

ТУРИЗМ СОҲАСИДА ТАЛАБНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ВА СОТИШНИ РАҒБАТЛАНТИРИШ

У.Х.Қаландаров – СамИСИ катта ўқитувчиси.

И.Ҳ.Ибрагимов-СамИСИ катта ўқитувчиси, и.ф.н.

Аннотация: Ушбу мақола меҳмонхона хўжаликлари корхоналарида хизматлар рақобатбардошлигини баҳолаш муаммоларини ёритишга қаратилган бўлиб, унда сифат – объект рақобатбардошлигининг муҳим омили сифатида олиб қаралган. Мақолада меҳмонхона корхоналарида хизматлар рақобатбардошлигини баҳолашнинг эксперт, омилли ва параметрик усуллардан фойдаланилган ва талабларни шакллантириш, ҳамда сотиш масалалари кўриб чиқилган.

Калит сўзлар: Сифатни таъминлаш, рағбатлантириш, сотиш, хизмат кўрсатиш, сифат тизими, усуллар мажмуаси, корреляцион таҳлил, сифатнинг техник ва функционал қиймати, “кирувчи”, “чиқувчи” “умумий” ва “хусусий” омиллар, хизмат кўрсатиш сифати, доимийлик, ишончлилик, аниқлилик, таниқлилик, ахборот узатиш тезлиги, нарх ва сифат мувофиқлиги.

Миллий меҳмонхона корхоналари ўзида бозор муносабатларини тўлиқ ўзлаштирган ҳолда изчил ривожланиш даврида фаолият олиб боришмоқда. Рақобатнинг бозор механизми сифатидаги кескин таъсири меҳмонхона корхоналари олдида замонавий маркетинг арсеналлари билан қуролланган бошқарув тизимини яратишни тақозо этмоқда.

Шунга кўра, маркетингнинг бугунги кундаги такомиллашуви замирида миқдорий таҳлил усулларини мунтазам амалиётга жорий этиб бориш заруратини илгари сурмоқда.

Туризм соҳасида маркетинг тизимининг олдида турган долзарб йўналишлардан бири - меҳмонхона корхоналарининг муҳим кўрсаткичи ҳисобланган яъни, уларнинг рақобатбардошлик кўрсаткичини (уни белгиловчи асосий параметрларини) аниқлаш муаммосидир.

Меҳмонхона корхоналарининг келгусидаги ривожланиши қўйидаги амалларга боғлиқ бўлади:

- маҳсулот ва хизматларни ишлаб чиқариш ҳамда сотиш учун зарур бўлган шароитларни таъминловчи, маркетинг асосида менежментни самарали ташкил этиш;

- корхона фаолиятининг рақобатбардошлигини ҳамда даромадни таъминловчи самарали сифат тизимини ўрнатиш.

Меҳмонхона корхоналарида хизматларни таклиф этишнинг бир қатор муҳим томонлари мавжуд:

Биринчидан, хизматни олди – сотди жараёнида истеъмолчи бевосита иштирок этади, яъни моддий товар ишлаб чиқариш соҳасидан кўра, ишлаб чиқарувчи билан яқиндан ўзаро муомалада бўлади.

Иккинчидан, истеъмолчининг талаб ва эҳтиёжларидан келиб чиқиб, меҳнат ута индивидуаллашган бўлади.

Учинчидан, хизматларни таклиф этишда меҳнат сарфи моддий товар ишлаб чиқаришдаги юқори малакалари кул меҳнатига тенглаштириш мумкин.

Ушбу хизматларнинг бозор объекти сифатида таъкидланган уч жихати унинг самарадорлигини ҳамда фаолият рақобатбардошлигини таъминлашда корхонани бошқариш жараёнининг мураккаб кечишини эътироф этади. Ҳақиқатан, харидор билан сотувчи ўртасидаги алоқалар даражаси қанча юқори бўлса, меҳнатнинг индивидуаллашиш даражаси ҳам шунча юқори бўлади, жараён қанчалик меҳнатталаб бўлса, юқори даражадаги сифат ва иқтисодий самарадорликка эришиш шунчалик қийин кечади.

Шундай бўлсада, бундай шароитда фаолият юритаётган меҳмондўстлик индустрияси корхоналарининг хизматлар силжитиш самарадорлигини аниқлашда бир қатор усуллар қўлланилиб келинмоқда. Шундай усуллардан бири - хизмат кўрсатиш рақобатбардошлигини сифат тизими асосида оширишга қаратилган усуллар мажмуасидир.

Бугунги кунда меҳмонхоналар раҳбарлари меҳмонхона қувватларидан фойдаланишни ҳамда рентабеллик даражасини оширишда сифатни бошқариш тизимини комплекс жорий этиш зарурлигини тушуниб етмоқдалар.

Шу билан бирга, хизматлар яратиш ва уни бозорда силжитишда меҳмонхоналардаги биргина техник шароитларнинг мавжудлиги (хоналарнинг шинамлиги, маиший хоналар, юқори технологик жиҳозлар) сервис сифати ва мутатдил фойдани кафолатлай олмаслигини тажрибалар кўрсатиб турибди.

Демак, бугунги кунда сифат муаммосини ҳал этиш, унинг нархни оптимал ўрнатишда ва рақобатбардошлигини оширишда меҳмонхона корхонаси бизнес фаолиятининг муҳим соҳаси сифатида қаралишини талаб этади.

Сифатни таъминлаш деганда истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини улар кўтганидан ҳам тўлароқ қондира олишга қодир бўла оладиган даражадаги меҳмонхона товар ва хизматларнинг тавсифи ҳамда хоссаларини шакллантириш тушунилади.

Шунинг учун меҳмонхона жамоасининг асосий мақсади улар томонидан таклиф этилаётган хизматлар даражасини юқори савияда ташкил этиш орқали мижозлар эҳтиёжини максимал қондиришга эришишдир.

Бизнес – таҳлили амалиётида кўп ҳолларда изланаётган омилларнинг ўзаро таъсирлари даражасини аниқлаш талаб этилади. Ушбу мақсадда кулланиладиган усуллардан бири корреляцион таҳлил ҳисобланади.

Корреляцион таҳлил ўзгарувчан белгилар ўртасидаги алоқаларнинг зичлигини ўлчаш, натижавий белгиларга кўпроқ тасир кўрсатувчи омилларни баҳолаш ҳамда мавҳум таъсирлар боғлиқлигини аниқлашда, боғланиш шакллари ўрнатишда, регрессия функцияларини аниқлашда фойдаланиш билан бир қаторда ўлчовга эга бўлмаган кўринишдаги иккита туркум кўрсаткичларнинг ўзаро боғлиқлигини миқдорий баҳолаш учун ҳам қўлланилади. [2, 3]

Мазкур мақолада таҳлилнинг ўлчами мавҳум бўлган иккита туркум кўрсаткичларнинг ўзаро боғлиқлигини миқдорий баҳолаш усули асосида хўжалик субъектининг рақобатбардошлигини аниқлаш масаласи амалий жиҳатдан кўриб чиқилган.

Шунга мувофиқ, қўйида муайян ҳудудий туристик марказда меҳмонхона хизматлари билан шуғулланаётган ва ўзаро рақобатда бўлган бир типли “А,Б,В,Г” меҳмонхона корхоналарининг туркум параметрларини таққослаш орқали рақобат устунлигини аниқлаш масаласи кўриб чиқилади.

Бунинг учун маълум амаллар асосида экспертлар гуруҳи танланиб, ҳисоб-китоблар ўтказилгандан сўнг (10 баллик тизимда) унинг натижаларига кўра корреляцион текширув амаллари бажарилади.

Дастлабки босқичда меҳмонхона хизматлари сифатига таъсир этувчи омиллар экспертлар томонидан баҳоланади ва танланади. Жаҳон амалиётида хизматлар сифат даражасини аниқлашда параметрлар таркибини “кирувчи ёки “чиқувчи”, баъзи адабиётларда “умумий” ёки “хусусий” параметрларга ажратиб ўрганилади.

Шунга мувофиқ экспертлар эътиборига меҳмонхона сервис сифатини эътироф этувчи куйидаги параметрлар тавсифи 1-жадвалда келтирилган.

1-жадвал

Экспертларга баҳолаш учун тақдим этилган параметрлар тавсифи

Умумий мезонлар	Мазмуни	Вазни
Меҳмонхона сайти, On-line брон қилиш	Сайтнинг тезлиги, тизимининг мавжудлиги ва тўлиқлиги, меҳмонхона хизматлари тўғрисида маълумот олиш имконияти, туристлар ҳаракатланиши учун восита ва маршрутлар тўғрисидаги маълумотларнинг кенглиги	13

Меҳмонхонанинг таниқлилиги ва ишончилиги	Меҳмонхона нуфузи, унинг бозордаги ўрнига эга эканлиги, қатор йиллар давомида брендининг машҳурлиги	15
Персонал ишининг сифати	Меҳмонхона ходимларининг касбий малакаси, раҳбарлар этикаси, ҳар қандай сўровларга тезкор жавоб қайтара олишлиги	5
Меҳнатга ҳақ тўлаш тизими, иш юритиш шароитлари, рағбатлантириш тизими	Ўз вақтида ахборот алмашинув шароитлари, меҳнатга ҳақ тўлаш ва рағбатлантиришнинг олдиндан белгиланганли	17
Хусусий мезонлар	Мазмуни	Вазни
Сервис сифат даражаси	Хизматларни тақдим этишда белгиланган муддатларга риоя этилиши, тақдим этишнинг тезлиги	35
Доимийлик	Меҳмонхона сервисининг такрорланиши, нарха ва сифатга боғлиқ ҳолда истеъмолчилар томонидан такрорий харидларнинг амалга оширилиши	25
Ишончилилик	Меҳмонхонанинг техник ва технологик жиҳатдан жиҳозланганлиги, хизмат кўрсатишнинг юқори даражаси	20
Аниқлилик (таниқлилик)	Меҳмонхона нуфузи, унинг бозордаги ўрнига эга эканлиги, қатор йиллар давомида брендининг машҳурлиги	15
Сервис ва ахборот олиш жадаллиги	Меҳмонхона хизматлари тўғрисида маълумот олиш имкониятининг тезлиги	5

Дастлабки эксперт гуруҳи орқали ўтказилган амаллар натижасига кўра олинган маълумотлар 2-жадвалда келтирилган.

Умумий ҳолда корреляция коэффиценти қуйидаги формула билан ҳисобланади (Пирсон критерияси): [1]

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum X)^2] - [n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

бунда X, Y – жуфт корреляция коэффицентлари,

n –массив узунлиги,

r –корреляция коэффиценти.

**Рақобатчи меҳмонхоналар рақобатбардошлигини белгиловчи
омилларининг эксперт баҳоси**

Рақобат	Сифат кўрсаткичлари						
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
	Сервис сифат даражаси	Доимийлик	Ишончлилик	Аниқлик	Сервис ва ахборот олиш жадаллиги	Базавий нарх, \$	Бозо улуши, %
А рақиб	6	6	5	5	2	290	27
Б рақиб	5	6	3	3	5	210	45
В рақиб	4	3	2	5	5	150	20
Г рақиб	6	4	5	1	5	220	8

Корреляцион таҳлил натижаларини яхлит ҳолда қуйидаги жадвалда келтирилган. Корреляцион таҳлил ўтказиш жараёнида нафақат корреляция коэффициентини қўллаш, балки илмий асослаш мумкин бўлади.

Рақиб меҳмонхоналар рақобатбардошлигини баҳолаш

Ахамиятлилик даражаси %	Сифат кўрсаткичлари	А рақиб	Б рақиб	В рақиб	Г рақиб
35	Сервис сифати даражаси	6	5	4	6
25	Доимийлик	6	6	3	4
20	Ишончлилик	5	3	2	5
15	Аниқлилик	5	3	5	1
5	Сервис ва ахборот олиш жадаллиги	2	5	5	5
	Ўртача вазн баҳоси	5,5	4,6	3,7	4,3
	Ҳақиқий нарх ш.б	290	210	150	220
	Бозордаги улуш %	27	45	20	8

Қуйидаги жадвалда хизмат кўрсатиш сифати, доимийлик, ишончлилик, хақиқий нарх, бозордаги улуш каби тадқиқ қилинаётган омилларнинг корреляция жуфтлиги коэффициентлари келтирилган.

4-жадвал

Корреляция жуфтлиги коэффициентлари

Кўрсаткичлар	Сервис сифат даражаси	Доимийлик	Ишончлилик	Аниқлилик	Сервис ва ахборот олиш	Хақиқий нарх \$	Бозордаги улуши %
Сервис сифат даражаси	1,00	<u>0,53</u>	<u>0,93</u>	-0,42	-0,55	<u>0,88</u>	-0,21
Доимийлик	<u>0,52</u>	1,00	0,41	0,06	-0,56	<u>0,76</u>	<u>0,70</u>
Ишончлилик	0,99	0,41	1,00	-0,41	-0,56	<u>0,84</u>	-0,36
Аниқлилик	-0,45	0,06	-0,41	1,00	-0,52	0,02	0,32
Сервис ва ахборот олиш жадаллиги	-0,52	-0,56	-0,56	-0,52	1,00	-0,84	-0,09
Хақиқий нарх, \$	<u>0,86</u>	<u>0,76</u>	<u>0,84</u>	0,02	-0,84	1,00	0,11
Бозордаги улуши, %	-0,23	<u>0,70</u>	-0,36	0,32	-0,09	0,11	1,00

Жадвалда белгиланган рақамлар жуфтлиги таҳлил қилинаётган омиллар билан сезиларли боғлиқлик мавжудлигини англатади. Бундай ҳолларда корреляция коэффициенти қиймати (0,5 – 1) ораликда бўлади. Агарда ушбу коэффициент 0,5 дан кичик бўлса жуфт белгилар ўртасидаги боғлиқлик кучсиз бўлади, «манфий» ишора омиллар ўртасида тескари боғлиқлик мавжудлигини англатади. Яъни бир омил қийматининг ортиши иккинчисининг камайишига олиб келади.

Юқорида таъкидланганидек, рақобатбардошликнинг белгиловчи омилларни таҳлил этишда уларни шартли равишда «кирувчи» ва «чиқувчи» омилларга ажратиб ўрганиш мақсадга мувофиқ бўлади. «Кирувчи» ёки “хусусий” омилларга қуйидагилар тегишли бўлади: хизмат кўрсатиш сифати, доимийлик, ишончлилик, аниқлилик(таниқлилик), ахборот узатиш тезлиги, нарх. Бу омиллар меҳмонхонанинг бошқарув тузилмалари билан тўғридан - тўғри бошқарилади.

Ушбу кўрсаткичлар ичида бозор улуши натижавий кўрсаткич бўлиб, «чиқувчи» параметр ҳисобланади. Меҳмонхона бошқарув органи бозор улушининг нарх ва сифатга боғлиқ бўлганлиги боис уни бевосита

ўзгартира олмайди. Бироқ, амалиёт шуни кўрсатадики, хизмат кўрсатиш сифатининг ортиши, нархнинг пасайиши каби «кирувчи» омилларни яхшилашга қаратилган тадбирлар «чиқувчи» омиллар ҳисобланган бозор улушининг ўсишини рағбатлантиради.

Рақобатбардошлик омилларининг корреляцион таҳлили «А» ва «Г» меҳмонхоналар учун қуйидаги хулосаларни олишга имкон берди:

1. Айнан бир танлаб олинган омилнинг натижага таъсири(бизнинг мисолимизда бозор улуши) 1-жадвалга кўра сезиларсиз экан. Кўпгина кўрсаткичлар учун корреляция коэффиценти қиймати 0,5 кичик бўлиб уларнинг бозор улушига таъсири кучсиз эканлигидан далолат беради.

2. Бозор улушига сезиларги таъсир кўрсатадиган омил доимийлик бўлиб, унинг корреляция коэффиценти 0,7 яъни функционал боғланишга яқин. Шундай қилиб меҳмонхоналарнинг бозордаги мувофаққияти кўп жихатдан уларнинг доимийлиги – истеъмолчиларнинг ишончини ҳар қандай вазиятда оқлашига боғлиқ.

3. Доимийлик ўз навбатида нарх ва хизмат кўрсатиш сифати балан боғлиқ бўлиб жадвалнинг «доимийлик» устунида мос равишда 0,76 ва 0,52 га тенг. Бошқача сўз билан айтганда истеъмолчиларнинг кутиши нарх ва хизмат кўрсатиш сифати нуқтаи-назаридан доимо оқланиши керак. Хизмат кўрсатиш сифати рақобатбардошлик тизимида ҳал этувчи қийматга эга. Бироқ, ушбу мисолимизда харид жараёнида қарор қабул қилишни белгилаб берувчи асосий омил сифатида нарх доминант белги бўлиб қолмоқда. ($r=0,76$). Агарда нарх ва хизмат кўрсатиш сифати истеъмолчиларнинг кутишини оқласа, уларнинг такрор харид қилишларини рағбатлантиради. Ўз навбатида истеъмолчиларнинг такрор харид қилиши сотиш хажмини оширади ва бозордаги улуши ортиб боради..

4. Нарх хизмат кўрсатиш сифати, доимийлиги, ишончилиги(таниқлилиги) каби омиллар билан узвий боғлиқ (мос равишда $r=0,87$; 0,79; 0,83). Нарх истеъмолчилар томонидан кутилган қийматни ҳамда меҳмонхона хизматининг ишончилигини доимо оқлаши керак.

5. Хизмат кўрсатиш сифати ва ишончилилик омиллари ўртасида боғлиқлик кучли бўлиб функционал боғлиқликка яқин ($r=0,93$) ҳолда, меҳмонхона тизими ва унинг барча хизмат кўрсатувчи тузилмаларини қамраб олади. Ишончилилик ўз навбатида бизнинг мисолимизда кўзда тутилмаган ишлаб чиқариш ва технологик омиллар, меҳмонхоналарнинг бино, жиҳоз ва иншоотларининг техник ҳолатига ҳам боғлиқ.

Шундай қилиб, сервис сифатининг доимийлик ва ишончилилик параметрларининг жуфтлиги меҳмонхона корхоналарининг бозор улушининг кенгайишига шунингдек, улар рақобатбардошлигининг ошишига ҳамда нархнинг оптимал шаклланишига сезиларли равишда таъсир этади.

Сифатнинг доимийлик даражасини барқарор таъминлаш асосида миждозлар сонидан қатъий назар, улар билан бўладиган бевосита хизматлар жараёнидаги мулоқат алоқаларини тўғри ташкил этиш ётади.

Хизматлар сифатини таъминлаш муаммосини кўриб чиқишда унинг техник томонларини аниқлаш билан бирга сифатнинг функционал жиҳатларини ўзаро боғлиқликда ва яхлитликда қараш мақсадга мувофиқ бўлади. Сифатни баҳолаш мезони бўлиб, кутилган ва реал тақдим этилган хизматни таққослаш ҳисобланади. Агар тақдим этилган хизматнинг сифат даражаси кутилгандан ортиқ бўлса ёки кутилганликка мувофиқ бўлса эҳтиёж қондирилган ҳисобланади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Басовский Л.Е., Протасьев В.Б. Управление качеством: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2010. 65-69 ст.
2. Пардаев М.Қ. Функционал қиймат таҳлилинн такомиллаштириш йўналишлари. Монография. Т.:фан ва технология, 2013 й. 38-47 б.
3. Справочник по функционально-стоимостному анализу /П.П.Ковалев, Н.К.Моисеева, В.А. Сысун и др.; под ред. М.Г.Карпунина, Б.И.Майданчика.- М.: Финансы и статистика, 2012. 18-23ст.
4. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебник. – 6-е изд., испр и доп. М.: Дело, 2013. 71-73б.