

TURIZM XIZMATLARI BOZORIDA MIZOJ SODIQLIGINI BOSHQARISH

Rustamova Sayyora Xatamovna
Andijon davlat universiteti dotsenti, PhD

Annotatsiya: Ushbu maqolada turizm xizmatlarida sifat masalasi, sifatning o'ziga xos xususiyatlari, mizoj sodiqligini oshirish masalalari haqida to'htalangan.

Kalit so'zlar: turizm xizmatlari, sifat, sifatning o'ziga xos xususiyatlari, sodiqlik, sodiqlik mezonini oshirish

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы качества туристических услуг, особенности качества, а также вопросы повышения лояльности клиентов.

Ключевые слова: туристические услуги, качество, специфические характеристики качества, лояльность, повышение критерия лояльности.

Abstract: This article discusses the issue of quality in tourism services, the specific characteristics of quality, and issues of increasing customer loyalty.

Keywords: tourism services, quality, specific characteristics of quality, loyalty, increasing the criterion of loyalty

Kirish. Global turizm bozorida raqobat kuchaygan sari turistik tashkilotlar uchun eng muhim strategik vazifalardan biri-mijozlarning xizmatdan qoniqishini ta'minlash, ularning uyg'unligi, ishonchi va sodiqligini yuksaltirishdan iboratdir. Zamonaviy sharoitda mijoz servis sifatiga, individual xizmatga, raqamli qulayliklarga va shaxsiy ehtiyojlariga javob beradigan xizmat texnologiyalariga yuqori talab qo'yimoqda.

Mamlakatimizda turizm sohaaiga keng imkoniyatlar yaratilyapti va sohani barqaror rivojlantirish maqsadida "2019–2025-yillarda O'zbekiston Respublikasida turizmni rivojlantirish Konsepsiyasi" ishlab chiqildi. Unga ko'ra 2019–2025-yillarda turizm sohasini rivojlantirishda turizmni milliy iqtisodiyotning strategik sohasiga aylantirish, turistik xizmatlarni diversifikatsiyalash va sifatini oshirish hamda turistik infratuzilmani, shu jumladan, xorijiy sarmoyalarni jalb qilish va samarali reklama marketing ishlarini olib borishni takomillashtirish vazifasi qo'yildi.[1]

Mavzuga oid adabiyotlar sharhi. Lehtinen [2] xizmatlar sifatini 3 o'lchovi bor bo'lib ular "o'zaro ta'sir", "jismoniy" va "korporativ" sifat deb xisoblashganlar. Yuqori darajada va asosan mijoz nuqtai nazaridan ular sifatni «jarayon» va «chiqish» sifatidan iborat ikki o'lchovli deb bilishgan.

Tadqiqotchi A.O.Yulchiyev turizm xizmat sifatini oshirish uchun turizmdagi asosiy va qoshimcha xizmatlar turini rivojlantirish va iste'molchi kutgan natijani taqdim qilish muhim ahamiyatga ega bo'lib bu xizmat sifatini sezilarli darajada oshiradi deb hisoblaydi.[3]

Tadqiqotchi S.X.Rustamova sodiqlik mezoni haqida tubandagilarni ahamiyatli deb biladi. Har qanday tarmoqda faoliyat yuritishi bilan korxonalar uchun yangi raqobatchilarning paydo bo'lish va tarmoqda mavjud raqobatchilar bilan kurashishi xavfi mavjud bo'ladi. Mavjud korxonalar o'z mijozlarini saqlab qolishi uchun o'z mahsulotlariga haridorlar sodiqligiga erishishi zarur. Bunga erishish uchun korxonalar boshqa raqobatchilariga nisbatan mutloq ustunlikka erishishga urinishi kerak. Sifat, qadoqlash va yetkazib berishda raqobatchi korxonalarga nisbatan differensial strategiyani qo'llash orqali o'z ustunliklariga erishishi mumkin bo'ladi. Kirib kelayotgan yangi korxonalar esa xaridorlarni raqobatchi korxonalarga sodiqligini yengish uchun katta texnologik, iqtisodiy investitsiyalar kiritishi lozim bo'ladi. Haridorlar quyidagi hollarda nomdor korxona mahsulotlariga sodiq bo'lishadi:

- tovar yoki xizmatning sifati boshqa raqobatchilarga nisbatan yuqori bo'lganda;
- tovar yoki xizmatdan foydalanayotgan mijozlarning boshqa firma xizmati yoki mahsulotlarini o'zlarida sinab ko'rishga qo'rqishligi, ya'ni yangiliklarni qabul qilishga qo'rqishlik;
- mijozlarni yangi korxona xizmati va mahsulotlarini qo'llashda o'zi uchun yuzaga keladigan noqulayliklarga moslasha olmasligi;[4]

Sodiq mijoz turoperator yoki mehmonxonaga 5-7 barobar ko'proq daromad keltiradi, bu esa turistik xizmatlar samaradorligini oshirishning eng muhim omillaridan biridir.

Tadqiqot metodologiyasi: Maqolani yozishda tizimli tahlil, induksiya va deduksiya usullari qo'llanilgan.

Tahlil va natijalar: O'zbekistonda turizm salohiyati yuqori bo'lsa-da, mijozlar sodiqligini boshqarish tizimi yetarli darajada rivojlanmagan. Mehmonxonalarda yagona loyallik dasturlari mavjud emas, turoperatorlarda engagement monitoring raqamlashmagan, CRM tizimlari cheklangan, personalization past darajada.

Shu bois o'zbek turizmiga mos innovatsion, raqamli loyallik boshqaruv modeli yaratish dolzarb hisoblanadi va ilmiy-amaliy ahamiyat kasb etadi.

“Sifat” tushunchasi mehmonxona industriyasida quyidagi o'ziga xos xususiyatlarga ega bo'ladi:

- 1) Sifat mijozlarning ehtiyojlarini aniq bilish va so'ngra ularni aniq bajarishni nazarda tutadi. Ma'lum xizmatlarni taklif etish va ularning sifatini doimo yaxshilashga intilish xizmatlar bozorida raqobat afzalliklariga erishishga imkon beradi;
- 2) Sifat to'g'ri va to'laqonli xizmat ko'rsatishni talab qiladi;
- 3) Sifat doimiy bo'lishi, bir turdagi xizmatlar esa ko'p marta takror va doimo sifatli amalga oshirilishi lozim.[5]

Xizmat ko'rsatish korxonalari tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlariga ta'sir e'tuvchi omillar jami 11 ta asosiy omil mavjud. Bular: madaniy va etnik omillar, global iqtisodiyshart-sharoitlar, marketing va xizmat ko'rsatish strategiyalari,

ijtimoiy omillar, xarajatlar hajmi va moliyaviy resurslar, xaqobat muhiti, qonun va huquqiy muhit, mehnat bozorida mavjud holat, texnologik rivojlanish, bozordagi talab va taklif.

Xizmat ko'rsatish korxonalari tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlar faoliyatini o'rganish, ularning samaradorligini baholash va yangi ilg'or mexanizmlarni joriy etish nafaqat ularning raqobatbardoshligini oshiradi, balki xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyotining umumiy rivojlanishiga ham ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Shunday qilib, tashkilot-iqtisodiy mexanizmning ilmiy asosda ishlab chiqilishi va samarali qo'llanilishi korxonaning mustahkam bozor pozitsiyasini yaratadi.[6]

Turistik xizmatlarda sodiqlikka ta'sir qiluvchi omillar

- ✓ servis sifat
- ✓ ishonch (trust)
- ✓ brend imiji
- ✓ narx-sifat nisbati
- ✓ personal munosabati
- ✓ personalization
- ✓ Xizmat sifati (gid, transport, mehmonxona).
- ✓ Narh siyosati.
- ✓ Tur xavfsizligi.
- ✓ Emotsional tajriba.
- ✓ Yangi xizmatlarni taklif qilish strategiyasi.

Xulosa: Tahlillar shuni ko'rsatadiki, ovqatlanish joylarida standartlashmagan servis ekskursiyalarda personallashtirish past, mehmonxonalarda sodiqlik dasturi yo'q, gidlar bilan muloqot ssenariylari yo'q

Yuqoridagilardan kelib chiqib quyidagilar tavsiya etiladi:

- Turistning oila tarkibi, Yoshi, qiziqishlari, xarid tarixi asosida avtomat individual marshrut va xizmat tavsiya qiladi.
- Turistik korxonalarda Loyalty Office tashkil etish.
- Mehmonxona va turfirmalar uchun milliy loyallik standarti yaratish.
- Turist xavfsizligi va emotsional servis treninglari.
- Tur operator–gid–mehmonxona o'rtasida yagonalik (integrated service).

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. <https://lex.uz/ru/docs/6549286> Туризм йўналишидаги ислохотларни янада жадаллаштириш ва соҳада давлат бошқаруви тизимини самарали ташкил қилиш чора-тадбирлари тўғрисида PQ-238-sonli qarori
2. Lehtinen, U. and Lehtinen, J.R. (1982), "Service quality ± a study of dimensions", unpublished working paper, Service Management Institute, Helsinki, pp. 439-60
3. Yulchiyev A.O. Turizm xizmatlar sifatini boshqarish mexanizmlar. Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" (Economics and Innovative Technologies) ilmiy elektron jurnali 3/ 2023 (#00065)

4. Rustamova, Sayyora (2025) Strategik boshqaruv-raqobat ustunligining asosi. Ижтимоий-гуманитар фанларнинг долзарб муаммолари Актуальные проблемы социально-гуманитарных наук Actual Problems of Humanities and Social Sciences., 5 (4s). pp. 72-77.

5. F.Xalimova. Mehmonxonalarda qabul qilish va joylashtirish xizmatini boshqarish. O‘quv qo‘llanma. – T.: «Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi», 2021 – 286 b.

6. Yoriyeva D.O. Xizmat ko‘rsatish korxonalari raqobatbardoshligini oshirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish “O‘zbekistonda inklyuziv turizmni rivojlantirish istiqbollari”. Xalqaro ilmiy-amaliy anjuman to‘plami. 2025-yil 13-14-iyun: - Buxoro