



HYATT MEHMONXONA TARMOG'INING SODIQLIK DASTURI AFZALLIKLARI

Elmurodov Og'abek Baxtiyor o'g'li

Samarqand Iqtisodiyot va servis instituti 1-kurs magistranti

Amriddinova R.S

SamISI "Turizm" kafedrası professori

v.b., i.f.n

<https://doi.org/10.5281/zenodo.18030039>

ARTICLE INFO

Received: 21st December 2025

Accepted: 22nd December 2025

Published: 23rd December 2025

KEYWORDS

mehmonxona, turizm, globallashuv, HYATT, sodiqlik dasturi, brend, bonus.

ABSTRACT

Ushbu maqolada xalqaro mehmonxonalar tarmog'i, ularning sodiqlik dasturi hamda bundan ko'zlangan maqsad va vazifalar HYATT mehmonxona tarmog'i misolida batafsil ko'rib chiqiladi. Tadqiqot natijalari sodiqlik dasturining mehmonxona xo'jaligi faoliyatidagi qiymatini asoslab beradi

Kirish. Bugungi globalizatsiya sharoitida turizmning ham shiddat bilan rivojlanib borishi mehmonxona xo'jaligi oldiga bir qator yangi vazifalar qo'ymoqda. Xizmat ko'rsatish sifatini oshirish maqsadida mehmonxona tarmoqlari o'rtasida raqobat keskinlashdi. Bunday sharoitda mijozlarni jalb qilish va ularni uzoq muddatga saqlab qolishda sodiqlik dasturlari mehmonxona tarmoqlarining eng samarali marketing vositalaridan biridir. Jumladan, asosi Amerika Qo'shma shtatlarida joylashgan HYATT Hotels Corporation o'zining "world of HYATT" sodiqlik dasturi orqali mijozlarga qo'shimcha qiymat yaratish, ular uchun individual xizmatlarni taklif etish va takroriy tunashlar ulushini oshirishga erishib kelmoqda.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Barcha rivojlangan davlatlarning yirik xalqaro mehmonxona tarmoqlarida sodiqlik dasturi mavjud. Misol tariqasida World of HYATT, Marriot, Bonvoy, Hilton Honors, ING one rewards, Accor live limitless(All), Radisson kabilarni keltirishimiz mumkin. Hyatt mehmonxonalar tarmog'ining sodiqlik dasturi ushbu raqobatchi dasturlarga nisbatan ballarning qiymati yuqoriligi, ularni ishlatish sharoitining qulayligi, shuningdek elita maqomlari orqali taqdim etiladigan keng ko'lamli imtiyozlar bilan ajralib turadi. Bunday yondashuv mijozlar ehtiyojining chuqur qondirilishini ta'minlab, mehmonxona xo'jaligida sodiq mijozlar ulushini oshirish hamda tashkilotning uzoq muddatli raqobatbardoshligini mustahkamlashga xizmat qiladi. Shuningdek, Turizm industriyasi va mehmonxona faoliyati borasida jahon olimlari Kotler, P. Bowen, J. Makens, R. Walker, D. Bowie, R.G Cross, o'zbek olimlaridan esa Q.Mo'minov, D. Jalolov, J.Yo'ldoshev, N.Karimovlarning izlanishlar olib borganligini ko'rishimiz mumkin. Ular o'z izlanishlari natijasida, mehmonxona rivoji uchun shu turdagi dasturlarning ahamiyatli ekanini ta'kidlaydilar.

Tadqiqot metodologiyasi. Ushbu maqolani yozishda mantiqiy fikrlash, jamlash kabi iqtisodiy tahlil usullaridan foydalanildi.

Tahlil va natijalar. HYATT 1957-yilda tashkil topgan. Bosh ofisi AQSH, Chikagoda joylashgan. HYATT mehmonxonalari va resortlari bugungi kunda 70dan ortiq davlatlarda, 6 ta qit'ada faoliyat yuritadi. HYATT o'zini "people centric" ya'ni "insonlarga g'amxo'rlik qilish" tamoyili, mehmonlarga qulaylik va hurmat ko'rsatish maqsadlari bilan boshqaradi. Bundan tashqari global turizm, ekologik va ijtimoiy mas'uliyat tamoyillarini ham e'tiborga oladi, ya'ni xizmat ko'rsatish bilan birga, atrof muhit va insonlar farovonligini ham ko'zlaydi. Mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirish, ularning qayta tashriflari rag'batlantirish va bunga bo'lgan ishonchni mustahkamlashga qaratilgan "world of HYATT" sodiqlik dasturiga to'xtaladigan bo'lsak, bu dastur 2017-yilda joriy qilingan bo'lib, u mehmonlarning kompaniya bilan uzoq muddatli aloqasini mustahkamlashga xizmat qiladi. Dastur HYATT ning barcha brendlari (Park HYATT, Grand HYATT, Andaz, HYATT Regency) bo'yicha qo'llaniladi. Dastur Points system (ballar tizimi), Tier status system (Elita maqomlari), Alliances & Partners (Partnyorlik tarmog'i) kabi bloklardan iborat. Mehmonxona xizmatlari uchun xarajatning har 1 AQSH dollariga 5 balldan yig'iladi va ushbu to'plangan ballar bepul tunash (Free nights), yuqori toifadagi xonaga bepul ko'tarilish (Room Upgrade) hamda HYATT partnyor aviakompaniyalari avia-maillarga almashtirish kabi xizmatlar bilan ayirboshlanadi. Bundan tashqari Elite maqomlar tizimi ham mavjud. Quyidagi jadvalda daraja maqomlarining imtiyozlarini ko'rishimiz mumkin:

Daraja	Talab	Asosiy imtiyozlar
Member	Bepul a'zolik	Ball yig'ish, chegirmalar
Discoverist	10 tun	Kech chiqish, ustuvor ro'yhatdan o'tish
Explorerist	30 tun	Yaxshiroq xonalar, bonus ballar
Globalist	60 tun	Suite upgrade, bepul nonushta, resort to'lovlar bekor qilinadi

Dasturning strukturasi marketing nazariyasi, iste'molchilar psixologiyasi, iqtisodiy rag'batlantirish va CRM texnologiyalari uyg'unlashgan bo'lib, u xalqaro mehmonxonalar tarmog'i ichida eng samarali sodiqlik tizimlaridan biri hisoblanadi.

Xulosa va takliflar. Tahlil shuni ko'rsatadiki, World of HYATT dasturi ballar tizimi, elita tarmoqlari tizimi va partnyorlik tarmog'i orqali mijozlarga amaliy va psixologik imtiyozlar yaratadi. Bu orqali mijozlarning harakatini rag'batlantirib, ularning qayta tashrifini oshiradi. Shuningdek, dastur mijozlar haqida ma'lumotlarni tizimli ravishda yig'ish va tahlil qilish imkonini berib, HYATT ning marketing va boshqaruv qarorlarini yanada samarali qiladi. Xulosa qilib aytganda, HYATT ning sodiqlik dasturi nafaqat mijozlar uchun qo'shimcha qiymat yaratadi, balki kompaniya uchun ham uzoq muddatli rentabellik va global bozor raqobatbardoshligini ta'minlaydi. Shu bilan birga, sodiqlik dasturlari mehmonxona biznesida innovatsion marketing strategiyasining ajralmas qismi sifatida o'zining ilmiy va amaliy ahamiyatini tasdiqlaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

- 1.Kotler, P. Bowen, J.Makens "International Journal of Hospitality Management" Elsevier. (2023).

2.Hyatt Hotels Corporation. (2025) "World of Hyatt Terms & Conditions"

<https://www.hyatt.com/world-of-hyatt>

3.Hyatt Hotels Corporation. (2025) "About Hyatt – Corporate Overview"

<https://about.hyatt.com>

4.Hyatt Hotels Corporation. (2025) "Investor Relations – Annual Report"

<https://investors.hyatt.com>

5.Q.Mo'minov, D.Jalolov "Turizm marketingi" Toshkent:. 2016

6. J.Yo'ldoshev, "Xizmat ko'rsatish sohasida marketing" Toshkent:. Universitet Nashriyoti

