

TURIZM XIZMATLARIDA MIJOZ SODIQLIGINI SHAKLLANTIRUVCHI OMILLAR

Raximova Latofat Qadambaevna

Osiyo xalqaro universiteti

MM 102-IQ-25 guruhi magistranti,

raximovalatofat11@gmail.com

Ilmiy rahbar: Sodiqova Nigora Turayevna

Annotatsiya: Mazkur tezisda turizm xizmatlari sohasida mijoz sodiqligini shakllantiruvchi asosiy omillar iqtisodiy jihatdan tahlil qilingan. Tadqiqot jarayonida xizmatlar sifati, narx siyosati, mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish, marketing strategiyalari hamda raqamli texnologiyalarning mijoz sodiqligiga ta'siri o'rganilgan. Tahlil natijalariga ko'ra, xizmatlar sifati va iste'molchi ehtiyojlarini qondirish darajasi mijozlarning takroriy murojaat qilishida muhim ahamiyatga ega ekanligi aniqlangan. Shuningdek, samarali sodiqlik dasturlari va raqamli platformalardan foydalanish turizm korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qilishi asoslab berilgan. Tadqiqot natijalari turizm xizmatlari bozorida mijoz sodiqligini oshirishga qaratilgan iqtisodiy qarorlar qabul qilishda amaliy ahamiyatga ega.

Kalit so'zlar: turizm xizmatlari, mijoz sodiqligi, xizmatlar sifati, raqobatbardoshlik, marketing strategiyasi.

Abstract: This thesis analyzes the main factors that shape customer loyalty in the tourism services sector from an economic perspective. The research study examined the impact of service quality, pricing policy, customer relationship management, marketing strategies, and digital technologies on customer loyalty. According to the results of the analysis, it was found that the quality of services and the level of satisfaction of consumer needs are important factors in the repeat business of customers. It is also substantiated that the use of effective loyalty programs and digital platforms can increase the competitiveness of tourism enterprises. The results of the study have practical significance in making economic decisions aimed at increasing customer loyalty in the tourism services market.

Keywords: tourism services, customer loyalty, service quality, competitiveness, marketing strategy.

Kirish

Hozirgi globallashuv jarayonlari sharoitida turizm sohasi milliy iqtisodiyotning eng tez sur'atlarda rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri sifatida namoyon bo'lmoqda. Turizm

xizmatlari bozorida raqobat muhitining kuchayib borishi xizmat ko'rsatuvchi subyektlardan faqatgina yangi iste'molchilarni jalb etishni emas, balki mavjud mijozlarning sodiqligini ta'minlash va mustahkamlashni ham talab etmoqda. Shu nuqtayi nazardan, mijoz sodiqligiga ta'sir ko'rsatuvchi omillarni aniqlash va chuqur tahlil qilish muhim ilmiy-amaliy ahamiyat kasb etadi.

Mazkur tezisda turizm xizmatlari sohasida mijozlar sodiqligini shakllantiruvchi asosiy omillar iqtisodiy yondashuv asosida o'rganildi. Tadqiqot davomida xizmatlar sifat darajasi, narxlarni belgilash mexanizmi, mijozlar bilan aloqalarni boshqarish tizimi, xizmat ko'rsatish jarayonidagi madaniyat, korxona brendining imiji hamda raqamli texnologiyalardan foydalanish ko'lami asosiy ta'sir etuvchi omillar sifatida belgilandi.

Xizmatlar sifati turizm sohasida iste'molchi sodiqligini ta'minlovchi ustuvor omillardan biri hisoblanadi. Xizmatning uzluksizligi, ishonchliligi, tezkor bajarilishi hamda mijoz kutgan natijaga mosligi iste'molchi qoniqish darajasini oshiradi. Iqtisodiy jihatdan qaralganda, yuqori sifatli xizmatlar takroriy xaridlar ulushining ortishiga, marketing xarajatlarining qisqarishiga va korxona daromadlarining barqarorlashuviga xizmat qiladi.

Narx siyosati esa mijozlarning xizmatni tanlash jarayonida va kelgusida unga sodiq qolishida muhim iqtisodiy vosita bo'lib xizmat qiladi. Turizm xizmatlarida narx va sifat o'rtasidagi mutanosiblik buzilgan holatlarda iste'molchilar boshqa xizmat ko'rsatuvchilarga murojaat qilish ehtimoli oshadi. Moslashuvchan narx belgilash, mavsumiy chegirmalar hamda kompleks xizmat paketlarini taklif etish mijozlar sodiqligini kuchaytirib, bozor raqobatbardoshligini ta'minlaydi.

Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish tizimi (CRM) turizm korxonalariga har bir mijozning ehtiyoj va xususiyatlarini inobatga olgan holda individual yondashuvni amalga oshirish imkonini beradi. Mijozlar haqidagi ma'lumotlardan samarali foydalanish va xizmatlarni shaxsiylashtirish orqali sodiqlik darajasi oshiriladi. Iqtisodiy nuqtayi nazardan, CRM tizimlari mijozlarni ushlab qolish bilan bog'liq xarajatlarni kamaytirib, foyda hajmining oshishiga xizmat qiladi.

Xizmat ko'rsatish madaniyati xodimlarning kasbiy malakasi, muomala etikasi va mijozlar bilan o'zaro muloqot sifati orqali namoyon bo'ladi. Turizm xizmatlarida inson omilining ustuvorligi xodimlarning tayyorgarligi va rag'batlantirilishiga alohida e'tibor qaratishni talab etadi. Yuqori darajadagi xizmat madaniyati mijozlarda ijobiy taassurot shakllantirib, uzoq muddatli sodiqlikni ta'minlaydi.

Brend imiji va mijozlar ishonchi turizm korxonasining bozordagi mavqeini belgilovchi muhim omillardan biri hisoblanadi. Ijobiy shakllangan brend imiji mijozlar ishonchini mustahkamlab, xizmatdan qayta foydalanish ehtimolini oshiradi. Iqtisodiy

jihtadan esa kuchli brend narxga nisbatan sezgirlikni pasaytiradi va mijozlarning raqobatchilarga o'tib ketishini cheklaydi.

Marketing strategiyalari va sodiqlik dasturlari mijozlarni rag'batlantirishda muhim rol o'ynaydi. Bonuslar, chegirmalar, maxsus takliflar va sodiqlik kartalari orqali mijozlar bilan uzoq muddatli hamkorlik aloqalari shakllantiriladi. Bu esa turizm korxonalari uchun barqaror daromad manbainig yuzaga kelishiga imkon yaratadi.

Raqamli texnologiyalar va onlayn platformalardan foydalanish turizm xizmatlarida mijozlar bilan tezkor va qulay aloqani yo'lga qo'yish imkonini beradi. Onlayn bronlash tizimlari, mobil ilovalar hamda ijtimoiy tarmoqlar orqali xizmatlarni targ'ib qilish mijozlar tajribasini sezilarli darajada yaxshilaydi. Iqtisodiy jihatdan raqamli yechimlar operatsion xarajatlarni qisqartirib, xizmat ko'rsatish samaradorligini oshiradi.

Umuman olganda, olib borilgan iqtisodiy tahlillar maqbul narx va sifat nisbatining ta'minlanishi mijozlar ishonchini mustahkamlashini ko'rsatdi. Zamonaviy marketing yondashuvlari, individual yondashuv hamda sodiqlik dasturlarini joriy etish mijozlar bilan barqaror va uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Raqamli aloqa kanallaridan samarali foydalanish esa turizm korxonalarining bozor raqobatbardoshligini yanada oshiradi.

Xulosa qilib aytganda, turizm xizmatlari sohasida mijozlar sodiqligini ta'minlash o'zaro bog'liq iqtisodiy va tashkiliy choralarni kompleks ravishda amalga oshirishni talab etadi. Mazkur omillarni samarali boshqarish turizm korxonalarining barqaror rivojlanishiga hamda milliy turizm bozorining raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

- 1.Kotler Ph., Bowen J., Makens J. Marketing for Hospitality and Tourism. – New Jersey: Pearson Education, 2016.
- 2.Zeithaml V.A., Bitner M.J., Gremler D.D. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. – New York: McGraw-Hill, 2018.
- 3.Oliver R.L. Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer. – New York: Routledge, 2015.
- 4.Grönroos C. Service Management and Marketing. – Chichester: John Wiley & Sons, 2017.
- 5.UNWTO. Tourism and Customer Satisfaction. – Madrid: World Tourism Organization, 2020.
- 6.Xudoyorov B.X., Karimov A.A. Turizm iqtisodiyoti. – Toshkent: Iqtisodiyot, 2021.

7. Abdullayev O.S. Xizmatlar sohasida marketing strategiyalari. – Toshkent: Fan va texnologiya, 2019.

8. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining turizm sohasini rivojlantirishga oid qaror va farmonlari.

9. www.unwto.org

10. www.stat.uz

