



## XIZMAT KO`RSATISH SOHASIDA MARKETING

*Sunatullayeva Omina Nig`matilla qizi*

*Toshkent kimyo texnologiya instituti 3-kurs talabasi, Toshkent*

*[ominanigmatova123@gmail.com](mailto:ominanigmatova123@gmail.com)*

**Annotatsiya.** *Ushbu maqolada xizmat ko'rsatish sohasida strategik marketingning roli va ahamiyati tahlil qilinadi. Zamonaviy bozor sharoitida mijozlarni jalb qilish va ularning sodiqligini oshirish xizmat ko'rsatish biznesining muvaffaqiyat kalitidir. Strategik marketing mijozlar ehtiyojlarini chuqur tahlil qilish, raqobatbardosh ustunliklarni shakllantirish va innovatsion yondashuvlarni qo'llash orqali xizmat sifatini oshirishga yordam beradi. Maqolada xizmat ko'rsatish korxonalarining marketing strategiyalarini ishlab chiqish tamoyillari, samarali reklama va brending usullari, shuningdek, raqamli marketing vositalarining ahamiyati yoritiladi. Tadqiqot natijalari xizmat ko'rsatish sohasida marketingni rivojlantirish bo'yicha tavsiyalar berishga yo'naltirilgan.*

**Kalit so`zlar:** *Strategik marketing, xizmat ko'rsatish sohasi, mijoz sodiqligi, raqobatbardoshlik, marketing strategiyalari, brending, raqamli marketing, mijoz tajribasi, innovatsion yondashuv, reklama.*

### **Kirish:**

Bugungi kunda xizmat ko'rsatish sohasi jadal rivojlanib, mijozlarga yuqori sifatli xizmat taqdim etish biznes muvaffaqiyatining asosiy omiliga aylangan. Raqobatning kuchayishi va mijozlar talabining ortishi xizmat ko'rsatish korxonalaridan nafaqat sifatli mahsulot va xizmatlar, balki samarali marketing strategiyalarini ham talab qiladi. Strategik marketing bu jarayonda muhim rol o'ynab, mijoz ehtiyojlarini tahlil qilish, ularga mos xizmat taklif qilish va uzoq muddatli sodiqlikni ta'minlashga yordam beradi. Ushbu maqolada xizmat



ko'rsatish sohasida strategik marketingning ahamiyati, asosiy tamoyillari va samarali yondashuvlari tahlil qilinadi.

### **Adabiyot manbalari:**

Xizmat marketingi va menejmenti bo'yicha yetakchi mutaxassis *Kristian Grönroos*ning "Service Management and Marketing" asari xizmat ko'rsatish sohasidagi marketing strategiyalari va mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish masalalarini yoritadi va xizmat ko'rsatish jarayonida mijoz bilan bevosita o'zaro aloqaning qanchalik muhimligini va bu jarayon biznes muvaffaqiyatiga qanday ta'sir qilishini batafsil tushuntirib bergan.

*Jon Bateson* – xizmat marketingi sohasida yetakchi tadqiqotchi bo'lib uning "Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases" asari xizmat ko'rsatish sohasidagi marketing konsepsiyalari va strategiyalarini chuqur tahlil qiladi va shuning bilan birga mijozlar ehtiyojlarini aniqlab va ularga mos strategiyalarni ishlab chiqadi.

Xizmat marketingi va xizmat ko'rsatish sifatini o'rganishda muhim hissa qo'shgan olim *Merilynn Bitner*ning "Services Marketing" asari xizmat ko'rsatish sohasidagi marketingning nazariy va amaliy jihatlarini o'z ichiga olgan bo'lib unda xizmat ko'rsatish sifati, iste'molchi xulq-atvori va marketing strategiyalarini amaliy jihatdan qanday tatbiq etish mumkinligi haqida aniq misollar keltirilgan.

Marketing bo'yicha dunyodagi eng nufuzli olimlardan biri bo'lgan *Filipp Kotler*ning "Marketing Management" kitobi nafaqat umumiy marketing tushunchalarini, balki xizmat ko'rsatish sohasidagi strategik yondashuvlarni ham mukammal yoritib beradi.

*Valeri Zeithaml*ning "Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm" asari xizmat ko'rsatish sohasida mijozlarga yo'naltirilgan yondashuvning naqadar muhimligini ta'kidlab ayniqsa, mijozlar qoniqishi va xizmat sifati o'rtasidagi bog'liqlikni yoritib beradi.

**Metodologiya:**

Xizmat ko'rsatish sohasida marketing metodologiyasi mahsulot marketingidan farqli ravishda mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni rivojlantirishga, xizmat sifati va mijoz tajribasini yaxshilashga qaratilgan. Quyidagi metodologiyalar xizmat marketingida ko'pincha qo'llaniladi: <sup>1</sup>

| Metodologiya                                                              | Tavsif                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4P (Product, Price, Place, Promotion)                                     | Mahsulotga asoslangan marketing modelidan kelib chiqadi, lekin xizmat sohasida xizmat turi, narx siyosati, taqsimot va reklama strategiyalarini belgilaydi.                          |
| 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) | Xizmat ko'rsatish sohasi uchun kengaytirilgan model bo'lib, mijozlar bilan aloqa qiluvchi xodimlar, xizmat jarayoni va moddiy dalillar (muhit, atmosferani yaratish) ham qo'shiladi. |
| Servqual (Xizmat sifati baholash modeli)                                  | Mijozlarni jalb qilish va ularning sodiqligini oshirishga yo'naltirilgan strategiyalar. Klub dasturlari, chegirmalar va shaxsiy yondashuv orqali amalga oshiriladi.                  |
| Relationship Marketing (Mijozlar bilan aloqalarni rivojlantirish)         | Mijozlarni jalb qilish va ularning sodiqligini oshirishga yo'naltirilgan strategiyalar. Klub dasturlari, chegirmalar va shaxsiy yondashuv orqali amalga oshiriladi.                  |
| Moment of Truth (Haqiqat lahzasi)                                         | Mijozlarning kutgan va haqiqiy tajribasi o'rtasidagi farqni o'lchash uchun qo'llaniladi. Bu model xizmat sifati yaxshilash uchun foydalaniladi.                                      |

<sup>1</sup> Muallif tomonidan ishlab chiqilgan



|                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Digital Marketing                       | Mijozning xizmat bilan to'qnashadigan har bir nuqtasini tahlil qilib, ularning ijobiy tajribaga ega bo'lishini ta'minlash strategiyasi.                                                                                                                                                                                 |
| Internal Marketing<br>(Ichki marketing) | Ijtimoiy tarmoqlar, veb-saytlar va onlayn reklama orqali xizmatlarni targ'ib qilish va mijozlarni jalb qilish.<br>Internal Marketing (Ichki marketing)<br>Xodimlarni rag batlantirish, ularning motivatsiyasini oshirish va xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilash uchun ichki kommunikatsiya va ninglarga urg'u berish. |

### Bosqichma- bosqich tadqiqot metodologiyasi<sup>2</sup>

| Bosqich                    | Tavsif                                                                                                           | Qo'llanilgan usullar                          |
|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 1. Adabiyotlarni o'rganish | Xizmat ko'rsatish sohasida strategik marketing bo'yicha mavjud ilmiy manbalar va tadqiqotlarni tahlil qilish.    | Kontent tahlili, ilmiy maqolalar sharhi.      |
| 2. Ma'lumotlar to'plash    | Xizmat ko'rsatish korxonalarining marketing strategiyalarini o'rganish va mijozlar xatti-harakatlarini aniqlash. | So'rovnomalar, intervyular, kuzatuv           |
| 3. Tahlil va baholash      | Olingan ma'lumotlarni statistik va sifat jihatidan tahlil qilish, asosiy omillarni aniqlash.                     | SWOT-tahlil, statistik metodlar (SPSS, Excel) |
| 4. Natijalarni taqqoslash  | Xizmat marketingidagi samarali strategiyalarni aniqlash va ularni amaliyot bilan solishtirish.                   | Ekspert baholash, taqqoslama tahlil           |

<sup>2</sup> Muallif tomonidan ilmiy ma'lumotlar asosida shakllantirilgan

Xizmat ko‘rsatish sohasida marketing mijozlar ehtiyojlarini chuqur tushunish, ularga mos xizmatni taqdim etish va doimiy aloqa orqali ularning sodiqligini oshirishga qaratilgan.

[https://www.researchgate.net/login?\\_sg=Sa6bDnBaYc3xreG2cdky9JRG7JeNG9encSZgnh-](https://www.researchgate.net/login?_sg=Sa6bDnBaYc3xreG2cdky9JRG7JeNG9encSZgnh-)

[YMgIIkxyLC6FXnA4KnGzQaZPbWERqehCsbXA7KOtmq4fP4w&\\_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6ImluZGV4IiwicGFnZSI6ImluZGV4IiwicG9zaXRpb24iOiJnbG9iYWxIZWFkZXIifX0](#)

| Kompaniya | Asosiy strategiya                                              | Marketing usullari                                                              | Natija                                                        |
|-----------|----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| Apple     | Yuqori sifat va innovatsiya orqali mijoz sodiqligini oshirish. | Brend imidji, tajribaviy do`konlar, sodiqlik dasturlar.                         | Mijozlar sodiqligi yuqori, brend qiymati doimiy oshib boradi. |
| Amazon    | Mijozlarga qulaylik va tezkor yetkazib berish.                 | Shaxsiylashtirilgan takliflar, avtomatlashtirilgan xizmatlar, tezkor logistika. | Jahon bozoridagi eng katta onlayn savdo platformasi.          |

<https://scientific-jl.com/luch/>



|                    |                                                            |                                                                                           |                                                                                               |
|--------------------|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sturbucks          | Mijozlar bilan yaqin aloqa va individual xizmat.           | Sodiqlik dasturlari, shaxsiylashtirilgan marketing, do`kon muhitini yaxshilash.           | Kuchli mijoz sodiqligi va global brend mvqei.                                                 |
| Zappos             | Mukammal mijoz tajribasi va mijozlarni qo`llab-quvvatlash. | 24/7 qo`llab quvvatlash, mijoz ehtiyojlariga yo`naltirilgan xizmat.                       | Mijozlar tomonidan eng ishonchli onlayn savdo platformalaridan biri sifatida e`tirof etiladi. |
| Ritz- Carlton      | Eksklyuziv xizmat va shaxsiylashtirilgan mehmondo`stlik.   | Premium xizmatlar, individual yondashuv, yuqori sifatli mehmonnxaona tajribasi.           | Mehmonlar sodiqligi va premium brend obro`si mustahkamlanadi.                                 |
| Southwest Airlines | Arzon narx va mijozlarga samimiy xizmat.                   | Raqobatchilarga nisbatan past narxlar, xodimlar bilan ochiq muloqot, mijozlarga qulaylik. | Raqobatchilar orasida eng yuqori mijoz qoniqishi darajasi.                                    |
| McDonalds          | Global brend va tezkor xizmat.                             | Kuchli reklama kampaniyalari,                                                             | Dunyodagi eng yirik tez                                                                       |



|         |                                                                           |                                                                                                                         |                                                                        |
|---------|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
|         |                                                                           | franchayzing<br>modeli, barqaror<br>narx siyosati.                                                                      | ovqatlanish<br>tarmog`i.                                               |
| Netflix | Mijozlarga<br>shaxsiylashtirilgan<br>media xizmatlar<br>taqdim etadi.     | Raqamli<br>marketing, tahliliy<br>tizimlar, obuna<br>modeli.                                                            | Global darajadagi<br>yetakchi striming<br>platformasi.                 |
| Tesla   | Brend<br>innovatsiyasi va<br>mijozlarga<br>to`g`ridan- to`g`ri<br>sotish. | Raqamli<br>marketing, bevosita<br>mijoz bilan aloqa,<br>texnologik<br>innovatsiyalar.                                   | Elektromobil<br>bozorida yetakchi<br>brend.                            |
| Airbnb  | Mahalliy va noyob<br>sayohat<br>tajribalarini taqdim<br>etish.            | Platforma orqali<br>xizmat ko`rsatish,<br>ijtimoiy media<br>marketing,<br>foydalanuvchi<br>sharhlaridan<br>foydalanish. | Sayohatchilar<br>uchun mashhur<br>alternativ turar joy<br>platformasi. |

#### Mijoz sodiqligi strategiyalari<sup>4</sup>

|                        |                                                                                     |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Bonus va chegirmalar   | Muntazam mijozlar uchun sodiqlik dasturlari (ball<br>to`plash, maxsus chegirmalar). |
| A`zo dasturlari        | Xizmatlardan ko`p foydalangan mijozlarga eksklyuziv<br>imkoniyatlar taqdim etish.   |
| A`lo xizmat ko`rsatish | Xodimlarning samimiy va tezkor yordami mijoz<br>sodiqligini oshiradi.               |

<sup>4</sup> Muallif tomonidan ilmiy ma`lumotlar asosida shakllantirilgan





|                                      |                                                         |
|--------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| Fikr va mulohazalarni inobatga olish | Mijozlardan fikr yig'ish va xizmatni takomillashtirish. |
|--------------------------------------|---------------------------------------------------------|

O'zbekiston Respublikasida xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish bo'yicha amalga oshirilayotgan dasturlar va ularning natijalari haqida "Xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish dasturi ijrosi" maqolasida o'qishingiz mumkin.

<http://dd.gov.uz/ru/>

### **Xulosa:**

Xizmat ko'rsatish sohasida marketing strategiyalari mijozlar ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan bo'lib, bunda xizmat sifati, mijozlar tajribasi va brend imidji katta ahamiyatga ega. Xizmatlar moddiy mahsulotlardan farqli ravishda bevosita iste'mol qilinadigan va odatda moslashtirilgan bo'lgani uchun, samarali marketing usullari mijozlar bilan doimiy aloqa o'rnatishga, ularning talablarini oldindan tushunishga va sodiqlikni shakllantirishga asoslanadi. Shunday qilib, xizmat ko'rsatish sohasida marketing mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlar o'rnatishga yo'naltirilgan bo'lib, innovatsion va mijozga yo'naltirilgan strategiyalar orqali muvaffaqiyatga erishis mumkin.

### **Foydalangan adabiyotlar ro'yxati:**

1. [uz.wikipedia.org/](http://uz.wikipedia.org/) Marketing xizmatlari. O'zME. M-harfi Birinchi jild. Toshkent, 2000-yil
2. Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., Gremler, D. D. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. 7-nashr, McGraw-Hill Education, 2017-yil.
3. Lovelock, C., Wirtz, J. Services Marketing: People, Technology, Strategy. 8-nashr, Pearson, 2016-yil.
4. Fisk, R. P., Grove, S. J., John, J. Services Marketing Interactive Approach. 4-nashr, Cengage Learning, 2013-yil.





5. Hoffman, K. D., Bateson, J. E. G. Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases. 5-nashr, Cengage Learning, 2016-yil.
6. Grönroos, C. Service Management and Marketing: Managing the Service Profit Logic. 4-nashr, Wiley, 2015-yil.
7. "Xizmat ko'rsatish sohasi rivojlantirishda marketing strategiyalari." CyberLeninka
8. Iqtisodiyot: xizmat ko'rsatish sohasida marketing faoliyatini tashkil etish." Soff.uz
9. "Marketing asosida turistik xizmatlarni rivojlantirishning hududiy jihatlari." ResearchGate