

## TURIZM XIZMATLAR BOZORIDA RAQOBATBARDOSHLIKNING MOHIYATI

*O`roqova Dilfuza Baxriddinova*

*Bukhara state universiteti*

*Turizm va mehmonxona xo`jail kafedrası (PhD)*

*[u.dilfuza1985@gmail.com](mailto:u.dilfuza1985@gmail.com)*

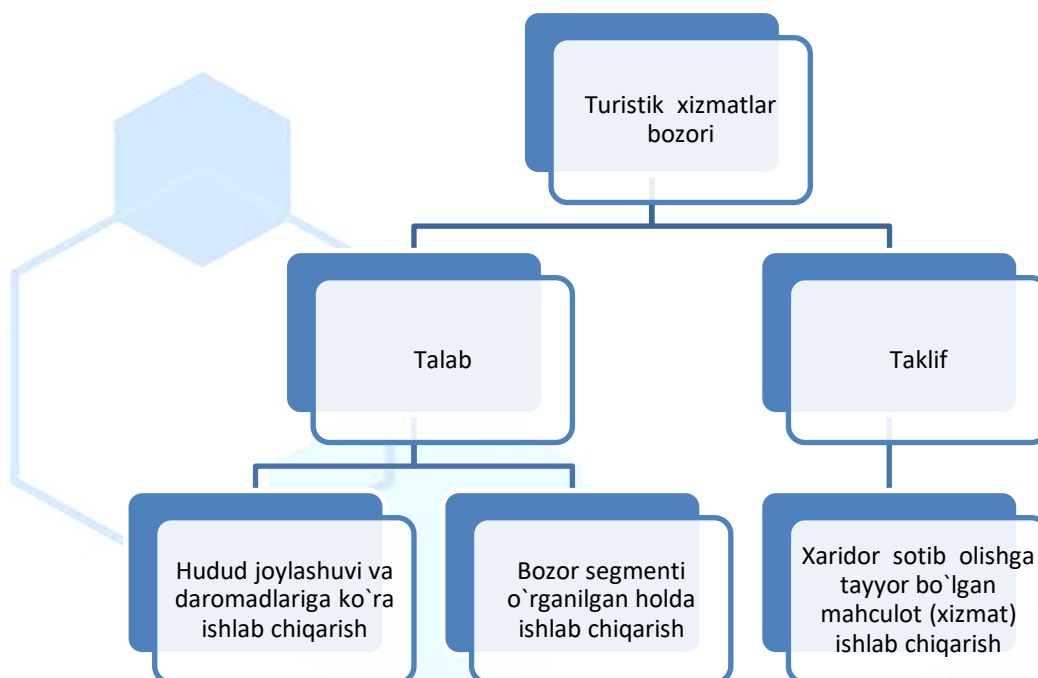
*Tel: 91-440 70 49*

### **Annotatsiya**

Maqolada turistik xizmatlarning raqobatbardoshligi ularni ta'minlaydigan tashkilotning raqobatbardosh afzalliklari bilan belgilanadi. Bu xususiyatlar asosiy turistik xizmatlarning o'ziga, shuningdek, qo'shimcha xizmatlar bilan bog'liq bo'lishi mumkin, shuningdek, xizmatlar, sotish va boshqalarni ishlab chiqarishni tashkil qilish shakllariga bog'liq bo'lishi mumkin.

**Kalit so`zlar:** turistik xizmatlar, turistik xizmat bozori, turistik taklif, Talab, bozor segmenti

Turistik xizmat bozori – turistik xizmatlarning xaridori (talabni taqdim etuvchilar) va sotuvchilarini (mahsulot bilan ta'minlovchi) birlashtiruvchi institut yoki mexanizmdir. Boshqa tovar bozorlaridan farqli o'laroq, turistik xizmat bozori o'zida tovarning sotuvchidan xaridorga ko'chishini anglatmaydi. Turistik xizmatlar bozorini tahlil qilar ekanmiz, biz ongli ravishda tadqiqotimiz sohasini turistik industriyaning birgina, biroq eng muhim segmentidagi – turistik firmalar faoliyatidagi munosabatlar bilan chegaralanamiz. Tashkilotning raqobatbardosh ustunliklarini shakllantirish u ishlayotgan bozorning xususiyatlarini bilmasdan faoliyat yuritish mumkin emas. Turizm xizmatlar bozorida xizmatlar almashinuvning asosiy qismi -bu rivojlangan turizm bozorlarida jami sotuvlarning 80 foizini tashkil qiladi. Turizm bozorining o'ziga xos xususiyatlarini aniqlashda nafaqat "turistik taklif" toifasiga, balki "turizm xizmati" kontsepsiyasiga, shuningdek, "turizm talabi" tushunchasiga ham ustuvor o'rin berilgan, uning kontsepsiyasiga turizm tashkilotlarining ehtiyojlari va istaklari qondirishni nazarda tutadigan iste'molchiga ham muhim o'rin berilishi kerak. Turistik xizmat bozori ishlash mexanizmining tushunchasiga ta'rif berish muhimdir.



**1-chizma.manba: Muallifning izlanishi**

Turistik xizmatlarning raqobatbardoshligini baholash masalasi, ichki va tashqi turizm bilan shug'ullanuvchi sayyohlik tashkilotlari uchun ayniqsa muhimdir. Bu shuningdek, ayrim tarixiy boshqaruv shartlari bilan ham oqlanadi. Agar rejalashtirilgan iqtisodiyot sharoitida turistik xizmatlar aholi ko'pchiligi uchun to'sqinlik qilmasa, ular taqdim etilayotgan xizmatlarning sifati va narxining darajasidan qat'iy nazar talabga ega bo'lib, bozor sharoitlarida chet ellik sayyohlik xizmatlariga iste'molchini tanlashning tanqisligi tufayli xizmatlar sotish bilan bog'liq muammolar mavjud edi. Sanoat nafaqat tashqi bozorda, balki ichki bozorda ham raqobatbardosh emas edi.

Turizm industriyasining raqobatbardoshligi mamlakatning turistik resurslarining yuqori darajada mavjudligini va ularni samarali ishlatish darajasini ifodalovchi, global turizm bozorining yuqori ulushini ta'minlovchi xususiyat sifatida tavsiflanadi. Turistik xizmat bozori ishlash mexanizmi deganda turistik mahsulotga, «pul–turistik maxsulot» almashinuviga, pul va turistik mahsulot oqimlariga bo'lgan talab va taklifning mutanosibligini ta'minlash uchun bajariladigan iqtisodiy amallar tizimi tushuniladi. . Mamlakatimiz iqtisodchi olimlari M.Q.Pardaev va H.N.Musaevlar xizmatlar bozorining xususiyatlarini quyidagicha ta'riflaydilar:

- yuqori dinamizm;
- hududiy bo'g'inlashtirish va lokal tavsif;
- qayta ishlab chiqish sikli tufayli kapital aylanishining yuqori tezligi;
- kichik va o'rta korxonalarining ko'pchiligi, shuningdek xizmatlarni yuklash, tushirish va taxlashning imkoniyati bo'lmaganligi tufayli ularning bozor konyukturasiga yuqori sezgirligi;

- ishlab chiqaruvchi va iste'molchi o'rtasidagi shaxsiy aloqa bilan bog'liq bo'lgan xizmat ko'rsatish jarayoning xususiyatlari;
- ko'pchilik tarmoqlardagi mahsulotning yuqori differenziyallashuvi;
- xizmatlarni ko'rsatishda ko'pchilik holatlarda natijani oldindan bilib bo'lmaslik;
- ishlab chiqaruvchi va iste'molchi o'rtasidagi axborot bo'yicha mutanosiblikning mavjud emasligi Mamlakatimizda xizmatlar sohasi uchun qulay imkoniyatlar yaratish borasidagi izchil islohotlar bugungi kunda o'z samarasini bermoqda<sup>1</sup>.

Turizm sanoati tashkilotlarining faoliyatining murakkabligi iste'molchi tomonidan sayyohlik xizmatlarining sifatini baholash juda o'rinlidir va turli omillarga bog'liq: -umumiy iqtisodiy,

- madaniy va ijtimoiy-psixologik xususiyati,
- ijtimoiy-demografik,

Turizm xizmatlari sohasidagi talabga sezilarli ta'sir ko'rsatuvchi omil bu iste'molchidir. Istemolchining ijtimoiy psixologiyasida kelib chiqqan holda , masalan, xabardorlik, ta'limning yuqori darajasi, xizmatlarning qulayligi va sifati uchun yuqori talablar, individualizm, iste'molchining fikrlash ekologizatsiyasi, harakatchanlik, dam olishda jismoniy va aqliy faoliyat, taassurotlar kaleydoskopini olish istagi ( 1.4-jadval.).

---

<sup>1</sup> H.N.Musayev va M.Q. Pardayevlar tahriri ostida “Xizmat ko'rsatish, servis va turizm sohalarini rivojlantirish” 18. Crouch, G.I. and J.R.B. Ritchie (2005). ‘Application of the Analytic Hierarchy Process to Tourism Choice and Decision Making: A Review and Illustration Applied to Destination Competitiveness’, Tourism Analysis,10(1): 17-25.

## Turistik xizmatlar iste'molchisining hatti-harakati modeli

( 1-jadval.).

Umumiqtisodiy faktorlar	Jamiyatning madaniy – ruhiyatidan kelib chiqqan holda	Demografik nuqtai nazardan	Shahsiy xususiyatlaridan kelib chiqib	Iste`molchining iste`mol davrida
Daromadli kasbda ishlasi va bo`sh vaqtning ko`pligi	-Hayotdan zavqlanish; - o`zga madaniyatlarga qiziqishi; - ekologiya tabiatga qiziqishi; - yashab turgan muhitidan boshqa muhitga o`tish; - yangi tanishlar ortirish.	Jinsi; yoshi; ma`lumoti; mutahassisligi; jamiyatda qaysi guruh azosi; oilaviy sharoiti; mulkdorligi; oila tarkibi; qaysi hududda ishlashi.	Istemolchining shaxsiy xususiyatlari; hayot tarsi; qiziqishlari va vaqti; diniy qarashlari; maqsadi va motive.	O`z ehtiyojlaridan kelib chiqqan holda sayohat; axborot izlash uchun; savdo sohasida; xarid uchun; sotib olingandan so'ng muqobilini baholash .

**Manba: ma`lumotlarga asoslanib muallif tomonida ishlab chiqildi.**

Turizm sohasining raqobatbardoshligini shakllantirish bu turistik hududlarni raqobatbardoshligi muammosi ni bir qator xorijiy o`rgangan bo`lib G.Grouch va B.Ritchie” Turistik hudud raqobatbardoshligi – tashrif buyuruvchilarga taqdim etadigan umumiy jozibadorlik va ijobiy sayohat tassurotlar potensial tashrif buyuruvchilar uchun ochiq bo`lgan ko`plab muqobil sayyohatgohlarga nisbatan teng yoki ulardan ustun bo`lishining ta`minlashidir<sup>2</sup>.

Mahsulot raqobatbardoshligining ta`rifini tahlil qilish va tadqiqot mavzusi haqidagi g'oyalarimiz sayyohlik xizmatlarining raqobatbardoshligi kontseptsiyasini tushuntirish va uning boshqa iqtisodiy toifadagi joylarini aniqlash uchun muhim ahamiyatga ega bo'lgan bir nechta nuqtalarni ta'kidlash imkonini beradi:

- sayyohlik xizmatlarining raqobatbardoshligi ularning iste'molchiga jozibadorligini anglatadi;
- turizm xizmatlarining jozibadorligi turli, ba'zida qarama-qarshi talablar majmuini qondirish darajasi bilan belgilanadi;
- talablarning tarkibi, ularning ustuvorligi ham mahsulot turiga, ham mijozlar turiga bog'liq;
- iqtisodiy toifaga kiradigan raqobatbardoshlik o'ziga xos bir bozorga va o'ziga xos analogga nisbatan qaralganda nisbatan nisbiylikga ega;

<sup>2</sup> H.N Musayevlar tahriri ostida “Xizmat ko`rsatish, servis va turizm sohalarini rivojlantirish muammolari va yechimlari. T.; 2008—47b

raqobatbardoshlik dinamik tabiatga xosdir - bozor sharoitida vaqt o'tishi bilan o'zgarishlarni hisobga olgan holda, uni faqat ma'lum bir vaqtga nisbatan hisobga olish mantiqan;

- raqobatbardoshlik muammosi, asosan, o'tish davridagi noodatsiz bo'lmagan bozorga qaratilgan;

- raqobatbardoshligi turistik xizmat turadigan hayot aylanish bosqichiga bog'liq;

- bozorning ma'lum bir bozor ulushi bo'lgan xizmatlarning raqobatbardoshligi haqida gapirish mantiqiy va raqobatbardoshlik ko'rsatkichi avvalgi davrdagi bozor ulushiga bog'liqdir.

- raqobatbardoshlik dinamik tabiatga xosdir - bozor sharoitida vaqt o'tishi bilan o'zgarishlarni hisobga olgan holda, uni faqat ma'lum bir vaqtga nisbatan hisobga olish mantiqan to'g'ri;

- raqobatbardoshligi turistik xizmat turadigan hayot aylanish bosqichiga bog'liq;

- bozorning ma'lum bir bozor ulushi bo'lgan xizmatlarning raqobatbardoshligi haqida gapirish mantiqiy va raqobatbardoshlik ko'rsatkichi avvalgi davrdagi bozor ulushiga bog'liqdir.

Turistik xizmatlarning raqobatbardoshligi ularni ta'minlaydigan tashkilotning raqobatbardosh afzalliklari bilan belgilanadi. Bu xususiyatlar asosiy turistik xizmatlarning o'ziga, shuningdek, qo'shimcha xizmatlar bilan bog'liq bo'lishi mumkin, shuningdek, xizmatlar, sotish va boshqalarni ishlab chiqarishni tashkil qilish shakllariga bog'liq bo'lishi mumkin. Raqobat afzalligi har doim ham nisbatan, chunki bu eng kuchli raqobatchilar bilan taqqoslaganda aniqlanadi.

Turistik xizmatlarning raqobatbardoshligi ularni ta'minlaydigan tashkilotning raqobatbardosh afzalliklari bilan belgilanadi. Bu xususiyatlar asosiy turistik xizmatlarning o'ziga, shuningdek, qo'shimcha xizmatlar bilan bog'liq bo'lishi mumkin, shuningdek, xizmatlar, sotish va boshqalarni ishlab chiqarishni tashkil qilish shakllariga bog'liq bo'lishi mumkin. Raqobat afzalligi har doim ham nisbatan, chunki bu eng kuchli raqobatchilar bilan taqqoslaganda aniqlanadi. Ta'kidlash joizki, turizmni rivojlantirishga ta'sir qiluvchi barcha omillar orasida shaxsiy va xulq-atvor omillari zamonaviy dunyoda etakchi rol o'ynaydi, ular iste'molchilarning sayohat qilish istagini ta'minlaydigan motivlardan iborat bo'lib, sayyohning talablariga javob beradi. Turistik xizmatlar bozorini shakllantirishda psixologik omillarning rolini tahlil qilib, faqat bir nechta sayyohlar ilgari bo'lgan joylarga, iqtisodiy, terapevtik va profilaktik yoki hissiy motivlar mavjudligidan tashqari, yana qaytib kelishlari isbotlangan.

Turizm iqtisodiyotning ustuvor yonalishlaridan biri ekan, uning salohiyatini oshirishga etibor qaratish, jadal rivojlantirish uchun qulay iqtisodiy va tashkiliy-huquqiy shart-sharoitlar yaratish bo'yicha yagona davlat siyosatini yuritilishiga yonaltirilgan yaxlit konsepsiya shakllantirilishi hamda amalga oshirilishini taminlash lozim.

**Asosiy adabiyotlar ro'yxati**

1. H.N.Musayev va M.Q. Pardayevlar tahriri ostida “Xizmat ko`rsatish, servis va turizm sohalarini rivojlantirish”
2. Crouch, G.I. and J.R.B. Ritchie (2005). ‘Application of the Analytic Hierarchy Process to Tourism Choice and Decision Making: A Review and Illustration Applied to Destination Competitiveness’, *Tourism Analysis*,10(1): 17-25.
3. H.N Musayevlar tahriri ostida “Xizmat ko`rsatish, servis va turizm sohalarini rivojlantirish muammolari va yechimlari. T.; 2008—47b

**Qo`shimcha adabiyotlar**

4. O`roqova D.B, Qodirov A. Kichik biznesda innovatsion faoliyat va uni rivojlantirish masalalari// *Biznes-ekspert jurnali* 2020 1(145)-son, -B. 66-69.
5. O`roqova D.B. Problems and prospects of development of ecological tourism in Uzbekistan// *Trans Asian journal of marketing & management research(tajmmr) impact* aprel spl issue 2020, factor:sjif2020=7.209
7. Урокова, Д. Б., & Голипов, М. У. У. (2020). Факторы, влияющие на развитие туризма в Узбекистане. *Достижения науки и образования*, (3 (57)), 21-23.
8. Fatilloeyvna, R. G., & Bahridinovna, U. D. (2021). THE ECONOMIC IMPORTANCE OF NATIONAL CRAFTS IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM. *Academy*, (1 (64)), 52-54.
9. Ўрокова Д.Б., Тиллаев К.Н. Использование маркетинговых стратегий при продаже туристических услуг// Бухоро ислом маданиятини модернизациялаш ва туризмни барқарор ривожлантириш истикболлари конференция мақолалар тўплами. 2020 йил 22 феврал -Бухоро. –Б.697-699.
10. Ўрокова Д.Б. Хизматлар соҳасини ривожлантиришга қаратилган назарий қарашлар эволюцияси//*International Journal of Philosophical Studies and Social Science* электрон журнали “Янги Ўзбекистонда миллий тараққиёт ва инновациялар” мавзусидаги Республика миқёсида ўтказиладиган кўп тармоқли илмий масофавий онлайн конференция 2021 йил 1-октябрь.
11. O`roqova D.B. The economic importance of national crafts in the development of tourism// <https://academicjournal.ru/images/pdf/2020/64/the-economic-importance-of-n.pdf>
12. Ўрокова Д.Б. Туризм хизматлари рақобатбардошлигини ошириш йўллари. Монография.- Б.: Дурдона, 2020.-140 б.
13. O`roqova D.B., Tojjeva M.V. Mehmonxonalarda innovatsion faoliyat funksiyalaridan samarali foydalanish yo'llari// *Pandemiyadan keyingi davrda turizmni barqaror rivojlantirishning istiqbolli yo'nalishlari* Respublika ilmiy-amaliy anjumani Materiallari 2021 yil 5-6 oktabr.
14. Sayfullayeva, M. S. (2022). Directions for the Practice of Sustainable Tourism for Ecotourism Destinations in Uzbekistan. *American Journal of Economics and Business Management*, 5(12), 98-109.
15. Тойирова, С. А. (2021). ОСНОВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА В СЕКТОРЕ ТУРИЗМА. In *АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ* (pp. 277-287).
16. Dushanova, Y. F., Salimova, S. F., & Tulkinovna, M. R. (2022). Prospects for the Development of Tourism Infrastructure in Uzbekistan. *American Journal of Economics and Business Management*, 5(12), 41-48.