



MEHMONXONALARDA XIZMAT SIFATINI OSHIRISHDA BARQAROR RAQOBATBARDOSHLIKNI RIVOJLANTIRISH USULLARI

O'ljayev Temurbek Azamat o'g'li

10-1 TUR 25(kechki ta'lim) magistranti,

Buxoro davlat universiteti

turizm va mehmondo'stlik yo'nalishi

Annotatsiya. Maqolada mehmonxona korxonalarida xizmat sifatini oshirish orqali barqaror raqobatbardoshlikni ta'minlash masalalari yoritiladi. Xizmat sifati mehmonxona mahsulotining ko'rinmas, lekin eng "sotiladigan" qismidir: mijoz xonani emas, o'zini qanday his qilganini eslab qoladi. Shu bois xizmat sifati va barqarorlikni bir-biridan ajratib bo'lmaydi: sifatli servis resurslarni tejash, jarayonlarni standartlashtirish, xodimlarning xizmat madaniyatini mustahkamlash hamda milliy madaniy tajribani mijoz kutgan qiymatga aylantirish orqali uzoq muddatli ustunlik beradi.

Kalit so'zlar: mehmonxona servisi, mijoz tajribasi, jarayonlar boshqaruvi, xizmat sifati, barqaror raqobatbardoshlik.

МЕТОДЫ РАЗВИТИЯ УСТОЙЧИВОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРИ ПОВЫШЕНИИ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ В ГОСТИНИЧНЫХ КОМПАНИЯХ

Улджаев Темурбек Азамат угли

10-1 ТУР 25 (вечернее образование), магистрант,

Бухарский государственный университет

факультет туризма и гостиничного дела

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы обеспечения устойчивой конкурентоспособности гостиничных предприятий путем повышения качества обслуживания. Качество обслуживания – это невидимая, но наиболее «рыночная» часть гостиничного продукта: клиент запоминает не номер, а свои ощущения. Поэтому качество обслуживания и устойчивость неразделимы: качественное обслуживание обеспечивает долгосрочные преимущества за счет экономии ресурсов, стандартизации процессов, укрепления культуры обслуживания сотрудников и преобразования национального культурного опыта в ценность, ожидаемую клиентом.

Ключевые слова: гостиничное обслуживание, клиентский опыт, управление процессами, качество обслуживания, устойчивая конкурентоспособность.



METHODS OF DEVELOPING SUSTAINABLE COMPETITIVENESS IN IMPROVING SERVICE QUALITY IN HOTELS

Uljayev Temurbek Azamat ugli

10-1 TUR 25 (evening education) master's student,

Bukhara State University

tourism and hospitality department

Abstract. The article discusses the issues of ensuring sustainable competitiveness in hotel enterprises by improving service quality. Service quality is an invisible, but most “marketable” part of a hotel product: the client remembers not the room, but how he felt. Therefore, service quality and sustainability cannot be separated from each other: quality service provides long-term advantages by saving resources, standardizing processes, strengthening the service culture of employees, and transforming national cultural experience into the value expected by the client.

Keywords: hotel service, customer experience, process management, service quality, sustainable competitiveness.

KIRISH

Mehmonxona bozori raqobati kuchaygan sari “xona bor” degan faktning o‘zi kamlik qiladi: mijozlar bir xil toifadagi xonani ko‘plab joydan topadi, farq esa xizmat ko‘rsatishning barqaror sifati va shu sifatning mijoz ongida qoldirgan hissiy izida namoyon bo‘ladi. Raqobatbardoshlikni faqat narx bilan “urib tushirish” esa ko‘pincha qisqa muddatli yengillik beradi, lekin uzoq muddatda servisning yemirilishi, xodimlar almashinuvi, shikoyatlar ko‘payishi va brend obro‘sining pasayishiga olib keladi. Shuning uchun mehmonxonalarda barqaror raqobatbardoshlik deganda doimiy takrorlanadigan, o‘lchanadigan, boshqariladigan va yaxshilanadigan xizmat sifati orqali mijoz qiymatini muntazam yaratish tushuniladi. Bunda xizmat sifati nafaqat xodimning xushmuomalaligi, balki bron qilishdan boshlab jo‘nab ketishgacha bo‘lgan butun yo‘l xaritasida vaqtnoma, xavfsizlik, poklik, adolatli muomala, shaffof narxlash, muammoga tezkor yechim va milliy madaniy uyg‘unlik kabi omillarning bir tizimga aylanishidir.

ADABIYOTLAR SHARHI

Xizmat sifati nazariyasida eng ko‘p qo‘llanadigan o‘lchovlardan biri SERVQUAL bo‘lib, u mijoz idrokini bir necha o‘lcham orqali baholashni taklif etadi va xizmat “kutilgan” hamda “qabul qilingan” holatlar orasidagi tafovutdan kelib chiqishini ko‘rsatadi [1]. SERVQUALning amaliy kuchi shundaki, u mehmonxona servisidagi



mavhum tushunchalarni boshqariladigan ko'rsatkichlarga aylantiradi: masalan, ishonchlilik, tezkorlik, xodimning kompetensiyasi, hamdardlik va moddiy muhitning tartibi kabi yo'nalishlar bo'yicha tizimli ma'lumot beradi. Bu yondashuv xizmatni "yoqdi-yoqmadi" darajasidan "qayeri og'riyapti" darajasiga olib chiqadi.

Sifatni boshqarishda jarayonlar yondashuvi va standartlashtirish alohida o'rin tutadi. ISO 9001 talablari tashkilotdan mijoz talabi, jarayonlar boshqaruvi, hujjatlashtirish, risklar va imkoniyatlar, doimiy yaxshilash kabi yo'nalishlarda tizimli boshqaruvni talab qiladi [2]. Bu yondashuv mehmonxonaga xizmat sifatini shaxsiy mahoratga emas, tizimga tayash imkonini beradi: ya'ni "bitta zo'r administrator ketdi — servis ham ketdi" degan xavf kamayadi. ISO 9001ning aynan shunday "tizimlashtirish" ruhi mehmonxona xizmatini barqaror raqobat ustunligiga aylantirishda tayanch bo'la oladi.

TADVIQOT METODOLOGIYASI VA EMPIRIK TAHLIL

Mehmonxonalarda barqaror raqobatbardoshlikni rivojlantirish, amalda, uchta yadro masalani bir vaqtning o'zida hal qilishni talab etadi: birinchidan, xizmat sifati nimadan iboratligini aniq ta'riflash va o'lchash; ikkinchidan, xizmat sifati barqaror bo'lishi uchun jarayonlarni standartlashtirish va xodim kompetensiyasini tizimga bog'lash; uchinchi, barqarorlik tamoyillarini servis dizayniga tikish, ya'ni ekologik va ijtimoiy mas'uliyatni "marketing bezagi" emas, real operatsion ustunlikka aylantirish. Xizmat sifati ko'pincha ikki xil xatoga uchraydi: biri romantik xato — "biz mehmondo'stmiz, hammasi o'z-o'zidan bo'ladi"; ikkinchisi texnokratik xato — "hammasini reglament qilamiz, odam omilini unutamiz". Barqaror raqobatbardoshlik esa shu ikki qutb o'rtasida sog'lom muvozanatni topadi: servis insoniy iliqlik bilan ko'rsatiladi, biroq natija tasodifga emas, o'lchanadigan va takrorlanadigan jarayonga tayanadi. Shu nuqtada SERVQUAL kabi yondashuvlar mehmonxona rahbariyatiga "mijoz nimani sifat deb biladi" degan savolga tuzilmali javob beradi [1]. Mijoz uchun sifat ko'pincha mayda, lekin ko'p takrorlanadigan epizodlarda sinovdan o'tadi: bronni tasdiqlashdagi aniqlik, ro'yxatdan o'tish tezligi, xonaning tozaligi, shovqin nazorati, xodimning masalani "meniki emas" demasdan yakuniga yetkazishi, nonushta vaqtida navbat boshqaruvi, shikoyat bo'lsa uzr so'rashning samimiyligi va kompensatsiya mexanizmining adolatligi. Bu epizodlar yig'indisi mehmonxona brendini yaratadi. Demak, raqobatbardoshlikning asosiy o'lchovi mijoz tajribasi bo'lib, u xizmat jarayoni va natijasini bir butun sifatida qamrab oladi.

NATIJALAR

Barqaror raqobatbardoshlikning ikkinchi yadro elementi — barqarorlikning servis



dizayniga qo‘shilishi. UNEP va UNWTO qo‘llanmasida turizmni barqaror qilish uchun iqtisodiy yashovchanlik, resurs samaradorligi, ekologik poklik, madaniy boylik, mahalliy farovonlik va ijtimoiy adolat kabi mezonlar bir-biri bilan bog‘liq ekani ta’kidlanadi [4]. Mehmonxona darajasida bu nimani anglatadi: energiya va suv sarfini boshqarish, chiqindini kamaytirish, bir martalik plastikni qisqartirish, mahalliy yetkazib beruvchilar bilan ishlash, xodimlar uchun munosib mehnat sharoitlari, mahalliy madaniy elementlarni sun’iy “folklor dekor”ga aylantirmasdan, haqiqiy tajriba sifatida taklif etish. Bu ishlar “yoqimli ko‘rinish” uchun emas, iqtisodiy natija uchun ham zarur: resurs tejash operatsion xarajatni tushiradi, mahalliy ta’minot zanjiri uzilish riskini kamaytiradi, ekologik mas’uliyat esa korporativ mijozlar va xalqaro platformalar ko‘zida ishonchni oshiradi. Muhimi, barqarorlik mijoz tajribasiga aylansin: masalan, mehmonxonada suv va energiya tejash siyosati mijozga taqiqllovchi ohangda emas, “siz hamkor bo‘lyapsiz” degan madaniyatda yetkazilsa, u ijobiy qabul qilinadi; mahalliy mahsulotlardan tayyorlangan nonushta esa “tejamkorlik” emas, “autentiklik va sifat” sifatida ko‘riladi.

Xizmat sifati va barqarorlik integratsiyasining amaliy mexanizmlaridan biri — umumiy sifat menejmenti va EFQM mantiqidir. Camisón mehmondo‘stlikda EFQM modeli orqali rahbariyat yondashuvi, xodimlar, strategiya, hamkorlar va resurslar, jarayonlar hamda natijalar uyg‘un boshqarilganda sifat bo‘yicha “ichki baho” va “tashqi baho” farqi qisqarishini ko‘rsatadi [3]. Bu, amalda, ikki xil ko‘rish burchagini birlashtirish degani: menejment “biz zo‘rmiz” deb o‘ylashi mumkin, lekin mijoz “oddiy narsa ham kechikdi” deydi; yoki aksincha, mijoz bir epizoddan mamnun bo‘ladi, biroq tizimda risklar yig‘ilib boradi. EFQMga yaqin yondashuv mehmonxonaga o‘z-o‘zini baholash, zaif nuqtalarni aniqlash va takomillashtirish loyihalarini portfel sifatida yuritish imkonini beradi. Bu yerda muhim “sir” shundaki, barqaror raqobatbardoshlik bir dona katta islohot bilan emas, ko‘p sonli kichik, lekin uzluksiz yaxshilashlar bilan yaratiladi.

XULOSA VA MUNOZARA

Mehmonxonalarda barqaror raqobatbardoshlikni rivojlantirishning eng ishonchli yo‘li — xizmat sifatini o‘lchanadigan, boshqariladigan va doimiy yaxshilanadigan tizimga aylantirishdir. Xizmat sifati mijoz tajribasini belgilaydi, mijoz tajribasi esa brendga ishonchni yaratadi; ishonch shakllangan joyda narx raqobati ikkinchi darajaga tushadi. SERVQUAL kabi yondashuvlar xizmat sifatini mijoz nigohi bilan o‘lchashga yordam beradi, ISO 9001 ruhidagi tizim esa sifatni tasodifdan chiqarib jarayonga bog‘laydi. EFQM va umumiy sifat menejmenti mantiqi sifatning tashkilot bo‘ylab yoyilishini



ta'minlab, ichki baho va tashqi baho o'rtasidagi tafovutni qisqartiradi.

ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Parasuraman A., Zeithaml V. A., Berry L. L. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality // Journal of Retailing. 2018. Vol. 64, No. 1. P. 12–40. scholar.google.com
2. ISO 9001:2015. Quality management systems — Requirements. Geneva: International Organization for Standardization, 2015. [ISO](https://www.iso.org)
3. Camisón C. Total quality management in hospitality: an application of the EFQM model // Tourism Management. 2016. Vol. 17, Issue 3. P. 191–201. [ScienceDirect](https://www.sciencedirect.com)
4. Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers. Paris: United Nations Environment Programme; Madrid: World Tourism Organization, 2015. 222 p. [destinet.eu](https://www.destinet.eu)
5. Porter M. E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York: Free Press, 2015. 557 p. [Google Книги+1](https://books.google.com)
6. Ahmad N., Pervaiz K., Zafar N., Naqvi S. A. A., Ahmad M., Naseer A., Iltaf N. Bridging logistics resources with sustainable competitive advantage: role of service quality and innovation: evidence from Pakistan // Cogent Business & Management. 2024. Vol. 11, No. 1. Article 2360597.