

MEHMONDO'STLIK SANOATI UCHUN SAMARALI MARKETING STRATEGIYALARINI ISHLAB CHIQISH

Usmonova Shohida Abdurasul qizi

O'XIA magistranti

e-mail: shokhidausmonova@gmail.com

Annotatsiya: Ushbu maqolada O'zbekiston mehmondo'stlik sanoatining xalqaro turizm industriasiga integratsiyalashuvi uchun samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqish masalalari ko'rib chiqilgan. Maqolada mamlakatning madaniy merosi, sayyohlik infratuzilmasi va marketing strategiyalari tahlil qilinib, sayyohlarni jalb qilish uchun qanday chora-tadbirlar amalga oshirilishi lozimligi muhokama qilinadi. Jahon sayyohlik tashkilotining statistik ma'lumotlari asosida O'zbekistonning turizm sohasi holati va rivojlanish imkoniyatlari baholangan. Shuningdek, infratuzilmani rivojlantirish, xalqaro mehmonxona tarmoqlari bilan hamkorlik qilish, xizmat ko'rsatish sifatini oshirish va raqamli marketingni keng joriy etish bo'yicha tavsiyalar berilgan.

Kalit so'zlar: O'zbekiston, mehmondo'stlik, turizm, marketing, integratsiya, infratuzilma, mehmonxona tarmoqlari.

Kirish: Mehmondo'stlik sanoati zamonaviy iqtisodiyotning eng muhim tarmoqlaridan biri bo'lib, global turizmning rivojlanishi bilan bevosita bog'liq. Bugungi kunda raqobatbardosh turizm bozorida muvaffaqiyat qozonish uchun samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqish va joriy etish muhim ahamiyat kasb etadi. O'zbekiston o'zining boy madaniy merosi, tarixiy obidalar va betakror tabiati bilan xalqaro sayyohlarni jalb qilish salohiyatiga ega. Ammo bu imkoniyatlardan to'liq foydalanish uchun mehmondo'stlik sanoati jahon standartlariga moslashishi, marketing strategiyalarini takomillashtirishi va innovatsion yondashuvlarni qo'llashi lozim.

Ushbu maqolada mehmondo'stlik sanoati uchun samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqish masalalari tahlil qilinadi. Xususan, O'zbekistonning turizm salohiyatini oshirish, infratuzilmani rivojlantirish, brending va marketing kampaniyalarini samarali tashkil etish hamda xizmat ko'rsatish sifati va standartlarini oshirish bo'yicha takliflar ilgari suriladi. Shu bilan birga, xalqaro tajribadan kelib chiqqan holda, mehmondo'stlik sohasida innovatsion yondashuvlarning ahamiyati va O'zbekiston turizm industriasini rivojlantirishda qo'llash mumkin bo'lgan ilg'or strategiyalar muhokama qilinadi.

Asosiy qism: Marketing strategiyasi - bu korxona imkoniyatlarining tahlili, maqsadlarni tanlash, rejalarni ishlab chiqish, marketing chora-tadbirlarini amalga oshirish va ularni ro'yobga chiqarishni nazorat qilish jarayonidir.¹³⁸

O'zbekiston o'zining jonli madaniyati, tarixiy obidalar va go'zal manzaralari bilan xalqaro turizm industriasining ko'zga ko'ringan ishtirokchisi sifatida namoyon bo'lish imkoniyatiga ega. Mamlakat o'z iqtisodiyotini diversifikatsiya qilish va xorijiy investitsiyalarni jalb qilishga intilar ekan, turizm sohasi o'sish va rivojlanish uchun katta imkoniyatlar yaratmoqda. Biroq, O'zbekiston o'zining sayyohlik salohiyatidan to'liq foydalanish uchun strategik jihatdan jahon mehmondo'stligi va turizm sanoatiga qo'shilishi kerak. Ushbu bo'limda ushbu integratsiyaga erishishning strategik yo'nalishlarini tahlil qilish, O'zbekistonning noyob madaniy boyliklaridan foydalanish, infratuzilma muammolarini hal etish va umumiy sayyohlik tajribasini oshirishga qaratilgan.

Ko'plab tadqiqotlar xalqaro sayohatchilarni jalb qilishda madaniy meros, haqiqiylik va tajribaviy turizmning muhimligini ta'kidlaydi. O'zbekiston ipak yo'li davriga oid boy tarixga ega bo'lib, tashrif buyuruvchilarga ko'p asrlik an'analar va me'moriy mo'jizalarga sho'ng'ish imkoniyatini taqdim etadi. Olimlarning ta'kidlashicha, ushbu madaniy merosni saqlash va namoyish etish turizmni barqaror rivojlantirish uchun juda muhimdir. Biroq, madaniy boyligiga qaramay, O'zbekiston infratuzilmani rivojlantirish, mehmondo'stlik standartlari va marketing

¹³⁸ Ergashxodjaeva Sh.Dj., Qosimova M.S., Yusupov M.A.. [Marketing asoslari](#). Toshkent: Iqtisodiyot, 2019.

strategiyalarida qiyinchiliklarga duch kelmoqda. Olimlar umumiy sayyohlik tajribasini oshirish uchun transport, turar joy va mehmonlarga xizmat ko'rsatishga sarmoya kiritish zarurligini ta'kidladilar. Bundan tashqari, samarali maqsadli brending va marketing kampaniyalari O'zbekistonni kerakli sayohat yo'nalishi sifatida joylashtirish uchun juda muhimdir.

So'nggi o'n yil ichida O'zbekiston sayyohlik takliflariga qiziqish ortib borayotganidan dalolat beruvchi sayyohlar soni tobora ortib borayotganiga guvoh bo'ldishimiz mumkin. Jahon sayyohlik tashkiloti (UNWTO) ma'lumotlariga ko'ra, O'zbekiston 2023yilda taxminan 6.7 million xalqaro sayyohni kutib oldi va bu o'tgan yilga nisbatan 15 foizga o'sdi.¹³⁹ Biroq, Markaziy Osiyodagi qo'shni davlatlar bilan taqqoslaganda, O'zbekistonning sayyohlik soni nisbatan kamligicha qolmoqda. Ushbu o'sishga qaramay, O'zbekistonning turizm sohasi hali ham cheklangan havo aloqasi, chekka hududlarda turistik infratuzilmaning etarli emasligi va malakali mehmondo'stlik ishchi kuchining etishmasligi kabi muammolarga duch kelmoqda. Ushbu omillar mamlakatning jahon turizm bozorida samarali raqobatlashishiga to'sqinlik qildi.¹⁴⁰

Ushbu muammolarni bartaraf etish va xalqaro mehmondo'stlik va turizm sanoatiga integratsiyalashuvini kuchaytirish uchun O'zbekistonda mehmondo'stlik sanoati ham ko'p qirrali yondashuvni qo'llashi kerak. Birinchidan, infratuzilmani rivojlantirishga, shu jumladan transport tarmoqlari, turar joy binolari va sayyohlik joylariga sarmoya kiritish tashrif buyuruvchilarning umumiy tajribasini yaxshilash uchun juda muhimdir. Xususi sektor sheriklari va xalqaro investorlar bilan hamkorlik infratuzilma loyihalarini tezlashtirishga va global standartlarga mos kelishini ta'minlashga yordam beradi. Ikkinchidan, O'zbekiston xabardorlikni oshirish va turli xil sayohatchilarni jalb qilish uchun maqsadli marketing va Brendlash harakatlariga ustuvor ahamiyat berishi kerak. Raqamli marketing kanallaridan, ijtimoiy media ta'sir ko'rsatuvchilaridan foydalanish va xalqaro sayyohlik yarmarkalarida ishtirok etish O'zbekistonning jahon miqyosidagi ko'rinishini yanada oshirishi shubhasizdir.

Bundan tashqari, mehmondo'stlik bo'yicha o'qitish va ta'lim dasturlarini takomillashtirish xizmat ko'rsatish standartlarini oshirishi va mahalliy jamoalar uchun ish bilan ta'minlash imkoniyatlarini yaratishi mumkin. O'zbekiston inson kapitalini rivojlantirishga sarmoya kiritib, mehmonlarning ajoyib tajribasini taqdim eta oladigan malakali ishchi kuchini yetishtira oladi.

Turizm sanoatini rivojlantirishda mamlakatdagi xalqaro talablarga javob beruvchi mehmonxonalarning yetarli darajada bo'lishi juda muhim omillardan biri hisoblanadi. G'arb davlatlari brendlariga tegishli tarmoq mehmonxonalar o'z mijozlariga yaxshi ma'lum bo'lgan, yillar davomida ishlab chiqilgan xizmat ko'rsatish standartlarini qo'llaydi. Rossiya, Hindiston, Ispaniya yoki Buyuk Britaniyada mehmonxona qayerda bo'lishidan qat'iy nazar, uning mehmonlari har doim o'z talablariga javob beradigan xizmatni tanlaydi. Jahon sayyohlik tashkilotining ma'lumotlariga ko'ra dunyoda 16 mln mehmonxona mavjud va ularning 20% mehmonxona zanjirlaridir.¹⁴¹ Mehmonxona zanjirlari hali ham uzoq tarixga ega bo'lgan mehmonxona sohasi uchun yangilik hisoblanadi. Birinchi mehmonxona zanjirlari XX asrning 30-yillari oxirida AQShda paydo bo'lgan. O'shandan beri ma'lum bir mehmonxonalar tarmog'iga tegishli mehmonxonalar soni bo'yicha AQSh yetakchilik qilmoqda. AQShdagi mehmonxonalarning taxminan 70%i mehmonxonalar tarmog'iga tegishli hisoblanadi. Ular qatoriga JW Marriot, Hilton, Sheraton, Intercontinental kabi yirik mehmonxona zanjirlarini kiritishimiz mumkin. Hozirgi paytda mehmonxona zanjirlari xizmatlar bozorida mustahkam o'rnashib olgan. Dunyodagi yirik shaharlarda mehmonxona zanjirlariga tegishli mehmonxonalar doimiy faoliyat yuritib kelmoqda (1-jadval).

¹³⁹ Manbaa Jahon sayyohlik tashkiloti (UNWTO) saytidan olindi.

¹⁴⁰ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 28-iyundagi "“Ipak Yo'li” turizm xalqaro universitetini tashkil etish to'g'risida”gi PQ-3815-sonli qarori //https://lex.uz.

¹⁴¹ Yagyaeva, E. B. 2021. Tourism resources as a condition for the tourism development. Middle European Scientific Bulletin, 12, 323-327.

1-jadval

Xalqaro mehmonxonalar zanjirlar tarmog'i¹⁴²

Zanjir mehmonxonalar	Mehmonxonalar soni	Davlatlarda	Tashkil topgan yili
Wyndham Worldwide	8092	66	1981 (Amerika)
Mariott International	5974	110	1927 (Amerika)
InterContinental Hotels Group	5070	95	1934 (Buyuk Britaniya)
Choice Hotels	6429	32	1939 (Yaponiya)
Hilton Worldwide	4922	104	1919 (Amerika)
Accor Hotels	4200	75	1924 (Germaniya)
Best Western International	4196	98	1946 (Amerika)

Yuqoridagi jadvaldan ko'rinib turibdiki, xalqaro mehmonxona zanjirlari borligi bo'yicha mamlakatlar orasida AQSH, Yaponiya, Buyuk Britaniya, Germaniya, Xitoy, Gongkong, Fransiya, Singapur yetakchilik qiladi. Ushbu tajriba O'zbekistonning mehmonxona xizmatlari bozoriga ham kirib kelmoqda. Ayni paytda O'zbekiston poytaxti Toshkent shahrida xalqaro mehmonxonalar tarmog'iga tegishli mehmonxonalar faoliyat ko'rsatmoqda va kelgusida ham Samarqand, Buxoro, Xiva, Farg'ona shaharlarida ham ochilishi rejalashtirilgan.¹⁴³

O'zbekistonni xalqaro mehmondo'stlik va turizm sanoatiga integratsiya qilishning strategik yo'nalishlari turli jihatlarini qamrab oladi.

Quyida bir nechta asosiy strategiyalarni keltirish mumkin:

1. **Infratuzilmani rivojlantirish.** Umumiy turizm tajribasini oshirish uchun aeroportlar, yo'llar, mehmonxonalar va turistik joylar kabi infratuzilmani rivojlantirishga sarmoya kiritish.

2. **Marketing va reklama.** Xalqaro sayyohlarga qaratilgan keng qamrovli marketing va reklama strategiyalarini ishlab chiqish. Bunga xalqaro sayyohlik yarmarkalarida qatnashish, sayyohlik agentliklari va ommaviy axborot vositalari uchun tanishuv sayohatlarini tashkil etish va potentsial sayohatchilarni jalb qilish uchun raqamli marketing kanallaridan foydalanish kiradi.

3. **Madaniy merosni saqlash va targ'ib qilish.** Madaniy sayyohlarni jalb qilish uchun O'zbekistonning boy madaniy merosini, jumladan, uning tarixiy joylari, me'morchiligi, an'anaviy hunarmandchiligi va oshpazlik an'analarini yoritib berish.

4. **Vizalarni rasmiylashtirish.** O'zbekistonga ko'proq sayyohlarni tashrif buyurishga undash uchun viza tartib-qoidalari va qoidalarini soddalashtirish. Sayohatchilarning mamlakatga tashrif buyurishini osonlashtirish uchun elektron viza tizimlarini joriy qiling va viza olish jarayonlarini soddalashtirish.

5. **Sifat kafolati va standartlar.** Mehmonxonalar, restoranlar va turoperatorlar xizmat ko'rsatish va mehmondo'stlikning xalqaro standartlariga javob berishini ta'minlash uchun mehmondo'stlik sektorida sifat kafolati standartlarini joriy etish.

6. **O'qitish va salohiyatni oshirish.** Mehmondo'stlik sanoati mutaxassislari, jumladan, mehmonxona xodimlari, ekskursiya gidlari va boshqa xizmat ko'rsatuvchi provayderlar malakasini oshirish uchun xalqaro tashrif buyuruvchilarga yuqori sifatli xizmatlar ko'rsatish uchun o'quv dasturlariga sarmoya kiritish.

7. **Turizm takliflarini diversifikatsiya qilish.** sayohatchilarning keng doirasini jalb qilish uchun sarguzasht turizmi, ekoturizm va pazandachilik turizmi kabi tarixiy va madaniy diqqatga sazovor joylardan tashqari turli xil turistik takliflarni ishlab chiqish.

¹⁴² Jadval www.worldhotels.com sayti ma'lumotlariga tayangan holda muallif tayyorlandi.

¹⁴³ Alieva, M.T. 2018. Tourism problems in the Central Asian republics. International Scientific Journal, 67: 30-4.

8. **Hamkorlik va hamkorlik.** O'zbekistonni sayyohlik yo'nalishi sifatida targ'ib qilish va aloqani oshirish uchun xalqaro turizm tashkilotlari, aviakompaniyalar, sayyohlik agentliklari va mehmondo'stlik tarmoqlari bilan hamkorlikni yo'lga qo'yish.

9. **Barqaror turizmni rivojlantirish.** Kelajak avlodlar uchun mamlakatning tabiiy va madaniy resurslarini saqlab qolish uchun barqaror turizm amaliyotiga urg'u berish. Bu mas'uliyatli sayohatni rag'batlantirish, turizm faoliyatining atrof-muhitga ta'sirini minimallashtirish va mahalliy hamjamiyatlarni qo'llab-quvvatlashni o'z ichiga oladi.

10. **Tadqiqotlar va ma'lumotlarni tahlil qilish.** Xalqaro turizm sanoatidagi bozor tendentsiyalari, iste'molchilarning xohish-istaklari va raqobatbardosh landshaftlarni tushunish uchun tadqiqot va ma'lumotlar tahlilini o'tkazish va bu ma'lumotlardan strategik qarorlar qabul qilishda foydalanish.

Ushbu strategik yo'nalishlarni hayotga tatbiq etish orqali O'zbekiston xalqaro mehmondo'stlik va turizm sanoatiga samarali integratsiyalashishi va jahon miqyosida raqobatbardosh sayyohlik yo'nalishi sifatida o'zini namoyon qilishi mumkin.

Mehmondo'stlik sanoati yuqori raqobatbardosh va tez rivojlanayotgan soha bo'lib, unda muvaffaqiyatga erishish samarali marketing strategiyalaridan foydalanishga bog'liq. Bugungi kunda an'anaviy marketing usullari raqamli texnologiyalar va innovatsiyalar bilan uyg'unlashib, mijozlarga yanada yaxshiroq xizmat ko'rsatish imkonini beradi. Samarali marketing strategiyasi birinchi navbatda bozor va mijozlarni chuqur o'rganishdan boshlanadi. Raqamli marketing, ayniqsa SEO, ijtimoiy tarmoqlar va kontent marketingi mehmondo'stlik sanoati uchun juda muhim hisoblanadi. Brend imidjini shakllantirish va mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni rivojlantirish esa mehmonxonalar, restoranlar va turistik xizmatlar uchun mustahkam asos yaratadi.

Shuningdek, texnologik yangiliklar – sun'iy intellekt, Big Data, avtomatlashtirilgan xizmatlar va virtual reallik – mehmondo'stlik sanoatida xizmat sifatini oshirish hamda mijozlarni jalb qilishda muhim rol o'ynaydi. Sodiqlik dasturlari va shaxsiylashtirilgan xizmatlar esa mijozlarning doimiyligini ta'minlashga yordam beradi. Jumladan, mehmondo'stlik kompaniyalari sayyohlik agentliklari, mahalliy tadbirkorlar va global turizm platformalari bilan hamkorlik qilish orqali o'z xizmatlarini kengroq auditoriyaga yetkazishlari mumkin. Xalqaro va mahalliy darajada strategik hamkorliklar biznesni yanada rivojlantirishga xizmat qiladi.

Umuman olganda, mehmondo'stlik sanoatida marketing strategiyalarini muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun mijozlarga yo'naltirilgan yondashuv, innovatsion texnologiyalar va raqamli platformalar bilan ishlash muhim ahamiyatga ega. Ushbu strategiyalarni to'g'ri joriy etish orqali kompaniyalar o'z xizmatlarini takomillashtirib, bozorda barqaror o'rin egallashlari va raqobatdoshligini oshirishlari mumkin.

Xulosa: Xulosa qilib aytganda, xalqaro mehmondo'stlik va turizm sanoatiga strategik integratsiyalashuvi mamlakat madaniy merosidan foydalanish, infratuzilmadagi kamchiliklarni bartaraf etish va xizmat ko'rsatish sifatini oshirish uchun samarali marketing strategiyalaridan unumli foydalanishni talab qiladi. O'zbekiston o'zining noyob tarixiy merosidan foydalangan holda, o'ziga xos sayohat yo'nalishi sifatida ajralib turishi va ko'plab xalqaro sayyohlarni jalb qilishi mumkin. Davlat organlari, xususiy sektor manfaatdor tomonlari va mahalliy hamjamiyatlar o'rtasidagi hamkorlik O'zbekistonning sayyohlik salohiyatini ro'yobga chiqarish va barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlash uchun juda muhimdir.

Foydalanilgan dabiyyotlar ro'yxati

1. Ergashxodjaeva, Sh. D., Qosimova, M. S., & Yusupov, M. A. (2019). Marketing asoslari. Toshkent: Iqtisodiyot.
2. Jahon Sayyohlik Tashkiloti (UNWTO)
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 28-iyundagi "Ipak Yo'li" turizm xalqaro universitetini tashkil etish to'g'risida"gi PQ-3815-sonli qarori. (2018, June 28)
4. Yagyaeva, E. B. (2021). Tourism resources as a condition for the tourism development. Middle European Scientific Bulletin, 12, 323-327.