TURIZM KORXONALARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA ZAMONAVIY MENEJMENT YONDASHUVLARINING AHAMIYATI

Tayyorladi: Usmonova Sabohat Umid qizi

TDShU bitiruvchi magistranti

ANNOTATSIYA

Mazkur tezisda turizm korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishda zamonaviy menejment yondashuvlarining o‘rni tahlil qilingan. Turizm bozorida korxonalar sonining ortib borishi, turistlar talabining o‘zgarishi va xizmatlar bozorining raqamlashtirilishi sharoitida raqamli menejment, mijozlarga yo‘naltirilgan boshqaruv, strategik rejalashtirish, xizmatlar sifatini boshqarish va innovatsion yondashuvlardan foydalanish zaruriyati asoslangan. O‘zbekiston Respublikasining rasmiy statistik ma’lumotlari asosida turizm korxonalari soni, turistlarga ko‘rsatilgan xizmatlar va xizmatlar bozorining rivojlanish dinamikasi tahlil qilinib, amaliy takliflar ishlab chiqilgan.

KALIT SO‘ZLAR

turizm, turizm korxonasi, raqobatbardoshlik, menejment, strategik boshqaruv, raqamli menejment, xizmat sifati, innovatsiya, mijozlar tajribasi.

KIRISH

Turizm zamonaviy xizmatlar iqtisodiyotining muhim tarkibiy qismlaridan biri bo‘lib, uning rivojlanishi yangi ish o‘rinlari yaratish, hududlarning iqtisodiy faolligini oshirish, xizmatlar eksportini kengaytirish va tadbirkorlikni rivojlantirishga xizmat qiladi. Shu bilan birga, turizm bozorida korxonalar sonining ko‘payishi ular o‘rtasidagi raqobatning kuchayishiga olib kelmoqda. Bunday sharoitda korxonaning bozorda barqaror faoliyat yuritishi nafaqat turistik mahsulotning mavjudligi, balki uni samarali boshqarish, mijoz ehtiyojlarini o‘rganish, xizmat sifatini oshirish va innovatsiyalarni joriy etishga bog‘liq.

O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasi subyektlari sonining o‘sishi mazkur masalaning dolzarbligini yanada kuchaytirmoqda. Milliy statistika qo‘mitasi ma’lumotlariga ko‘ra, 2026-yil 1-iyul holatiga O‘zbekistonda turoperatorlar, turagentlar va turizm xizmatlarini ko‘rsatuvchi boshqa tadbirkorlik subyektlari soni 3 455 tani tashkil etgan. Bu ko‘rsatkich 2025-yilning shu davriga nisbatan 24,3 foizga oshgan. 2022-yilda mazkur ko‘rsatkich 1 918 tani tashkil etgan.[1].QISM Turizm korxonalarining raqobatbardoshligi, avvalo, bozor talabini qanchalik tez anglash va unga moslashish qobiliyati bilan belgilanadi. Hozirgi turist xizmatni tanlashda nafaqat narxga, balki xizmat sifati, qulaylik, tezkorlik, raqamli xizmatlarning mavjudligi, xavfsizlik va individual yondashuvga ham e’tibor qaratmoqda.

O‘zbekiston Milliy statistika qo‘mitasi ma’lumotlariga ko‘ra, turizm korxonalari va tashkilotlari tomonidan xizmat ko‘rsatilgan shaxslar soni 2023-yildagi 1,157 mln kishidan 2024-yilda 1,973 mln kishiga, 2025-yilda esa 1,982 mln kishiga yetgan [2]. Bu turizm xizmatlariga talab yuqori ekanligini ko‘rsatadi.

2025-yil yanvar–avgust oylarida turagentliklar, turoperatorlar, bronlash va boshqa tegishli xizmatlarning umumiy hajmi 2,2 trln so‘mni tashkil etib, 2024-yilning mos davriga nisbatan 44 foizga oshgan. Ushbu xizmatlarning 97,1 foizi Toshkent shahri, Samarqand, Xorazm, Toshkent va Buxoro hududlariga to‘g‘ri kelgan [3]. Bu hududiy konsentratsiya boshqa hududlardagi turizm korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish zarurligini ko‘rsatadi.

ZAMONAVIY MENEJMENTNING ASOSIY YO‘NALISHLARI

1. Strategik menejment — uzoq muddatli maqsadlarni belgilash, bozor tendensiyalarini tahlil qilish va rivojlanish strategiyasini ishlab chiqish.
2. Mijozlarga yo‘naltirilgan menejment — turistlarning ehtiyojlari va qoniqish darajasini muntazam o‘rganish.
3. Raqamli menejment — CRM, onlayn bronlash, elektron to‘lovlar, ma’lumotlar tahlili va raqamli marketingdan foydalanish.

4. Innovatsion menejment — yangi turistik mahsulotlar va xizmat ko‘rsatish shakllarini joriy etish.
5. Sifat menejmenti — xizmat ko‘rsatish standartlarini ishlab chiqish va mijozlar fikri asosida takomillashtirish.
6. Inson resurslarini boshqarish — xodimlar malakasini, xorijiy tillar va mijozlar bilan ishlash ko‘nikmalarini rivojlantirish.

RAQAMLI MENEJMENT VA RAQOBATBARDOSHLIK

Bugungi turizm bozorida raqamlashtirish korxonaning raqobatbardoshligini oshirishning muhim vositalaridan biridir. Turist safarni rejalashtirish, mehmonxona va transport xizmatlarini tanlash, bronlash, to‘lov qilish hamda xizmat sifatini baholash jarayonlarining katta qismini raqamli platformalar orqali amalga oshirmoqda.

Milliy statistika qo‘mitasi ma’lumotlariga ko‘ra, 2025-yilda aloqa va axborotlashtirish xizmatlari hajmi 79,5 trln so‘mni tashkil etgan va bir yil davomida 22,7 foizga oshgan [6]. Shuningdek, 2025-yilda O‘zbekistondagi bozor xizmatlari umumiy hajmi 1 050,3 trln so‘mni tashkil etib, 2024-yilga nisbatan 14,7 foizga oshgan. Transport xizmatlari hajmi 188,3 trln so‘mga yetgan [4].

RAQOBATBARDOSHLIKNI OSHIRISHNING 4R MODELI

1. Research — bozorni o‘rganish va turistlar talabini tahlil qilish.
2. Relationship — CRM orqali mijoz bilan uzoq muddatli munosabatlarni boshqarish.
3. Digitalization — bronlash, to‘lov, marketing va xizmat sifatini baholashni raqamlashtirish.
4. Result — daromad, mijozlar soni, takroriy tashriflar va qoniqish darajasini KPI orqali baholash.

MUAMMOLAR VA TAKLIFLAR

O‘zbekistonda turizm korxonalari sonining tez o‘sishi raqobatni kuchaytirayotgan bo‘lsa-da, hududiy nomutanosiblik, raqamli menejment vositalaridan foydalanish darajasidagi farqlar, xizmat sifati standartlarining bir xil emasligi va malakali kadrlar

masalasi dolzarb bo‘lib qolmoqda. 2025-yil yanvar–avgust oylarida turagentlik va turoperator xizmatlarining 97,1 foizi beshta hudud hissasiga to‘g‘ri kelgani hududiy konsentratsiyaning yuqoriligini ko‘rsatadi [3].

Buning uchun hududiy turizm korxonalariga raqamli boshqaruv tizimlarini joriy etishni rag‘batlantirish, CRM va onlayn bronlash tizimlaridan foydalanishni soddalashtirish, xodimlarning xorijiy tillar va raqamli texnologiyalar bo‘yicha malakasini oshirish, mahalliy turistik mahsulotlarni raqamli platformalarda targ‘ib qilish hamda mehmonxona, transport, ovqatlanish va ekskursiya xizmatlarini yagona turistik mahsulotga birlashtirish maqsadga muvofiq.

XULOSA

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, O‘zbekistonda turizm korxonalari sonining jadal ko‘payishi sohada raqobatning kuchayib borayotganidan dalolat beradi. 2026-yil 1-iyul holatiga turizm xizmatlarini ko‘rsatuvchi turoperator, turagent va boshqa tadbirkorlik subyektlari sonining 3 455 taga yetgani hamda bir yil ichida 24,3 foizga oshgani turizm biznesining kengayayotganini ko‘rsatadi [1].

Tahlil natijasida turizm korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishda an’anaviy boshqaruv usullaridan zamonaviy, raqamli va mijozga yo‘naltirilgan menejment modeliga bosqichma-bosqich o‘tish muhimligi aniqlandi. Strategik menejment, raqamli texnologiyalar, mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish, innovatsiyalar, xizmat sifati va inson kapitalini rivojlantirish o‘zaro bog‘liq holda amalga oshirilishi lozim.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. Number of tour operators in Uzbekistan exceeds 3,400. 12.08.2026.
2. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. Number of people served by tourist companies and organizations — SIAT. 2026.
3. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. Travel agencies provided

services worth 2.2 trillion soums. 03.10.2025.
4. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. The services market in Uzbekistan grew by 14.7% in 2025. 21.01.2026.
5. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. Key indicators of the service sector in the Republic of Uzbekistan. 20.01.2026.
6. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. The volume of communication and information services reached 79.5 trillion soums. 09.02.2026.
7. Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., Baloglu, S. Marketing for Hospitality and Tourism. Pearson.
8. Porter, M. E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press.
9. Buhalis, D. eTourism: Information Technology for Strategic Tourism Management. Pearson.