O‘ZBEKISTONDA ZIYORAT TURIZMI OBYEKTLARINI BOSHQARISHDA ZAMONAVIY MENEJMENT YONDASHUVLARIDAN FOYDALANISH

Abdumo‘minov Asqarbek Anvar o‘g‘li
“Ipak yo‘li” turizm va madaniy meros xalqaro universiteti yetakchi mutaxassisi
email: asqarbekanvarovich@bk.ru
telephone: +998 97 145 09 22

Annotatsiya. Mazkur tezisda O‘zbekistondagi ziyorat turizmi obyektlarini boshqarishda zamonaviy menejment yondashuvlaridan foydalanish masalasi ko‘rib chiqiladi. Ziyorat maskanlari faoliyatini rejalashtirish, tashrifchilar oqimini boshqarish, xizmat sifatini nazorat qilish, raqamli texnologiyalarni joriy etish va manfaatdor tomonlar hamkorligini muvofiqlashtirish zamonaviy boshqaruvning asosiy yo‘nalishlari sifatida tahlil qilinadi. Shuningdek, destinatsiya menejmenti, KPI asosidagi baholash, CRM elementlari, raqamli monitoring va xizmat jarayonlarini standartlashtirish orqali ziyorat obyektlari boshqaruvini takomillashtirish bo‘yicha amaliy takliflar ishlab chiqiladi.

Kalit so‘zlar: ziyorat turizmi, zamonaviy menejment, destinatsiya boshqaruvi, strategik rejalashtirish, KPI, raqamlashtirish, CRM, servis sifati, madaniy meros.

Kirish

O‘zbekistondagi ziyorat maskanlari diniy-ma’rifiy qadriyatlarni saqlash bilan bir qatorda ichki va xalqaro turizmning muhim resurslaridan biri hisoblanadi. Ziyorat obyektiga keluvchi tashrifchi uchun tarixiy muhitning saqlanganligi, ishonchli axborot, qulay transport, tozalik, xavfsizlik va xizmat sifati bir-biridan ajralgan omillar emas. Ularning barchasi yagona tashrif tajribasini shakllantiradi. Shu sababli bunday obyektlarni faqat ma’muriy nazorat yoki obodonlashtirish orqali boshqarish yetarli bo‘lmay, turizm menejmentining zamonaviy usullaridan foydalanish zarur.

Mazkur mavzu avvalgi tahlilda qayd etilgan boshqaruv vazifalarining tarqoqligi,

turistik infratuzilma, axborot ta’minoti, servis sifati, kadrlar malakasi va mahalliy biznes bilan integratsiya kabi masalalarning mantiqiy davomi hisoblanadi. Ushbu tezisning maqsadi ziyorat turizmi obyektlari faoliyatini samaraliroq tashkil etishda qo‘llanishi mumkin bo‘lgan zamonaviy menejment vositalarini tizimlashtirish va ularning amaliy qo‘llanish mexanizmlarini yoritishdan iborat.

Asosiy qism

Zamonaviy menejment nuqtai nazaridan ziyorat obyekti alohida bino yoki tarixiy majmua emas, balki bir nechta xizmat va manfaatdor tomonlarni birlashtiruvchi tizimdir. Unda merosni muhofaza qiluvchi tashkilotlar, diniy soha vakillari, turizm boshqaruvi organlari, gidlar, transport va ovqatlanish korxonalari, mahalliy tadbirkorlar hamda tashrifchilar manfaatlari kesishadi. Shu bois birinchi zarur yondashuv — integratsiyalashgan destinatsiya menejmentidir. Bunda obyekt bo‘yicha qarorlar alohida xizmatlar kesimida emas, umumiy tashrif tajribasi va hududiy turizm maqsadlari bilan bog‘langan holda qabul qilinadi.

Strategik rejalashtirish ham boshqaruv sifatini oshiruvchi muhim vositadir. Har bir yirik ziyorat maskani uchun qisqa, o‘rta va uzoq muddatli maqsadlarni belgilash, ularni aniq ko‘rsatkichlar bilan bog‘lash maqsadga muvofiq. Masalan, tashrifchilar sonini ko‘paytirishning o‘zi boshqaruv samaradorligini to‘liq ifodalamaydi. Tashrifchining qoniqish darajasi, xizmat bo‘yicha shikoyatlar soni, sanitariya holati, navbatda kutish vaqti, gid xizmatidan foydalanish, raqamli axborotdan foydalanish faolligi va mahalliy xizmatlarga yo‘naltirilgan turistlar ulushi kabi KPI ko‘rsatkichlari boshqaruv natijasini aniqroq baholashga yordam beradi.

Ziyorat obyektlarini boshqarishda ma’lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish yondashuvi alohida ahamiyatga ega. Tashrif oqimi mavsum, hafta kuni va soatlar bo‘yicha farq qiladi. Kirish nuqtalaridagi elektron hisoblagichlar, QR-kodlardan foydalanish statistikasi, onlayn fikr-mulohazalar va xizmatlar bo‘yicha murojaatlarni birlashtirish orqali obyektning qaysi qismida yuklama yuqori ekanini aniqlash mumkin.

Bunday monitoring navbatlarni kamaytirish, xodimlar ish jadvalini to‘g‘ri tuzish, transport oqimini tartibga solish va tarixiy hududga ortiqcha bosimning oldini olish uchun amaliy asos yaratadi.

Raqamli menejmentning yana bir yo‘nalishi — tashrifchilar bilan munosabatlarni tizimli boshqarishdir. Turizmda qo‘llanadigan CRM tamoyillarini ziyorat obyektlariga moslashtirish orqali tashrifdan oldingi, tashrif va tashrifdan keyingi aloqa bosqichlarini yaxshilash mumkin. Buning uchun obyektning ko‘p tilli raqamli sahifasi, tashrif qoidalari, transport ma’lumoti, audio-gid, QR-navigatsiya va fikr bildirish imkoniyati o‘zaro bog‘langan bo‘lishi kerak. Yig‘ilgan ma’lumotlar shaxsiy ma’lumotlarni himoya qilish talablariga rioya qilgan holda xizmatdagi takroriy muammolarni aniqlash va boshqaruv qarorlarini takomillashtirishga xizmat qilishi mumkin.

Xizmat sifatini boshqarishda standartlashtirish va doimiy takomillashtirish tamoyili samarali hisoblanadi. Ziyorat maskanida mehmonni kutib olish, ma’lumot berish, yo‘naltirish, sanitariya, xavfsizlik, gidlik va murojaatlar bilan ishlash bo‘yicha minimal servis standartlari ishlab chiqilishi lozim. Standartning mavjudligi xodim ishini bir xil mezon asosida baholash imkonini beradi. Shu bilan birga, standart o‘zgarmas hujjat bo‘lib qolmasligi, tashrifchilarning fikri va aniqlangan kamchiliklar asosida muntazam yangilanib borishi zarur.

Zamonaviy menejment inson resurslarini rivojlantirishga ham alohida e’tibor beradi. Ziyorat turizmida xodimning malakasi faqat tarixiy ma’lumotlarni bilish bilan cheklanmaydi. Diniy sezgirlik, mehmondo‘stlik, xorijiy tillar, nizoli vaziyatlarda muloqot, raqamli vositalardan foydalanish va turli madaniyat vakillari bilan ishlash ko‘nikmalari ham muhimdir. Shu sababli bir martalik seminarlar o‘rniga qisqa modullardan iborat uzluksiz o‘qitish tizimi va trening natijasini amaliy ko‘rsatkichlar bilan baholash mexanizmi samaraliroq bo‘ladi.

Manfaatdor tomonlarni boshqarish yondashuvi ziyorat turizmining hududiy iqtisodiy samarasini kuchaytirishi mumkin. Mahalliy hunarmandlar, oilaviy mehmon uylari, ovqatlanish korxonalari, transport xizmatlari va muzeylarni ziyorat marshrutlariga shaffof mezonlar asosida bog‘lash turistning hududda qolish vaqtini uzaytiradi. Bunda boshqaruvchi tashkilot faqat obyekt ichidagi jarayonlarga emas, balki butun xizmat zanjirining sifatiga e’tibor qaratadi. Natijada turistik oqimdan olinadigan iqtisodiy foyda hududdagi ko‘proq ishtirokchilar o‘rtasida taqsimlanadi.

Shu bilan birga, zamonaviy menejment yondashuvlarini joriy etishda ziyorat maskanining diniy va tarixiy mohiyati ustuvor bo‘lib qolishi kerak. Raqamlashtirish, tashrif oqimini ko‘paytirish yoki tijorat xizmatlarini kengaytirish merosni saqlash talablari va ziyorat odobiga zid kelmasligi lozim. Shuning uchun boshqaruv qarorlarida iqtisodiy samaradorlik, tashrifchi qulayligi va madaniy merosni muhofaza qilish o‘rtasida muvozanat saqlanishi zarur.

Amaliy takliflar

• har bir yirik ziyorat obyekti uchun strategik boshqaruv rejasi va o‘lchanadigan KPI tizimini ishlab chiqish;

• obyekt boshqaruvida turizm, merosni muhofaza qilish, diniy soha, mahalliy hokimlik va xususiy sektor vakillarining muntazam koordinatsiya mexanizmini yaratish;

• tashrifchilar oqimini elektron monitoring qilish va tig‘iz vaqtlar bo‘yicha operativ boshqaruv qarorlarini joriy etish;

• QR-navigatsiya, ko‘p tilli ma’lumot, audio-gid va fikr-mulohaza tizimini yagona raqamli platformaga birlashtirish;

• xizmat sifati bo‘yicha minimal standartlarni belgilash hamda tashrifchilar fikri asosida ularni muntazam qayta ko‘rib chiqish;

• xodimlar uchun uzluksiz malaka oshirish tizimini tashkil etib, o‘qitish natijalarini servis ko‘rsatkichlari bilan bog‘lash;

• mahalliy tadbirkorlik subyektlarini ziyorat marshrutlariga sifat mezonlari asosida integratsiya qilish.

Xulosa

O‘zbekistonda ziyorat turizmi obyektlarini samarali boshqarish uchun an’anaviy ma’muriy yondashuvlarni zamonaviy menejment vositalari bilan to‘ldirish zarur. Integratsiyalashgan destinatsiya menejmenti, strategik rejalashtirish, KPI asosidagi baholash, raqamli monitoring, CRM elementlari, xizmatlarni standartlashtirish va manfaatdor tomonlar bilan hamkorlik boshqaruv qarorlarini aniqroq va natijaga yo‘naltirilgan qilish imkonini beradi. Biroq bu vositalar ziyorat obyektining diniy-ma’rifiy mazmuni va tarixiy merosini saqlash tamoyillariga moslashtirilgan holda qo‘llanishi kerak. Shunda ziyorat maskani bir vaqtning o‘zida tashrifchi uchun qulay, hudud uchun iqtisodiy foydali va kelajak avlodlar uchun asrab qolingan turistik resurs sifatida rivojlanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi. Turizm sohasini boshqarish va rivojlantirishga oid rasmiy materiallar.

2. O‘zbekiston Respublikasi Din ishlari bo‘yicha qo‘mitasi. Ziyorat maskanlari va diniy-ma’rifiy soha bo‘yicha rasmiy ma’lumotlar.

3. Uzbekistan Travel. O‘zbekistondagi ziyorat turizmi obyektlari va turistik infratuzilma bo‘yicha materiallar.

4. Hall, C. M., Sharples, L. The Consumption of Experiences or the Experience of Consumption? An Introduction to the Tourism of Taste. Butterworth-Heinemann, 2003.

5. World Tourism Organization. UNWTO Tourism Definitions. Madrid: UNWTO, 2019.