

**TURIZMDA MIJOZLARNI JALB ETISHNING SAMARALI  
USULLARI VA STRATEGIYALARI.**

*Azimov Mirshod Otabekovich*

*OXU magistranti*

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada, turizm sanoatida raqobatbardoshlikni oshirish va mijozlar bilan uzoq muddatli aloqalarni o'rnatish uchun zarur bo'lgan turli marketing strategiyalari va usullari nazariy jihatdan o'rganilgan. Bundan tashqari maqolada, turizm sohasidagi xizmat ko'rsatuvchi kompaniyalar, sayohat agentliklari, mehmonxonalar va boshqa turizm bizneslari uchun mijozlarni jalb etishning samarali yo'llari tahlil qilingan.

**Kalit so'zlar.** Turizm, raqobatbardoshlik, marketing, texnologiya, strategiya.

**Аннотация.** В данной статье теоретически изучены различные маркетинговые стратегии и методы, необходимые для повышения конкурентоспособности в индустрии туризма и установления долгосрочных отношений с клиентами. Кроме того, в статье проанализированы эффективные пути привлечения клиентов для туристических компаний, туристических агентств, гостиниц и других туристических бизнесов.

**Ключевые слова.** Туризм, конкурентность, маркетинг, технология, стратегия.

**Annotation.** This article theoretically examines various marketing strategies and methods necessary to enhance competitiveness in the tourism industry and establish long-term relationships with clients. In addition, the article analyzes effective ways to attract customers for tourism service companies, travel agencies, hotels, and other tourism businesses.

**Key words.** Tourism, competitiveness, marketing, technology, strategy.

**Kirish.**

Bugungi kunda turizm sanoati dunyo bo'ylab iqtisodiyotning eng yirik va tez

o'sayotgan tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Har yili millionlab sayyohlar turli mamlakatlarga tashrif buyurib, yangi joylar va madaniyatlarni kashf etishga intiladi. Shu bois, turizm korxonalari va xizmat ko'rsatuvchi kompaniyalar uchun mijozlarni jalb qilish, ularning qoniqishini ta'minlash va uzoq muddatli munosabatlarni o'rnatish juda muhim ahamiyatga ega.

Mijozlarni jalb etish strategiyalari turizm sohasida raqobatbardoshlikni oshirish, brendning tanilishi va xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilash uchun muhim vosita hisoblanadi. Bugungi kunda mijozlar turizm xizmatlari tanlashda faqat narx va sifatga emas, balki brendning obro'si, marketing kommunikatsiyalari va raqamli platformalarda oson topilishiga ham alohida e'tibor qaratmoqda.

Turizmda mijozlarni jalb etishning samarali usullari va strategiyalari quyidagi asosiy omillarga asoslanadi:

**Raqamli marketing va onlayn platformalar:** Internet orqali turizm xizmatlarini taqdim etish va reklama qilish eng samarali usulga aylangan. Sayohat agentliklari va mehmonxonalar o'z xizmatlarini internetda keng targ'ib qilishadi, va onlayn platformalar orqali mijozlar to'g'ridan-to'g'ri xizmatlarni bron qilish imkoniyatiga ega bo'lishadi.

**Sifatli va moslashtirilgan xizmatlar:** Har bir sayyohning ehtiyojlari va talablariga javob beradigan xizmatlar yaratish turizm kompaniyasining muvaffaqiyatining asosi hisoblanadi. Moslashtirilgan sayohatlar, guruhli va individual xizmatlar hamda turli yosh guruhlari uchun maxsus dasturlar ishlab chiqish mijozlarni jalb etishda muhim ahamiyatga ega.

**Brend imiji va ishonchni oshirish:** Mijozlar kompaniya yoki xizmat haqida ijobiy taassurotga ega bo'lishi uchun brendning imijini mustahkamlash zarur. Bu, o'z navbatida, yaxshi mijozlarni jalb qilish va uzoq muddatli hamkorlikni ta'minlashga yordam beradi.

**Yangi va innovatsion xizmatlar taklif etish:** Turizm sohasida muvaffaqiyatga erishish uchun doimiy ravishda yangi va innovatsion xizmatlar ishlab chiqish talab etiladi. Ekoturizm, aventyur turizm, sog'liqni saqlash turizmi kabi yangi yo'nalishlar sayyohlar orasida qiziqish uyg'otmoqda.

**Mijozlarga yuqori darajadagi xizmat ko'rsatish:** Sayohatni boshlashdan to tugatgunga qadar mijozlarga yuqori darajada xizmat ko'rsatish ularga yaxshi taassurot qoldiradi va kelajakda qaytib kelishlariga yordam beradi.

Ushbu mavzuda, mijozlarni jalb etishning samarali usullari va strategiyalari haqida yanada chuqurroq tahlil qilish va ulardan qanday foydalangan holda turizm biznesining muvaffaqiyatini oshirish mumkinligini ko'rib chiqamiz.

Adabiyotlar tahlili va metodologiyasi. Turizm sohasida mijozlarni jalb etishning samarali usullari va strategiyalarini o'rganish uchun turli sohalarning ilmiy adabiyotlari, tadqiqotlar, maqolalar va kitoblar ko'plab yondashuvlarni taqdim etadi. Ushbu tahlilda mijozlarni jalb etishning samarali usullarini va strategiyalarini qo'llashda eng dolzarb bo'lgan adabiyotlar va ularning asosiy g'oyalari ko'rib chiqiladi.

**D. Chaffey** o'zining 2019-yilda e'lon qilingan *"Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice"* asarida raqamli marketingning turizmda o'rni haqida batafsil ma'lumotlar keltirilgan. Uning fikriga ko'ra, onlayn marketing strategiyalari, jumladan SEO, SEM, kontent marketingi va ijtimoiy tarmoqlarda reklama qilish orqali mijozlarni jalb etishda muvaffaqiyatga erishish mumkin. Shu bilan birga, e-mail marketing va retargeting kabi metodlar orqali mijozlarni qayta jalb qilish va ularning sodiqligini oshirish muhimdir.

Personalizatsiya va mijozlarga moslashtirilgan xizmatlar yaratish turizmida mijozlarni jalb etishning samarali strategiyalaridan biri hisoblanadi. **B. Pine** va **H. Gilmore** o'zlarining *"The Experience Economy"* asarida mijozlarga maxsus xizmatlarni taklif etishning muhimligini ta'kidlaydilar. Ular fikricha, zamonaviy turizmida mijozlar nafaqat mahsulot yoki xizmatni, balki "tajriba"ni izlashadi. Bu degani, sayohat agentliklari va mehmonxonalar mijozlarning ehtiyojlariga moslashgan takliflar yaratishlari kerak. Mijozlar uchun maxsus sayohat paketlari, o'ziga xos turistik yo'nalishlar va eksklyuziv xizmatlar ular uchun qiziqarli bo'lishi mumkin.

**R. Oliver** 1999-yilda nashr qilingan o'zining *"Whence Consumer Loyalty?"* maqolasida mijozlarning sodiqligini oshirish va ularni kompaniyaga qaytib kelishga

undash usullarini o'rganadi. Uning fikricha, brendga bo'lgan sodiqlik mijozning xizmatdan qoniqishi va ularning uzoq muddatli aloqalarini ta'minlash orqali oshadi. Turizmda bu, masalan, doimiy mijozlar uchun maxsus chegirmalar, bonuslar va personalizatsiyalangan takliflar yaratish orqali amalga oshirilishi mumkin.

Turizm sohasida mijozlarni jalb etishning yangi usullari va strategiyalari doimiy ravishda yangilanib boradi. **Brent Ritchie** va **Geoffrey Krouch** 2003-yili e'lon qilingan "*The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*" asarida turizm yo'nalishlarining raqobatbardoshligini oshirish uchun innovatsion strategiyalarni taqdim etadilar. Ekoturizm, aventyur turizm, sog'liqni saqlash turizmi kabi yangi turizm yo'nalishlari sayyohlarning qiziqishlarini uyg'otadi. Bu turistik yo'nalishlar bilan bog'liq mahsulotlar va xizmatlar mijozlarni jalb qilishning samarali usullariga aylangan.

**Devid Uiver** 2001-yil nashrdan chiqqan "*Ecotourism*" asarida ekologik turizmning yuksalishi va uning mijozlarni jalb etishdagi o'rni haqida so'z yuritadi. Ekoturizmni ilgari surish va tabiiy resurslarga ehtiyotkorlik bilan yondashish, sayohatni ekologik ong bilan o'tkazishga qiziqqan mijozlarni jalb qilish uchun samarali strategiya bo'lishi mumkin.

Mijozlarga yuqori sifatli xizmat ko'rsatish turizmda mijozlarni jalb etishning muhim strategiyalaridan biri hisoblanadi. Kristofer **Lovelok** 2001-yilda chiqqan "*Services Marketing: People, Technology, Strategy*" asarida xizmat ko'rsatish sifatining ahamiyati va mijozlarni jalb etishdagi roli tahlil qilinadi. Yaxshi xizmat, tezkor va samarali mijozlarga yordam ko'rsatish hamda xodimlarning mehribonligi mijozlarning qaytib kelishiga va xizmatni tavsiya qilishiga olib keladi.

Adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, turizmda mijozlarni jalb etishning samarali usullari va strategiyalari ko'p jihatdan raqamli marketing, brend imijini mustahkamlash, personalizatsiya, innovatsion xizmatlar va sifatli xizmat ko'rsatishga asoslanadi. Ushbu yondashuvlar mijozlar ehtiyojlarini qondirish va ularni uzoq muddatga jalb etish uchun eng samarali vositalar bo'lib xizmat qiladi. Turizm kompaniyalari o'z strategiyalarini zamonaviy tendentsiyalar va mijozlarning o'zgarib borayotgan ehtiyojlariga moslashtirish orqali muvaffaqiyatga erishishlari

mumkin.

**Muhokama.** Turizm sohasida mijozlarni jalb etishning samarali usullari va strategiyalari har doim dolzarb bo'lib, bu sohaga oid kompaniyalar va tashkilotlar uchun muvaffaqiyatning asosi hisoblanadi. Raqobatning kuchayishi, mijozlarning doimiy ravishda o'zgarib turadigan talab va ehtiyojlari, hamda texnologiyaning tez rivojlanishi turizm sanoatining strategik yondashuvlarini va marketing metodlarini yangilashni talab qiladi. Ushbu muhokama turizmda mijozlarni jalb etishning eng samarali usullari va strategiyalarini tahlil qilib, ularni qanday qo'llash mumkinligi va ularning afzalliklarini ko'rib chiqadi.

### **1. Raqamli marketing va internet marketingi**

Zamonaviy turizm sanoatida raqamli marketingning roli juda katta. Internetning keng tarqalishi va raqamli texnologiyalarni joriy etish turizm sohasida xizmat ko'rsatish sifatini va mijozlarga yetib borishni sezilarli darajada o'zgartirdi. Onlayn tizimlar, mobil ilovalar va ijtimoiy tarmoqlar orqali reklama qilish va marketing kampaniyalarini boshqarishning samaradorligi oshmoqda.

- **Onlayn platformalar:** Xususan, Booking.com, Airbnb, TripAdvisor kabi onlayn platformalar orqali turistik xizmatlar va mahsulotlarni taqdim etish mijozlarga qulaylik yaratadi. Bu platformalar orqali foydalanuvchilar taqdim etilgan xizmatlarni taqqoslash, sharhlarni o'qish va o'zlariga mos xizmatni tanlash imkoniyatiga ega. Shuningdek, mijozlar tomonidan o'z fikrlarini bildirish, reyting va sharhlar qoldirish sayohat kompaniyalarining brend imijini shakllantirishda muhim rol o'ynaydi.

- **SEO va SEM:** Sayyohlar ko'pincha Google kabi qidiruv tizimlari orqali sayohat joylarini qidiradi. Shuning uchun, turizm kompaniyalarining veb-saytlari SEO (Search Engine Optimization) va SEM (Search Engine Marketing) orqali optimallashtirilishi kerak. Bu usullar yordamida saytlar yuqori o'rinlarda ko'rinishga erishadi va mijozlarni jalb qilish ehtimoli oshadi.

- **Ijtimoiy tarmoqlar va influencer marketingi:** Instagram, Facebook, TikTok kabi ijtimoiy tarmoqlar orqali mijozlarni jalb qilish yangi tendentsiyaga aylangan. Influencerlar (ijtimoiy tarmoqlarda mashhur bo'lgan shaxslar) turizm

xizmatlarini targ'ib qilib, o'z auditoriyasiga xizmat haqida ma'lumot berishadi, bu esa mijozlarni jalb qilishda samarali vosita hisoblanadi.

### **2. Personalizatsiya va moslashtirilgan xizmatlar**

Sayohat sanoatida mijozlar uchun moslashtirilgan xizmatlar va individual yondashuvlar juda muhimdir. Har bir mijozning ehtiyojlari, qiziqishlari va imkoniyatlari turlicha bo'lgani uchun, xizmatlar ham shunga mos ravishda ishlab chiqilishi kerak. Personalizatsiya, o'z navbatida, mijozlarning sodiqligini oshirish va ularga yaxshiroq xizmat ko'rsatish imkonini beradi.

- **Maxsus takliflar:** Mijozlarning tarixiy ma'lumotlariga asoslangan holda, ular uchun maxsus takliflar va aksiyalar ishlab chiqish mumkin. Masalan, qaytib kelgan mijozlar uchun chegirmalar yoki individual paketlar taqdim etish sayohat kompaniyasining mijozlar bilan uzoq muddatli aloqalar o'rnatishiga yordam beradi.

- **Innovatsion xizmatlar:** Xususiy turlar, maxsus sayohatlar (masalan, ekoturizm, gastronomik sayohatlar) yoki mijozning qiziqishlariga moslashtirilgan yo'nalishlar, xizmatlar turizm kompaniyalariga o'z mijozlarini jalb qilishda katta yordam beradi.

### **3. Brend imiji va mijozlar sodiqligi**

Brendning imiji mijozlarni jalb etishda muhim ahamiyatga ega. Ajoyib xizmat va sifatli mahsulotni taqdim etishdan tashqari, brendning ishonchliligi va tanilishi mijozlarni jalb qilishda katta rol o'ynaydi. Brendga bo'lgan sodiqlik mijozlarning qaytib kelishiga va kompaniyani boshqa odamlarga tavsiya qilishiga olib keladi.

- **Brendni mustahkamlash:** Yaxshi brend imijini yaratish uchun xizmatlarning yuqori sifatini ta'minlash zarur. Sayohat kompaniyasi yoki mehmonxona o'z xizmatlari bilan nafaqat mijozni qondirishi, balki uning ehtiyojlarini to'liq qondirishi kerak. Mijozlarning fikrlarini hisobga olish va ularni yaxshi xizmat ko'rsatish bilan mamnun qilish brendning obro'sini mustahkamlashga yordam beradi.

- **Mijoz sodiqligini oshirish:** Turizm kompaniyalari mijozlarni sodiq qilish uchun turli xil sodiqlik dasturlarini taklif qilishlari mumkin, masalan, ball tizimlari, bonuslar va eksklyuziv takliflar.

#### **4. Innovatsion yondashuvlar va yangi yo'nalishlar**

Turizm sohasida yangi va innovatsion yondashuvlar mijozlarni jalb etishning samarali vositalaridan biridir. Ekoturizm, aventyur turizm, sog'liqni saqlash turizmi kabi yangi turistik yo'nalishlar sayyohlar orasida tobora ommalashib bormoqda. Shu bilan birga, yangi texnologiyalarni joriy etish ham turizm sanoatida mijozlarni jalb qilishda muhim rol o'ynaydi.

- **Ekoturizm va barqaror sayohatlar:** Ekoturizm kabi yangi turistik yo'nalishlar ekologik ongini targ'ib qiluvchi sayohatlarni qidirayotgan mijozlar uchun juda mos keladi. Bugungi kunda ekologik turizmni rivojlantirish, tabiiy resurslardan ehtiyotkorlik bilan foydalanish va barqaror sayohatlarni taqdim etish, nafaqat yangi mijozlarni jalb qilish, balki ijobiy imij yaratish imkonini beradi.

- **Texnologik innovatsiyalar:** Virtual va kengaytirilgan haqiqat (VR/AR) texnologiyalari orqali turistik joylarni "yashirin" tarzda ko'rsatish, sayohatlarning rejasini onlayn tarzda osonlashtirish, shuningdek, robotlashtirilgan xizmatlar mijozlarga yanada qulayroq va qiziqarli tajriba taqdim etadi.

#### **5. Xizmat ko'rsatish sifatini oshirish**

Turizm kompaniyalari o'z mijozlariga yuqori sifatli xizmatlar ko'rsatish orqali ularning ehtiyojlarini qondirishlari va o'z mijozlarini uzoq muddatli aloqalarda ushlab turishlari mumkin. Sayohatlar davomida yoki mehmonxonalarda ko'rsatilgan xizmatning sifati mijozning kompaniyaga bo'lgan sodiqligini oshirishga yordam beradi.

- **Xodimlar va xizmat ko'rsatish sifati:** Xizmat ko'rsatuvchi xodimlarning yuqori malakasi, mehmondo'stligi va professionalizmi turizm kompaniyasining muvaffaqiyatiga bevosita ta'sir qiladi. Mijozlarning xizmatdan mamnun bo'lishi uchun xodimlarning o'z ishiga yuksak mas'uliyat bilan yondashishi zarur.

- **Tezkor va samarali mijozlarga yordam:** Mijozlarning savollariga va muammolariga tezkor javob berish, ular bilan samarali muloqot qilish va kerakli yordamni taqdim etish sayohat kompaniyasining obro'sini oshiradi.

Turizmda mijozlarni jalb etishning samarali usullari va strategiyalari mijozlarning ehtiyojlarini tushunish, zamonaviy texnologiyalarni qo'llash, personalizatsiya qilish, brend imijini mustahkamlash va yuqori sifatli xizmat ko'rsatish orqali amalga oshiriladi. Har bir yondashuv o'ziga xos afzalliklarga ega.

Xulosa. Turizm sanoati dunyo bo'ylab yirik va tez rivojlanayotgan tarmoqlardan biri sifatida, raqobatbardoshlikni oshirish va mijozlarni jalb etish har bir turizm kompaniyasi uchun hayotiy ahamiyatga ega. Mijozlarni jalb etishning samarali usullari va strategiyalari turizm biznesining muvaffaqiyatli ishlashida asosiy omil hisoblanadi. Ushbu strategiyalarni amalga oshirishda kompaniyalar mijozlar ehtiyojlariga moslashgan, zamonaviy texnologiyalarni qo'llaydigan va sifatli xizmat ko'rsatishga e'tibor qaratadigan yondashuvlarni tanlashlari kerak.

**Raqamli marketingning ahamiyati:** Bugungi kunda raqamli marketing turizmda mijozlarni jalb etishda eng samarali vosita bo'lib qolmoqda. Onlayn platformalar, mobil ilovalar, SEO, SEM, ijtimoiy tarmoqlar va kontent marketingi orqali turizm kompaniyalari keng auditoriyaga yetib borishadi. Sayohatlarni onlayn bron qilish va mijozlarga kerakli ma'lumotlarni tez yetkazish kompaniyalar uchun o'z brendlarini targ'ib qilishda katta imkoniyatlar yaratadi.

**Personalizatsiya va moslashtirilgan xizmatlar:** Mijozlar uchun individual yondashuv va moslashtirilgan xizmatlar taqdim etish turizm kompaniyalarining muvaffaqiyatiga olib keladi. Maxsus takliflar, paketlar va eksklyuziv sayohat tajribalari mijozlarni jalb etish va ularning sodiqligini oshirishda samarali strategiyalar hisoblanadi. Mijozlarga maxsus ehtiyojlariga moslashtirilgan xizmatlar taklif etish orqali ular bilan uzoq muddatli aloqalar o'rnatish mumkin.

**Brend imijini mustahkamlash:** Brendning ishonchli va sifatli imijini yaratish, mijozlar bilan doimiy muloqotda bo'lish, shuningdek, xizmatlarning yuqori darajada bo'lishi kompaniyaning muvaffaqiyatli ishlashini ta'minlaydi. Mijozlar yaxshi xizmat va brendga bo'lgan ishonchni his etgan holda, boshqa



sayohatchilarni ham jalb qilishadi. Brendni mustahkamlash va uning ijobiy obro'sini yaratish, kompaniyani bozorning raqobatbardoshida ustun qiladi.

**Innovatsion yondashuvlar va yangi turistik yo'nalishlar:** Turizmدا innovatsiyalar, yangi turistik yo'nalishlar va xizmatlar yaratish kompaniyalarni boshqa raqobatchilardan ajratib turadi. Ekoturizm, aventyur turizm, sog'liqni saqlash turizmi kabi yangi yo'nalishlar orqali mijozlar orasida qiziqish uyg'otish mumkin. Texnologiyalarning integratsiyasi orqali mijozlarga yangi va innovatsion tajribalar taqdim etish, sayohatlarning rejasini ancha qulaylashtiradi.

**Xizmat ko'rsatish sifatini oshirish:** Xizmat ko'rsatishning yuqori sifati turizm kompaniyasining uzoq muddatli muvaffaqiyatini ta'minlaydi. Mijozlarning ehtiyojlariga tez va samarali javob berish, muammolarni hal qilish va ular bilan ijobiy munosabatlar o'rnatish kompaniya imijini yaxshilaydi va mijozlarni qayta jalb qilishga yordam beradi.

**Xulosa qilib aytganda,** turizmدا mijozlarni jalb etishning samarali usullari va strategiyalari kompaniyaning marketing yondashuvlari, xizmat ko'rsatish sifati, innovatsion g'oyalar va raqamli texnologiyalarni qo'llashga asoslanadi. Bu strategiyalarni amalga oshirish turizm kompaniyalariga o'z raqobatbardoshligini oshirish, mijozlarning ehtiyojlariga javob berish va uzun muddatli muvaffaqiyatga erishish imkonini beradi. Mijozlar bilan doimiy aloqada bo'lish, ular uchun qiziqarli va innovatsion takliflar yaratish, shuningdek, raqamli kanallar orqali xizmatlar taqdim etish turizm biznesini rivojlantirishda asosiy ahamiyatga ega.

### **Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati.**

1. Sab, J., 2011. A study to investigate online advertising tools, the degree of usage and consumer preferences , online advertising in the tourism industry and its impact on the consumers. *Tourism and Management Studies*: 101-107.
2. Gallarza, Saura, I., & Garcia, H. C. (2002). Destination image: Towards a conceptual framework. *Annals of tourism research*, 29(1), 56-78.

3. Морозова Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: Учебник / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. М.: Академия, 2008.С 13-22

4. Е.В.Серова. Эффективность рекламного воздействия на поведения потребителей в сфере туризма. Алтайский государственный университет. 2008.С.51