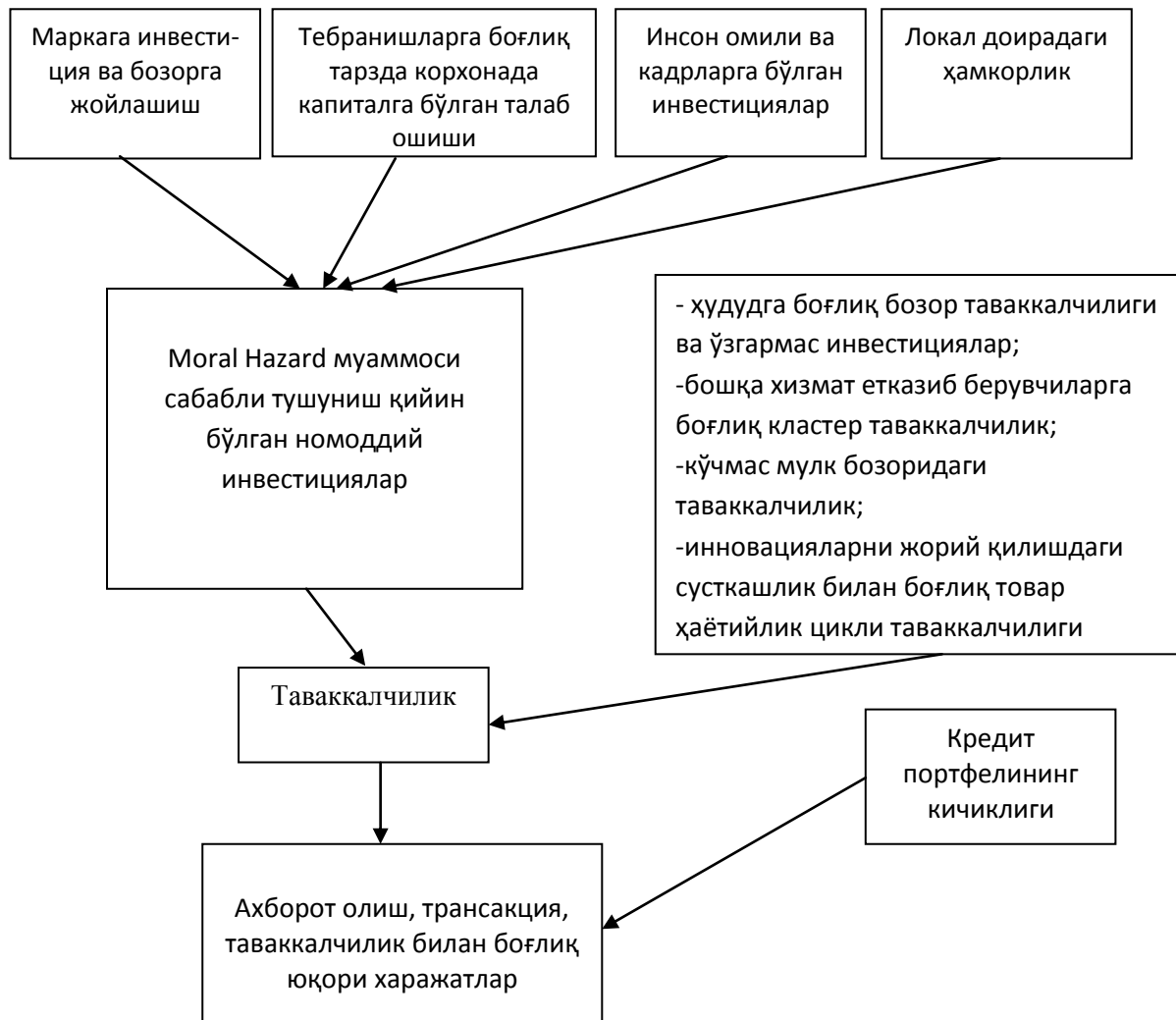
4) Туризм ташкилотларида туристик дестинацияни истиқболли ривожланишини амалга оширадиган, туризм корхоналарини қўллаб қувватлайдиган малакали мутассасис ва экспертларнинг етишмаслиги. Хоразм вилоятида маркетинг, туризм маҳсулоти таклифини шакллантириш, туризм корхоналари ўртасидаги кооперацион муносабатларга ёрдам берадиган малакали кадрларнинг йўқлиги асосий муаммо ҳисобланади.

5) Туризм ташкилотларининг барча хизматларини тўлиқ амалга ошириши ва оммабоплигини таъминлаши учун молиявий маблағларнинг етишмаслиги. Туризм ташкилотлари фақатгина давлат томонидан амалга ошириладиган молиялаштириш манбааларига қарамдир. Туризм соҳаси билан белвосита фаолият олиб борувчи тармоқларни сиёсий жиҳатдан қўллаб-қувватлаш орқали бу муаммони бартараф қилиш имкони бўлади.

Ҳозирги пайтда банк кредитларига бўлган талабнинг ошиши ва бунинг натижасида кредит фоиз ставкаларининг ошиши туризм соҳасида фаолият олиб борувчи корхоналар фаолиятига жиддий таъсир кўрсатмоқда. Турли хил хизматларни ўзида мужассамлаштирган туризм маҳсулотини сотишда таваккалчилик катта роль ўйнайди. Туризм соҳасига киритиладиган инвестициялар бўлса, айнан бирор жой ва кўпинча туризм маҳсулотига қаратилган бўлади.

Бу соҳага киритиладиган инвестицияларнинг катта қисми асосан, кўчмас мулк объектларига қаратилган. Бунинг натижасида кўчмас мулкдан фойдаланиш билан боғлиқ бўлган қўшимча таваккалчилик пайдо бўлади. Туризм корхоналарининг ривожланиши юқорида айтиб ўтганимиздек, ҳамкорлик фаолияти ёки ҳамкор корхоналарнинг таклиф элементларига бевосита боғлиқдир. Уларни келажакда қандай ривожланишини ҳисоб-китоб асосида айтиш жуда қийин, лекин ҳамкорликнинг позитив ёки негатив таъсирларини баҳолаш мумкин. Уларни келажакда қандай ривожланишини ҳисоб-китоб асосида айтиш жуда қийин, лекин ҳамкорликнинг позитив ёки негатив таъсирларини баҳолаш мумкин. Мамлакатимиздаги тижорат банклари туризм корхоналарининг анъанавий концепция асосидаги туризм маҳсулотларини аввалги бозорларда сотишдан келадиган

даромадлари уларнинг келажакда барқарор ривожланишида шубҳа уйғотади. Шу билан бирга туризм корхоналарида янги туризм маҳсулоти концепциясини шакллантириш учун ҳам қўшимча инвестиция манбаи зарур бўлади. Бундай вазиятда томонлар таваккалчиликни тўғри баҳолаши ва ўзаро ҳамкорликда фаолият олиб бориши мақсадга мувофиқдир.



1-чизма. Туризм соҳасини молиялаштиришдаги муаммолар

Манба: Тадқиқот натижаларидан олинган маълумотлар асосида муаллиф ишланмаси

Агар тижорат банклари туризм корхоналарга имтиёзли фоизлар асосида кредит беришни жорий қилишса, келажакда Хоразм вилоятида бу соҳани барқарор ривожланишига ёрдам беради. Шу билан бирга келажакда туризм соҳасида янги турдаги маҳсулот ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатишни яхшилаш ва кўчмас мулкка инвестиция киритишга ҳам қизиқиш ортади.

Туризм дестинация ва ундаги корхоналар даромадларини ошириш, ҳамда уларда таваккалчиликни камайтириш ҳисобига туризм соҳасини инвесторлар олдида жозибadorлигини ошириш мумкин. Бунга қуйидагилар орқали эришиш мумкин:

- истеъмолчилар истаган маҳсулот ва хизматлар сифатига эришиш орқали хизмат кўрсатиш жараёнини оптималлаштириш, ҳамда корхонанинг соф даромадларини ошириш;
- корхонадан ташқаридаги фаолиятда харажатларни камайтириш;

- барча хизмат кўрсатиш элементларини бозорда стратегик жойлашиб олишини таъминлаш;

- амортизация харажатларини камайтириш. Бунинг натижасида барча имкониятлардан фойдаланиш ҳисобига инвестицияларнинг узоқ муддатли нафлилиги ортади, туристик дестинациядаги корхоналар ўртасида бир мақсадга қўшимча тарзда қайта инвестиция қилиш учун рақобатлашиш олди олинади;

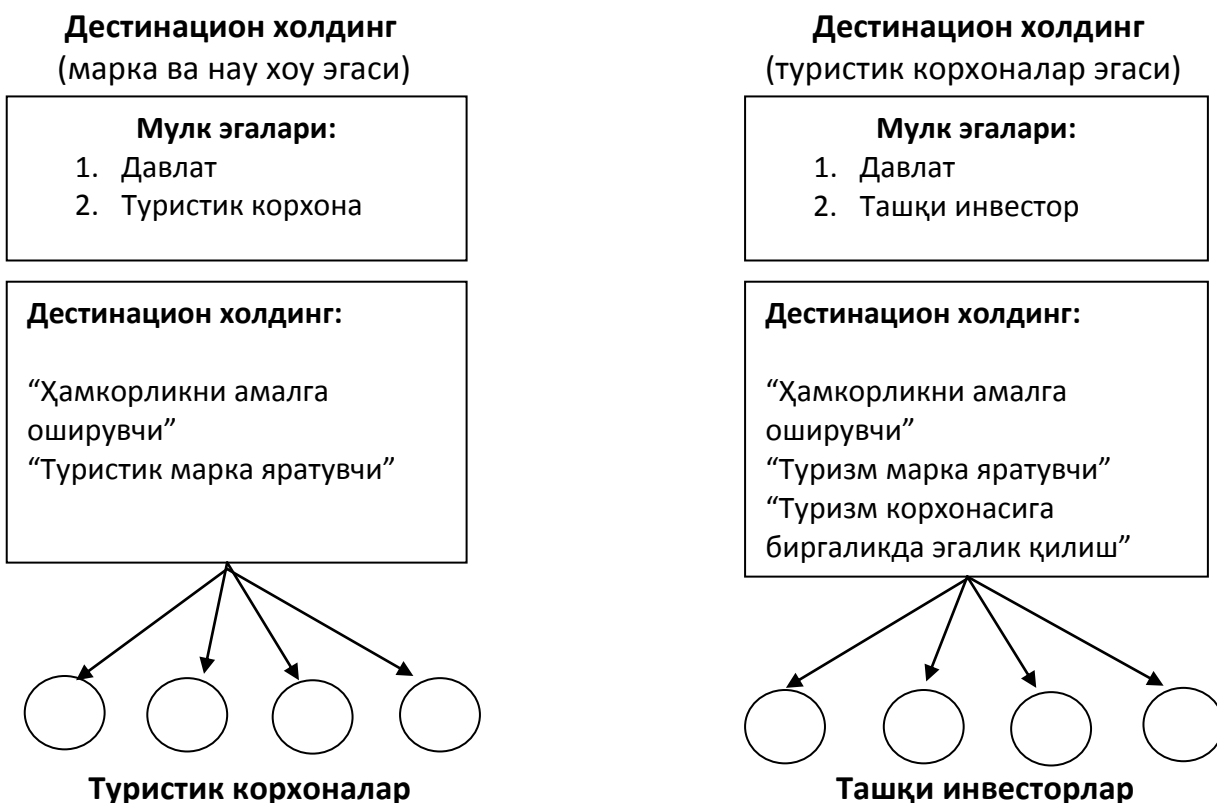
- янги туризм маҳсулотларини янги мақсадли истеъмолчилар гуруҳларига сотиш, шунингдек, бошқа тармоқ корхоналари билан кооперацион муносабатларни амалга ошириш орқали узоқ муддатли даврда барқарор ривожланишга эришилади;

- таваккалчиликни камайтириш. Бу асосан кластер таваккалчилигида негатив таъсир қилувчи хизмат элементларини камайтириш ва етарли маблағга эга бўлган корхоналар билан интеграцион муносабатлар, шунингдек, самарали менежментни жорий қилиш орқали эришилади

Тадқиқот методологияси

Молиявий нуқтаи назардан интеграцион жараёнлар туристик дестинациянинг узоқ муддатли барқарор ривожланиши учун замин яратади.

XX асрнинг охирида АҚШ туризм соҳасида молиялаштириш муаммосини ҳал қилиш учун дестинацион холдинглар ташкил қилинган. Бу йирик холдинглар турли хил дестинацияларда муваффақиятли ҳаракат олиб боришган. Шу нуқтаи назардан мамлакатимиз туризм соҳасида инвестицион муносабатларни самарали ташкил қилиш, молиялаштирувчи субъектларнинг таваккалчилигини қисман пасайтириш мақсадида “дестинацион холдинг модели” концепциясидан фойдаланиш мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Бу модель асосан швецариялик олимлар Т. Бигер, П. Берителли[8] ва немис олими Г.Пехланерлар[9] томонидан кенг миқёсда тадқиқ қилинган, ҳамда амалиётда Европа мамлакатлари туризм соҳасида синовдан ўтган.



2-чизма. Дестинацион холдингнинг намунавий моделлари

Манба: Тадқиқот натижаларидан олинган маълумотлар асосида муаллиф ишланмаси

Туризм соҳасида дестинацион холдинг ташкил қилишда асосий муаммолар асосан дестинация холдинга кириб кооперацион муносабатларда иштирок этувчи ҳар бир хўжалик юритувчи субъектнинг бу жарёнга тайёрлиги, тизимни самарали фаолият юритиши учун зарур бўлган иқтисодий, сиёсий ва ҳуқуқий мезонларининг мавжудлиги билан изоҳланади. Бу моделнинг афзаллиги асосан туристик дестинациянинг рақобатбардошлигини ошириши ва барқарор ривожланишида ўз аксини топса, камчилиги дестинацион холдингга аъзо бўлган туризм корхоналарининг туристик бозорга алоҳида таъсир қилиш имкониятини камайтиради. Бунда туризм корхоналари дестинацион холдинг маркасидан фойдаланган ҳолда ҳаракат қилиши натижасида, бозорда истеъмолчилар фақатгина ўзлари истеъмол қилган маҳсулот ёки хизматни йирик холдингга тегишлилигини эътироф этишади. Бу эса корхоналарни келажакда бозорда эркин фаолият юритишида истеъмолчилар томонидан эътироф этилишида муаммолар келтириб чиқаради.

Таҳлил ва натижалар

Жаҳон туризм ташкилоти статистик маълумотларга қараганда, 2017 йилда сайёҳлик хизматининг дунё ЯИМга қўшган ҳиссаси 10 фоизни, экспортдаги улуши 7 фоизни, халқаро туризмдан келган фойда эса 1 трлн. 453 млн. АҚШ долларини, туристларнинг умумий сони эса 1 млрд. 322 млн. нафарни ташкил қилган[10]. Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантиш қўмитаси маълумотларига кўра, 2018 йил биринчи ярим йиллигида мамлакатимизга келган туристлар сони ўтган йилнинг шу даврига нисбатан қарийб икки бараварга ошган. Жорий йилнинг 6 ойида мамлакатимизга 688 962 нафар хорижий туристлар ташриф буюрган[11]. Бу кўрсаткичларнинг ўзи сайёҳликнинг жаҳон иқтисодиётидаги, шу жумладан, мамлакатлар тараққиётидаги ўрнини намоён қилмоқда.

Хоразм вилоятида туризм соҳасини янада ривожлантириш давлат миқёсидаги истиқболли дастурларга киритилган. Вилоятда туризм соҳасини янада ривожлантириш борасида 2016-2017 йиллар учун мўлжалланган режада жами чоратабдирларни амалга ошириш учун 57 189,0 млн. сўм ажратиш назарда тутилган. Шундан ташаббускорлар маблағлари 33 674,0 млн. сўм, тижорат банклари кредитлари 15 745 млн.сўм ва бюджет маблағлари 7 770,0 млн. сўмни ташкил қилади[12]. Биз илмий ишни амалий жиҳатларини кенгроқ ва аниқроқ ёритиш учун ушбу режанинг 2-бўлими “Меҳмонхона ва сайёҳларни жойлаштириш бўйича бошқа мажмуалар қуриш, мавжудларини қайта таъмирлаш” инвестициявий лойиҳаларини бир қисмини қисқача таҳлил қиламиз.

1-жадвал маълумотларидан келиб чиққан ҳолда, Хоразм вилоятида туризм соҳасини янада ривожлантириш учун зарур бўлган меҳмонхоналар барпо этиш ва қайта таъмирлаш ишлари бўйича режалаштирилган инвестициявий лойиҳаларда асосий маблағлар асосан лойиҳани амалга оширувчи ташаббускорлар ва тижорат банклари маблағларидан ташкил топган. Бунда тижорат банклари лойиҳалар учун ташаббускор томонидан сўралган кредит маблағларининг қайтарилиш таваккалчилигини, шу қурилаётган бинонинг гаров тариқасида баҳоланиши билан кафолатланади. Бунда меҳмонхона самарали ишласа, тижорат банклари кредитини қайтариши муаммо бўлмайди, акс ҳолда кўчмас мулк сотилиши эвазига банк кредитини қайтариши мумкин. Кўпчилик ҳолларда лойиҳани амалга оширувчилар томонидан лойиҳа қийматининг аниқ баҳоланмаслиги натижасида қўшимча маблағ зарур бўлади ва улар тижорат банкларига қайта мурожаат қилишади. Тижорат банклари бир

лойиҳага қайта маблағ киритишни хоҳлашмайди ёки бу кредит линияни амалга ошириш учун қўшимча вақт талаб қилинади.

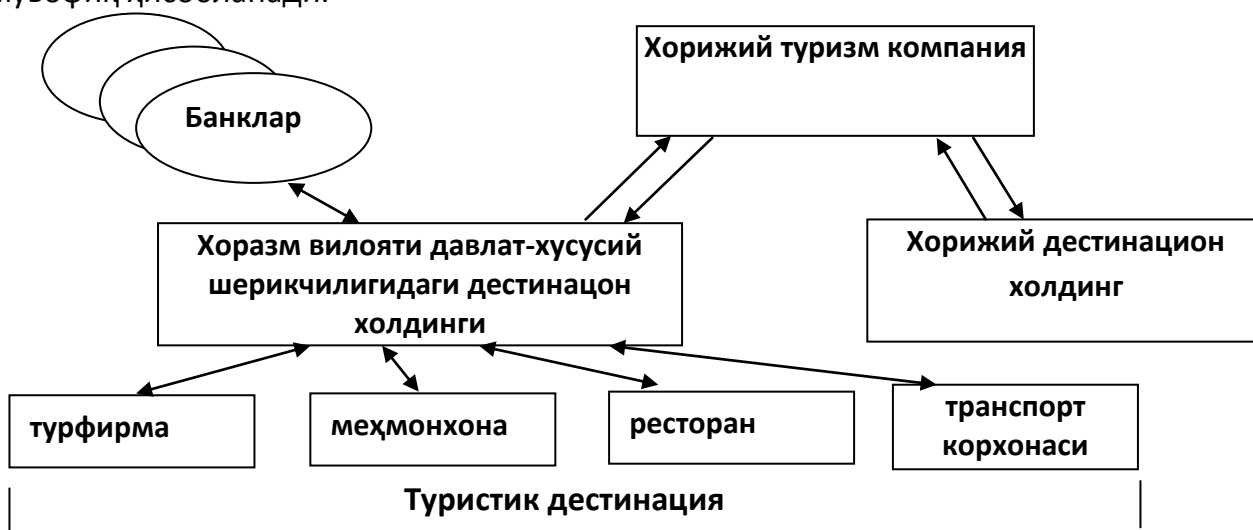
1-жадвал

Хоразм вилояти туристик дестинациясида 2016-2017 йилларда меҳмонхоналар ва сайёҳларни жойлаштириш бўйича бошқа мажмуалар қуриш, мавжудларини қайта таъмирлаш инвестициявий лойиҳалари таҳлили

№	Чора-тадбирлар	Харажатлар (млн.сўм)		Молиялаштириш манбаси
1	Урганч шаҳар Хонқа кўчасида 52 ўринли 3 юлдузли меҳмонхона қуриш	1 625,0	1 100,0	Ташаббускор маблағи
			525,0	Тижорат банклар кредити
2	Урганч шаҳар Амударё кўчасида 32 ўринли 3 юлдузли меҳмонхона қуриш	3 600,0	2 400,0	Ташаббускор маблағи
			1 200,0	Тижорат банклар кредити
3	Урганч шаҳар Ўзбекистон кўчасида 64 ўринли 3 юлдузли меҳмонхона қуриш	1 950,0	450,0	Ташаббускор маблағи
			1 550,0	Тижорат банклар кредити
4	Урганч шаҳар Ғ.Фуллом кўчасида 32 ўринли 3 юлдузли меҳмонхона қуриш	990,0	600,0	Ташаббускор маблағи
			390,0	Тижорат банклар кредити
5	Хива шаҳар сайёҳлик ҳудудида 40 ўринли 3 юлдузли меҳмонхона қуриш	1 070,0	800,0	Ташаббускор маблағи
			200,0	Тижорат банклар кредити
			70,0	Хорижий инвестициялар
6	Хива шаҳар сайёҳлик ҳудудида 64 ўринли 3 юлдузли меҳмонхона қуриш	2 400,0	600,0	Ташаббускор маблағи
			1 800,0	Тижорат банклар кредити
7	Хива шаҳар К.Ёқубов кўчасида 32 ўринли 3 юлдузли меҳмонхона қуриш	1 650,0	900,0	Ташаббускор маблағи
			750,0	Тижорат банклар кредити
Жами		13 285,0		

Манба: Хоразм вилояти ҳокимияти маълумотлари асосида муаллиф томонидан ишланган.

Таъкидлаш лозимки, давлат-хусусий шерикчилик асосида ташкил қилинадиган дестинацион холдингни ташкил қилиш мақсадга мувофиқ, чунки мамлакатимизда туризм индустрияси энди ривожланиш босқичидадир. Мамлакатимиз туризм индустриясида давлат-хусусий шерикчилик асосидаги дестинацион холдинг моделини қўллашни таклиф қиламиз. Шунинг учун Хоразм вилояти туристик дестинация миқёсидаги инвестициявий лойиҳаларни молиялаштиришда 3-чизмада акс эттилган дестинацион холдинг компаниясини амалиётга жорий қилиш мақсадга мувофиқ ҳисобланади.



3-чизма. Хоразм вилояти туристик дестинацияси учун дестинацион холдинг модели
Манба: Муаллиф ишланмаси

3-чизмада келтирилган дестинацион холдинг моделини Хоразм вилоятида жорий қилиш натижасида туристик дестинациядаги турфирма, меҳмонхона ва бошқа хизмат етказиб берувчи корхоналарнинг давлат-хусусий шерикчилигидаги дестинацион холдингга бирлашган ҳолда молиявий муносабатларни амалган ошириши, йирик хорижий туризм компаниялар, шунингдек, хорижий дестинацион холдинглар билан самарали алоқаларни амалга ошириш ва халқаро туризм бозорида ягона дестинацион бренд остида фаолият олиб бориш имконияти пайдо бўлади. Тижорат банклари ва хорижий туризм компаниялар, кичик ва ҳали миллий ёки халқаро миқёсда танилиб улгурмаган туризм корхоналари билан алоқа қилишдан кўра, йирик дестинацион холдинг билан алоқа қилишни афзал кўришади. Шунингдек, туристик дестинацияга киритиладиган ташқи инвестицияларда давлат шерикчилигидаги корхона бевосита қатнашса, инвестициядан самарали фойдаланиш ва сармоянинг таваккалчилик даражаси нисбатан қаралади. Бу ўз навбатида туристик дестинациянинг инвестициявий жозибаторлиги оширади.

Хулоса ва таклифлар

Юқорида келтирилган тадқиқот натижалари асосида қуйидаги умумий хулосага келдик:

- мамлакатимиз туризм бизнесига қизиқувчи хорижий инвесторлар учун туристик дестинация жозибаторлиги ошади;
- ташқи йирик туризм компаниялари билан рақобатлаша оладиган миллий компаниялар шаклланади;
- туризм корхоналарида инвестициявий лойиҳаларни молиялаштиришда таваккалчиликни пасайтириш орқали барқарор ривожланишга эришилади;
- халқаро туризм бозорида тадқиқотларни олиб бориш ва ягона туристик марка остида ҳаракат қилиш орқали янги бозор сегментлари шакллантирилади;
- банк кредитларидан самарали фойдаланиш имконияти мавжуд бўлади;
- дестинацион холдинг томонидан акция эмиссия қилиниши ва қимматли қоғозлар бозорида фаол қатнашиш натижасида қўшимча инвестициявий капитал шакллантирилади;
- дестинацион холдингга кирган туризм корхоналари ўртасида кооперацион муносабатларнинг кучайиши натижасида хизмат кўрсатиш ички занжирларини ташкил қилиш орқали туризм маҳсулоти таннархи пасаяди;
- дестинацион холдингда таваккалчиликни бошқариш воситаларини шакллантириш орқали туристик инвестициявий лойиҳаларни молиялаштиришда Moral Hazard таваккалчилиги пасайтирилади;
- дестинацион холдинг доирасида туристик корхоналарда диверсификация қилиш имконияти пайдо бўлиши ва бу бошқа соҳалардаги таваккалчиликларни пасайтиришга олиб келади.

Юқоридаги хулосадан келиб чиққан ҳолда туристик дестинацияни инновацион ривожлантириш учун қуйидаги аниқ йўналишларни белгилаш таклиф қилинади:

- ҳудуднинг ўзига хос хусусияти ва халқаро андозаларга жавоб берадиган инновацион меҳмонхоналар занжирларини хорижий сармоядорларни жалб қилиш орқали ташкил қилиш;
- туристик дестинация инновацион бошқарув жараёнига янги замонавий инновацион технологияларни жалб қилиш;

- халқаро ва миллий доирада туристлар оқимини максимал тарзда оширишга қаратилган янги рекламаларни яратиш ва жорий қилиш. Бунда асосан интернет тармоғи, халқаро бронлаштириш тизимлари ва махсус тижорат порталларидан кенг фойдаланиш;

- ижтимоий тармоқларда харидорлар билан узлуксиз алоқада бўлиш ва уларни фикрларини ўрганиш;

- янги турдаги туризм маҳсулоти яратиш ва туризм хизматлар сифатини ошириб бориш орқали туристик дестинацияни халқаро миқёсда рақобатбардошлигини ошириш.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Keller P., Destination marketing: Strategic areas of inquiry, in M.Manente e M.Cerato (eds.) From destination to destination management e marketing, Ciset, Venezia, Edizione libreria Editrice Cafoscarina S.c.r.l., 2000, pp.30-35

2. Наврўззода Б.Н. Ибрагимов Н.С ва бошқалар. Туристик ҳудуд рақобатбардошлиги. Монография. Бухоро: “Садриддин Салим Бухорий” Дурдона нашриёти 2017 й 12-13 бетлар.

3. Pechlaner H. Tourismus Destinationen im Wettbewerb. Deutscher-Universitätsverlag, Wiesbaden 2011. S.12-18

4. Davidson R., Maitland R. Tourism destination, London, 1997, pp. 4-9.

5. Medlik, S. Dicitonary of travel, tourism and hospitality., Oxford.2003, pp165-172

6. Bieger,T. Management von Destinationen und Tourismusorganisationen, 4 Aufl., München. 2000, S. 75-78

7. Metelka, C. J. The dictionary of hospitality, travel and tourism., Albany.1990 pp. 10-14

8. Bieger T, Beritelli P. Management von Destinationen. Lehrbuch, Oldenburg Verlag, 2012. S. 57-61

9. Pechlaner H. Destination Network Responsibility- The role of leadership in the context of joint responsibility on the way to a resilient destination. Western Australia 2017

10. <http://statistics.unwto.org/> - Жаҳон туризм ташкилоти статистика тўплами. 2018 йил

11. <http://uzbektourizm.uz/> - Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантиш қўмитаси маълумотлари

12. Хоразм вилояти ҳокимияти маълумотлари статистик маълумотлари. Урганч 2018 йил.