

MEHMON UYLARIDA XIZMAT SIFATI VA MEHMONLAR QONIQISHINI OSHIRISH OMILLARI

Raximov Sardor Olimovich

Assistant, SamISI

Annotatsiya: Mazkur maqolada mehmon uylarida xizmat sifati va mehmonlar qoniqishini oshirish omillari ilmiy jihatdan tahlil qilinadi. Turizm infratuzilmasining muhim tarkibiy qismi bo'lgan mehmon uylari hududiy turizm rivojida katta ahamiyat kasb etadi. Tadqiqotda xizmat sifati ko'rsatkichlari, mehmonlar kutishlari (expectations), xizmat jarayonidagi muammolar va ularni bartaraf etish mexanizmlari ko'rib chiqiladi. Shuningdek, SERVQUAL modeli asosida xizmat sifati mezonlari tahlil qilinib, mehmonlar qoniqishini oshirish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqiladi.

Kalit so'zlar: mehmon uyi, xizmat sifati, mehmonlar qoniqishi, turizm infratuzilmasi, SERVQUAL, mehmondo'stlik, mijoz tajribasi.

Turizm sohasining jadal rivojlanishi joylashtirish vositalariga bo'lgan talabni oshirmoqda. So'nggi yillarda mehmon uylari kichik biznes subyekti sifatida turizm xizmatlari bozorida muhim o'rin egallab bormoqda. Xususan, Samarqand, Buxoro va Xiva kabi tarixiy shaharlarda mehmon uylarining soni ortib, ular milliy kolorit va oilaviy muhit orqali turistlarni jalb etmoqda.

Biroq mehmon uylarida xizmat sifati har doim ham barqaror emas. Xizmat ko'rsatish standartlarining yetarli darajada shakllanmaganligi, xodimlar malakasining pastligi va marketing strategiyasining sustligi mehmonlar qoniqishiga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Shu bois xizmat sifati va mehmonlar qoniqishini oshirish omillarini ilmiy tahlil qilish dolzarb ahamiyat kasb etadi.

Xizmat sifati – bu mehmonning kutgan xizmat darajasi bilan real olingan xizmat o'rtasidagi farqdir. Mehmon uylari uchun xizmat sifati nafaqat xonaning tozaligi, balki mehmonni kutib olish madaniyati, milliy taomlar sifati, axborot berish darajasi va xavfsizlik bilan ham bog'liq. Mehmon uylarining moddiy-texnik ta'minoti mehmonlar qoniqishining asosiy omillaridan biridir. Zamonaviy sanitariya sharoitlari, qulay mebel, barqaror internet aloqasi va xavfsizlik tizimi mehmonlar tomonidan yuqori baholanadi.

Infratuzilmaning talab darajasida bo'lmasligi mehmonlarning salbiy fikr bildirishiga sabab bo'ladi, bu esa onlayn platformalardagi reytinglarga ta'sir qiladi. Mehmon uylarida ko'pincha oila a'zolari xizmat ko'rsatadi. Professional tayyorgarlikning yetarli emasligi xizmat sifati barqarorligiga ta'sir qiladi. Xodimlarning: chet tillarini bilishi, kommunikativ ko'nikmalari, konfliktlarni hal qilish qobiliyati, mehmondo'stlik etikasi mehmonlar qoniqishini oshirishda muhim rol o'ynaydi.

Bugungi kunda mehmonlar joylashtirish vositalarini tanlashda onlayn sharh va reytinglarga tayanadi. Booking.com va Airbnb kabi platformalarda yuqori baho olish mehmon uyining raqobatbardoshligini oshiradi.

Mijoz tajribasini boshqarish (customer experience management) mehmon bilan doimiy aloqa, tezkor javob va individual yondashuv orqali amalga oshiriladi.

Tadqiqot natijalariga ko'ra, mehmonlar qoniqishini oshiruvchi asosiy omillar quyidagilardan iborat: a) Xona va umumiy hududlarning tozaligi, b) Samimiy va tezkor xizmat, c) Mahalliy madaniyat elementlarining aks ettirilishi, d) Narx va sifat mutanosibligi, e) Xavfsizlik va qulaylik, f) Qo'shimcha xizmatlar (transfer, ekskursiya, milliy taomlar).

Mehmon uylarida xizmat sifatini oshirish uchun quyidagi chora-tadbirlar tavsiya etiladi: xizmat ko'rsatish bo'yicha minimal standartlarni ishlab chiqish va joriy etish, xodimlar uchun qisqa muddatli trening va seminarlar tashkil etish, raqamli marketing va onlayn platformalarda faoliyatni kuchaytirish, mehmonlar fikr-mulohazalarini muntazam tahlil qilish tizimini yo'lga qo'yish, milliy brend va autentik muhitni saqlagan holda zamonaviy qulayliklarni ta'minlash.

Mehmon uylarida xizmat sifati turizm sohasining barqaror rivojlanishida muhim omil hisoblanadi. Xizmat sifati va mehmonlar qoniqishi o'rtasida bevosita bog'liqlik mavjud bo'lib, yuqori sifat darajasi mehmonlarning qayta tashrif buyurishi va ijobiy tavsiyalar berishiga olib keladi.

Shu sababli mehmon uylarida institutsional yondashuv asosida xizmat standartlarini ishlab chiqish, xodimlar malakasini oshirish va raqamli platformalar bilan integratsiyani kuchaytirish zarur.

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. (maqolada foydalanilgan betlar: 16–24, 34–38).
2. Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C. Marketing for Hospitality and Tourism. – 7th ed. – Pearson Education, 2016. – 1–680 p. (foydalanilgan betlar: 45–68, 112–130, 389–405).
3. Lovelock, C., Wirtz, J. Services Marketing: People, Technology, Strategy. – 8th ed. – Pearson, 2017. – 1–596 p. (foydalanilgan betlar: 98–120, 214–236).
4. Organisation for Economic Co-operation and Development. OECD Tourism Trends and Policies 2020. – Paris: OECD Publishing, 2020. – 1–412 p. (foydalanilgan betlar: 75–102, 145–160).
5. World Tourism Organization. Global Report on Tourism and Hospitality. – Madrid: UNWTO Publishing, 2019. – 1–210 p. (foydalanilgan betlar: 55–89, 134–150).
6. Grönroos, C. Service Management and Marketing: Managing the Service Profit Logic. – 3rd ed. – John Wiley & Sons, 2015. – 1–482 p. (foydalanilgan betlar: 73–95, 201–218).