

12. Khalid, S. (2023). Women in sustainable development: Science and quality education. In *Oriental Conferences* (Vol. 1, No. 1, pp. 916–923). OOO «SupportScience».
13. Khalid, S. (2024). Women's empowerment through ICT and sports: Exploring narratives of digital innovators and multitasking brilliance in China and Africa. In *Oriental Conferences* (Vol. 1, No. 1, pp. 308–329). OOO «SupportScience».
14. Khalid, S., & Burney, M. T. (2021). Impact of online working mode on the work life balance (WLB): An empirical analysis of banking sector employees in Delhi-NCR, India. *IITM Journal of Business Studies*, 8(1), 90–97.
15. Khalid, S., & Burney, T. A study of challenges and problems faced at the workplace to maintain balanced life: COVID-19 pandemic.
16. Khalid, S., Ismailov, B., Yazdanova, S., & Abdulkayev, A. N. The impact of artificial intelligence on innovation management: A comprehensive review.
17. Khalid, S., Stecenko, I., Kadirova, Z., Nurieva, A., & Gazieva, S. (2023). Green economy, growth, and deal: A triad for sustainable development goals. *SGS-Engineering & Sciences*, 2(02).
18. Khalid, S., Stecenko, I., Kadirova, Z., Nurieva, A., & Gazieva, S. (2023). Sustainable development goals through the triad of green economy, growth, and deal. In *Proceedings of the 2nd Pamir Transboundary Conference for Sustainable Societies* (Vol. 21, pp. 1376–1385). Query date: 2025-01-04 05:55.
19. Li, X., & Chan, E. (2020). Privacy in the age of smart tourism: Concerns, regulation, and solutions. *Journal of Travel Research*, 59(7), 1302–1316.
<https://doi.org/10.1177/0047287520934796>
20. Li, Y., Hu, C., Huang, C., & Duan, L. (2019). The concept of smart tourism in the context of tourism information services. *Tourism Management*, 58, 293–300.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.03.014>
21. Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2020). Smart technologies for personalized experiences: A case study in the hospitality domain. *Electronic Markets*, 30, 145–157.
<https://doi.org/10.1007/s12525-019-00319-7>
22. Sigala, M. (2022). AI and big data in tourism: A research agenda for ethical and inclusive smart tourism. *Journal of Business Research*, 139, 620–627.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.09.065>
23. Tussyadiah, I. P. (2021). A review of research into automation in tourism: Launching the Annals of Tourism Research curated collection on artificial intelligence and robotics in tourism. *Annals of Tourism Research*, 88, 103103. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103103>
24. Tussyadiah, I. P., & Miller, G. (2021). Privacy concerns and acceptance of AI in tourism. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2021* (pp. 345–357). Springer.
https://doi.org/10.1007/978-3-030-65785-7_26

TURISTIK-REKREATSIYA FAOLIYATINI QARORLAR QABUL QILISHNING “TO‘LOV MATRITSASI” MEDODOLOGIYASI ASOSIDA RIVOJLANTIRISH

Mirzayev Abdullajon Topilovich,

“Iqtisodiyot va turizm” kafedrasi mudiri,

iqtisodiyot fanlari doktori, professor, Farg‘ona davlat universiteti

Karimova Saodatxon Ulug‘bek qizi,

Iqtisodiyot mutaxassisligi 2-kurs magistranti

Annotatsiya: Maqolada so‘nggi yillarda milliy iqtisodiyotning tez sur‘atlar bilan rivojlanish imkoniyatiga ega bo‘lgan turistik-rekreasiya faoliyatini boshqarish mexanizmlari tadqiq etilgan. Tadqiqot jarayonida turistik-rekreasiya faoliyatini tadqiq etish va boshqaruv qarorlarini qabul qilish usullari, kognitiv yondashuv asosida hududiy turistik-rekreasiya tizimini rivojlantirish bo‘yicha boshqaruv qarorlarini tanlash va qabul qilishning kompleks metodologiyasi, hududiy turistik-rekreasiya tizimini rivojlantirish maqsad va vazifalari hamda

hududiy turistik-rekreatsiya tizimini tashqi muhit bilan aloqalarining kengaytirilgan kognitiv modeli tahlil qilingan va amaliyotda foydalanish yo'llari asoslangan.

Kalit so'zlar: turizm, turistik-rekreatsiya, turistik-rekreatsiya xizmatlari, turistik-rekreatsiya faoliyatini boshqarish, boshqarish, qaror qabul qilish, kognitiv model.

Kirish: Turistik-rekreatsiya faoliyati rivojlanishining jahon amaliyoti shuni ko'rsatadiki, faoliyat o'z tarkibiy qismlarining o'zaro aloqadorligi hamda ushbu qismlarni samarali boshqaruvi bilan yetarli darajada rivojlana olmaydi. Mavjud tizimlar faoliyatida yuzaga keluvchi zaif tarkibiy tuzilishga ega bo'lgan aksariyat muammolar (marketing strategiyasini shakllantirishda reklama faoliyatining zamonaviy usul va vositalaridan yetarli darajada foydalanmaslik, ichki tarmoqlararo munosabatlarning rivojlanmaganligi, infratuzilmaning rivojlanmaganligi va boshqalar)ni turistik-rekreatsiya faoliyati ishtirokchilari harakati bilan hal qilish imkoniyati cheklangan. Shu sababli, faoliyat rivojlanishini yuqori turistik-rekreatsiya salohiyatiga ega bo'lgan hudud darajasidagi ijtimoiy-iqtisodiy tizimlarning unga bog'liq bo'lgan barcha tuzilmalari doirasida tashkil etish va boshqarish turistik-rekreatsiya faoliyati tarkibini tizimli yondashuv asosida o'rganmaslik natijasida yuzaga keluvchi yuqoridagi masalalarni umumiy holda to'laqonli hal etish imkonini kengaytiradi.

Yuqori turistik-rekreatsiya salohiyatiga ega bo'lgan hududlardagi ijtimoiy-iqtisodiy tizimlarning turistik-rekreatsiya faoliyati bilan bog'liq bo'lgan tuzilmalari faoliyatini mavjud rekreatsion tizimlar faoliyati bilan uyg'unlashtirish turistik-rekreatsiya sohasini mamlakat (mintaqa yoki hudud) darajasida samarali faoliyat ko'rsatuvchi iqtisodiy tizim birligiga aylantiradi. Mamlakatimizda hududlarni mustaqil iqtisodiy birlik darajasiga aylantirish borasida olib borilayotgan tarkibiy o'zgarishlar natijasida mahalliy (viloyat, tuman, shahar) boshqaruv organlari hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish yo'nalishlarini mustaqil ravishda belgilash kompetensiyalarining ortib borishini e'tiborga olinadigan bo'lsa, yuqori rekreatsion salohiyatga ega bo'lgan hududlarda sohani taraqqiyotning yetakchi tarmog'iga aylantirish bugungi kundagi mahalliy davlat boshqaruv organlarining asosiy vazifalaridan biriga aylanishi lozim, chunki yaxshi daromad keltiruvchi, rivojlanish uchun yetarli salohiyatga ega turistik-rekreatsiya faoliyati qisqa vaqt ichida hududlarda ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotning yetakchi markazlari ko'rinishidagi rekreatsion aglomeratsiyalarni shakllantiradi va bu, o'z navbatida, hududning tabiiy-iqtisodiy salohiyatdan kelib chiqqan holda tor yo'nalishlarda ixtisoslashuvini ta'minlaydi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili: Turistik-rekreatsiya sohasini mamlakatimizda rivojlantirish uchun, avvalo, uning asosi bo'lgan rekreatsion salohiyat zahiralari o'rganib chiqilishi, hududlararo va mintaqalararo rayonlashtirish hamda mavjud salohiyatdan samarali foydalanish chora-tadbirlari ishlab chiqilishi zarur. O'zbekiston rekreatsion turizm salohiyati bo'yicha dunyodagi yetakchi mamlakatlar qatorida turadi. Turistik xizmatlar bozorining ushbu sohasini rivojlantirishdagi birinchi vazifa – ana shu resurslardan samarali foydalanib, rekreatsion turizm sohasini jadal rivojlantirish uchun bu yo'nalishning nazariy asoslarini yaratish talab qilinadi.

Rekreatsiya so'zi lotin tilidan (recreation - tiklash) olingan bo'lib, insonning mehnat jarayoni davomida sarflagan kuchini dam olish orqali tiklashini anglatadi. Mazkur so'z atamasi sohaning qator tadqiqotchilari tomonidan atama sifatida qo'llanilganiga qaramay, uning mazmun-mohiyatiga turlicha yondashuvlar mavjud.

V.A.Kvartalnovning fikricha, rekreatsiya bu – insonning jismoniy, intellektual va emotsional kuchini kengaytirilgan tarzda qayta tiklash jarayonidir. AQSH milliy turizm siyosati tadqiqotlar markazining ta'rifiga ko'ra esa, rekreatsiya bu – insonlarning bo'sh vaqtdan personal foydalanish jarayoni hisoblanadi[1].

Z.Usmonovanning tadqiqotlarida rekreatsiya tushunchasini uydan tashqarida, masalan, tabiatga turistik sayohatlarda, sanatoriy-kurort, sog'lomlashtirish muassasalarida dam olish yo'li bilan salomatlikni va ishchi kuchini tiklash ko'rinishida talqin etiladi[2].

Bizning fikrimizcha, rekreatsiyani insonlar dam olish obyektlarida o'z sog'lig'ini va mehnatga qobiliyatini qayta tiklashi, sayyohlik yo'li bilan tabiatning turli maskanlariga borishi,

arxitektura va tarixiy yodgorliklarni borib ko'rish ma'nosida tushunish maqsadga muvofiqdir. Rekreatsiya o'z ichida bir qancha sohalardan iborat bo'lib, ularga kurort-sanatoriy va shu kabi boshqa obyektlarda sog'liqni tiklash, sayyohlik yo'li bilan tabiatning go'zal go'shalariga (daryo, ko'l, o'rmon, tog', g'or, sharshara va b.) borish, sport bilan shug'ullanish hamda noyob tarixiy va arxitektura yodgorliklari bilan tanishish kabilar kiradi.

Tahlil va natijalar: Turistik-rekreatsiya faoliyati va hudud ijtimoiy-iqtisodiy tizimlari o'rtasidagi to'g'ridan-to'g'ri aloqadorlikdan kelib chiqib, hudud taraqqiyotini kompleks rejalashtirish jarayonining har bir bosqichida rekreatsion faoliyat muammolarini hisobga olish zarurati yuzaga keladi. Bu orqali hududning umumiy taraqqiyot strategiyasida turistik-rekreatsiya sohasining dominantligi ta'minlanadi. Ushbu holat natijasida hudud darajasida turistik-rekreatsiya faoliyatini rivojlantirish hamda uni rivojlantirishda boshqaruv qarorlarini qabul qilish bo'yicha yondashuvni va muammoni o'rganish usulini tanlash bilan bog'liq masala yuzaga chiqadi.

Alohida tarmoq yoki hududlarni muvozanatli va kompleks rivojlantirishda qarorlar qabul qilish bilan bog'liq yondashuvlarni o'rganish asosida hududlarda turistik-rekreatsiya faoliyatini aloqador tarmoq korxonalari bilan birgalikda kompleks rivojlantirish uchun o'z ichiga tizimli tahlilning zamonaviy axborot texnologiyalariga asoslangan kognitiv tahlil texnologiyalarini oluvchi kognitiv yondashuv boshqa yondashuvlarga nisbatan kengroq ko'lamni qamrab olishi aniqlandi. Ushbu yondashuvning ustun tomonlaridan biri – mavjud zaif tarkibli muammolarni aniqlashda uning tarkibiga amaliyotda keng qo'llaniluvchi usullar (ekspert tahlili, dasturiy maqsadli, statistik va boshqa usullar), qaror qabul qilish model (to'lov matritsasi), tizimli tahlilning zamonaviy usullari hisoblangan kognitiv tahlil va modellash usullarini kiritish mumkinligidir.

Kognitiv modellashning qo'llanilishi hududiy turistik-rekreatsiya tizimida yuzaga keluvchi zaif tarkibiy tuzilishga ega muammolarni hal etishdagi tizimli yondashuvning bir ko'rinishidir. Sohaning rivojlanishida yuzaga keluvchi murakkab muammolarni hal etish bilan bog'liq boshqaruv qarorlarini tanlash va qabul qilishda kognitiv modellashning ssenariylari muhim o'ringa egaligini bilgan holda uning asosiy bosqichlari: kognitiv xarita va modelni ishlab chiqish, ularning tahlili va ssenariyli tadqiqot bosqichlariga alohida e'tibor bilan yondashish lozim.

Kognitiv yondashuv asosidagi tadqiqotlarning dastlabki bosqichida quyidagilarni ketma-ketlikda amalga oshirish talab etiladi:

- birinchidan, hududdagi turistik-rekreatsiya faoliyati holatini aks ettiruvchi mavjud miqdoriy va sifat ko'rsatkichlari bo'yicha axborotni yig'ish hamda ushbu ma'lumotlarni tizimlashtirish;

- ikkinchidan, omillarning ta'sir yo'nalishlarini aniqlash imkonini beruvchi omillar orasidagi sabab-oqibat bog'lanishlarini aniqlash.

Yuqorida ko'rsatib o'tilgan ketma-ketlikdagi jarayon natijalari asosida tadqiqot obyekti hisoblangan hududiy turistik-rekreatsiya tizimining kognitiv xaritasini ishlab chiqish mumkin. Kognitiv xaritalarni ishlab chiqish usullari turlicha bo'lsa-da, ushbu xaritani muammo yo'nalishida yetarli darajada malaka va kompetensiyalarga ega bo'lgan mutaxassis xodimlar tomonidan ekspertlarning xulosalari asosida eng maqbul usulda tayyorlanishi maqsadga muvofiq.

Ekspertlar tomonidan omillar orasidagi sabab-oqibat bog'lanishlari aniqlangandan so'ng parametrik funksional vektor ko'rinishidagi real holatga eng yaqin bo'lgan kognitiv model quriladi:

$$F_n = \langle V, E \rangle, X, F, \theta \rangle$$

Berilgan bog'lanishdagi $G = \langle V, E \rangle$ o'zida kognitiv xaritani aks ettirib, unda:

$V = \{v_1/v_i \in V, i = 1, 2, \dots, k\};$

$E = \{e_1/e_i \in E, i = 1, 2, \dots, k\};$

G – maqsadli yo'nalish;

$X.V \rightarrow 0, X$ – omil parametrlari;

$$X = \{X^{(V_1)} / X^{(V_l)} \in X, l = 1, 2, \dots, k\}, X^{(V_l)} = \{x_g^{(l)}\}, g = 1, 2, \dots, l;$$

$x_g^{(l)}$ – V_l vektor cho'qqisining g parametri;

arap $g = 1$ bo'lsa, u holda $x_g^{(l)} = x_1$;

θ – vektor cho'qqisi parametrlari kengligi;

$F = F(X, E)$ – vektor yoyining funksional o'zgarishi bo'lib, ushbu bog'lanishlar $F \cdot E \cdot X \cdot \theta \rightarrow R$.

Kognitiv model tuzib olingandan so'ng tuzilgan modelning adekvatligi, uning tarkibiy tuzilishi hamda o'rganilayotgan obyekt rivojlanish dinamikasining ehtimoliy ssenariylari tahlil qilinadi.

Shunday qilib, senariyli tahlil eng yomon va eng yaxshi rivojlanish ssenariylarini aniqlash hamda vaziyat uchun eng maqbul ssenariyni tanlash uchun o'rganilayotgan tizimni rivojlantirishi mumkin bo'lgan ssenariylarni "sifatli" tahlil qilishdan iborat.

1-jadval

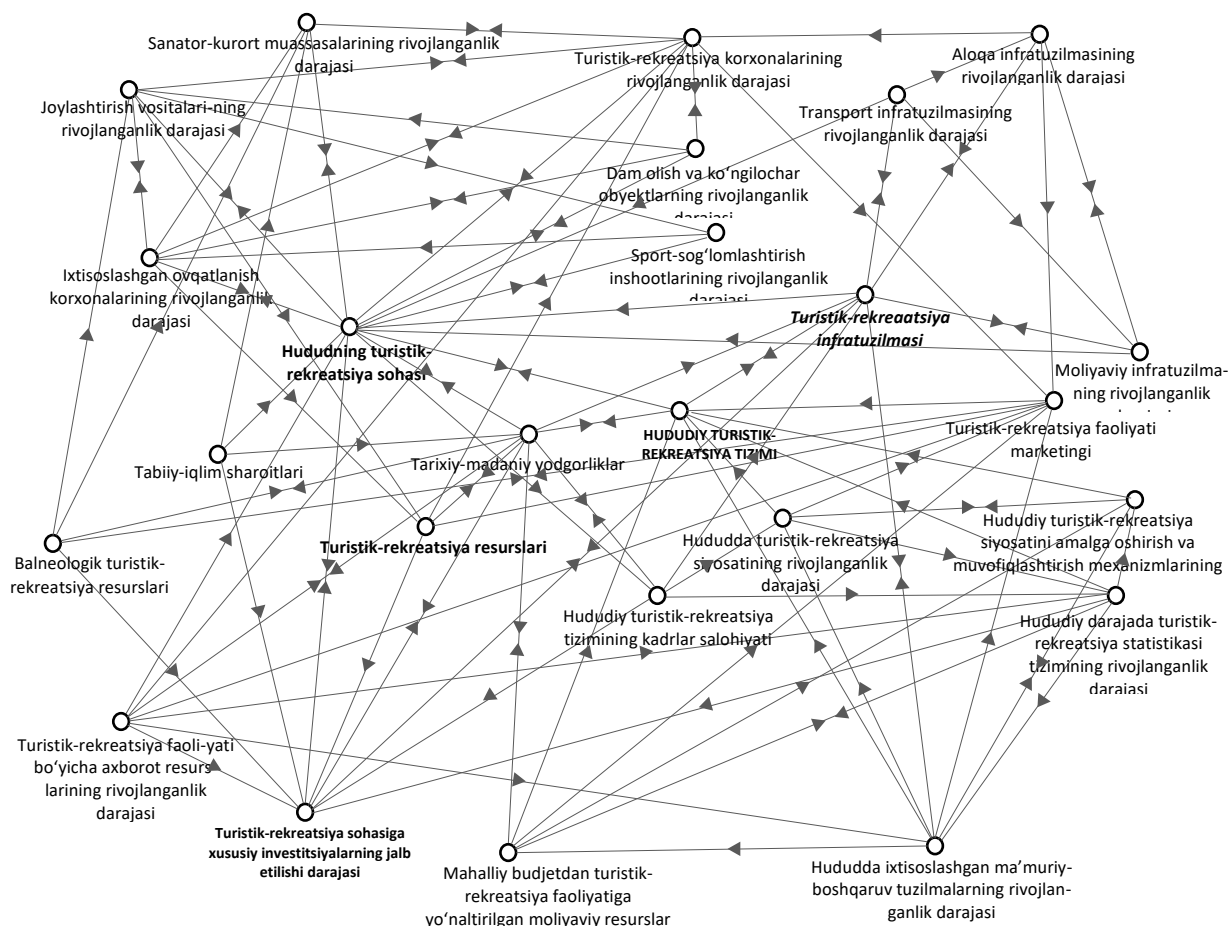
Qarorlar qabul qilishning "to'lov matritsasi"[3]

Muqobil ssenariy (strategiya)lar	Kognitiv modellashirishning dasturiy tizimidagi senariylar	Tashqi muhit (masalan, ekologiya o'zgarish darajasi)		
		θ_1 (juda past)	θ_j	θ_m Juda yuqori
1-strategiya (α_1)	1-senariy	u_{11}, P_{11}, v_{11}	u_{1j}, P_{1j}, v_{1j}	u_{1m}, P_{1m}, v_{1m}
i -strategiya (α_i)	i -senariy	u_{i1}, P_{i1}, v_{i1}	u_{ij}, P_{ij}, v_{ij}	u_{im}, P_{im}, v_{im}
n -strategiya (α_n)	i -senariy	u_{n1}, P_{n1}, v_{n1}	u_{nj}, P_{nj}, v_{nj}	u_{nm}, P_{nm}, v_{nm}

Tadqiqot jarayonida ishlab chiqilgan kognitiv yondashuv asosida hududiy turistik-rekreatsiya tizimini rivojlantirish bo'yicha boshqaruv qarorlarini tanlash va qabul qilishning kompleks metodologiyasi quyidagilar bo'yicha chuqur bilim va ma'lumotlar olish imkonini beradi:

- tadqiqot obyekti bo'yicha;
- turistik-rekreatsiya tizimining hududning ijtimoiy-iqtisodiy tizimi o'rtasidagi aloqalarning tuzilishi bo'yicha;
- turistik-rekreatsiya faoliyatida yuzaga kelgan muammoli vaziyat va uning sabablari bo'yicha;
- vaziyatni zarur yo'nalishga burish imkonini beruvchi ta'sir omillari bo'yicha;
- ratsional asoslangan boshqaruv qarorlarini qabul qilish bo'yicha;
- turistik-rekreatsiya faoliyatining samarali siyosatini shakllantirish yo'nalishlari bo'yicha.

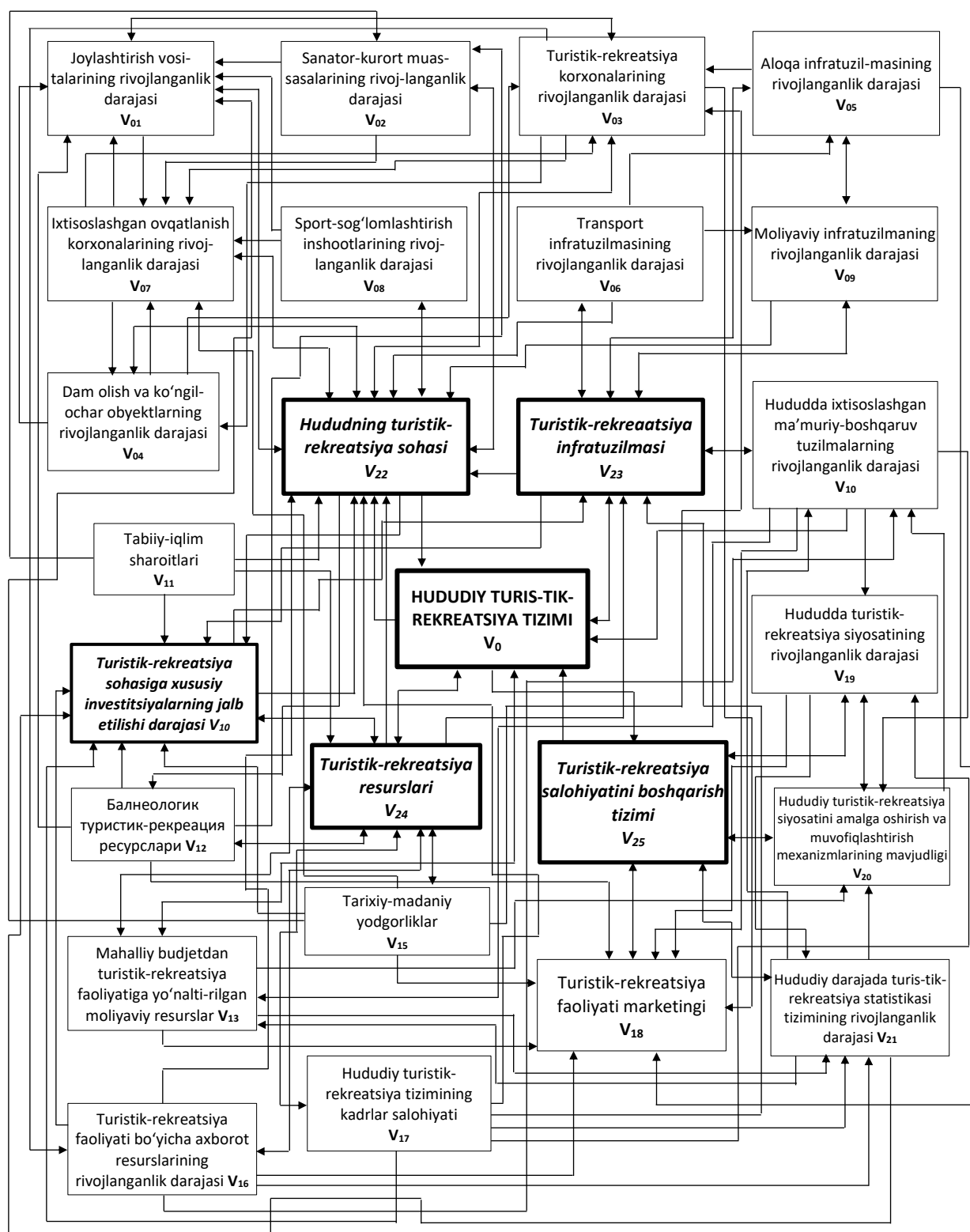
Kognitiv modellashirish hududiy turistik-rekreatsiya tizimining tashqi va ichki muhit bilan o'zaro aloqalarining kognitiv xaritalari, ularning modellari hamda olingan ikki darajali model tahlili asosida amalga oshiriladi. Hududiy turistik-rekreatsiya tizimining kognitiv xaritasi metodologiyada belgilangan va aniqlangan maqsadli, bazis, boshqaruvchi omillar hamda omil ko'rsatkichlardan tashkil topuvchi asosiy omillar negizida tuziladi (1-rasm).



1-rasm. Hududiy turistik-rekreasiya tizimini tashqi muhit bilan aloqalarining kengaytirilgan kognitiv modeli¹

Yuqoridagi kengaytirilgan kognitiv xarita hududiy turistik-rekreasiya tizimining omillar ta'siri detallashtirilgan xarita asosida shakllanadi (2-rasm).

¹ Muallif tadqiqotlari asosida ishlab chiqilgan.



2-rasm. Hududiy turistik-rekreatsiya tizimining kognitiv xaritasi²

Kognitiv modellashtirish natijalari yuqoridagi 1-jadvalda keltirilgan qarorlar qabul qilishning “to'lov matritsasi”ga kiritilib, alohida olingan strategiyalar bo'yicha qabul qilingan qarorlarning natijalari aniqlanadi hamda eng samarali strategiya hududni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish dasturi uchun bazaviy strategiya sifatida belgilanadi.

Tanlangan strategiya asosida hududni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish dasturini amalga oshirish bosqichlari hamda bu bosqichlarda bajarilishi lozim bo'lgan chora-tadbirlar muddati,

² Muallif tadqiqotlari asosida ishlab chiqilgan.

kiritilishi lozim bo'lgan resurs hajmi hamda uni amalga oshiruvchi ijrochilarni aniqlagan holda yaratiladi. Dasturni ko'rsatib o'tilgan yo'nalish va ketma-ketlikda ishlab chiqish va amalga oshirish natijasida yuqori turistik-rekreatsiya salohiyatiga ega bo'lgan hududlar ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini turistik-rekreatsiya xizmatlari sohasi dominantligi asosida tez va yuqori samaradorlikda rivojlantirish mumkin.

Xulosa va takliflar: Yuqorida belgilangan vazifalar va amaliy natijalar asosida quyidagi taklif va tavsiyalar berildi:

Kognitiv yondashuv asosida hududiy turistik-rekreatsiya tizimini rivojlantirish bo'yicha boshqaruv qarorlarini tanlash va qabul qilishning kompleks metodologiyasi asosida uzoq muddatli strategiya shakllantirish;

- turistik-rekreatsiya hududlarida turizm klasterlarini barpo etish (O'zbekistonning barcha mintaqa va hududlarida mavjud sanatoriyalar, pansionatlar va dam olish maskanlarida qo'shimcha ravishda turizmni barcha yo'nalishlarini qamrab oladigan turistik obyektlar majmuini qurish va bu orqali hududga ichki va xalqaro turistlarni jalb etish);

- turizm klasterlari keng rivojlangan mintaqalarda "erkin turistik zonalar" tashkil etish;

- sog'lomlashtirish va dam olish, kurortlar tizimiga xorijiy sayyohlarni jalb qilish orqali rekreatsiya turizmiga e'tiborni kuchaytirish.

Turistik-rekreatsiya faoliyatini samarali boshqarish va rejalashtirish asosida mavjud turistik-rekreatsiya xizmatlaridan foydalanish darajasini maksimallashtirish va xizmatlar taklifini samarali tashkillashtirishda sohada kognitiv yondashuv asosida hududiy turistik-rekreatsiya tizimini rivojlantirish bo'yicha boshqaruv qarorlarini tanlash va qabul qilishning kompleks metodologiyasidan samarali foydalanish mexanizmlarini ishlab chiqish sohaning rivojlanish davrini yanada qisqartiradi. Bu esa, soha faoliyatini yanada rivojlanishiga va hududlarni muvozanatli rivojlanishida yalpi hududiy mahsulot yaratilishidagi ulushi ortib borishida asos bo'lib xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Мирзаев, А. Т. (2018). Рекреацион туризм хизматлари бозорини ривожлантириш орқали аҳоли бандлигини таъминлаш хусусиятлари. *Бизнес-Daily медиа*, (11), 63-66.
2. Mirzaev, A. (2019). Perfection of the integral evaluation of the mechanism of recreational and tourist objects. *Bulletin of Science and Practice*.
3. Мирзаев, А. Т. (2020). Эффективные методы управления и государственной поддержки туристско-рекреационной сферы в узбекистане. *Наука сегодня: опыт, традиции, инновации [Текст]: материалы*, 41.
4. Mirzayev, A. T. (2019). O'zbekiston hududlarida turistik-rekreatsiya obyektlaridan samarali foydalanish mexanizmini takomillashtirish. Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (RhD) dissertatsiyasi avtoreferati. SamISI, 58.
5. Mirzayev, A. T. (2020). Turistik-rekreatsiya faoliyatini boshqarishda elektron rezervlash tizimidan foydalanish afzalliklari. *Xorazm ma'mun akademiyasi axborotnomasi*, (9), 99-104.
6. Mirzayev, A. T. (2021). Teoreticheskiye aspekti razvitiya protsessov upravleniya turistsko-rekreatsionnoy deyatelnostyu. *Nauka segodnya: fundamentalniye i prikladniye issledova*, 19.
7. Мирзаев, А. Т. (2020). Инвестиционная составляющая развития туристического и рекреационного потенциала республики Узбекистан. *Наука сегодня: проблемы и перспективы развития [Текст]: ма*, 51.
8. Mirzaev, A. (2020). Improving the Electronic Booking System as a Part of Digitization of Management Activities of Recreational Enterprises. *Bulletin of Science and Practice*, 6(8), 165-172.
9. Мирзаев, А. Т. (2020). Управление туристско-рекреационной деятельностью как фактор формирования стратегического планирования предпринимательства. In *Наука*

сегодня: теория и практика: Материалы международной научно-практической конференции. Вологда (р. 21).

10. Мирзаев, А. Т. (2020). Эффективные методы управления и государственной поддержки туристско-рекреационной сферы в узбекистане. *Наука сегодня: опыт, традиции, инновации [Текст]: материалы*, 41.

11. Мирзаев, А. Т. (2020). Современные аспекты управления туристско-рекреационной сферой Республики Узбекистан. *Инновационные исследования как локомотив развития современной науки от теоретических парадигм к практике*, 312-318.

БРЕНДИНГ КАК РЫЧАГ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

BRANDING AS A LEVER OF COMPETITIVENESS IN THE HOSPITALITY INDUSTRY MEHMONXONA SOHASIDA BRENDING RAQOBATBARDOSHLIK VOSITASI SIFATIDA

Курпаяниди, Константин Иванович

Профессор Российской академии естествознания (Российская Федерация),
академик Международной академии теоретических и прикладных наук (США),

Международный институт пищевых технологий и инжиниринга,

Республика Узбекистан

E-mail: antinari@gmail.com

Аннотация: Настоящее исследование раскрывает роль брендинга как стратегического инструмента повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий на примере Узбекистана. Анализируются ключевые этапы и принципы брендинга, адаптированные к местным условиям, с учетом мирового опыта таких компаний, как Marriott и Hilton. Особое внимание уделено персонализации и программам лояльности как факторам укрепления потребительского доверия и экономической устойчивости. Работа подчеркивает значимость брендинга для развития туризма в Узбекистане в контексте глобальных экономических тенденций.

Abstract: This study explores the role of branding as a strategic tool for enhancing the competitiveness of hospitality enterprises, with a focus on Uzbekistan. It examines the key stages and principles of branding, adapted to local conditions, drawing on global experiences from companies like Marriott and Hilton. Special emphasis is placed on personalization and loyalty programs as drivers of consumer trust and economic resilience. The research highlights the importance of branding for the development of tourism in Uzbekistan within the framework of global economic trends.

Annotatsiya: Ushbu tadqiqot O'zbekiston misolida mehmonxona korxonalari raqobatbardoshligini oshirishda brendingning strategik vosita sifatidagi rolini o'rganadi. Marriott va Hilton kabi kompaniyalarning global tajribasidan kelib chiqib, mahalliy sharoitlarga moslashtirilgan brendingning asosiy bosqichlari va prinsiplari tahlil qilinadi. Iste'molchi ishonchi va iqtisodiy barqarorlikni mustahkamlashda shaxsiylashtirish va sadoqat dasturlariga alohida e'tibor beriladi. Tadqiqot global iqtisodiy tendensiyalar doirasida O'zbekistonda turizm rivojlanishi uchun brendingning ahamiyatini ta'kidlaydi.

Ключевые слова: Брендинг, гостиничная индустрия, конкурентоспособность, лояльность, Узбекистан.

Keywords: Branding, hospitality industry, competitiveness, loyalty, Uzbekistan.

Kalit so'zlar: Brending, mehmonxona sohasi, raqobatbardoshlik, sadoqat, O'zbekiston.

Введение: В условиях насыщения рынка гостиничных услуг в Узбекистане, где стремительный рост предложения обостряет конкурентную борьбу, полагаться исключительно на ценовые стратегии становится недостаточно для достижения устойчивого преимущества. В этой связи создание и развитие сильного бренда превращается в приоритетную задачу для компаний, стремящихся к лидерству в отрасли. Для формирования мощного бренда, повышения эффективности брендинга и обеспечения