

**ТУРИСТИК-РЕКРЕАЦИОН КОРХОНАЛАРДАГИ
РАҚОБАТБАРДОШЛИКНИ ТАЪМИНЛОВЧИ ТИЗИМЛИ
КЎРСАТКИЧЛАР**

Усманова З.И.

СамИСИ Маркетинг кафедраси доценти, PhD

Аннотация. Мазкур мақолада бугунги кунда туристик-рекреацион корхоналардаги рақобатбардошликни таъминловчи тизимли кўрсаткичлар бўйича мауллифла томонидан илмий изланишлар олиб борилган. Туризм соҳасининг мамлакат иқтисодиётидаги ўрни ва роли юзасидан таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: туризм, сервис, иқтисодиёт, хизмат кўрсатиш, бошқарув.

**SYSTEMATIC INDICATORS ENSURING COMPETITIVENESS IN
TOURISM-RECREATION ENTERPRISES**

Usmanova Z.I.

docent of department of Marketing SamIES

Abstract. In this article, scientific research was carried out by the author on the systematic indicators that ensure the competitiveness of tourism-recreational enterprises today. Proposals and recommendations have been developed regarding the place and role of the tourism sector in the country's economy.

Key words: tourism, service, economy, service, management.

Хозирги кунда мамлакатдаги хизматлар ишлаб чиқарувчилар дуч келадиган муаммолар тўпламини қуйидаги шартли равишда бир неча йириклаштирилган гуруҳларга ажратиш мумкин бўлади:

- айланма маблағларнинг доимий етишмаслиги;
- таклиф этилаётган хизматлар ассортиментнинг секин янгиланиши;

- савдо-сотик бозорларида (хақиқий ва салоҳиятли) талабларнинг ўсиш суръати тўғрисида етарлича маълумотнинг йўқлиги;

- ишлаб чиқилган маркетинг стратегиясининг мавжуд эмаслиги, таклиф этиладиган хизматлар нархлари ва ишлаб чиқаришнинг хақиқий харажатлари ўртасида мутаносибликнинг йўқлиги, ташкилий тизим фаолиятининг самарасизлиги;

- шериклар ва истеъмолчиларни танлаш ҳамда улар билан ишчан ҳамкорлик ўрнатишда тажрибанинг йўқлиги.

Бунинг сабабларидан бири корхона – ишлаб чиқувчи ва туристик-рекреацион хизматларнинг истеъмолчилари ўртасида ўзаро алоқани мустаҳкамловчи тизим йўқлигидан иборат бўлмоқда. Туристтик-рекреацион соҳа корхоналари рақобатбардошлиги ушбу тизимдаги ўзаро таъсир кучига боғлиқ бўлмоқда. Таъкидлаб ўтилган муаммолар корхоналар ишлаб чиқариш фаолиятини рақобатбардошлик даражасига чиқишига имкон ярата олмайди. Ушбу муаммолар туристик-рекреацион соҳадаги корхоналарнинг рақобат афзалликларини шакллантиришда тўсиқ бўлиб қолмоқда. Шундай қилиб, корхонанинг рақобат афзалликлари бевосита таклиф этилаётган хизматларнинг юқори сифати ва сервис хизмат кўрсатишнинг сифати билан боғлиқ бўлмоқда. Демак, ҳар қандай рақобат афзаллигининг функцияси – соҳадаги ўртача даражадан юқори бўлган даромадларни таъминлаш ва хизматлар бозорида ўзининг доимий ўринни эгаллашдан иборат эканлиги маълум бўлмоқда.

Рақобатбардошлик даражасига эришиш учун туристик-рекреацион корхоналар учта вазифани хал этиши керак бўлади ва улар қуйидаги мақсадли ўлчамларда ўз аксини топади: ривожланиш, ўсиш ва фойда олишда. Шунинг учун рақобатбардошлик даражасига эришишда таклиф этиладиган хизматлар сифатини доимо назорат қилиш, туристик-рекреацион хизматлар сифатини яхшилаш устида ишлаш ҳамда ишлаб чиқариш фаолияти харажатларини пасайтиришда захираларни кўриб

чиқиш зарур бўлмоқда. Туристтик-рекреацион хизматлар сифатини нафақат яхшилаш устида ишлаб қолмасдан, балки унинг ассортиментини кенгайтириш ва сервис хизмат турларини диверсификациялаш тўпламини яратиш зарур бўлмоқда.

Мақсадли омиллар сифатида ўсиш, ривожланиш ва фойдани қабул қилиш билан биргаликда ташқи ва ички мухитнинг ўзаро таъсирини ҳам таҳлил қилиш зарур бўлади. Ташқи мухитга қуйидагиларни киритиш мумкин:

- бозорга кириш йўлида тўсиқ бўладиган янги рақобатчиларнинг пайдо бўлиши;
- харажатларни пасайтиришда тўсиқ бўладиган таъминотчилар кучи;
- фойдани оширишда тўсиқ бўладиган истеъмолчилар таъсири;
- анча арзон туристик-рекреацион хизматларнинг пайдо бўлиш хавфи бу туристик-рекреацион корхоналар ривожланишига ҳамда ўсишига тўсиқ бўлади;
- фойданинг ўсишига тўсиқ бўладиган туристик-рекреацион соҳадаги ўзаро мусобақанинг жадаллашуви.

Ички мухитга туристик-рекреацион соҳадаги корхоналарнинг молиявий хўжалик фаолияти киради. Корхоналар белгиланган унсурларни сифат ва миқдор жиҳатдан баҳолаши зарур ва имкони борича уларнинг хатти-харакатини башорат қила билиши керак. Ўзбекистондаги бугунги бизнес тавсифи сифатида барча корхоналар, шу жумладан туристик-рекреацион соҳа корхоналарида ҳам мақсадли тезис бўлиб, фойданинг мутлақ устиворлиги тезисини кўрсатиш мумкин. Буни Т.Коно томонидан Буюк Британия, Япония, АҚШ ва Россиядаги бизнес мақсадларининг устунлиги борасида олиб борилган тадқиқотлар ҳам исботламоқда. Бизнинг мамлакатимизда бу ҳолат тадбиркорлик инвестицияларнинг етишмаслигидан, шунингдек туристик-рекреацион хизматларнинг рақобатбардошлиги паст бўлгани туфайли рўй бермоқда. Тадқиқот олиб

борилаётган минтақадаги туристик-рекреацион соҳа корхоналарида эса Ўзбекистондаги корхоналарга нисбатан рақобатбардошликнинг янада паст даражада эканлиги билан ажралиб турибди. Демак, бу минтақада асосан савдо ҳажмини ошириш устида ишлаб, бозордаги улушини купайишига ва натижада, фойданинг ўсишига олиб келишини такидлаш мумкин бўлади. Шунинг эътиборига олиш керакки, тадбиркорлик сармояларнинг тавакалчилигини камайтириш, уларни бошқариш, ҳамда туристик-рекреацион корхоналарнинг рақобатбардошлигини ошириш минтақада, хусусан Самарқанд вилоятида ҳам асосий мақсадлардан бири бўлиб қолмоқда.

Ҳозирги пайтда энг керакли ва кам ўрганилган масалалардан бири бу туристик-рекреацион хизматларда сервис хизматларининг даражасини аниқлашни кўрсатиш мумкин. Бу йўналишни илмий жихатдан ўрганиш, уни бошқаришда илмий-амалий воситаларга эга бўлиш билан бирга, корхоналарга таклиф этиладиган хизматлар сифатини ва хизматлар рақобатбардошлиги ҳамда бевосита корхоналар рақобатбардошлигини оширишга имкон беради.

«Корхонанинг рақобатбардошлиги» тушунчасига «Бостон консалтинг групп» маслаҳатчилари қуйидагича таърифни таклиф этадилар: «Хўжалик бирлигининг рақобатбардошлиги корхонада рақобат тутган ўриннинг меҳнат унумдорлигини оширишга имкон берувчи ёки энг камида, уларни ўзгармас даражада сақлашни таъминлайдиган ресурсларни тақсимлаш танловини белгилаш».

Р.А.Фатхутдинов «Рақобатбардошлик – бу маълум бир объектни мазкур бозорда тақдим этиладиган ўхшаш объектлар билан солиштирилганда, ушбу объектнинг эҳтиёжларни қондира олиш даражасининг юқорилиги билан тав-сифланади. Рақобатбардошлик аниқ бир бозор ёки аниқ истеъмолчилар гуруҳига нисбатан аниқланади. Агар объект рақобат-бардош ҳисобланган бозор кўрсатилмаса, демак ушбу

объект ҳозирда дунёдаги энг яхшиси ҳисобланади.» [2]

М.Қ.Пардаев «Тадбиркор фаолиятининг рақобатбардошлиги деганда, рақобатбардош субъектларга нисбатан фаолиятининг кенг қўламлилиги ва истиқболлилиги харажатларни мақсадга йўналтириб, кўпроқ фойда олиш қобилиятининг кучлилиги тушунилади. Тадбиркор товари (иши, хизмати) рақобатбардошлиги деганда, рақобатбардош субъектлар товари (иши, хизмати)нинг сифати ва нархига нисбатан истеъмолчига (харидорга) қулайлиги, унга кетадиган харажатларнинг самарадорлиги ва шу товардан оладиган фойданинг кўплигини таъминловчи омиллар тизими тушунилади.»

Бугунги кунда “рақобат” тушунчаси ўзининг махаллий доирасидан кенгайиб, халқаро аҳамиятга эга бўлмоқда. Шу туфайли дифференциация ва диверсификациялаш стратегияларининг мавқийи биринчи ўринга чиқмоқда, таннархни ҳисоблаш ва пасайтириш эса иккинчи даражага тушиб қолмоқда. Дифференциация стратегияси туристик-рекреацион корxonанинг бирон бир жабхада ўзининг антиқали эканлигига интилишини билдиради ва унинг муҳимлиги эса миждозларнинг кўп бўлишида ўз ифодасини топади. Диверсификация стратегияси эса туристик-рекреацион соҳадаги корxonаларнинг янги бозорларга йўналтирилган янги қўшимча хизматларни таклиф этишга интилишини билдиради. Бу стратегияларни амалиётга тадбиқ этилишини туристик-рекреацион хизматларга кўрсатиладиган сервис хизматини кенгайтирмасдан ва рақобат мухитини яратмасдан амалга ошириб бўлмайди.

Бизнинг фикримизча, туристик-рекреацион хизматларга сервис хизматни кўрсатиш деганда «корхона-истеъмолчи» алоқасини таъминлайдиган туристик-рекреацион корxonаларнинг барча тизимости функциялари ва фаолият турларининг тизимли мажмуасини тушуниш керак бўлади. У бозор талабларига мос равишда номенклатура, сифат, миждор,

наrx, худуд ва вақт кўрсаткичлари бўйича ҳар битта моддий ва ахборот оқимларнинг кесими бўйича амал қилади.

Бизнингча бугунги кунда сервис хизмат турлари сифатида қуйидагиларни ажратиб кўрсатиш мумкин:

1. Истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш даражаси бўйича мажмуали тавсиф берадиган истеъмолчилик талабини қондириш сервиси. У қуйидаги кўрсаткичлар билан аниқланади: таклиф этиладиган хизматлар вақти, такрорланиши, тайёргарлиги ва сифати ҳамда биринчи талабга биноан таклифнинг тайёр туришидан иборат.

2. Сервис хизматининг таклиф этиладиган турлари йиғиндисини, яъни истеъмолчига таклиф этиладиган мажмуини ифодаловчи ишлаб чиқариш мақсаддаги хизматларни кўрсатиш сервиси.

3. Туристтик-рекреацион хизматларнинг истеъмолчисига таклиф этиладиган ялпи маълумот (сифат сертификатларига эга бўлган) ва туристтик-рекреацион хизмат кўрсатишини ифода этувчи маълумот соҳасидаги хизмат кўрсатувчи сервис.

4. Истеъмолчиларга таклиф этиладиган туристтик-рекреацион хизматларнинг турли тўловлар йиғиндисини, чигирма ва имтиёзлар тизимларини ифода этувчи молия-кредит хизматининг сервиси.

Шундай қилиб, туристтик-рекреацион хизматларда рақобатбардошликни таъминлайдиган мақсадларга эришиш қуйидагилар ҳисобидан шаклланади: сифатни ошириш бўйича ҳаракатларнинг жадаллашуви ва хизматларнинг ҳаётий цикли босқичларида бўладиган ҳаракатларни функционал-зарурий даражагача етказиш; бозор талабларига модификациялашган ва мослашган ҳолда хизматлар ҳар бир турининг салоҳиятли имкониятлардан мақсадли йўналишда фойдаланиш; истеъмолчилар талабини қондириш учун янги туристтик-рекреацион хизматларни яратиш; туристтик-рекреацион хизматларнинг сервис хизмат

тизимини мақсадли йўналтирилган ривожланиши ва такомиллашувини амалга ошириш зарур.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Тухлиев И.С., Ҳайитбоев Р., Ибодуллаев Н.Э., Амриддинова Р. Туризм асослари: Ўқув қўлланма – Самарқанд, СамИСИ, 2010
2. Арзуманян А.Г. Оценка конкурентоспособности российской экономики / А.Г. Арзуманян // Эпомен. — 2021. — № 58. — С. 46-50.
3. Сальников Ю.Ю. Современные подходы к оценке конкурентоспособности организаций на основе субъектного подхода / Ю.Ю. Сальников // Вестник Алтайской академии экономики и права. — 2021. — № 5-1. — С. 85-92.
4. Фатхутдинов Р. Управление конкурентоспособностью вуза // Высшее образование в России, 2006. – № 9
5. Пардаев М.Қ. ва бошқ. Инвестицион лойиҳалар таҳлили. Ўқув қўлланма. – Т.: “Фан ва технология” нашриёти, 2019. - 234 бет.