TURISTIK KORXONALAR RAQOBATBARDOSHLIGINI ANIQLASHNING INTEGRATSIYALASHGAN BOSHQARUV KO‘RSATKICHLARI

Teshabayeva Odina Nasridinovna
Farg‘ona davlat universiteti, Iqtisodiyot fakulteti dotsenti i.f.f.d,
Odina_0505@mail.ru

Annotatsiya. Maqolada turizmning global va milliy rivojlanish tendensiyalari hamda turistik korxonalar raqobatbardoshligini oshirish masalalari o‘rganilgan. Hududiy tarmoqlar integratsiyasi natijasida yuzaga keladigan sinergetik samaralarning iqtisodiy o‘sish, raqobatbardoshlik va aholi farovonligiga ta’siri yoritilgan. Shuningdek, turistik korxonalar faoliyatiga ta’sir etuvchi tashqi muhit omillari tizimli tahlil qilingan.

Kalit so‘zlar: turizm, turistik korxonalar, raqobatbardoshlik, PEST tahlil, tashqi muhit, innovatsiyalar, raqamli texnologiyalar, hududiy rivojlanish.

KIRISH

Jahon iqtisodiyotida turli tarmoq va sohalarning integratsiyalashuvi, xususan, turizmning boshqa iqtisodiy yo‘nalishlar bilan uyg‘un rivojlanishi hududlar raqobatbardoshligini oshirish, iqtisodiy o‘sishni jadallashtirish va aholi farovonligini yaxshilashda muhim ahamiyat kasb etadi. Bunda BMTning Jahon turizm tashkiloti (UN Tourism, avvalgi UNWTO) ma’lumotlari xalqaro turizm rivojlanish tendensiyalarini baholashda muhim manba hisoblanadi. 2024-yilda dunyo bo‘yicha xalqaro turistlar soni qariyb 1,4 milliardga yetib, 2023-yilga nisbatan 11 foizga oshdi. Bu ko‘rsatkich xalqaro turizm pandemiyadan keyingi tiklanish bosqichini davom ettirganini ko‘rsatadi.

2025-yilning birinchi yarmida ham xalqaro turizmda ijobiy dinamika kuzatilib, turistlar oqimi 2024-yilning shu davriga nisbatan 5 foizga o‘sdi. Turizmning iqtisodiy salohiyati nafaqat tashriflar soni, balki turistik xizmatlardan olinadigan daromadlar orqali ham namoyon bo‘ladi. Mazkur tendensiyalar turizmning xalqaro iqtisodiy aloqalarni kengaytirish, xizmatlar eksportini oshirish va yangi ish o‘rinlarini yaratishdagi ahamiyatini tasdiqlaydi.

O‘zbekistonda ham turizmni rivojlantirish, xalqaro bozordagi mavqeni mustahkamlash va hududlarning sayyohlik salohiyatidan samarali foydalanishga alohida e’tibor qaratilmoqda. 2025-yilning dastlabki 11 oyida mamlakatga 10,7 milliondan ortiq xorijiy turist tashrif buyurgani soha rivojlanishining muhim ko‘rsatkichidir. Turizm infratuzilmasini takomillashtirish, xizmatlar sifatini oshirish va tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlashga qaratilgan chora-tadbirlar ushbu yo‘nalishning iqtisodiyotdagi o‘rnini mustahkamlashga xizmat qilmoqda.

Turizmning rivojlanishi hududlarda bandlikni kengaytirish, mahalliy tadbirkorlikni rag‘batlantirish va aholi daromadlarini oshirish uchun ham imkoniyat yaratadi. Shu sababli turistik resurslardan oqilona foydalanish, marketing strategiyalarini takomillashtirish, innovatsion texnologiyalarni joriy etish hamda turistik korxonalar raqobatbardoshligini oshirish mexanizmlarini ishlab chiqish dolzarb vazifalardan hisoblanadi. Mazkur yondashuvlar turizmning iqtisodiy samaradorligini oshirish va hududlarning barqaror rivojlanishini ta’minlashga xizmat qiladi.

ADABIYOTLAR TAHLILI

Turistik korxonalar raqobatbardoshligini oshirish va ularning faoliyatini boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish masalalari xorijiy mamlakatlarda keng o‘rganilgan. Xususan, M. Porter, F. Taylor, A. N.

© 2026 London International Monthly Conference on Multidisciplinary Research and Innovation. All Rights Reserved.

Xvadja, J. Makens, M. Mescon, M. Albert va P. Druckerning ilmiy qarashlarida raqobat ustunligini shakllantirish, boshqaruv samaradorligini oshirish hamda korxonalar faoliyatini strategik rivojlantirishning nazariy va uslubiy jihatlari yoritilgan. Ushbu yondashuvlar turistik korxonalar raqobatbardoshligini belgilovchi omillarni aniqlash va boshqaruv qarorlarini takomillashtirish uchun muhim nazariy asos bo‘lib xizmat qiladi.

Mustaqil Davlatlar Hamdo‘stligi mamlakatlarida turizm iqtisodiyoti va turistik korxonalarni boshqarish masalalari A. Y. Aleksandrova, I. T. Balabanov, V. A. Kvartalnov va A. S. Kuskov kabi olimlarning tadqiqotlarida o‘rganilgan. Mazkur ishlarda turizm faoliyatini tashkil etish, sohaning rivojlanishiga ta’sir qiluvchi omillarni baholash hamda korxonalarni boshqarishning nazariy-uslubiy asoslariga e’tibor qaratilgan.

O‘zbekistonda turizm sohasi va uni boshqarishning iqtisodiy mexanizmlari M. Sharifxo‘jayev, M. K. Pardayev, I. S. Tuxliyev, B. N. Navro‘z-zoda, M. T. Aliyeva, A. A. Eshtayev va A. N. Norchayev kabi olimlarning ilmiy ishlarida tadqiq etilgan. Ushbu tadqiqotlar turizm salohiyatidan samarali foydalanish, xizmatlar sifatini oshirish, sohani boshqarish va turistik faoliyatning iqtisodiy samaradorligini ta’minlash masalalarini o‘rganishga hissa qo‘shgan.

Shu bilan birga, turistik korxonalar raqobatbardoshligini baholash, boshqaruv tizimlarini takomillashtirish, davlat-xususiy sheriklikni rivojlantirish, infratuzilmani kengaytirish va klaster yondashuvidan foydalanish masalalari ham dolzarb ilmiy yo‘nalishlar hisoblanadi. Ayniqsa, turistik resurslarga boy hududlarda korxonalar faoliyatiga ta’sir etuvchi ichki va tashqi omillarni kompleks baholash, xizmatlar sifatini oshirish hamda hududiy imkoniyatlardan samarali foydalanish muhim ahamiyatga ega.

Umuman olganda, mavjud ilmiy tadqiqotlar turistik korxonalar raqobatbardoshligini rivojlantirish uchun muhim nazariy va uslubiy asos yaratadi. Biroq hududlarning o‘ziga xos xususiyatlari, raqamli texnologiyalar, iste’molchilar talabi va raqobat muhitidagi o‘zgarishlarni birgalikda hisobga oluvchi integratsiyalashgan boshqaruv mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha tadqiqotlarni davom ettirish zarur. Bu esa turistik korxonalar raqobatbardoshligini baholash, boshqaruv samaradorligini oshirish va hududiy turizmni barqaror rivojlantirishga qaratilgan ilmiy izlanishlarning dolzarbligini belgilaydi.

MUHOKAMA VA NATIJALAR

Turli ijtimoiy-iqtisodiy tizimlarda raqobatbardoshlikni belgilovchi omillarni aniqlash va baholash uchun bir qator ilmiy-metodologik yondashuvlar qo‘llaniladi. Mazkur tadqiqotda O‘zbekiston turizm sohasida faoliyat yurituvchi korxonalarning raqobatbardoshligiga ta’sir ko‘rsatuvchi asosiy tashqi muhit omillarini aniqlash maqsadida PEST tahlil usulidan foydalanildi.

PEST tahlil siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy-demografik va texnologik omillarni tizimli o‘rganish orqali korxonaning tashqi muhit bilan bog‘liq imkoniyatlari va xavflarini baholashga xizmat qiladi. Ushbu metod turistik korxonalarning iqtisodiy samaradorligi, xizmatlar sifati, marketing faoliyati va strategik boshqaruviga ta’sir etuvchi omillarni aniqlash hamda ular asosida asoslangan boshqaruv qarorlarini ishlab chiqish imkonini beradi.

Tadqiqot jarayonida turistik korxonalar raqobatbardoshligiga ta’sir qiluvchi omillar to‘rtta asosiy guruhga ajratildi. Har bir guruhning mazmuni, ta’sir xususiyatlari va korxona faoliyatidagi ahamiyati alohida ko‘rib chiqildi. Omillarning tizimlashtirilishi ularning raqobat muhitini shakllantirishdagi rolini aniqlash va turizm korxonalarining rivojlanish strategiyalarini takomillashtirish uchun metodologik asos yaratadi [8].

Siyosiy omillar turizm sohasidagi davlat siyosati va institutsional muhit bilan bog‘liq bo‘lib, ular qatoriga mamlakatdagi siyosiy barqarorlik, byurokratiya va korrupsiya darajasi, soliq siyosati, turistik

© 2026 London International Monthly Conference on Multidisciplinary Research and Innovation. All Rights Reserved.

korxonalar o‘rtasidagi raqobatni davlat tomonidan tartibga solish mexanizmlari hamda turizm faoliyatiga oid qonunchilikning samaradorligi kiradi. Ushbu omillar turistik biznes yuritish sharoitlari, investitsiyaviy jozibadorlik va tadbirkorlik faolligiga bevosita yoki bilvosita ta’sir ko‘rsatadi.

Iqtisodiy omillar turistik korxonalarning moliyaviy imkoniyatlari va bozor sharoitlarini belgilaydi. Mazkur guruhga yalpi ichki mahsulotning o‘sish sur’atlari, aholining real daromadlari, iste’mol narxlari indeksi va inflyatsiya darajasi, turizm sohasiga yo‘naltirilgan investitsiyalar hajmi, faoliyat yuritayotgan turistik korxonalar soni, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning sohadagi ulushi, infratuzilmaning rivojlanganlik darajasi, korxonalardagi o‘rtacha ish haqi hamda foiz stavkalari kiritiladi. Ushbu ko‘rsatkichlar xizmatlarga bo‘lgan talab, ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish xarajatlari, investitsion faollik hamda korxonalarning bozordagi ustunliklarini shakllantirishga ta’sir etadi.

Ijtimoiy-demografik omillar turistik xizmatlarning iste’molchilari va mehnat resurslari xususiyatlarini ifodalaydi. Bu guruhda ta’lim tizimining rivojlanganligi, turizm sohasi uchun malakali mutaxassislar tayyorlaydigan davlat va nodavlat ta’lim muassasalari faoliyati, ishsizlik darajasi va uning asosiy sabablari, aholining yosh va jins tarkibi, bo‘sh vaqtni tashkil etish xususiyatlari, sog‘lomlashtirish va jismoniy faollikka bo‘lgan ehtiyoj, o‘rtacha umr ko‘rish davomiyligi hamda oilalar tarkibi o‘rganiladi. Mazkur omillar turistik xizmatlarga bo‘lgan talabning shakllanishi, iste’molchilar segmentatsiyasi va sohani malakali kadrlar bilan ta’minlashda muhim ahamiyat kasb etadi.

Texnologik omillar ham PEST tahlilning muhim tarkibiy qismi hisoblanadi. Ular raqamli texnologiyalarning rivojlanishi, internet va mobil aloqa imkoniyatlari, onlayn bronlash tizimlari, elektron to‘lovlar, raqamli marketing, mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish tizimlari (CRM), sun’iy intellekt va ma’lumotlarni tahlil qilish vositalarining joriy etilishi bilan bog‘liq. Ushbu omillar xizmat ko‘rsatish tezligi va sifatini oshirish, mijozlar ehtiyojini aniqlash, xarajatlarni optimallashtirish hamda turistik korxonalarning bozordagi raqobat mavqeyini mustahkamlashga yordam beradi.

Umuman olganda, PEST tahlil asosida siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy-demografik va texnologik omillarni kompleks baholash turistik korxonalarning raqobatbardoshligini belgilovchi tashqi shart-sharoitlarni aniqlash imkonini beradi. Tahlil natijalari korxonalar faoliyatidagi mavjud muammolarni aniqlash, bozor imkoniyatlaridan samarali foydalanish hamda marketing va boshqaruv strategiyalarini takomillashtirishga qaratilgan ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqishda muhim ahamiyatga ega.

1-jadval

PEST tahlil uchun olingan turistik korxonalarni raqobatbardoshligiga ta’sir etuvchi omillar va ularning ta’sir darajasi [4]

Omillar guruhi	Asosiy ko‘rsatkichlar	Ta’sir yo‘nalishi
Siyosiy	Siyosiy barqarorlik, soliq siyosati, qonunchilik, korrupsiya darajasi	Biznes muhiti va investitsion jozibadorlik
Iqtisodiy	YaIM o‘sishi, inflyatsiya, aholi daromadlari, investitsiyalar, foiz stavkalari	Xarajatlar, talab va moliyaviy samaradorlik
Ijtimoiy-demografik	Ta’lim, bandlik, aholi tarkibi, bo‘sh vaqt, turistik ehtiyojlar	Mijozlar talabi va malakali kadrlar bilan ta’minlash
Texnologik	Raqamli marketing, onlayn bronlash, elektron to‘lovlar, CRM, sun’iy intellekt	Xizmat sifati va raqobat ustunligi

1-Jadvalda turistik korxonalar raqobatbardoshligiga ta’sir etuvchi tashqi muhit omillari PEST tahlil asosida to‘rt guruhga ajratilgan. Siyosiy omillar faoliyat yuritish sharoitlarini, iqtisodiy omillar moliyaviy

© 2026 London International Monthly Conference on Multidisciplinary Research and Innovation. All Rights Reserved.

samaradorlik va talabni, ijtimoiy-demografik omillar mijozlar ehtiyoji hamda kadrlar salohiyatini, texnologik omillar esa xizmatlar sifati va innovatsion rivojlanishni belgilaydi. Ushbu omillarni kompleks baholash turistik korxonalar raqobatbardoshligini oshirish va samarali boshqaruv strategiyalarini ishlab chiqishga xizmat qiladi.

Turistik korxonalar raqobatbardoshligiga ta'sir etadigan omillarni muhimlik darajasi bo'yicha belgilab olish maqsadida Farg'ona, Samarqand viloyatlari va Toshkent shahridagi turizm faoliyati bilan shug'ullanuvchi 40 nafar turistik subyektlar o'rtasida ushbu faoliyatni tashkil etish va rivojlanishiga omillar ta'siri bo'yicha shakllantirilgan anketa so'rovnomasi asosida tahlil o'tkazildi.

So'rovnomada ishtirok etgan respondentlar fikrini baholash asosida bugungi kunda turistik korxonalarda raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi muhim omillarning faoliyat samaradorligiga ta'siri darajasi baholandi. Ushbu omillar yuqorida o'tkazilgan tahlillar, soha rivojlanishining xususiyatlari hamda ekspertlarning soha faoliyatiga aloqador fikrlari asosida tanlab olindi (2-jadval).

Anketa so'rovnomasi tahlili natijalariga ko'ra, 33 foiz respondentlar tomonidan turistik korxonalarda raqobat muhitini rivojlantirish uchun mavjud sharoitlarning holati sohaning rivojlanishiga ta'siri yuqori darajada ekanligi (11 foiz - juda past, 13 foiz - past, 22 foiz - o'rtacha va 21 foiz juda yuqori) hamda 42 foiz respondent tomonidan turizm sohasini davlat tomonidan tartibga solish mavjud tizimining ta'siri yuqori ekanligi ekanligi (5 foiz - juda past, 12 foiz - past, 19 foiz - o'rtacha va 22 foiz juda yuqori) bildirib o'tilgan.

2-jadval

Turistik korxonalar raqobatbardoshligini boshqarishda omillar ta'sirini baholash

№	Omillar	Baholash oralig'i				
		Juda past	Past	O`rtacha	Yuqori	Juda yuqori
1.	Turistik korxonalarda raqobat muhitini boshqarish uchun mavjud sharoitlar	11	13	22	33	21
2.	Turizm sohasini davlat tomonidan tartibga solishning mavjud tizimi	5	12	19	42	22
3.	Turistik korxonalar raqobatbardoshligiga kompleks tizimi yaratilishi	4	11	13	27	45
4.	Turizm korxonalarida raqobat muhitini shakllantirishni davlat tomonidan tartibga solish	13	15	35	24	13

© 2026 London International Monthly Conference on Multidisciplinary Research and Innovation. All Rights Reserved.

	mexanizmlarining yaratilishi omilining					
5.	Turistik korxonalari faoliyatiga yangiliklarni joriy etish va faoliyatni maqsadli moliyalashtirishning mavjud emasligi	7	14	12	18	49
6.	Turistik korxonalar raqobatbardoshligini boshqaruvini aks ettiruvchi axborot makonining barcha iste'molchilarni qamrab olish imkoniyatining cheklanishi	12	8	9	28	43
7.	Turizm tarmoqlarida korxonalar imkoniyatlarini ta'minlovchi infratuzilma tizimining yetarli darajada shakllanmaganligi	6	15	17	11	51
8.	Turizm sohasida turistik korxonalar raqobatbardoshligini boshqaruvda davlat-xususiy sherikchilik imkoniyatlaridan foydalanishning chegaralanganligi	5	12	23	38	30
9.	Turistik korxonalar raqobatbardoshligini oshirishda investitsiyalar jalb etilish darajasining	7	19	21	31	22

© 2026 London International Monthly Conference on Multidisciplinary Research and Innovation. All Rights Reserved.

	real sektor tarmoqlariga nisbatan pastligi					

Respondentlar o‘rtasida o‘tkazilgan so‘rovnoma natijalari turistik korxonalar raqobatbardoshligiga turli omillar sezilarli ta’sir ko‘rsatishini namoyon etdi. Xususan, faoliyatni rivojlantirishning kompleks tizimini shakllantirish omili ta’siri respondentlarning 4 foizi tomonidan juda past, 11 foizi tomonidan past, 13 foizi tomonidan o‘rtacha, 27 foizi tomonidan yuqori va 45 foizi tomonidan juda yuqori deb baholangan. Turizm korxonalarida raqobat muhitini davlat tomonidan tartibga solish mexanizmlarini yaratish omili esa mos ravishda 13, 15, 35, 24 va 13 foiz ko‘rsatkichlarda baholangan [7].

Turistik korxonalar faoliyatiga innovatsiyalarni joriy etish va maqsadli moliyalashtirish tizimining yetarli darajada yo‘lga qo‘yilmaganligi ham muhim muammolardan biri sifatida qayd etilgan. Respondentlarning 7 foizi ushbu omil ta’sirini juda past, 14 foizi past, 12 foizi o‘rtacha, 18 foizi yuqori va 49 foizi juda yuqori deb hisoblagan.

Shuningdek, turistik korxonalar raqobatbardoshligini boshqarishga oid axborotdan barcha iste’molchilarning foydalanish imkoniyati cheklanganligi respondentlarning 43 foizi tomonidan juda yuqori ta’sirga ega omil sifatida baholangan. Turizm infratuzilmasining yetarlicha rivojlanmaganligi bo‘yicha ham yuqori natija kuzatilib, respondentlarning 51 foizi ushbu omil ta’sirini juda yuqori deb belgilagan.

Davlat-xususiy sheriklik imkoniyatlaridan cheklangan darajada foydalanish omili 5 foiz respondent tomonidan juda past, 12 foiz tomonidan past, 23 foiz tomonidan o‘rtacha, 38 foiz tomonidan yuqori va 30 foiz tomonidan juda yuqori darajada baholangan. Turistik korxonalar raqobatbardoshligini oshirish uchun investitsiyalarni jalb etish darajasining iqtisodiyotning real sektori tarmoqlariga nisbatan pastligi ham dolzarb masala bo‘lib, respondentlarning 31 foizi uni yuqori, 22 foizi esa juda yuqori ta’sirga ega omil deb hisoblagan.

Ekspertlar tavsiyalari asosida anketa so‘rovnomasida turistik korxonalar raqobatbardoshligini baholashning asosiy indikatorlari sifatida kompleks rivojlanish tizimining mavjudligi, investitsiyalarni jalb qilish darajasi, davlat tomonidan raqobat muhitini tartibga solish mexanizmlari, sohada raqobatni rivojlantirish uchun yaratilgan shart-sharoitlar hamda infratuzilmaning rivojlanganlik darajasi belgilandi. Ushbu ko‘rsatkichlar turistik korxonalar faoliyatidagi muammolarni aniqlash va raqobatbardoshlikni oshirish yo‘nalishlarini asoslash imkonini beradi.

Tadqiqot natijalaridan kelib chiqib, turistik korxonalar raqobatbardoshligini rivojlantirishda “Turistik ovul”, “Turistik mahalla” va “Turistik shaharcha” maqomiga ega hududlar reyestrini kengaytirish ham muhim vazifalardan biri hisoblanadi. Mazkur hududlarda turizm infratuzilmasini takomillashtirish, tadbirkorlik faoliyatini qo‘llab-quvvatlash va davlat dasturlarini amalga oshirish hududlarning turistik jozibadorligini oshirishga xizmat qiladi. Bunda O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 13-avgustdagi PF-5781-son hujjatida belgilangan vazifalar va tegishli davlat dasturlari doirasidagi chora-tadbirlarni hisobga olish muhimdir [1].

XULOSA. Turistik korxonalar raqobatbardoshligini baholashda xizmat sifati, innovatsiyalar, boshqaruv samaradorligi, bozor ulushi va mijozlar ehtiyojini qondirish darajasi muhim mezonlar hisoblanadi. Tadqiqot natijalari raqobatbardoshlikni oshirish uchun kompleks boshqaruv tizimini yaratish, innovatsiyalarni joriy etish, maqsadli moliyalashtirish va investitsiyalarni jalb qilish zarurligini ko‘rsatdi. Shuningdek, infratuzilmani rivojlantirish turistik korxonalarning bozor imkoniyatlarini kengaytirishda muhim ahamiyatga ega.

© 2026 London International Monthly Conference on Multidisciplinary Research and Innovation. All Rights Reserved.

Xulosa qilib aytganda, mazkur omillarni tizimli boshqarish turistik korxonalar raqobatbardoshligini oshirish va turizm sohasining barqaror rivojlanishini ta’minlashga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 13-avgustdagi “O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-5781-son qarori.
2. Crouch G. I., Ritchie J. R. B. Tourism, competitiveness, and societal prosperity //Journal of business research. – 1999. T. 44. №. 3. – 137-152 pp.
3. Gilmore A., O’Donnell A., Carson D., Cummins D. Factors influencing foreign direct investment and international joint ventures: A comparative study of Northern Ireland and Bahrain // International Marketing Review. 2003. Vol. 20. Pp. 195–215.
4. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран / Портер М. Москва: Альпина Пабл., 2016. 540 С.
5. Kotler P., Bowen J., Makens J. Marketing for Hospitality and Tourism, Pearson, 2019.
6. Navruz-zoda B.N., Ibragimov N.S., Navruz-zoda Z.B., Navruz-zoda Sh.B.Turistik hudud raqobatbardoshligi. Monografiya. Buxoro: “Sadriddin Salim Buxoriy” durdona nashriyoti, 2017 - 156 b.
7. Nasridinovna, T. O. (2026). Competitiveness factors and effective management mechanisms of tourist business. Shokh library, 1(1).
8. Nasridinovna, T. O. (2025). Turizm sanoatida raqobatbardoshlikni oshirish va strategik yondashuvlar. Raqamli iqtisodiyot (Цифровая экономика), (10), 1405-1412.
9. Nasridinovna, T. O. (2026). Strategies for ensuring territorial economic growth through the development of tourism infrastructure. SHOKH LIBRARY, 1(1).

© 2026 London International Monthly Conference on Multidisciplinary Research and Innovation. All Rights Reserved.