

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ УСЛУГ

Усманова Зумрад

PhD, доцент кафедры Маркетинг

Самаркандского института экономики и сервиса

Аннотация: Статья раскрывает особенности современного сервисного обслуживания, а также влияния оценки влияния качества данных услуг на конкурентоспособность сферы туристско-рекреационных услуг.

Ключевые слова: туристско-рекреационные услуги, сервисное обслуживание, конкурентоспособность, конкурентное преимущество, ассортимент услуг, маркетинговая стратегия, основные и оборотные средства.

FEATURES OF MODERN SERVICE SERVICE FOR TOURIST AND RECREATION SERVICES

Usmanova Zumrad

PhD, Associate Professor, Department of Marketing

Samarkand Institute of Economics and Service

Annotation: The article reveals the features of modern tourist and recreational services, as well as the impact of assessing the impact of the quality of these services on the competitiveness of the sphere of tourist and recreational services

Key words: tourist and recreational services, competitiveness, competitive advantage, range of services, marketing strategy, fixed and working capital.

Сегодня, отечественные производители услуг сталкиваются с трудностями, которые можно с определенной степенью условности свести к нескольким укрупненным проблемам: постоянная нехватка оборотных

средств; медленно обновляемый ассортимент предоставляемых услуг; отсутствие достаточной информации о динамике потребностей на рынках (фактических и потенциальных) сбыта; отсутствие разработанной маркетинговой стратегии; несоответствие цен на предоставляемые услуги и реальные издержки производства; неэффективность функционирования организационной структуры; отсутствие опыта в подборе партнеров, потребителей и установление с ними делового сотрудничества. Также отсутствие системы, позволяющей укреплять взаимосвязь между предприятием-производителем и потребителем туристско-рекреационных услуг. От силы взаимодействия в этой системе зависит конкурентоспособность предприятий туристско-рекреационной отрасли. Выделенные проблемы не позволяют предприятиям вывести их производственно-хозяйственную деятельность на конкурентоспособный уровень. Эти же проблемы являются тормозом при формировании конкурентных преимуществ предприятий туристско-рекреационной отрасли.

Достижение конкурентоспособного уровня возможно при решении туристско-рекреационными предприятиями триединой задачи, которая может быть сформулирована такими целевыми величинами как развитие, рост, прибыль. Поэтому, для достижения конкурентоспособного уровня необходимо постоянно проводить контроль качества предоставляемых услуг, работать над улучшением качества туристско-рекреационных услуг, а также рассматривать резервы снижения затрат производственной деятельности. Необходимо работать не только над улучшением качества туристско-рекреационных услуг, но и расширять ассортимент, создавать диверсифицированный набор видов сервисного обслуживания.

Одно из наиболее интересных и малоизученных является сервисное обслуживание туристско-рекреационных услуг. Изучение этого направления, получение научно-практических инструментов по

управлению им, позволит предприятиям повысить качество предоставляемых услуг, а, следовательно, конкурентоспособность услуг и конкурентоспособность предприятия.

По нашему мнению, под сервисным обслуживанием туристско-рекреационных услуг предлагается понимать системную совокупность функций и видов деятельности всех подсистем туристско-рекреационных предприятий, обеспечивающих связь «предприятие - потребитель» в разрезе каждого материального и информационного потока по показателям номенклатуры, качества, количества, цены, места и времени предоставления услуг в соответствии с требованиями рынка.

В качестве видов сервисного обслуживания, по нашему мнению, следует выделить:

1. Сервис удовлетворения потребительского спроса, представляющий собой комплексную характеристику уровня обслуживания потребителей, определяется следующими показателями: время, частота, готовность, безотказность и качество предоставляемых услуг, готовность их предоставления по первому требованию.

2. Сервис оказания услуг производственного назначения, который представляет собой совокупность предлагаемых видов сервисного обслуживания предоставляемых услуг, то есть набор услуг, предоставляемых потребителю.

3. Сервис информационного обслуживания, который представляет собой совокупность информации (наличие сертификатов качества), предоставляемой потребителю туристско-рекреационных услуг и туристско-рекреационное обслуживание.

4. Сервис финансово-кредитного обслуживания, который представляет собой совокупность всевозможных вариантов оплаты туристско-рекреационных услуг, систему скидок и льгот, предоставляемую потребителям.

Таким образом, достижение целей по обеспечению конкурентоспособности формируется за счет: интеграции усилий по повышению качества и доведению затрат до функционально-необходимого уровня на всех этапах жизненного цикла услуг; целенаправленного использования потенциальных возможностей каждого вида услуг при их модификации и приспособлении к требованиям рынка; создание принципиально новых дополнительных туристско-рекреационных услуг для удовлетворения потребителей, целенаправленное развитие и совершенствование системы сервисного обслуживания туристско-рекреационных услуг.

На основании изложенного материала следует заключить, что основными направлениями производственно-хозяйственной деятельности туристско-рекреационных предприятий при формировании конкурентных преимуществ являются:

- ✓ повышение уровня качества туристско-рекреационных услуг по отношению к уровню качества туристско-рекреационных услуг конкурентов;

- ✓ повышение уровня сервисного обслуживания услуги по отношению к уровню сервисного обслуживания конкурента; здесь следует отметить, что повышение уровня сервисного обслуживания необходимо понимать и рассматривать, как оптимизацию работы самого предприятия относительно конкурентов.

Список использованной литературы

1. УСМАНОВА, М. ЭКОНОМИКА И СОЦИУМ. *ЭКОНОМИКА*, 276-280.

2. Islamovna, U. Z. (2022). Development of Tourist and Recreational Cluster of Samarkand Region and its Impact on Domestic Business. *European Multidisciplinary Journal of Modern Science*, 4, 39–44.

3. Usmanova, Z. I., & Sh, N. S. (2022). INTERNET MARKETING AS AN EFFECTIVE TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF MODERN COMPANIES AND INCREASING THEIR MARKETING COMPETENCE. *Экономика и социум*, (6-1 (97)), 291-294.

4. Uljaevna, M. N. (2022). ASSESSMENT OF THE CONCENTRATION OF THE LEASING SERVICES MARKET IN UZBEKISTAN. *Цифровая наука*, (6), 4-12.

5. Usmanova, Z. I. (2022). ASSESSING THE IMPACT OF SERVICE OF TOURISM AND RECREATIONAL SERVICES ON THE COMPETITIVENESS IN A DIGITAL ECONOMY. *Экономика и социум*, (5-1 (96)), 224-226.

6. Бойжигитов С. К. Маркетинговые стратегии повышения эффективности (на примере промышленного предприятия)/СК у. Бойжигитов //Маркетинг в России и за рубежом. – 2021. – Т. 1. – С. 95-97.

7. Boyjigitov Sanjarbek Komiljon O'G'Li MARKETING FAOLIYATI SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING NAZARIY ASOSLARI VA AMALIY IFODASI // JMBM. 2022. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-faoliyati-samaradorligini-baholashning-nazariy-asoslari-va-amaliy-ifodasi>