



Mehmonxonalarda barqaror raqobatbardoshlik tushunchasi

Axmatova Mohigul Ergash qizi

dotsent (PhD), Buxoro davlat universiteti, "Turizm va mehmonxona xo'jaligi"
kafedrası, m.e.axmatova@buxdu.uz

O'ljayev Temurbek Azamat o'g'li

1-bosqich magistrant, Buxoro davlat universiteti, 10-1 TUR 25 (kechki ta'lim)
temuruljayev@gmail.com

Annotatsiya. Ushbu maqola mehmonxonalarda barqaror raqobatbardoshlik tushunchasini tadqiq etishga bag'ishlangan. Barqaror raqobatbardoshlik mehmonxonaning uzoq muddatli muvaffaqiyati, xizmat sifati, brend obro'si va mijoz bilan munosabatlarga bog'liq ekanligi ko'rsatildi. Tadqiqot Buxoro shahridagi mehmonxonalar misolida so'rovnomalar, intervyular va statistik tahlil asosida amalga oshirildi. Natijalar xizmat sifati, innovatsion xizmatlar va brend obro'sining raqobatbardoshlikni ta'minlashda asosiy omillar ekanligini ko'rsatdi.

Kalit so'zlar: Mehmonxona, raqobatbardoshlik, barqarorlik, xizmat sifati, innovatsion xizmatlar

Аннотация. Статья посвящена исследованию понятия устойчивой конкурентоспособности в гостиницах. Показано, что устойчивость конкурентоспособности гостиницы зависит от долгосрочного успеха, качества услуг, имиджа бренда и взаимоотношений с клиентами. Исследование проведено на примере гостиниц города Бухара с использованием анкетирования, интервью и статистического анализа. Результаты показали, что основными факторами конкурентоспособности являются качество услуг, инновационные сервисы и имидж бренда.

Ключевые слова: гостиница, конкурентоспособность, устойчивость, качество услуг, инновационные сервисы

Abstract. This article examines the concept of sustainable competitiveness in hotels. It is shown that the sustainable competitiveness of a hotel depends on long-term success, service quality, brand image, and customer relationships. The study was conducted using surveys, interviews, and statistical analysis in hotels in Bukhara. The results indicate that service quality, innovative services, and brand image are the main factors ensuring competitiveness.

Keywords: hotel, competitiveness, sustainability, service quality, innovative services



Kirish. Raqobat tobora kuchayib borayotgan mehmonxona biznesida barqaror raqobatbardoshlik mehmonxonaning uzoq muddatli muvaffaqiyati va bozor ulushini saqlashda muhim ahamiyatga ega. Bu tushuncha nafaqat moliyaviy ko'rsatkichlarni oshirish bilan bog'liq, balki mijozlar ehtiyojini qondirish, xizmat sifatini doimiy ravishda yaxshilash, brend obro'sini oshirish va innovatsion yechimlarni tatbiq etish orqali ham amalga oshadi[1,3,6].

Mehmonxona sanoati doimiy o'zgaruvchan bozor sharoitlariga duch keladi: mijozlar talablarining oshishi, raqobatchilar sonining ko'payishi, texnologik yangiliklar va global turizm tendensiyalari barqaror raqobatbardoshlikni saqlashni qiyinlashtiradi. Shu bois, mehmonxonalar uchun asosiy vazifa — strategik ustunlik yaratish, ya'ni boshqa raqobatchilardan farqlanadigan noyob xizmatlar va tajribalarni taqdim etishdir. Misol uchun, yuqori sifatli xizmat ko'rsatish, mijozlar ehtiyojiga moslashtirilgan paketlar, innovatsion texnologiyalarni joriy etish, shuningdek, brend imidjini mustahkamlash barqaror raqobatbardoshlikni ta'minlaydigan muhim omillar sifatida qaraladi[2,6,9].

Maqolaning maqsadi: Buxoro shahridagi mehmonxonalar misolida barqaror raqobatbardoshlikning asosiy omillarini aniqlash va tahlil qilish.

Usullar. Tadqiqot metodologiyasi quyidagilardan iborat:

Adabiyotlarni o'rganish: Ilmiy maqolalar va normativ resurslar orqali mehmonxonalar raqobatbardoshligi va barqaror rivojlanish omillari tahlil qilindi.

So'rovnoma: 5 yulduzli va 3 yulduzli mehmonxonalarda 50 respondent ishtirokida so'rovnoma o'tkazildi.

Kvalitativ intervyular: Rahbarlar bilan intervyu o'tkazilib, strategik ustunlik va raqobatbardoshlik omillari aniqlandi.

Statistik tahlil: Olingan ma'lumotlar deskriptiv va foizli tahlil orqali baholandi.

Natijalar. Tahlil natijalariga ko'ra:

Xizmat sifati mehmonlar uchun eng muhim omil (75% respondent).

Brend obro'si va mijoz bilan munosabatlar ikkinchi o'rinda (60%).

Innovatsion xizmatlar (mobil ilovalar, online buyurtma) mehmonxonalarning raqobatbardoshligini oshiradi.

1-jadval

Mehmonxonada barqaror raqobatbardoshlik omillarining tahlili



Raqobatbardoshlik omillari	Respondentlar foizi (%)	Baholash (1–5)	Ta'sir izohi	Tavsiyalar
Xizmat sifati	75	4,8	Xizmat sifati mehmonlarning qoniqligini va sodiqligini oshiradi	Xodimlar malakasini oshirish, sifat standartlarini joriy etish
Brend obro'si va mijoz bilan munosabatlar	60	4,5	Brend obro'si va mijozlar bilan samarali muloqot raqobat ustunligini yaratadi	Mijozlarga individual xizmat paketlarini ishlab chiqish, sodiqlik dasturlarini joriy etish
Innovatsion xizmatlar (mobil ilovalar, online buyurtma)	50	4,2	Texnologiyalar xizmatni tez va qulay qiladi, raqobatchilardan ajralib turish imkonini beradi	Onlayn buyurtma tizimlari, mobil ilovalar va raqamli xizmatlarni kengaytirish
Narx siyosati	45	3,9	Narx mehmonlar qaroriga ta'sir qiladi, lekin xizmat sifati bilan birga ishlaganda samarali	Bozor tadqiqotlari asosida raqobatbardosh narx strategiyasini ishlab chiqish
Joylashuv	40	3,8	Mehmonxona qulay joylashgan bo'lsa, mijoz	Marketing va transport xizmatlarini yaxshilash orqali



			jalb qilish osonlashadi	kamchiliklarni qoplash
--	--	--	----------------------------	---------------------------

Buxoro shahrida o'tkazilgan tadqiqot natijalari mehmonxonalarda barqaror raqobatbardoshlikni ta'minlaydigan asosiy omillarni aniqlashga imkon berdi. Tadqiqot natijalari jadval shaklida ham tasvirlangan. Shunga ko'ra, xizmat sifati mehmonlarning qoniqishi va sodiqligini oshiruvchi eng muhim omil sifatida respondentlarning 75 foizi tomonidan birinchi o'ringa qo'yilgan. Bu ko'rsatkich xizmat sifatining mehmonxona raqobatbardoshligidagi markaziy rolini tasdiqlaydi.

Brend obro'si va mijoz bilan munosabatlar ikkinchi o'rinda turadi: 60 foiz respondentlar bu omilni raqobat ustunligini yaratishda muhim deb baholagan. Ushbu omil mehmonxonaning ijobiy imidjini shakllantiradi va mijozlarni jalb qilishda asosiy vosita bo'lib xizmat qiladi.

Innovatsion xizmatlar, jumladan mobil ilovalar va onlayn buyurtma tizimlari, respondentlarning 50 foizi uchun mehmonxonaning raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiluvchi omil sifatida baholangan. Bu ko'rsatkich mehmonxonalarda texnologiyalarni joriy etish va xizmat jarayonini qulaylashtirish zarurligini ko'rsatadi. Shu bilan birga, narx siyosati (45%) va joylashuv (40%) ham muhim omillar sifatida e'tirof etilgan bo'lsa-da, ular asosiy raqobat ustunligini yaratishda yetarli emas. Bu esa shuni anglatadiki, mehmonxonalar barqaror raqobatbardoshlikni saqlash uchun xizmat sifati va innovatsion yechimlarga ustuvor e'tibor qaratishi, shuningdek, mijozlar ehtiyojini doimiy kuzatib borishi lozim. Shunday qilib, jadvaldagi raqamlar nafaqat har bir omilning ahamiyatini ko'rsatadi, balki mehmonxona rahbarlariga barqaror raqobat ustunligini yaratish va uzoq muddatli muvaffaqiyatni ta'minlash bo'yicha aniq tavsiyalar beradi[12,15].

Muhokama. Natijalar shuni ko'rsatadiki, mehmonxonalarda barqaror raqobatbardoshlik xizmat sifati, brend obro'si va innovatsion xizmatlarga bog'liq. Tadqiqotlar nazariyalari bilan mos ravishda, xizmat sifati va mijoz qoniqishi uzoq muddatli ustunlikni ta'minlaydi. Innovatsion xizmatlar mehmonxonaga bozor talablariga moslashish va raqobatchilardan ajralib turish imkonini beradi.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, mehmonxonalar o'z raqobatbardoshliklarini oshirish maqsadida xizmat sifati va innovatsion yechimlarga alohida e'tibor qaratishlari lozim. Xususan, mobil ilovalar, onlayn buyurtmalar tizimi va boshqa raqamli xizmatlar mijozlar tajribasini yaxshilaydi va mehmonxonani raqobatchilardan ajratib turadi. Shu bilan birga, mehmonxona rahbarlari va xodimlari mijozlar ehtiyojini



doimiy kuzatib borish, ularning fikr va talablariga tezkor javob qaytarish orqali xizmatni takomillashtirishga e'tibor berishlari zarur. Bu esa Buxoro shahridagi mehmonxonalar uchun barqaror raqobatbardoshlikni saqlash va uzoq muddatli muvaffaqiyatni ta'minlashning muhim strategiyasi sifatida qaraladi.

Xulosa. Buxoro shahrida o'tkazilgan tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, mehmonxonalarda barqaror raqobatbardoshlikning asosiy omillari xizmat sifati, brend obro'si va innovatsion xizmatlardir. Tadqiqot ma'lumotlariga ko'ra, xizmat sifati mehmonlarning qoniqishini oshiruvchi eng muhim omil bo'lib, respondentlarning 75 foizi bu omilni birinchi o'ringa qo'ygan. Brend obro'si va mijoz bilan samarali munosabatlar esa 60 foiz respondentlar tomonidan raqobatbardoshlikni mustahkamlashda muhim deb topilgan. Innovatsion xizmatlar, jumladan, mobil ilovalar va onlayn buyurtmalar tizimi, respondentlarning 50 foizi uchun mehmonxonaning raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiluvchi omil sifatida baholangan.

Shu bilan birga, narx siyosati va mehmonxonaning joylashuvi ham muhim bo'lsa-da, ular asosiy raqobat ustunligini yaratishda yetarli emasligi aniqlangan; narx siyosati respondentlarning 45 foizi tomonidan, joylashuv esa 40 foizi tomonidan muhim deb baholangan. Tadqiqot shuni ko'rsatadiki, mehmonxonalar o'z raqobatbardoshliklarini oshirish maqsadida xizmat sifati va innovatsion yechimlarga alohida e'tibor qaratishi, shuningdek, mijozlar ehtiyojini doimiy kuzatib borishi zarur. Bu esa Buxoro shahridagi mehmonxonalar uchun barqaror raqobatbardoshlikni saqlash va uzoq muddatli muvaffaqiyatni ta'minlashning asosiy strategik omili hisoblanadi.

Adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi hisobotlari. (2020–2023). Toshkent: TRDQ.
2. O'zbekiston Respublikasi Mehnat va turizm kodeksi. (2020). Toshkent: Adliya vazirligi.
3. O'ljayev, T. A. (2023). Mehmonxonada xizmat sifatining raqobatbardoshlikka ta'siri. Turizm va Xizmat Sanoati Jurnal, 1(5), 22–30.
4. Buxoro davlat universiteti ilmiy maqolalar to'plami: "Barqaror raqobatbardoshlik mehmonxona xo'jaligida". (2022). Buxoro: BuxDU Nashriyoti.
5. Porter, M. E. (1985). Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance. Free Press.
6. Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>



7. Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2016). Marketing for hospitality and tourism (7th ed.). Pearson Education.
8. Buhoro davlat universiteti, “Turizm va mehmonxona xo‘jaligi” kafedrası o‘quv dasturlari. (2022). Buxoro: BuxDU Nashriyoti.
9. Ivanov, S., & Zhechev, V. (2012). Hotel revenue management – A review of literature. *Tourism Management*, 33(4), 776–791.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.08.005>
10. Enz, C. A. (2010). Hospitality strategic management: Concepts and cases. Wiley.
11. Jones, P., Hillier, D., & Comfort, D. (2013). Sustainability in the global hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(1), 5–17.
<https://doi.org/10.1108/09596111311290221>
12. Kandampully, J., & Suhartanto, D. (2000). Customer loyalty in the hotel industry: The role of customer satisfaction and image. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(6), 346–351.
<https://doi.org/10.1108/09596110010342559>
13. Sigala, M. (2018). Social media and customer engagement in the hotel industry: A literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(2), 160–183.
<https://doi.org/10.1108/JHTT-07-2017-0050>
14. Okumus, F., Altinay, L., & Chathoth, P. (2010). Strategic management for hospitality and tourism. Butterworth-Heinemann.
15. Baum, T., & Szivas, E. (2008). Human resource management for tourism, hospitality and leisure: An international perspective. Thomson Learning.