BG Pulse Journal USA
ISSN:1947-2536 http://www.bgpulseusa.com/index.php/bg
BG PULSE JOURNAL

Turizm xizmatlari bozorida mijozlar ehtiyojini o'rganish va xizmat sifatini oshirish

Namangan davlat universiteti
Turizm va mexmondo'stlik yo'nalishi talabasi:
Abubakirova Ruxsora Ozodbek qizi
Magistratura talabasi:
Olimjonova Sehriyo Muzaffar qizi
doi:https://doi.org/10.5281/zenodo.23234104

Annotatsiya: Ushbu maqolada turizm xizmatlari bozorida iste'molchilar ehtiyojini tizimli o'rganish va xizmat ko'rsatish sifatini oshirishning zamonaviy mexanizmlari tahlil qilinadi. Tadqiqotda mijozlar talabini aniqlashda raqamli texnologiyalardan foydalanish, individual yondashuvni joriy etish va qayta aloqa tizimini yo'lga qo'yishning ahamiyati ko'rib chiqiladi. Shuningdek, turizm korxonalarining raqobatbardoshligini ta'minlashda xizmat sifatini xalqaro standartlar darajasiga ko'tarish bo'yicha ilmiy-amaliy taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.
Kalit so'zlar: turizm bozori, mijozlar ehtiyoji, xizmat ko'rsatish sifati, raqamli marketing, iste'molchi xulq-atvori, raqobatbardoshlik, turistik xizmatlar.

Abstract: This article analyses modern mechanisms for systematically studying consumer needs and enhancing service quality within the tourism services market. The study examines the role of leveraging digital technologies, impelementing personalized approaches and establishing effective feedback systems to identify customer preferences. Furthemore, it provides scientific and practical recommendations aimed at elevating service quality to international standarts to ensure the competitiveness of tourism enterprises.
Keywords: tourism market, customer needs, service quality, digital marketing, customer behaviour, competitiveness, tourism service.

Kirish

Jahon turizm sanoati jadal rivojlanayotgan hozirgi davrda sayyohlarning talab va ehtiyojlari sezilarli darajada o'zgarib bormoqda. Jahon sayyohlik tashkiloti(UNWTO) ma'lumotlariga ko'ra, zamonaviy sayyohlarning 70 foizdan ortig'i sayohat yo'nalishini tanlashda va xizmatlarni baholashda bevosita ko'rsatilayotgan xizmat sifatiga hamda individual yondashuvga alohida e'tibor qaratmoqda. Bu esa turizm korxonalaridan bozordagi iste'molchilar xulq-atvorini chuqur tahlil qilishni va xizmat ko'rsatish darajasini doimiy ravishda takomillashtirib borishni talab etadi.

O'zbekistonda ham milliy turizm mahsulotlarini jahon bozorida ommalashtirsh va ichki turizmni rivojlantirishda mijozlar ehtiyojini aniq belgilab olish muhim amaliy ahamiyatga ega. Biroq, ko'plab mahalliy turistik tashkilotlarda xizmat sifatini baholash va mijozlar bilan qayta aloqa o'rnatish tizimining yetarlicha yo'lga qo'yilmagani sohaning qo'liq salohiyatidan foydalanishga to'sqinlik qilmoqda. So'nggi yillarda turizm tarmog'ida doimiy mijozlarni saqlab qolish xarajatlari yangi mijozlarni jalb qilishga nisbatan sezilarli darajada arzonroq ekani amaliyotda o'z tasdig'ini topmoqda. Soha mutaxassislarning kuzatishlariga ko'ra, ko'rsatilgan xizmat darajasidan to'liq qoniqqan sayyohlarning takroriy tashrif buyurish ehtimoli va boshqalarga tavsiya berish ko'rsatkichlari bir barobar yuqori bo'ladi. Bu holat turizm korxonalari uchun shunchaki xizmat ko'rsatish emas, balki mijoz bilan uzoq muddatli va ishonchli munosabatlarni o'rnatish strategic zaruratga aylanganini ko'rsatadi.

Adabiyotlar tahlili

Turizm xizmatlari bozorida xizmat ko'rsatish sifati va iste'molchi xulq-atvorini o'rganish O'zbekiston iqtisodchi olimlari tadqiqotlarida muhim o'rin egallaydi. Xususan, N.Tuxlyev va G.Kudratov o'z ilmiy ishlarida milliy turizm bozorining o'ziga xos xususiyatlarini va turistik mahsulotlar raqobatbardoshligini oshirish omillarini tadqiq etganlar[1]. Mualliflarning ta'kidlashicha, turizmda xizmat ko'rsatish sifati bevosita iste'molchining individual kutilmalari hamda amaldagi ko'rsatilgan xizmat o'rtasidagi mutanosiblikka bog'liq.

Shuningdek, B.Navruz-zoda hamda M.Paraevlar turizm xizmatlari bozorini segmentlash va mijozlar ehtiyojini qondirishda hududiy turistik resurlardan unumli foydalanish masalalarini ilmiy jihatdan asoslaganlar[2]. M.Muhammedov va M.Alimovalarning tadqiqotlarida esa turizm servisida servis sifatini baholash va uni xalqaro standartlar darajasiga olib chiqishda raqamli texnologiyalar va qayta aloqa mexanizmlarining o'rni tahlil qilinadi[3]. Ushbu olimlar tomonidan bildirilgan nazariy qarashlar turizm korxonalarida mijozlar sodiqligini shakllantirish va xizmat ko'rsatish standartlarini doimiy takomillashtirsh zaruratini ko'rsatib beradi.

Tadqiqot metodologiyasi

Ushbu tadqiqotda turizm xizmatlari bozoridagi amaldagi holat va mijozlar ehtiyojini har tomonlama baholash uchun kompleks ilmiy-amaliy usullar majmuidan foydalanildi. Tadqiqotning metodologik asosini tizimli va qiyosiy tahlil, mantiqiy umumlashtirish, statistic guruhlash hamda kross-sotsiologik so'rovnoma usullari tashkil etadi.

Empirik ma'lumotlarni yig'ish maqsadida 2025-2026 yillar davomida mahalliy va xorijiy sayyohlar o'rtasida tasodifiy tanlov asosida so'rovnoma o'tkazildi. Unda xizmat ko'rsatish sifatini baholashning xalqaro SERVQUAL uslubiyatidan foydalanilib, xizmatlarning 5 ta asosiy mezoni – moddiy omillar, ishonchlilik, tezkorlik, kasbiy kompetentsiya hamda e'tiborlilik darajasi o'rganildi[4]. Statistik ma'lumotlar O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi va Turizm qo'mitasining rasmiy ko'rsatkichlari asosida tahlil qilinib, to'plangan ma'lumotlarning ishonchiligi statistic korrelyatsiya usullari yordamida tekshirildi.

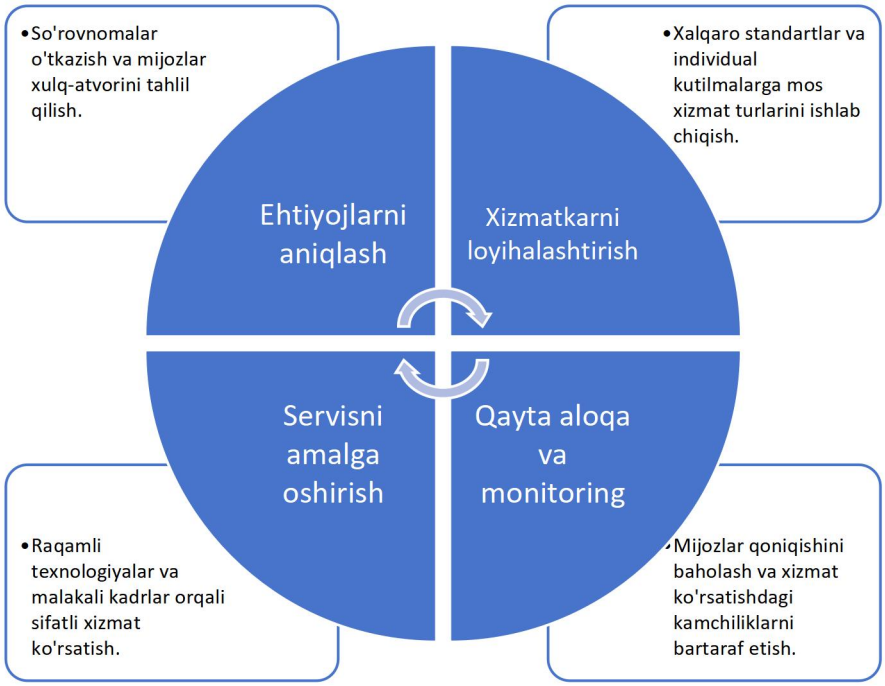
Natijalar

O'tkazilgan tadqiqotlar va statistic ma'lumotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, turizm xizatlari bozorida xizmat sifatini oshirish va mijozlar ehtiyojini qondirish ko'rsatkichlari so'nggi yillarda sezilarli dinamikani namoyon etmoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma'lumotlariga ko'ra, 2025-yil yakunlari bo'yicha mamlakatimizga tashrif buyurgan xorijiy turistlar soni 7,8 million nafardan oshgan bo'lib, ushbu ko'rsatkich sohaga xizmat ko'rsatish sifatini yangi bosqichga ko'tarish mas'uliyatini yuklaydi.

So'rovnoma va SERVQUAL uslubiyati asosida to'plangan empiric ma'lumotlar tahlili iste'molchilarning turistik xizmatlar sifatidan qoniqish darajasida muayyan uzilishlar mavjudligini ko'rsatdi. Jumladan, respondentlarning 68 foizi joylashtirish vositalari va transport xizmatlari sifatini yuqori baholagan bo'lsalar-da, atigi 42% axborot ko'magi, raqamli navigatsiya hamda joylardagi servis xodimlarining chet tillarini bilish darajasidan to'liq qoniqish bildirgan. SERVQUAL mezonlari bo'yicha tahlil qilinganda, "ishonchlilik" va "tezkorlik" ko'rsatkichlari o'rtasidagi salbiy tafovut -0,84 ballni tashkil etib, bu mijoz kutilmalari va amaldagi xizmat o'rtasida hamon moslashtirish lozim bo'lgan jihatlar borligi anglatadi.

[1] Tuxliyev N, Kudratov G.H. Turizm rejalashtirish va amaliyot. O'zbekiston milliy ensiklopediyasi, 2010 – 280 b.
[2] Navruz-zoda B.N, Pardayev M.K. Turizm iqtisodiyoti va uni boshqarish. "Fan va texnologiya", 2018 – 238 b.
[3] Alimova M.T, Muhammedov M.M. Turizm xizmatlari bozorida raqobatbardoshlikni oshirish va servis sifatini boshqarish. Samarqand: SamDu nashri, 2021, - 195 b.
[4] Parasuraman A, Zeithaml V.A, Berry L.L. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. – Journal of Retailing, 1998, Vol. 64, No. 1, pp. 12-40

Jadval. Turizm korxonalarida xizmat ko’rsatish sifatini boshqarish va takomillashtirish bosqichlari.



Ushbu siklik model turizmda xizmat sifatini oshirish bir martalik tadbir emas, balki mijoz ehtiyojini o’rganishdan boshlanib, qayta aloqa xizmatini doimiy rivojlantirib boruvchi uzluksiz jarayon ekanligini aks ettiradi.

Bundan tashqari, turizm korxonalarida mijozlar ehtiyojini o’rganishda zamonaviy CRM tizimlarini joriy etish samaradorligi baholandi. Raqamli texnologiyalar va qayta aloqa mexanizmlarini faol qo’llayotgan subyektlarda qayta tashrif buyuruvchi faol qo’llayotgan subyektlarda qayta tashrif buyuruvchi mijozlar ulushi o’rtacha 24%ga yuqori ekani aniqlandi. Bu esa turistik mahsulotlarning raqobatbardoshligini ta’minlashda an’anaviy so’rovnomalardan ko’ra, real vaqt rejimida ishlaydigan tahliliy raqamli platformalardan foydalanish ancha yuqori natija berishini isbotlaydi[5].

Xulosa

Turizm xizmatlari bozorida mijozlar ehtiyojini tizimli o’rganish va xizmat ko’rsatish sifatini oshirish sohador korxonalarning raqobatbardoshligini ta’minlovchi poydevor omil hisoblanadi. O’kazilgan ilmiy-amaliy tahlillar shuni ko’rsatadiki, bugungi kunda sayyohlarning talablari moddiy infratuzilma bilan birga xizmat ko’rsatish tezkorligi, axborot ko’magining shaffofligi hamda individual yondashuv darajasiga to’g’ridan-to’g’ri bog’liq. SERVQUAL uslubiyati bo’yicha aniqlangan kutilma va amaliyot o’rtasidagi tafovutlar, shuningdek, tsiklik sifat modelida aks ettirilgan uzluksiz monitoring jarayonlari mahalliy turizm subyektlarida boshqaruv strategiyasini qayta ko’rib chiqish zaruratini tasdiqlaydi.

[5] Alimova M.T. Turizm iqtisodiyoti va unda raqamli texnologiyalarni qo’llashning amaliy masalari. – Samarqand: SamDu nashri, 2023. 180 b.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Tuxliyev N, Kudratov G.H. Turizm rejalashtirish va amaliyot. O'zbekiston milliy ensiklopediyasi, 2010 – 280 b.
2. Navruz-zoda B.N, Pardayev M.K. Turizm iqtisodiyoti va uni boshqarish. "Fan va texnologiya", 2018 – 238 b.
3. Alimova M.T, Muhammedov M.M. Turizm xizmatlari bozorida raqobatbardoshlikni oshirish va servis sifatini boshqarish. Samarqand: SamDu nashri, 2021, - 195 b.
4. Parasuraman A, Zeithaml V.A, Berry L.L. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. – Journal of Retailing, 1998, Vol. 64, No. 1, pp.
5. Alimova M.T. Turizm iqtisodiyoti va unda raqamli texnologiyalarni qo'llashning amaliy masalari. – Samarqand: SamDu nashri, 2023. 180 b.
6. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi. Ozbekiston Respublikasida turizm sohasida ko'rsatkichlari bo'yicha statistic axborotnoma. – Toshkent, 2025. – 45 b.