

MAHALLIY MADANIYAT VA MILLIY AN'ANALARNI TARG'IB ETISHDA MEHMON UYLARINING O'RNI

Raximov Sardor Olimovich

Assistant, SamISI

Annotatsiya: Maqolada mehmon uylarining mahalliy madaniyat va milliy an'analarni saqlab qolish hamda ularni xorijiy va ichki turistlarga targ'ib etishdagi roli ilmiy asosda tahlil qilinadi. Mehmon uylarining xizmat sifati, turistik mahsulotga almashtiriladigan milliy qadriyatlar, turizm marketingi va madaniy tajribaning yaratilishidagi ahamiyati yoritiladi. Xizmat ko'rsatish jarayonida milliy madaniyat elementlarini integratsiyalash orqali mehmonlar qoniqishi va turizm salohiyati oshiriladi.

Kalit so'zlar: mehmon uylari, mahalliy madaniyat, milliy an'analar, turizm mahsuloti, madaniy turizm, xizmat sifati.

Global turizm bozorida tajriba, madaniyat va autensiya (authenticity) turistik mahsulotning ajralmas qismiga aylangan. Xususan, mehmon uylarining roli bu jarayonda nafaqat xizmat ko'rsatish manzili, balki mahalliy madaniyat va xalq an'analarni targ'ib qiluvchi o'ziga xos maydon bo'lib xizmat qiladi.

Etnoturizm va madaniy turizm tendensiyalari bilan birga, mehmon uylari milliy urf-odatlar, kulinariya, qo'l san'ati, bayramlar va xalq ijodining taqdimotida markaziy rolga ega bo'lib bormoqda. Shu bois, mahalliy madaniyatni turizm orqali targ'ib etishda mehmon uylarining funksional va strategik o'rni ilmiy asosda tahlil qilinishi zarur.

Mehmon uylari ko'pincha mahalliy uy-joy tizimida joylashgan bo'lib, klassik mehmonxonalar bilan solishtirganda turistga autentik tajriba taqdim etishda ustunlikka ega. Bu autensiya quyidagilar orqali amalga oshadi: An'anaviy arxitektura va bezak elementlari, milliy taomlar va ovqatlanish tajribasi, mahalliy urf-odatlar bilan suhbatlar va tadbirlar, mahalliy ijodkorlar bilan hamkorlikda faoliyat

Mehmonlar o'zlari sayohat qilgan hududning ichki hayotiga yaqindan guvoh bo'lib, madaniy kontekstni chuqurroq anglaydi.

Xizmat ko'rsatish jarayonida mehmon uylarida milliy madaniyatni targ'ib etish metodlari quyidagilardan iborat:

1. Milliy bezak va arxitektura: mehmonxonalar tashqi ko'rinishi va ichki bezak elementlarida qadimiy an'analar aks ettiriladi.
2. Milliy taomlar menyusi: geografik o'ziga xos taomlar, ichimliklar va ularni tayyorlash an'analari mehmonlarga taqdim etiladi.
3. Madaniy tadbirlar: mehmonlar uchun milliy raqs, musiqa va hunarmandchilik bo'yicha master-klasslar tashkil etiladi.
4. Tarixiy hikoyalar: mehmonlarga o'sha hududning tarixi, qahramonlari va urf-odatlari haqida ma'lumot beriladi.

Bu elementlar mehmon tajribasini boyitadi va uning milliy turizm mahsulotini iste'mol qilish darajasini oshiradi. Mehmon uylarining xizmat sifati demakdir turistning umumiy qoniqish darajasi. Bu esa o'z navbatida brend imidjiga bevosita ta'sir qiladi. Milliy

an'analar taqdimoti bilan boyitilgan xizmatlar quyidagi foydalarni beradi: yuqori reytinglar va sharhlar – onlayn platformalarda ijobiy ta'sir ko'rsatadi, takroriy tashriflar – mehmonlar qayta tashrif buyurishga moyil bo'ladi, til va kommunikativ moslashuv – mahalliy tillar, shuningdek, ingliz tilida xizmat ko'rsatish madaniy ko'prik vazifasini bajaradi, mahalliy madaniyatni targ'ib etishda mehmon uylarining samaradorligini oshirish uchun quyidagi mexanizmlar tavsiya etiladi: mahalliy hamkorlik klasterlari – hunarmandchilik, kulinariya va madaniyat festivallari bilan integratsiya, turizm mahsulotlarini xeshteglar bilan targ'ib qilish – “#authenticexperience”, “#localculture” kabi kampaniyalar, CRM va mijoz tajribasi tartib-qo'llanmalari – mehmonning istak va qoniqish darajasini kuzatish, davlat va xususiy sektor sherikligi – turizm yo'nalishlarini rivojlantirish bo'yicha qo'shma dasturlar

Xulosa. Mahalliy madaniyat va milliy an'analarni targ'ib etishda mehmon uylarining roli katta ahamiyatga ega. Ular nafaqat joylashtirish vositasi bo'lib qolmay, balki turistlar uchun autentik tajriba maydoniga aylanadi. Bu esa o'z navbatida turizm mahsulotini boyitadi, xizmat sifati va milliy imidjni mustahkamlaydi hamda hududning iqtisodiy salohiyatini oshiradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality // Journal of Retailing. – 1988. – Vol. 64, No. 1. – P. 12–40.
2. Ergashev, A. Turizm iqtisodiyoti. – Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti, 2020. – 75–98.
3. Xolmatov, D. Xalqaro turizm marketingi. – Toshkent: Innovatsiya nashriyoti, 2021. – 52–76.
4. OECD. Tourism Trends and Policies. – Paris, 2020. – 80–115.
5. UNWTO. Global Report on Cultural Tourism. – Madrid, 2021. – 55–89.
6. O'zbekiston Respublikasi Turizm Qo'mitasi. O'zbekiston turizmni rivojlantirish konsepsiyasi 2019–2025. – Toshkent, 2019. – 10–27.
7. O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi. Turizm statistik to'plam. – Toshkent, 2023. – 24–39.