



TURIZM XIZMATLARI RAQOBATBARDOSHLIGINI BOSHQARISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH

IMPROVING THE MECHANISMS FOR MANAGING THE COMPETITIVENESS OF TOURISM SERVICES

¹Umurzaqova Gulnora
Abdubannopovna

¹Andijon davlat texnika instituti doktoranti.
G-mail: umurzaqovagulnora1@gmail.com

Annotatsiya Abstract

Uzb. - Ushbu maqolada turizm xizmatlari raqobatbardoshligini boshqarish mexanizmlarini takomillashtirishning nazariy va amaliy jihatlarini tadqiq etilgan. Raqobatbardoshlik kategoriyasining iqtisodiy mazmuni va mohiyati turli davrlarda xorijiy hamda mahalliy olimlar tomonidan ilgari surilgan ilmiy-nazariy yondashuvlar asosida tahlil qilingan. Shuningdek, turizm xizmatlari raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi asosiy omillar, jumladan, xizmatlar sifati, narx siyosati, servis darajasi, turistik infratuzilma, innovatsion va raqamli texnologiyalardan foydalanish, mijozlar ehtiyojini qondirish darajasi hamda turistik destinatsiyaning jozibadorligi yoritilgan. Tadqiqotda turizm xizmatlari raqobatbardoshligini kompleks baholash imkonini beruvchi integral ko'rsatkichdan foydalanish metodikasi asoslab berilgan. Mazkur yondashuv orqali turizm xizmatlarining alohida raqobat ustunliklarini yagona integral bahoga birlashtirish hamda ularning raqobatbardoshlik darajasini qiyosiy baholash imkoniyatlari ko'rib chiqilgan. Tadqiqot natijalari asosida turizm xizmatlari raqobatbardoshligini oshirish, boshqaruv mexanizmlarini takomillashtirish, xizmatlar sifatini yaxshilash va turistik korxonalarning bozordagi barqaror raqobat ustunliklarini shakllantirishga qaratilgan ilmiy-amaliy taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Eng. - This article examines the theoretical and practical aspects of improving the mechanisms for managing the competitiveness of tourism services. The economic content and essence of the competitiveness category are analyzed based on scientific and theoretical approaches proposed by foreign and domestic scholars at different stages of development. The article also highlights the key factors influencing the competitiveness of tourism services, including service quality, pricing policy, level of service, tourism infrastructure, the use of innovative and digital technologies, the degree of customer satisfaction, and the attractiveness of tourist destinations. The study substantiates a methodology for using an integral indicator to comprehensively assess the competitiveness of tourism services. This approach makes it possible to combine individual competitive advantages of tourism services into a single integral assessment and to comparatively evaluate their level of competitiveness. Based on the research findings, scientific and practical proposals and recommendations are developed to increase the competitiveness of tourism services, improve management mechanisms, enhance service quality, and establish sustainable competitive advantages of tourism enterprises in the market.

Kalit so'zlar:**Keywords:**

❖ *turizm xizmatlari, raqobatbardoshlik, raqobatbardoshlikni boshqarish, boshqaruv mexanizmlari, integral baholash, raqobat ustunligi, xizmatlar sifati, turistik infratuzilma, raqamli texnologiyalar.*

❖ *tourism services, competitiveness, competitiveness management, management mechanisms, integral assessment, competitive advantage, service quality, tourism infrastructure, digital technologies.*

Kirish.

Zamonaviy sharoitda iqtisodiyotning barqaror rivojlanishini ta'minlashda raqobat muhitini shakllantirish va xo'jalik yurituvchi subyektlarning bozordagi raqobatbardoshligini oshirish muhim omillardan biri hisoblanadi. Ayniqsa, xizmatlar sohasining jadal rivojlanishi sharoitida iste'molchilarning talab va ehtiyojlari o'zgarib borayotgani, xizmat ko'rsatish sifatiga qo'yilayotgan talablarning ortishi hamda raqamli texnologiyalarning keng joriy etilishi xizmat ko'rsatuvchi subyektlardan yangi raqobat ustunliklarini shakllantirishni talab etmoqda. Mazkur jarayon turizm sohasiga ham bevosita taalluqli bo'lib, turistik mahsulot va xizmatlarning sifati, narxi, qulayligi, xilma-xilligi hamda iste'molchi uchun yaratiladigan qiymat ularning bozordagi raqobatbardoshligini belgilovchi asosiy omillarga aylanmoqda.

Turizm bugungi kunda nafaqat aholiga xizmat ko'rsatish sohasi, balki mamlakat iqtisodiy o'sishi, yangi ish o'rinlarini yaratish, hududlarning investitsiyaviy jozibadorligini oshirish va eksport salohiyatini kengaytirishning muhim yo'nalishlaridan biri sifatida shakllanmoqda. O'zbekistonda ham turizm so'nggi yillarda yuqori sur'atlarda rivojlanayotgan iqtisodiyot tarmoqlaridan biriga aylandi. Xususan, 2024-yilda O'zbekistonga turistik maqsadlarda tashrif buyurgan xorijiy fuqarolar soni 7,96 mln nafarga yetib, 2023-yilga nisbatan 20,1 foizga oshgan [1].

Turizm xizmatlarining mamlakat iqtisodiyotidagi ahamiyati uning eksport salohiyatidagi ulushi orqali ham namoyon bo'lmoqda. Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlariga ko'ra, turizm xizmatlari

eksporti 2024-yilda 3,519 mlrd AQSh dollarini tashkil etgan bo'lsa, 2025-yilda ushbu ko'rsatkich 4,880 mlrd AQSh dollariga yetgan [2]. Bu holat turizm xizmatlari nafaqat ichki talabni qondirish, balki mamlakatning xalqaro xizmatlar bozoridagi raqobat mavqeini mustahkamlashning muhim manbalaridan biriga aylanayotganini ko'rsatadi.

So'nggi yillarda mamlakatimizda turizm sohasida ijobiy dinamika qayd etilmoqda, jumladan, 2025-yilda mamlakatga tashrif buyurgan sayyohlar soni 11 mln nafardan oshgan, turistik xizmatlar eksporti esa 4,8 mlrd AQSh dollariga yetgan. Shu davrda O'zbekiston fuqarolari uchun vizasiz rejim mavjud bo'lgan davlatlar soni 94 taga yetkazilgan [3]. Mazkur ko'rsatkichlar O'zbekistonning xalqaro turizm bozoridagi ishtiroki kengayib borayotganini va milliy turizm xizmatlarining raqobatbardoshligini oshirish masalasi tobora dolzarb ahamiyat kasb etayotganini ko'rsatadi.

O'zbekistonda turizm sohasining raqobatbardoshligini oshirish masalasi davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida ham belgilangan. Xususan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi PF-5611-son Farmonida turizmni mamlakat iqtisodiyotining strategik tarmog'i sifatida jadal rivojlantirish, hududlarning turizm salohiyatidan samarali foydalanish, turizm tarmog'ini boshqarish tizimini takomillashtirish hamda milliy turizm mahsulotlarini xalqaro bozorlarda targ'ib qilish bo'yicha muhim vazifalar belgilangan [4].

Shuningdek, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 15-maydagi PF-87-son Farmonida 2025-2026-yillarda sayyohlar oqimini oshirish, turizm xizmatlarini diversifikatsiya qilish, yangi turizm

mahsulotlarini shakllantirish va sohada tadbirkorlik faoliyatini qo'llab-quvvatlashga qaratilgan chora-tadbirlar nazarda tutilgan [5]. Mazkur vazifalar turizm xizmatlari bozorida raqobat muhitini yanada rivojlantirish, xizmatlar sifatini oshirish va turistik korxonalarining raqobatbardoshligini ta'minlash uchun institutsional asos yaratmoqda.

Bundan tashqari, turizm sohasini 2030-yilgacha rivojlantirish bo'yicha belgilangan maqsadlarda xorijiy turistlar sonini 20 mln nafargacha yetkazish, turizm xizmatlari eksportini 6 mlrd AQSh dollaridan oshirish hamda turizmning yalpi ichki mahsulotdagi ulushini 7 foizga yetkazish vazifalari belgilangan [6]. Ushbu maqsadlarning amalga oshirilishi turistik xizmatlar hajmini oshirish bilan bir qatorda, ularning xalqaro bozor talablariga mosligi, sifati va raqobatbardoshligini ta'minlashni ham talab etadi.

Turizm oqimining ortishi va turizm xizmatlari eksportining kengayishi turistik korxonalar o'rtasidagi raqobatning kuchayishiga ham olib kelmoqda. Xalqaro va mintaqaviy turizm bozorlarida turist uchun tanlov imkoniyatlarining kengayishi natijasida xizmatlarning faqat mavjudligi emas, balki ularning sifati, narx va sifat nisbati, servis darajasi, xavfsizligi, raqamli qulayligi, infratuzilma bilan ta'minlanganligi hamda turistga yaratiladigan umumiy tajriba tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. Shu sababli turizm xizmatlari raqobatbardoshligini faqat alohida ko'rsatkichlar orqali emas, balki o'zaro bog'liq omillarni kompleks hisobga oluvchi yondashuv asosida baholash zarurati yuzaga kelmoqda.

Zamonaviy turizm bozorida raqobatbardoshlikni ta'minlash raqamli texnologiyalardan samarali foydalanish bilan ham bevosita bog'liq. Turizm sohasini raqamlashtirish, davlat va xususiy axborot tizimlarini integratsiya qilish, Milliy turizm platformasini rivojlantirish, turistlar oqimini

tahlil qilish hamda turistlar va tadbirkorlar uchun raqamli xizmatlarni joriy etish bo'yicha vazifalar belgilangan [3]. Bu esa turizm xizmatlari raqobatbardoshligini boshqarishda raqamli marketing, ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv, mijozlar xulq-atvorini tahlil qilish va xizmatlarni individuallashtirish kabi zamonaviy mexanizmlardan foydalanishni taqozo etadi.

Shu nuqtayi nazardan, turizm xizmatlari raqobatbardoshligini shakllantiruvchi omillarni aniqlash, ularning ta'sir darajasini baholash, turistik xizmatlarning raqobatbardoshlik darajasini integral ko'rsatkich asosida aniqlash hamda olingan natijalardan boshqaruv qarorlarini qabul qilishda foydalanish muhim ilmiy-amaliy ahamiyatga ega. Ayniqsa, turizm xizmatlarining raqobatbardoshligini boshqarish mexanizmlarini xizmatlar sifati, narx, infratuzilma, raqamlashtirish, mijozlar qoniqishi va turistik destinatsiyaning jozibadorligini yagona tizimda baholash asosida takomillashtirish mazkur tadqiqotning dolzarbligini belgilaydi.

Mavzuga oid adabiyotlar sharhi.

M. Porterning fikricha, xalqaro ko'lamda iqtisodiy muvaffaqiyatga erishishga olib keluvchi asosiy harakatga keltiruvchi kuch – tadbirkorlik subyektlaridir. Axborot va kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishi va sayohat qilishning qulayligi, shu bilan birga global ko'lamda iqtisodiy ochiqlik, tadbirkorlik subyektlarini xalqaro ko'lamda raqobatbardoshlikka olib keluvchi muhim omillardir [7].

Hassan Salahning fikricha, raqobatbardoshlik firmalarning yakka tartibda erisha olmaydigan texnologik yangiliklar va bilimlardan bahramand bo'lishga olib keladigan yirik hamkorlik loyihalarida va strategik birlashmalarda qatnashuvchanlik darajasiga bog'liq [8].

Raqobatbardoshlikka makro yondashuv jarayonida tahlilning asosini mamlakatlar

tashkil qiladi. Mamlakatlarning iqtisodiy samaradorligi siyosiy, madaniy, ijtimoiy va iqtisodiy vaziyat asosida shakllanadi [9]. U jon boshiga YaMM, tashqi savdo balansi va valyuta zahiralari, bandlik darajasi, inflyatsiya, to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar va qo'shimcha qiymat yaratuvchi sohalar nuqtai nazaridan hisoblanadi. Kattaligi, joylashuvi, rivojlanish bosqichlari, mehnat bozori egiluvchanligi va ochiqligi kabi omillar iqtisodiyotning samaradorligiga sezilarli ta'sir etadi.

Turistik hudud raqobatbardoshligi muammosini bir qator xorijiy tadqiqotchilar o'rgangan bo'lib, G.I. Crouch va J.R. B. Ritchie "Turistik hudud raqobatbardoshligi - tashrif buyuruvchilarga taqdim etadigan umumiy jozibadorlik va ijobiy sayohat taassurotlari potensial tashrif buyuruvchilar uchun ochiq bo'lgan ko'plab muqobil turistik hududlarga nisbatan teng yoki ulardan ustun bo'lishining ta'minlanishidir" deb ta'rif bergan [10].

Ayrim turizm sohasi tadqiqotchilarning fikricha, nazariyotchi M.Porter tomonidan ishlab chiqilgan raqobatbardoshlikning umumiy modellari turizm sohasiga ham qo'llanilishi mumkin. Haqiqatan ham, M.Porter tomonidan ishlab chiqilgan raqobatbardoshlik modeli asosida 1993 yilda "Turizm raqobatbardoshligining Kalyari modeli" (Calgary Model of Tourism Competitiveness) yaratilib, u turistik hudud jozibadorligi, turistik hudud menejmenti va marketingi, sohalararo hamkorlik, o'zaro axborot almashinuvi va ilmiy tadqiqot, hududning turistik ehtiyojlarni qondirish qobiliyati kabi 5 ta tayanch konsepsiyada o'z aksini topgan [7, 12].

Turistik hududlarning xalqaro raqobatbardoshligini tadqiq etishda qiyosiy ustunlik va raqobat ustunligi paradigmalari muhim nazariy asos bo'lib xizmat qiladi. R. M. Grant M. Porterning raqobat ustunligi konsepsiyasini tahlil qilar ekan, mamlakat yoki hududning xalqaro bozordagi muvaffaqiyati faqat tabiiy va mavjud resurslar bilan emas, balki ushbu resurslardan samarali foydalanish,

innovatsiyalarni joriy etish, raqobat muhitini shakllantirish hamda strategik boshqaruv imkoniyatlari bilan ham belgilanadi, deb ta'kidlaydi [13]. Bu yondashuv turizm sohasiga nisbatan qo'llanganda, hududning tabiiy, tarixiy-madaniy va mehnat resurslari uning qiyosiy ustunligini shakllantirsa, zamonaviy infratuzilma, xizmatlar sifati, marketing, innovatsion boshqaruv va turistik mahsulotlarni diversifikatsiya qilish imkoniyatlari raqobat ustunligini ta'minlovchi asosiy omillar sifatida namoyon bo'ladi. Shu sababli turistik hududning xalqaro raqobatbardoshligini baholashda mavjud resurslarning o'zi emas, balki ulardan qanchalik samarali va barqaror foydalanilayotganini ham hisobga olish zarur.

Tadqiqot metodologiyasi.

Ushbu maqolani tayyorlashda me'yoriy-huquqiy hujjatlar, foydalanilgan adabiyotlar va internet ma'lumotlarining rasmiyligi, shuningdek, ularda keltirilgan iqtisodchi olimlarning mavzuga oid ilmiy-nazariy qarashlari qiyosiy va tanqidiy tahlil qilindi. Mavzuni o'rganish davomida umumiy iqtisodiy usullar bilan bir qatorda tizimli tahlil, umumlashtirish, abstrakt-mantiqiy fikrlash, statistik usullardan foydalanilgan.

Tahlil va natijalar muhokamasi.

Turistik hududlar raqobatbardoshligi masalasi XX asrning 1990-yillaridan boshlab xorijiy olimlar va turizm sohasi tadqiqotchilarining ilmiy izlanishlarida alohida yo'nalish sifatida shakllana boshlagan. Bugungi kunda hududlarda turizm faoliyatini barqaror rivojlantirish va xalqaro turistik bozorda munosib mavqega ega bo'lish bevosita ularning raqobatbardoshlik darajasini oshirish bilan bog'liq. Shu nuqtayi nazardan, xorijiy mamlakatlarda shakllangan nazariy yondashuvlar va amaliy tajribalarni chuqur o'rganish, ularni mahalliy sharoitga moslashtirish hamda turistik hududlar raqobatbardoshligini oshirishning samarali

mexanizmlarini ishlab chiqish dolzarb ilmiy-amaliy vazifalardan biri hisoblanadi.

Turistik hudud raqobatbardoshligining konseptual asoslarini ishlab chiqishda J.R. B. Ritchie va G.I. Crouchning tadqiqotlari alohida ahamiyatga ega. Mazkur olimlar tomonidan turistik hudud raqobatbardoshligining umumiy konseptual modeli 1999-yilda taklif etilib, keyingi tadqiqotlar asosida takomillashtirilgan. Ushbu yondashuv turistik hududning raqobatbardoshligini shakllantiruvchi omillarni tizimli ravishda aniqlash va ularning o'zaro bog'liqligini baholashga qaratilgan [12]. Tadqiqot metodologiyasida turizm sohasi mutaxassislari va hududiy boshqaruv organlari vakillari bilan o'tkazilgan ekspert intervyulari hamda nazariy tahlil natijalari o'zaro uyg'unlashtirilgan.

Mazkur tadqiqotlarda murakkab ko'p mezonli muammolarni tizimli ravishda baholash imkonini beruvchi ierarxik tahlil usulidan (Analytic Hierarchy Process – AHP) foydalanilgan. Ushbu metod T.L. Saaty

tomonidan ishlab chiqilgan bo'lib, muqobil variantlar va ularni belgilovchi mezonlarni o'zaro taqqoslash orqali ustuvor yo'nalishlarni aniqlash imkonini beradi. Mazkur metodologik yondashuv asosida Ritchie va Crouch turistik hududlar raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi ko'plab omillarni tizimlashtirib, ularni asosiy guruhlarga ajratgan. Natijada turistik hudud raqobatbardoshligini belgilovchi omillar ichidan eng muhim yo'nalishlar sifatida qo'llab-quvvatlovchi omillar va resurslar, asosiy resurslar va diqqatga sazovor joylar, turistik hudud menejmenti, siyosat-rejalashtirish va rivojlantirish strategiyalari hamda kuchaytiruvchi va belgilovchi omillar ajratib ko'rsatilgan [14].

Mazkur yondashuvning ilmiy ahamiyati shundaki, unda turistik hudud raqobatbardoshligi faqat tabiiy yoki madaniy resurslarning mavjudligi bilan emas, balki ularni boshqarish, rivojlantirish, targ'ib qilish va turistik ehtiyojlarga moslashtirish imkoniyatlari bilan ham izohlanadi.

1-jadval

Turistik hududlar raqobatbardoshligining 5 ta eng muhim omili [12, 14]

Guruhlar	Asosiy omillar	Mazmuni / baholash yo'nalishi
1. Qo'llab-quvvatlovchi omillar va resurslar	Infratuzilma	Transport, yo'l, aloqa, bank, sog'liqni saqlash va kommunal infratuzilma
	Resurslar	Inson kapitali, ta'lim, moliyaviy va ilmiy-tadqiqot resurslari
	Kirish imkoniyati	Viza tartibi, xalqaro transport aloqalari va transport qulayligi
	Mehmondo'stlik	Mahalliy aholining turistlarga munosabati va xizmat ko'rsatish madaniyati
	Ishbilarmonlik muhiti	Tadbirkorlik faolligi va biznes yuritish imkoniyatlari
	Siyosiy qo'llab-quvvatlash	Turizmni rivojlantirishga davlat e'tibori va institutsional ko'mak
2. Asosiy resurslar va diqqatga sazovor joylar	Tabiiy va iqlimiy resurslar	Tabiiy obyektlar, iqlim va landshaft jozibadorligi
	Tarixiy-madaniy meros	Tarixiy obidalar, madaniy meros va an'analar
	Turistik tadbirlar	Festival, bayram, sport va boshqa maxsus tadbirlar
	Turistik faoliyat xilma-xilligi	Dam olish, ekoturizm, ziyorat, gastronomik va boshqa turizm turlari
	Ko'ngilochar obyektlar	Teatr, konsert, muzey, bog'lar va ko'ngilochar maskanlar
	Turizm infratuzilmasi	Mehmonxonalar, restoranlar, aeroportlar, dam olish va xizmat ko'rsatish obyektlari

3. Turistik hudud menejmenti	Boshqaruv	Turizmni boshqaruvchi tashkilotlar faoliyati va samaradorligi
	Marketing	Turistik hududni targ'ib qilish va turistlarni jalb etish
	Xizmatlar sifati	Xizmat ko'rsatish darajasi va turistlar qoniqishi
	Axborot va tadqiqot	Bozor ma'lumotlarini yig'ish, tahlil qilish va monitoring
	Inson resurslari	Malakali turizm kadrlarini tayyorlash va rivojlantirish
	Moliya va kredit	Turizm loyihalarini moliyalashtirish va kreditlash imkoniyatlari
	Inqiroz va resurslar boshqaruvi	Inqirozlarga tayyorgarlik va mavjud resurslardan samarali foydalanish
4. Siyosat, rejalashtirish va rivojlantirish strategiyalari	Tizimli yondashuv	Davlat va nodavlat tashkilotlari hamkorligi
	Rivojlanish strategiyasi	Turizmni rivojlantirish ustuvor yo'nalishlari va istiqbollari
	Brending va imij	Turistik hududning ijobiy imijini shakllantirish
	Raqobat va hamkorlik	Raqobatchilarni tahlil qilish va hamkorlik imkoniyatlari
	Monitoring va baholash	Rivojlanish natijalarini monitoring qilish va baholash
	Audit	Moliyaviy va boshqaruv natijalarini davriy baholash
5. Kuchaytiruvchi va belgilovchi omillar	Geografik joylashuv	Asosiy turistik bozorlarga yaqinlik va transport qulayligi
	Xavfsizlik va barqarorlik	Turistlar xavfsizligi va hududdagi ijtimoiy barqarorlik
	Narx va iqtisodiy qulaylik	Turistik xizmatlarning narx darajasi va hamyonbopligi
	Hududlararo bog'liqlik	Boshqa turistik hududlar bilan transport va iqtisodiy aloqalar
	Mashhurlik va imij	Turistik hududning tanilganligi va jozibadorligi
	Turistik sig'im	Turistik infratuzilmaning turistlarni qabul qilish imkoniyati

Olimlarning fikricha, turistik hudud raqobatbardoshligini belgilovchi omillarni mazmuni va funksional xususiyatlariga ko'ra tizimlashtirish turizm sohasidagi mavjud resurs va imkoniyatlardan samarali foydalanish, boshqaruv qarorlarining asoslanganligini oshirish hamda turistik hududlarning bozordagi raqobat ustunliklarini aniqlash imkonini beradi. Mazkur yondashuv turizm xizmatlari raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi infratuzilmaviy, resurs, boshqaruv, marketing, iqtisodiy va institutsional omillarning o'zaro bog'liqligini kompleks baholashga xizmat qiladi. Shu bilan birga, omillarni tizimlashtirish orqali turistik hududlarning mavjud imkoniyatlari va muammoli jihatlarini aniqlash, ularning raqobatbardoshlik darajasini qiyosiy baholash

hamda rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlarini belgilash mumkin.

Shu nuqtayi nazardan, turizm xizmatlari raqobatbardoshligini faqat alohida ko'rsatkichlar asosida emas, balki bir-biri bilan uzviy bog'liq bo'lgan omillar majmuasi asosida baholash maqsadga muvofiq. Quйда turizm xizmatlarining raqobatbardoshlik darajasini kompleks aniqlash va turli omillarning umumiy natijaga ta'sirini baholash maqsadida integral baholash formulasidan foydalaniladi. Mazkur yondashuv turizm xizmatlarining raqobatbardoshlik darajasini yagona integral ko'rsatkichda ifodalash va uning o'zgarish dinamikasini aniqlash imkonini beradi.

$$K_r = \sum_{i=1}^n w_i x_i, \quad (1)$$

$$\sum_{i=1}^n w_i = 1 \quad (2)$$

Bu yerda:

K_r = Turizm xizmatlarining umumiy raqobatbardoshlik indeksi

w_i = i – mezonning vazn koeffitsiyenti

x_i

= i – mezon bo'yicha standartlashtirilgan baho

n = baholash mezonlari soni

$\sum w_i = 1$ Barcha vazn koeffitsientlari yig'indisi 1 ga teng

Yuqoridagi formuladan kelib chiqqan holda biz quyidagi 5 ta mezonni tanlab oldik. Bular:

1. Turizm xizmatlari sifati;
2. Turizm xizmatlari narxining raqobatbardoshligi;
3. Infratuzilma;
4. Mijozlarning xizmatlardan qoniqishi;
5. Xavfsizlik.

2-jadval

Turizm xizmatlari raqobatbardoshligini integral baholash ko'rsatkichlari

Mezon	Baho x_i	Vazn w_i	$w_i x_i$
Turizm xizmatlari sifati	9.0	0.30	2.70
Turizm xizmatlari narxining raqobatbardoshligi	8.0	0.20	1.60
Infratuzilma	8.5	0.20	1.70
Mijozlarning xizmatlardan qoniqishi	9.5	0.20	1.90
Xavfsizlik	9.0	0.10	0.90
Jami		1.00	8.80

Manba: Muallif tadqiqotlari natijasida shakllantirilgan.

Jadval ma'lumotlariga ko'ra, turizm xizmatlari raqobatbardoshligining integral bahosi 8,80 ballni tashkil etib, xizmatlarning umumiy raqobatbardoshlik darajasi yuqori ekanligini ko'rsatadi. Eng yuqori natija mijozlarning xizmatlardan qoniqishi (1,90 ball) va turizm xizmatlari sifati (1,70 ball) mezonlari bo'yicha qayd etilgan. Infratuzilma (1,70 ball) va turizm xizmatlari narxining raqobatbardoshligi (1,60 ball) ham raqobatbardoshlikni ta'minlovchi muhim omillar sifatida namoyon bo'lgan. Xavfsizlik mezoni 0,90 ball bilan nisbatan pastroq natija qayd etgan bo'lib, mazkur yo'nalishni yanada takomillashtirish turizm xizmatlarining umumiy raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi.

$$K_r = w_1 x_1 + w_2 x_2 + w_3 x_3 + w_4 x_4 + w_5 x_5 \quad (3)$$

Formula natijasi $K_r = 8.8$ ga teng bo'ladi

Natijadan ko'rinib turibdiki, turizm xizmatlarining raqobatbardoshlik darajasi yuqori ekanligini ko'rish mumkin. Mazkur natija turizm sohasida mavjud infratuzilmaviy imkoniyatlar, xizmat ko'rsatish sifati, turistik resurslardan foydalanish samaradorligi,

hududning jozibadorligi hamda boshqaruv va marketing mexanizmlarining o'zaro uyg'unligini ifodalaydi. Integral baholash natijasining yuqori qiymatga ega bo'lishi turistik hududning ichki va tashqi bozorlarda raqobatlashish imkoniyatlari yetarlicha shakllanganligini ko'rsatadi.

Shu bilan birga, yuqori raqobatbardoshlik darajasi mavjud imkoniyatlardan foydalanish samaradorligini yanada oshirish zaruratini istisno etmaydi. Xususan, xizmatlar sifatini doimiy takomillashtirish, zamonaviy raqamli texnologiyalarni joriy etish, turistik mahsulotlarni diversifikatsiya qilish, malakali kadrlar salohiyatini oshirish, hududiy turizm brendlarini rivojlantirish va turistlarning individual ehtiyojlariga mos xizmatlarni kengaytirish raqobatbardoshlikni yanada mustahkamlashning muhim yo'nalishlari hisoblanadi.

Demak, integral baholash natijasi turizm xizmatlarining mavjud raqobatbardoshlik holatini aniqlash bilan bir qatorda, uning kelgusidagi rivojlanish ustuvor yo'nalishlarini belgilash uchun ham muhim analitik asos bo'lib xizmat qiladi. Mazkur yondashuv asosida

raqobatbardoshlikka ta'sir etuvchi omillarni muntazam monitoring qilish va ularning natijadorligini baholash turizm xizmatlarini

boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish imkonini beradi.

3-jadval

Integral indeks qiymatlarining raqobatbardoshlik darajalari bo'yicha tasnifi

Indeks qiymati	Baholash
0-4,9	Past raqobatbardoshlik
5,0-6,9	O'rtacha raqobatbardosh
7,0-8,4	Yaxshi
8,5-10,0	Juda yuqori

Manba: Muallif tadqiqotlari natijasida shakllantirilgan.

Ushbu integral baholash formulasi turizm xizmatlarining raqobatbardoshligini bir nechta o'zaro bog'liq mezonlar asosida kompleks ravishda baholab, turli ko'rsatkichlarni yagona integral ko'rsatkichga keltirish imkonini beradi. Mazkur yondashuv turizm xizmatlarining raqobatbardoshlik darajasini faqat bitta ko'rsatkich orqali emas, balki xizmat sifati, infratuzilma, narx darajasi, turistik jozibadorlik, boshqaruv samaradorligi, marketing faoliyati va boshqa muhim omillarni hisobga olgan holda aniqlash imkonini yaratadi.

Shuningdek, integral baholash usuli turistik korxonalar va hududlarning raqobatbardoshlik darajasini o'zaro taqqoslash, ularning kuchli va zaif jihatlarini aniqlash hamda mavjud muammolarni ustuvorlik darajasiga ko'ra belgilash uchun amaliy ahamiyatga ega. Olingan natijalar asosida korxonalar faoliyatida mavjud raqobat ustunliklarini mustahkamlash, aniqlangan zaif tomonlarni bartaraf etish va xizmat ko'rsatish samaradorligini oshirish bo'yicha aniq boshqaruv qarorlarini ishlab chiqish mumkin.

Bundan tashqari, mazkur metodik yondashuv strategik rejalashtirish, turistik mahsulotlarni diversifikatsiya qilish, investitsion jozibadorlikni baholash, resurslarni samarali taqsimlash hamda turizm xizmatlari bozorida raqobat ustunliklarini shakllantirish jarayonlarida muhim vosita bo'lib xizmat qiladi. Shu jihatdan, integral baholash natijalarini muntazam ravishda

monitoring qilib borish turizm xizmatlari raqobatbardoshligidagi o'zgarishlarni aniqlash va boshqaruv mexanizmlarini mavjud bozor sharoitlariga mos ravishda takomillashtirish imkonini beradi.

Xulosa va takliflar.

Xulosa o'rnida aytish joizki, turizm xizmatlari raqobatbardoshligini ta'minlash ko'plab o'zaro bog'liq omillarni kompleks ravishda baholash va boshqarishni talab etadi. Tadqiqot natijalari turizm xizmatlari raqobatbardoshligiga xizmatlar sifati, narxning raqobatbardoshligi, infratuzilma, mijozlar qoniqishi va xavfsizlik kabi mezonlar sezilarli ta'sir ko'rsatishini ko'rsatdi. Mazkur mezonlar asosida amalga oshirilgan integral baholash natijasida umumiy ko'rsatkich 8,80 ballni tashkil etib, turizm xizmatlarining raqobatbardoshlik darajasi "juda yuqori" ekanligi aniqlandi.

Tadqiqotda eng yuqori natijalar mijozlarning xizmatlardan qoniqishi va xizmatlar sifati bo'yicha qayd etilgan bo'lsa, xavfsizlik mezoni nisbatan past ko'rsatkichni namoyon etdi. Shu bois kelgusida turistlar xavfsizligini ta'minlash mexanizmlarini takomillashtirish, turistik infratuzilmani rivojlantirish va xizmatlar sifatini muntazam oshirib borishga alohida e'tibor qaratish lozim.

Shuningdek, turistik mahsulotlarni diversifikatsiya qilish, zamonaviy raqamli texnologiyalarni keng joriy etish, hududiy turizm brendlarini rivojlantirish va malakali

kadrlar salohiyatini oshirish turizm xizmatlarining raqobat ustunligini yanada mustahkamlashga xizmat qiladi. Turistlarning individual ehtiyojlariga mos xizmatlarni kengaytirish ham mijozlar qoniqishini oshirishning muhim omili hisoblanadi.

Shu bilan birga, taklif etilgan integral baholash metodikasidan turistik hududlar va turizm korxonalarining raqobatbardoshlik

darajasini muntazam monitoring qilish, kuchli va zaif jihatlarni aniqlash hamda mavjud resurslarni ustuvor yoʻnalishlarga yoʻnaltirishda foydalanish mumkin. Mazkur yondashuv turizm sohasida strategik rejalashtirish va samarali boshqaruv qarorlarini ishlab chiqish uchun amaliy asos boʻlib xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar roʻyxati:

1. Oʻzbekiston Respublikasi Milliy statistika qoʻmitasi. Oʻzbekiston Respublikasida turistik oqimlar, 2024-yil yanvar-dekabr. URL: www.stat.uz
2. Oʻzbekiston Respublikasi Milliy statistika qoʻmitasi. Xizmatlar eksporti xizmat turlari boʻyicha. — Toshkent: SIAT, 2026. URL: www.stat.uz
3. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidenti. Turizm va madaniyat sohasidagi masalalar muhokama qilindi. — Toshkent, 2026. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining rasmiy sayti.
4. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi “Oʻzbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qoʻshimcha chora-tadbirlar toʻgʻrisida”gi PF-5611-son Farmoni.
5. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 15-maydagi “2025-2026-yillarda sayyohlar oqimini keskin koʻpaytirish va turistik xizmatlar koʻlamini jadal kengaytirish orqali turizmning iqtisodiyotdagi oʻrni va ahamiyatini oshirish chora-tadbirlari toʻgʻrisida”gi PF-87-son Farmoni.
6. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidenti. Turizm sohasini 2030-yilgacha rivojlantirish boʻyicha belgilangan maqsad va vazifalar. — Toshkent, 2025. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining rasmiy sayti.
7. Porter M. E. *The Competitive Advantage of Nations*. — New York: Free Press, 1990. — 896 p.
8. Hassan, Salah. *Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry* // *Journal of Travel Research*, 38 (February): (2000) 239-245 pp.
9. Davies H., Ellis P. *Porter's competitive advantage of nations: time for the final judgement?* // *Journal of management studies*. — 2000. — T. 37. — №. 8. — 1189-1214 pp.
10. Crouch G. I., Ritchie J. R. B. *Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity* // *Journal of Business Research*. — 1999. — Vol. 44, No. 3. — P. 137-152.
11. Warr P. G. *Comparative and competitive advantage* // *Asian-Pacific Economic Literature*. — 1994. — T. 8. — №. 2. 1- 14 pp.
12. Ritchie J. R. B., Crouch G. I. *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. — Wallingford: CABI Publishing, 2003. — 272 p.
13. Grant R. M. *Porter's 'competitive advantage of nations': An assessment* // *Strategic Management Journal*. — 1991. — Vol. 12, No. 7. — P. 535-548.
14. Saaty T. L. *The Analytic Hierarchy Process: Planning, Priority Setting, Resource Allocation*. — New York; London: McGraw-Hill International Book Co., 1980. — 287 p.