

MEHMONXONA INDUSTURASINI RIVOJLANTIRISHDA JAHON TURIZMINI ROLI

O.N.Tagayev, ass. O'zMU Jizzax filiali

B.I.Ashurov, ass. SamISI

Annatotsiya: Maqolada jahon turizmi orqali mehmonxonalar korxonalarida xizmatlarning raqobatbardoshligini baholash muammolari ko'rib chiqiladi, bunda sifat ob'ektning raqobatbardoshligining muhim omili sifatida qaraladi. Maqolada mehmonxona korxonalarida xizmatlarning raqobatbardoshligini baholash uchun ekspert, faktorial va parametrik usullardan foydalaniladi, shuningdek regressiya aloqalari orqali talablar va sotuvlar shakllanishi o'rganiladi.

Kalit so'zlar: sifatni ta'minlash, "kiruvchi", "chiquvchi", "umumiy" va "o'ziga xos" omillar, xizmat ko'rsatish sifati, izchillik, ishonchlilik, aniqlik, tan olish, bod tezligi, regressiya, pul qiymati.

Ключевые слова: обеспечение качества, «входящие», «исходящие», «общие» и «специфические» факторы, качество обслуживания, согласованность, надежность, точность, распознавание, скорость передачи данных, регрессия, соответствие цены и качества.

Аннотация: В через мировой туризм статье рассматриваются проблемы оценки конкурентоспособности услуг на гостиничных предприятиях, в которых качество рассматривается как важный фактор конкурентоспособности объекта. В статье используются экспертный, факторный и параметрический методы оценки конкурентоспособности услуг на гостиничных предприятиях, также изучаются вопросы формирования требований и продаж через регрессионные ссылки.

Abstract: The through world tourism article deals with the problems of assessing the competitiveness of services at hotel enterprises, in which quality is considered as an important factor in the competitiveness of an object. The article uses expert, factorial and parametric methods for assessing the competitiveness of services in hotel enterprises, and also studies the formation of requirements and sales through regression links.

Keywords: quality assurance, "inbound", "outbound", "general" and "specific" factors, quality of service, consistency, reliability, accuracy, recognition, baud rate, regression, value for money

Turizm biznesi jahon iqtisodiyotining eng tez rivojlanayotgan tarmoqlaridan biridir. Ba'zi ma'lumotlarga ko'ra, xalqaro turizm neft sanoati va avtomobilsozlik sanoatidan keyin eksport qilinadigan eng yirik uchta sanoat tarmog'i qatoriga kiradi.

Jahon Sayohat va Turizm Kengashi 2017 yilda sayohat va turizm iqtisodiy faolligini 3,6 trillion dollarga baholadi. Zamonaviy turizm daromadi trillionlab AQSH dollariga baholanmoqda, bu "buyuk" davlatlarning YaIMlari bilan solishtirish mumkin.

Sayyohlik sanoatining tashrif buyurish uchun eng mashhur mamlakatlarning YaIM tarkibiga qo'shgan hissasi hali ham juda kam.

Avstriya (8%), Ispaniya (5,8%), Shveysariya (5,2%) YaIMda turizmdan eng yuqori daromadga ega. Turizmni rivojlantirish bo'yicha Xitoy, Meksika va AQSH alohida ajralib turadi. Shu bilan birga, ba'zi mamlakatlarda turizmdan olingan daromadlar YaIMning aniqlovchi elementi hisoblanadi: Bermuda - 34,7%, Seyshel orollari - 27,4%, Antigua - 58,5%, Bagama orollari - 52,1%. Dunyoning eng kam rivojlangan 49 ta davlatida turizm valyuta tushumlari manbai sifatida statistik ma'lumotlarga ko'ra neftdan keyin ikkinchi o'rinda turadi.

Iqtisodiyotning daromadli va infratuzilmaviy tarmog'i sifatida turizm O'zbekistonda sovet davridan beri ustuvor asosga ega bo'lib, bu Markaziy Osiyo respublikasini sobiq ittifoq sub'yektlarining ko'pchiligidan yaxshi ajratib turdi. Bu hodisa, birinchi navbatda, respublikaning geografik joylashuvi, jozibador turistik marshrutlarni tashkil etish sohasidagi ulkan salohiyat va boshqalar bilan bog'liq.

Bularning barchasi turizm bugungi kunda jahon iqtisodiyotida asosiy o'rinlardan birini egallashini va ayni paytda dunyodagi eng daromadli biznes turlaridan biri ekanligini to'liq tushuntiradi. Shuning uchun jahon iqtisodiyotining ushbu tarmog'ining kelajagi, uning istiqbollari va kelgusi uchinchi ming yillikda rivojlanish dinamikasi haqidagi savollar juda muhimdir. Natijada turizm hozirda xalqaro biznesning eng jadal rivojlanayotgan turlaridan biri hisoblanadi. Tadbirkorlarning turizmga bo'lgan qiziqishi yaqqol ko'rinib turibdi va bir qancha omillar bilan izohlanadi. Birinchidan, turizm biznesini boshlash uchun ortiqcha sarmoya talab etilmaydi. Ikkinchidan, yirik, o'rta va kichik firmalar sayyohlik bozorida muvaffaqiyatli o'zaro ta'sir qiladi. Va shu bilan birga, biznesning bu turi kapitalni tezda aylantirish imkonini beradi, shuningdek (xalqaro turizm sohasida) valyuta operatsiyalari orqali ma'lum imtiyozlarni olish imkonini beradi.

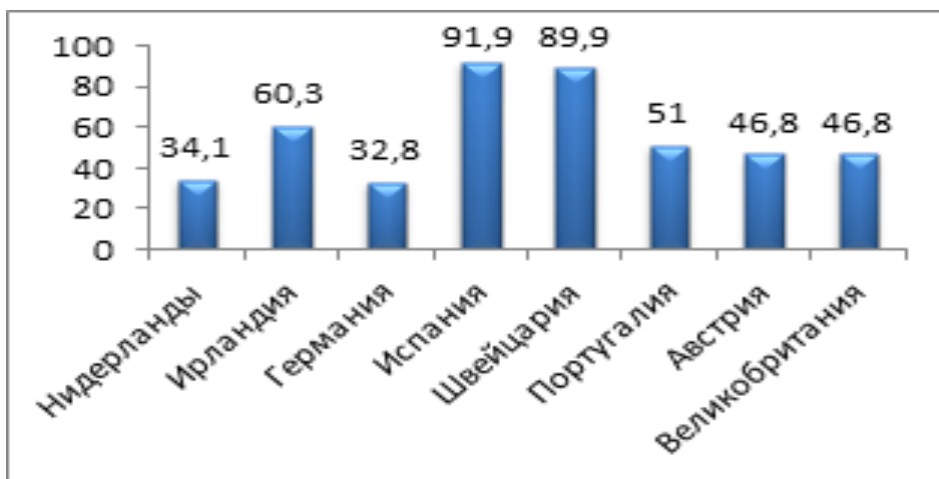
G'arbiy Yevropa, AQSh, Yaponiya va Kanadaning an'anaviy bozorlaridan Markaziy va Sharqiy Yevropa, jumladan Rossiya, Xitoy, Janubiy Koreya, Meksika va Yaqin Sharqning ayrim mamlakatlari kabi muqobil bozorlarga turizm rivojlanishining bosqichma-bosqich o'tishi kutilmoqda. (1.1-jadval. bir.).

1.1.1-jadval. Turizm hajmining dunyo mintaqalari bo'yicha taqsimlanishi (xalqaro turistlar, million kishi)

Jahon mintaqalari	Qaytish				Prognoz	
	2010	2012	2015	2019	2020	2025
Jami	327,1	457,2	565,4	667,7	1006,4	1561,1
Afrika	9,7	15,0	20,2	27,4	47,0	77,3
Amerika (Shimoliy va Janub)	64,3	92,8	108,9	130,2	190,4	282,3

Sharqiy Osiyo (Tinch okeani)	31,1	54,6	81,4	92,9	195,2	397,2
Yevropa	212,0	282,7	338,4	393,4	527,3	717,0
yaqin Sharq	7,5	9,0	12,4	18,3	35,9	68,5
Janubiy Osiyo	2,5	3,2	4,2	5,5	10,6	18,8

Jahon amaliyotida qo'llaniladigan strategiyalarning asosiy tarkibiy qismlari: global tendentsiyalar va turizm rivojlanishining multiplikativ ta'sirini hisobga olgan holda an'anaviy va istiqbolli yo'nalishlar nisbatini baholash bilan o'z bozorlarini batafsil tahlil qilish, har yili xalqaro kampaniyalarni o'tkazish. muayyan esda qolarli shiorlar, shuningdek, turizm xizmatlari iste'molchilari bilan muloqot qilishning asosiy platformasi sifatida ilg'or axborot texnologiyalaridan keng foydalanish. Turizm sohasi muvaffaqiyatli rivojlanib, mamlakatni rivojlantirishning strategik maqsadlariga erishish uchun shart-sharoitlar yaratish imkonini beruvchi asosiy elementlardan biriga aylanishi mumkin, xususan, dinamik va barqaror iqtisodiy o'sish asosida aholi farovonligini oshirish, aholi bandligini ta'minlash, ishlab chiqarish salohiyatini oshirish. ijtimoiy va ma'naviy ehtiyojlarni qondirish darajasi, davlatning kelajakdagi rivojlanishi uchun salohiyatni oshirish va xalqaro pozitsiyalarni mustahkamlash. Zamonaviy turizmning muhim tendentsiyasi butun mamlakatda turizmni rivojlantirish bo'yicha davlat siyosatining rolini oshirish, shuningdek, alohida turistik mahsulotlarni ichki va xalqaro bozorlarda maqsadli targ'ib qilishdir (1-rasm).



1-rasm. Milliy turizm tashkilotlarining reklama uchun ajratilgan byudjetlari, million evro, 2018 yil

Samarali davlat siyosatini amalga oshirish sharti bilan turizm sohasi xizmatlar sifatining o'sishini ta'minlaydi, inson kapitalini rivojlantirishni rag'batlantiradi, hayot sifatini yaxshilaydi, infratuzilmani yaratadi va takomillashtiradi.

Foydalanilgan manbalar ro'yxati

1. Азоев ГЛ. Конкуренция: Анализ, стратегия и практика. М.: ИНФРА-М, 1996.
2. Алексеев В. Практикум по маркетингу: Задачи, тесты, ситуации. М.: ИНФРА-М, 2001.
3. Амблер Т. Практический маркетинг. Издательство "Питер", 1999-400 с. (серия "Теория и практика менеджмента")
4. Андреева О. Технология бизнеса: Маркетинг: Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 1997.
5. Ассэль Г. Маркетинг: Принципы и стратегия. М.: ИНФРА-М, 2001.
6. Барышев А. Маркетинг: Учебник. М.: Академия, 2002.
7. Бейкер М. Маркетинг: Энциклопедия. СПб.: Питер, 2002.
8. Белявский И. Маркетинговое исследование: Информация, анализ, прогноз. М.: ИНФРА-М, 2001.