

SENTIMENT TAHLILNING TURIZM TADQIQOTLARIDAGI AHAMIYATI

Xo'jayev Dilshod G'ayratovich

O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti

Umumiy tilshunoslik kafedrası stajor-o'qituvchisi

E-mail: dilshodislombek@gmail.com

Annotatsiya. Ushbu maqolada turizm tadqiqotlarida sentiment tahlilning ahamiyati, uning nazariy asoslari va amaliy qo'llanilish imkoniyatlari tahlil qilinadi. Zamonaviy raqamli muhitda foydalanuvchilar tomonidan yaratilayotgan onlayn sharhlar turizm xizmatlari sifatini baholashda muhim axborot manbai sifatida namoyon bo'lmoqda. Shu nuqtai nazardan, sentiment tahlil metodlari yordamida ushbu matnli ma'lumotlardan mijozlarning hissiy munosabatlari, qoniqish darajasi va xizmatga bo'lgan baholari aniqlanadi. Maqolada leksik asoslangan, mashinaviy o'rganish hamda chuqur o'rganish yondashuvlari orqali sentiment tahlilni amalga oshirish usullari ko'rib chiqiladi. Shuningdek, aspektga asoslangan sentiment tahlil yordamida turizm xizmatlarining alohida jihatlarini baholash imkoniyatlari yoritiladi. Tadqiqot natijalari sentiment tahlilning turizm sohasida xizmat sifatini oshirish, mijozlar ehtiyojlarini aniqlash va boshqaruv qarorlarini qabul qilishda samarali vosita ekanligini ko'rsatadi. Shu bilan birga, ko'p tillilik, sarkazmni aniqlash va ma'lumot sifati bilan bog'liq muammolar ham muhokama qilinadi. Xulosa sifatida, sentiment tahlil turizm tadqiqotlarida innovatsion va istiqbolli yo'nalishlardan biri ekanligi asoslab beriladi.

Kalit so'zlar: sentiment tahlil, turizm tadqiqotlari, xizmat sifati, foydalanuvchi sharhlari, tabiiy tilni qayta ishlash (NLP), mashinaviy o'rganish, chuqur o'rganish, aspektga asoslangan tahlil, mijozlar qoniqishi, raqamli turizm, onlayn platformalar, ma'lumotlar tahlili.

Abstract. This article examines the significance of sentiment analysis in tourism research, along with its theoretical foundations and practical applications. In the modern digital environment, user-generated online reviews have emerged as an important source of information for evaluating the quality of tourism services. From this perspective, sentiment analysis methods are used to extract customers' emotional attitudes, levels of satisfaction, and evaluations of services from textual data. The paper discusses various approaches to sentiment analysis, including lexicon-based, machine learning, and deep learning methods. In addition, the potential of aspect-based sentiment analysis for assessing specific components of tourism services is highlighted. The findings demonstrate that sentiment analysis is an effective tool for improving service quality in the tourism sector, identifying customer needs, and supporting managerial decision-making. At the same time, challenges such as multilingualism, sarcasm detection, and data quality issues are also addressed. In conclusion, sentiment analysis is substantiated as an innovative and promising direction in tourism research.

Keywords: sentiment analysis, tourism research, service quality, user reviews, natural language processing (NLP), machine learning, deep learning, aspect-based analysis, customer satisfaction, digital tourism, online platforms, data analysis.

Turizm sohasi bugungi kunda global iqtisodiyotning eng tez rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Raqamli texnologiyalar, ayniqsa internet va mobil platformalarning keng tarqalishi natijasida turizm xizmatlari sifatini baholash usullari

ham sezilarli darajada o'zgardi. Avvallari xizmat sifati asosan so'rovnomalar, intervyular yoki ekspert baholari orqali aniqlangan bo'lsa, hozirgi kunda foydalanuvchilar tomonidan yaratilgan onlayn sharhlar eng muhim axborot manbalaridan biriga aylandi. Turistlar sayohat qilishdan oldin turli platformalardagi sharhlarni o'rganib chiqadi va qaror qabul qilishda aynan shu fikrlarga tayanadi. Shu sababli, ushbu sharhlarni tahlil qilish turizm xizmatlari sifatini real foydalanuvchi tajribasi asosida baholash imkonini beradi.

Sentiment tahlil, ya'ni matndan hissiy munosabatni aniqlash usuli, kompyuter lingvistikasi va tabiiy tilni qayta ishlash (NLP) yo'nalishining muhim qismi hisoblanadi. Ushbu yondashuv yordamida katta hajmdagi matnli ma'lumotlardan foydalanuvchilarning ijobiy, salbiy yoki neytral fikrlari aniqlanadi. Turizm sohasida sentiment tahlilni qo'llash orqali mijozlar qoniqishini baholash, xizmat sifatidagi kamchiliklarni aniqlash va xizmatlarni takomillashtirish uchun muhim xulosalar chiqarish mumkin. Ayniqsa, onlayn platformalarda qoldirilgan sharhlar spontan va tabiiy bo'lgani sababli, ular an'anaviy so'rovnomalarga nisbatan ancha ishonchli ma'lumot beradi.

Turizm xizmatlari sifati ko'p qirrali tushuncha bo'lib, u nafaqat xizmatning texnik jihatlarini, balki mijozlarning subyektiv qoniqish darajasini ham o'z ichiga oladi. Ushbu tushunchani tahlil qilishda SERVQUAL modeli keng qo'llaniladi. Mazkur model xizmat sifatini beshta asosiy o'lchov orqali baholaydi: moddiylik, ishonchlilik, tezkorlik, kafolat va empatiya. Masalan, mehmonxona xizmatlarida xonalar tozaligi va jihozlanganligi moddiylikni ifodalasa, xodimlarning xushmuomalaligi va yordam berishga tayyorligi empatiya va tezkorlikni aks ettiradi. Biroq, ushbu model asosida o'tkazilgan an'anaviy so'rovlar har doim ham mijozlarning real tajribasini to'liq aks ettira olmaydi. Shu jihatdan, onlayn sharhlar xizmat sifati haqida yanada chuqurroq va kengroq tasavvur beradi.

Turizm xizmatlari sifati ko'p o'lchovli tushuncha bo'lib, u xizmatlarning mijoz kutgan darajaga qanchalik mos kelishi yoki undan oshishini ifodalaydi. Bu tushuncha moddiy (tangible) va nomoddiy (intangible) omillarni o'z ichiga oladi, jumladan, infratuzilma, xizmat tezligi, xodimlarning xulq-atvori, xavfsizlik va madaniy tajribalar.

Xizmat sifatini baholashda eng keng qo'llaniladigan modellardan biri bu **SERVQUAL modeli** bo'lib, u quyidagi besh asosiy o'lchovni o'z ichiga oladi:

- **Moddiylik (Tangibles)** – jismoniy infratuzilma, jihozlar va xodimlarning tashqi ko'rinishi

- **Ishonchlilik (Reliability)** – xizmatni ishonchli va barqaror bajarish qobiliyati

- **Javob qaytarish (Responsiveness)** – mijozlarga tezkor yordam ko'rsatish istagi

- **Kafolat (Assurance)** – xodimlarning bilim va muomala darajasi, ishonch uyg'otishi

- **Empatiya (Empathy)** – mijozlarga individual e'tibor va g'amxo'rlik

Turizm sohasida ushbu o'lchovlar mehmonxonalar, ekskursiyalar, transport xizmatlari va mahalliy aholi bilan aloqalarda namoyon bo'ladi. Biroq, an'anaviy so'rovnomalar har doim ham mijoz tajribasining barcha jihatlarini to'liq qamrab ololmaydi.

Onlayn sharhlar esa spontan, batafsil va tabiiy fikr-mulohazalarni o'z ichiga oladi. Shu sababli ular sentiment tahlil uchun juda mos manba hisoblanadi. Sentiment tahlilning turizm tadqiqotlaridagi ahamiyati ayniqsa katta. U nafaqat umumiy qoniqish darajasini aniqlash, balki xizmatning alohida jihatlarini ham tahlil qilish imkonini

beradi. Masalan, mehmonxona haqida yozilgan sharhda xona tozaligi ijobiy baholangan bo'lishi mumkin, lekin xizmat tezligi yoki narx-navo salbiy baholanishi ehtimoli bor. Shunday qilib, sentiment tahlil yordamida xizmatning har bir elementi bo'yicha alohida xulosa chiqarish mumkin. Bu esa xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlarga aniq muammolarni aniqlash va ularni bartaraf etish imkonini beradi.

Sentiment tahlil jarayoni odatda bir necha bosqichdan iborat bo'ladi. Avvalo, ma'lumotlar yig'iladi. Bu jarayonda TripAdvisor, Booking.com kabi sayohat platformalari, shuningdek ijtimoiy tarmoqlar asosiy manba bo'lib xizmat qiladi. Keyingi bosqichda ma'lumotlar qayta ishlanadi, ya'ni matndan ortiqcha belgilar olib tashlanadi, so'zlar ajratiladi, ahamiyatsiz so'zlar chiqarib tashlanadi va so'zlar asosiy shaklga keltiriladi. Ushbu jarayon matnni tahlil qilishni osonlashtiradi va natijalarning aniqligini oshiradi. Agar sharhlar turli tillarda yozilgan bo'lsa, u holda tarjima va tilni aniqlash jarayonlari ham muhim ahamiyat kasb etadi.

Sentiment tahlilni amalga oshirishda turli metodlar qo'llaniladi. Eng sodda yondashuv bu leksik asoslangan usul bo'lib, unda oldindan tayyorlangan lug'atlar asosida so'zlarning ijobiy yoki salbiy ekanligi aniqlanadi. Biroq, bu usul kontekstni to'liq hisobga olmaydi. Shuning uchun ko'proq mashinaviy o'rganish va chuqur o'rganish usullari qo'llaniladi. Mashinaviy o'rganishda modellar oldindan belgilangan ma'lumotlar asosida o'qitiladi va yangi matnlarni tasniflaydi. Chuqur o'rganish modellarida esa neyron tarmoqlar yordamida matnning chuqur semantik mazmuni tahlil qilinadi. Bu esa yanada aniq natijalar olish imkonini beradi.

Zamonaviy tadqiqotlarda aspektga asoslangan sentiment tahlil alohida ahamiyat kasb etmoqda. Ushbu yondashuv xizmatning har bir jihatini alohida tahlil qilish imkonini beradi. Masalan, mehmonxona sharhlarida xona tozaligi, joylashuvi, xizmat sifati va narx kabi aspektlar alohida ko'rib chiqiladi. Bu usul orqali xizmatning qaysi jihatini mijozlar tomonidan yuqori baholanayotgani yoki qaysi jihatlar tanqid qilinayotgani aniq ko'rinadi. Natijada, xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlar o'z faoliyatini aniq yo'nalishda yaxshilashi mumkin bo'ladi.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, turizm xizmatlarida mijozlar bilan to'g'ridan-to'g'ri muloqot eng muhim omillardan biri hisoblanadi. Xodimlarning xushmuomalaligi, yordam berishga tayyorligi va professional yondashuvi ijobiy sentiment bilan bog'liq bo'ladi. Aksincha, qo'pol muomala yoki e'tiborsizlik salbiy baholarga olib keladi. Bundan tashqari, infratuzilma va xizmat ko'rsatish sharoitlari ham katta ahamiyatga ega. Toza va qulay muhit mijozlar qoniqishini oshiradi. Turizm sohasida emotsional tajriba ham muhim rol o'ynaydi, chunki sayohat nafaqat xizmat, balki his-tuyg'ular bilan bog'liq jarayondir. Shu bilan birga, sentiment tahlilni qo'llashda bir qator muammolar mavjud. Masalan, ko'p tillilik, sarkazm va ironiyani aniqlash qiyinligi, hamda ma'lumotlarning sifati bilan bog'liq muammolar mavjud. Turizm sharhlarida ko'pincha noaniq yoki grammatik jihatdan xato matnlar uchraydi, bu esa tahlil natijalariga ta'sir qilishi mumkin. Shu sababli, yanada mukammal algoritmlar va maxsus lug'atlar yaratish zarur.

Umuman olganda, sentiment tahlil turizm xizmatlari sifatini baholashda zamonaviy va samarali yondashuv hisoblanadi. U katta hajmdagi ma'lumotlarni tez va aniq tahlil qilish imkonini beradi, mijozlar ehtiyojlarini chuqurroq tushunishga yordam beradi va xizmatlarni takomillashtirish uchun asos yaratadi. Raqamli texnologiyalar rivojlanib borayotgan bir sharoitda, bunday yondashuvlar turizm sohasida yanada keng qo'llanilishi kutilmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Matlatipov, S., Rahimboeva, H., Rajabov, J., & Kuriyozov, E. (2022). *Uzbek sentiment analysis based on local restaurant reviews*.
2. George, O.A., & Ramos, C.M. Q. (2024). *Sentiment analysis applied to tourism: exploring tourist-generated content*.
3. Murzakhmetov, A. (2025). *Sentiment analysis of tourist reviews about Kazakhstan*.