

5-MAVZU

Turistik mahsulot va xizmatlarnining o'ziga xos
xususiyatlari

Reja:



5.1. Turistik xizmatlar sifatini takomillashtirishda marketing tadbirlarini amalga oshirish.

5.2. Marketing tadqiqotlari orqali turistik xizmatlar sifatini oshirish yo'llari.

5.3. Turistik mahsulotlar bilan turistik yarmarkalarda qatnashish.

Turistik xizmatlar sifatini takomillashtirishda marketing tadbirlarini amalga oshirish

Xozirgi jahon moliyaviy-iqtisodiy inqiroz sharoitida yangi iqtisodiy mexanizm tashkil qilish va quyidagi aniq tadbirlarni amalga oshirishni talab qiladi:

Importni kamaytirish;

milliy
xunarmandchilik
bo'yicha kichik
korxonalar ochish;

turistlar bo'sh
vaqtini o'tkazishi
uchun ko'ngil
ochar markazlar;

davomi

reklama (e'lon qilish) faoliyatini kengaytirish ;

suvenir mahsulotlari, sport inventarlari;

turizm iqtisodiga kapital qo'yilmalarni jalb qilish uchun soliq tartibi;

turizm sohasidagi korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyatini erkinlashtirish yo'li;

mavjud material – texnik bazani rekonstruksiyalash;

Iqtisodiy imtiyozlarga moliyalashtirish va kreditlash.

Turistik xizmatlar sifatini takomillashtirishda qo'shimcha tadbirlarini amalga oshirish

Qo'shimcha daromad solig'iga berilgan imtiyozni hisobga olib, ularni turxujalikdagi qo'shimcha xizmatlarga sarflash taklif etiladi.

Turizm rivoji uchun ishlab chiqarish, qurilish va boshqa boylik manbalarini birinchi navbatda berilishini yo'lga qo'yish.

Qurilish uchun eng kam foizli (yiliga 20%) ko'p muddatli kreditlar ajratish.

Turizm sohasini yer, mulk va transport solig'idan ozod qilish.

Davlat byudjeti hisobidan Oliy va Xalq ta'limi vazirligi yoki «O'zbekturizm» MK qoshida oliy va o'rta maxsus ma'lumotli mutaxassislar tayyorlanadigan insitutlarni tashkil etish.

davomi

6.Davlat byudjeti hisobidan e'lon (reklama) bo'yicha marketing tadbirlari, turmahsulot ko'rgasmasi , ilmiy-tadqiqot ishlari, ilmiy anjumanlar o'tkazish.

7.Agar turistlar turfirmalardan qo'shimcha xizmatlar sotib oladigan bo'lsa, ularga aviabilet uchun 50% temir yo'l chiptalari uchun 30 % va avtobus chiptalariga 25 % chegirma berish.

8.Faoliyatga ruxsat olgandan keyin «O'zbekturizm» korxonalarida qatorida xususiy va nodavlat korxonalariga imtiyozlar berish.

9.Turistlarga turli xizmatlar ko'rsatish uylariga, profilaktoriy va sanatoriylarga soliq imtiyozi berish.

10.Ketayotgan turistlarni viza va bojxona to'lovlari hamda mamlakat ichidagi to'lovlardan ozod etish.

Quyidagi tadbirlarni alohida ko'rsatib o'tish kerak:

1. Damiy harakatdagi Toshkent-Samarkand, Buxoro-Toshkent turpoezdini qayta tiklash. Xaftada ikki marta Sayohat tashkil qilish maqsadga muvofiq: juma, seshanba.



2. Dam olish kunlari uchun marshrutlar ishlab chiqish: Kumushkon, CHimyon, YAngiobod, SHoximardon, Zomin va boshqalar.



3. Yoshlar uchun maxsus «YOshTur»lar tashkil qilish, yoshlar startlari, festivallari, konsert va sport tadbirlari uyushtirish.



4. Aloxida qizikishga ega bo'lgan va ishchi axoliga foydali kasaba uyushmalari turlarini tashkil etish.



5. Yozgi mavsum va mexnatkashlarning ta'tilini hisobga olib, dam olish va da'volash dasturini ishlab chiqish lozim.



6. Respublika «Ta'limiy mexnat» markazini ochish, o'qitish, malaka oshirish, yangi uslublar va boshqalar.

davomi

7. O'zbekiston bo'ylab O'zbekiston diniy qo'mitasi yordamida diniy tur tashkil etish.

8. Sport turizmiga qiziquvchilar uchun sport qo'mitasi yordamida «sport-tur» uyushtirish.

9. Mutaxassislar orasidan tur- operatorlar kengashini tuzish va oyda 2 marta ichki va xalqaro turizmning muommolarini xal qilish.

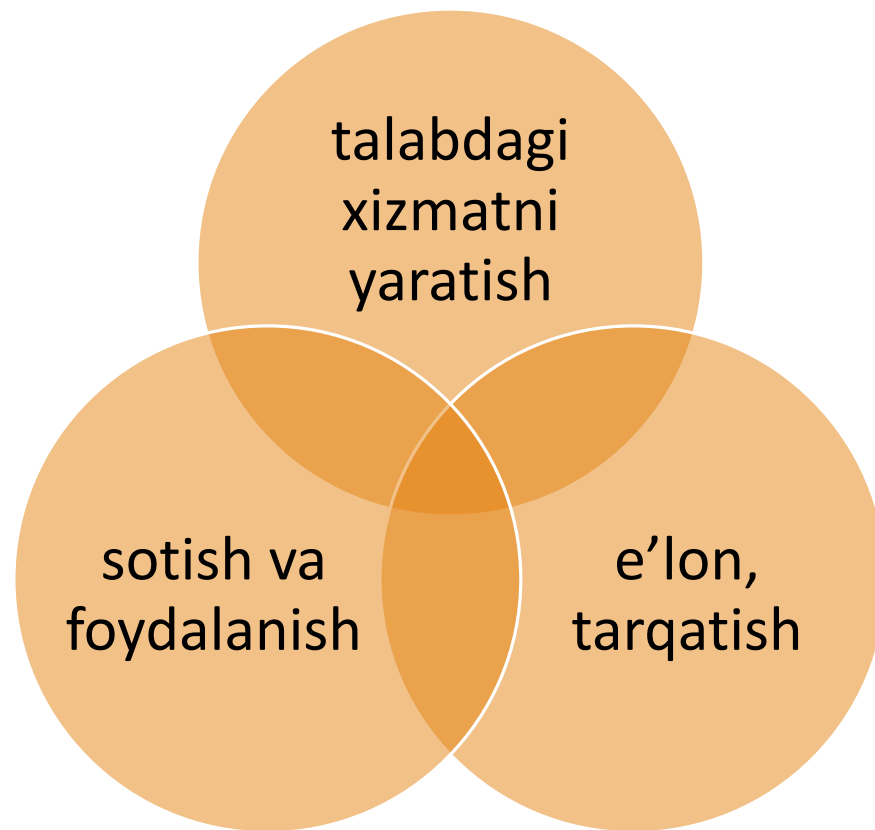
10. Respublika ichida zarur mintaqaviy bunday tashkilotlar tuzish kerak.

11. Yirik shaharlarda barcha firmalarning turmahsulotlarini sotadigan markazlashtirilgan turfirmalar tuzish.

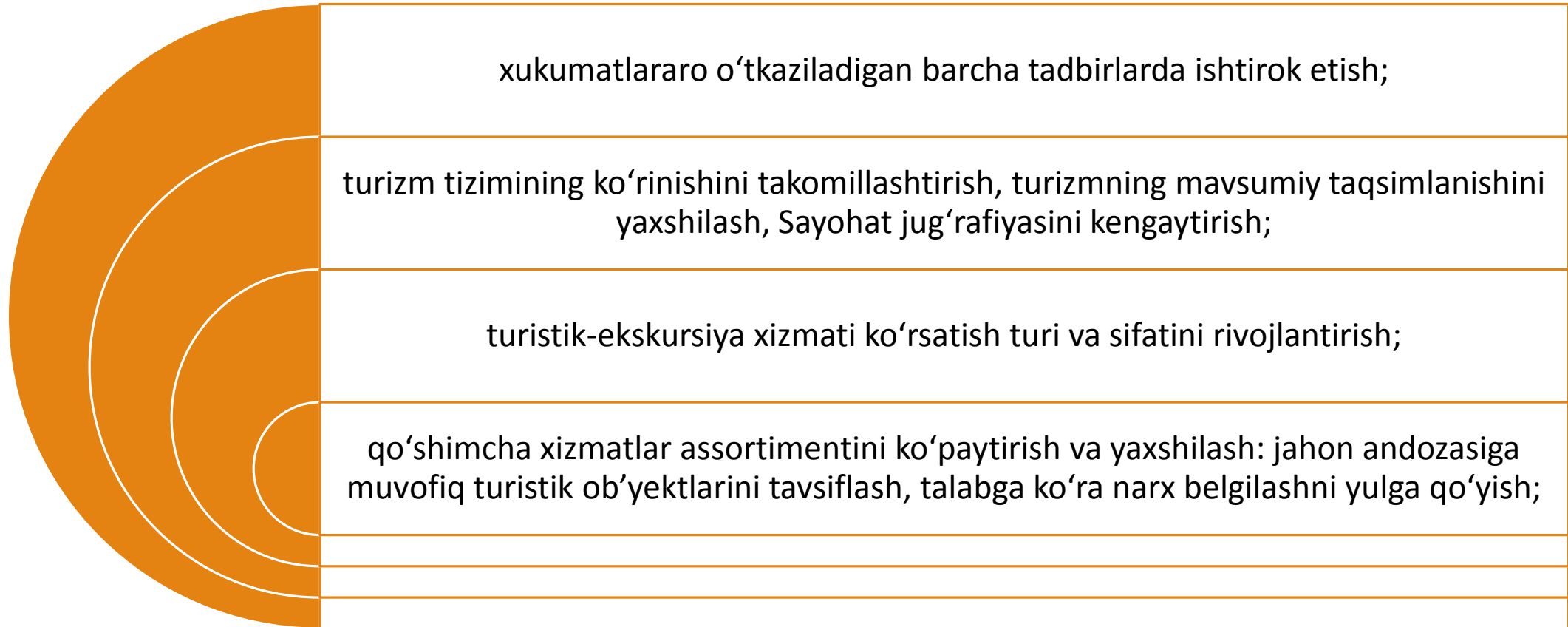
12. 10-12 shaharda o'zbek, rus va ingliz tillarida xizmat ko'rsatadigan ekskursiya byuolarini tashkillashtirish.

13. O'qitish, ishga joylashtirish bilan shug'ullanuvchi maxsus to'rtashkilotlar tuzish.

Turistik xizmat marketingi turli xizmat ko'rsatishni tashkil qilishdan ularni bozorda sotishgacha bo'lgan jarayonni o'z ichiga oladi:



Marketing-turist xizmatlarni takomillashtirishning quyidagi chora-tadbirlari



davomi

maishiy xizmat va aloqa vositalarini yaxshilash;
tashkilotlarning reklama-axborotini rivojlantirish va turistik tarmoqqa xizmat ko'rsatish;



kadrlar tuzish va qayta tayyorlash tizimini takomillashtirish, xodimlarning chet elda, chet el o'kuv yurtlari va firmalarida amaliyot o'tashini ta'minlash;



turizmning tarixiy-madaniy va rivojlanish potensialini o'rganish, uni ximoya qilish, qayta tiklash, targ'ibot va foydalanishni yo'lga qo'yish;



Toshkent,
Samarqand,
Buxoro va Xivada turmahsulotni sotish va e'lon qilish.

Marketing tadbirlarini xorijiy va mahalliy turistlar tarmogʻi

Million dollar
valyuta, 2
mingga yaqin
jahon
andozasidagi (3-
4 yulduzli)
mehmonxonadag
i oʻrin

Turizm
sohasidagi
tashkilotlarning
yaxshi moliyaviy
holati

Korxonalar, firma,
kompaniyalar
sonini oshirish
orqali raqobatli
muhit barpo
qilish

Tarixiy va
meʼmorchilik
yodgorliklarni
taʼmirlash

Turizmdan
keladigan
valyuta
tushumini
hisoblash va
undan
foydalanish
mexanizmi

Xalqaro turistlarning talabini baholash ko'pgina mamlakatlarda quyidagicha ifodalanadi:

toza, qulay va shinam xonalarda uxlash, toza vannalarda cho'milish;

turistik ob'yektlarning go'zalligidan baxra olish;

xalqlarning tarixi, arxitekturasi, madaniyat va san'atini o'rganish;

faol xordiq olish-konkida uchish, baliq ovi, otda sayr qilish va x.k.;

mamlakatda ishlab chiqilgan, milliy va xalk iste'moli mollarini harid qilish;

teatr, bar va klublarga borib, dam olishni ko'ngilli o'tkazish;

o'z xavfsizligini sezgan holda qo'rkmay sayyoxat qilish;

hamma joyda turistlarni tabassum bilan kutib olish va yaxshi xizmat ko'rsatish;

milliy taomlar va ichimliklar iste'mol qilish

Mamlakatimizdagi turistik ob'yektlar quyidagi normalarga javob berish muhimdir:

nomlar asosiy tillarda (o'zbek, rus, ingliz, fransuz) yozilgan bo'lishi;

turistlarga ko'rsatadigan darajada yaxshi xolatda bo'lishi, ya'ni ta'minlangan, toza, xush yoqadigan bo'lishi;

boshlanishidan oxirigacha bo'limlar bo'yicha ko'rsatmalarning mavjudligi;

turistlarga ko'rsatish ob'yektlari xaqida ta'sirli va ishonchli ma'lumotlar berish;

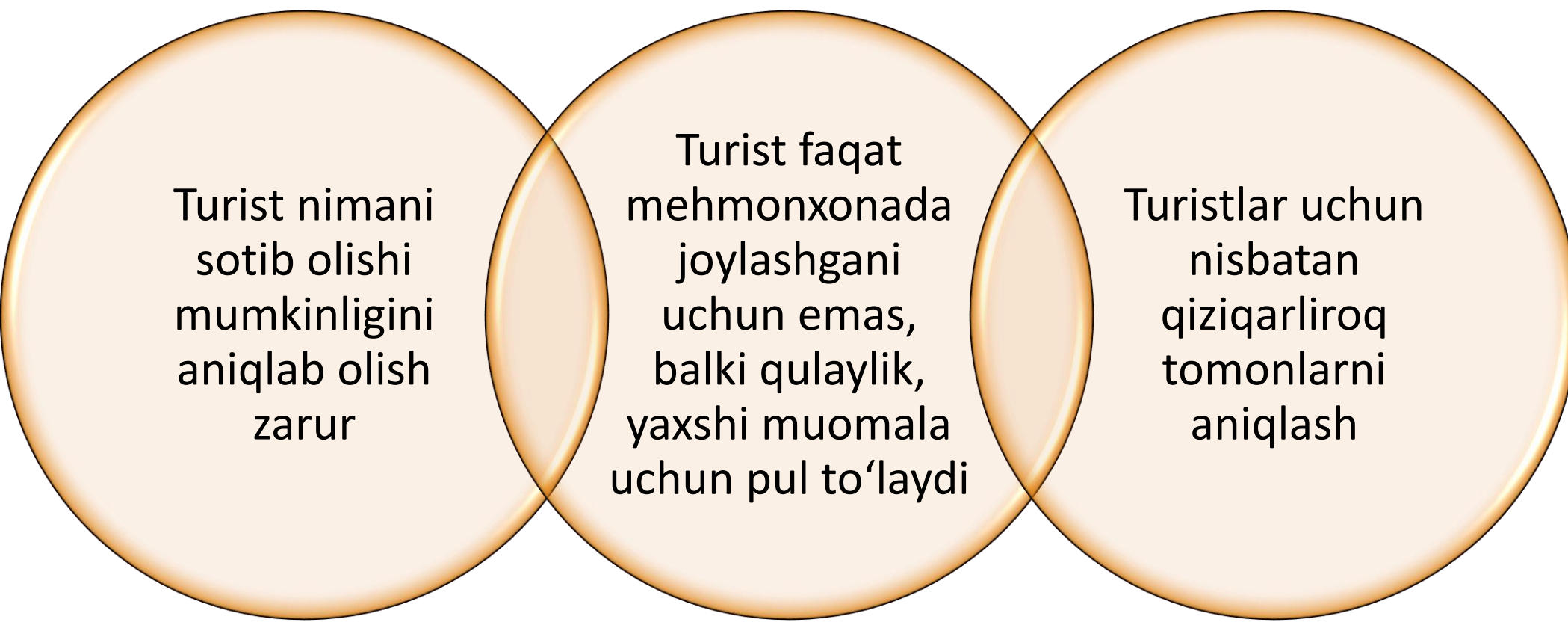
xavfsiz harakat uchun yo'lkalarning mavjudligi;

istalgan ob-xavo sharoitida tomosha qilsa bo'laveradigan xolat (yomg'irdan himoya o'tish sharoit);

malakali instruktor, gid va ekskursovodlar xizmati;

ob'yektlarga borish uchun qimmat bo'lmagan narxlar va arzon suvenirilar.

Marketing tadqiqotlari orqali turistik xizmatlar sifatini oshirish yo'llari



Turist nimani sotib olishi mumkinligini aniqlab olish zarur

Turist faqat mehmonxonada joylashgani uchun emas, balki qulaylik, yaxshi muomala uchun pul to'laydi

Turistlar uchun nisbatan qiziqarliroq tomonlarni aniqlash

Mutaxassislar tomonidan turmahsulotning bir necha asosiy iste'mol xususiyatlari e'tirof etilgan:

* o'zaro bog'liqlik, ya'ni ko'rsatiladigan barcha xizmatlar turistlar talablariga asoslangan yo'ldosh sharoitlari va sayohat maqsadlari bilan o'zaro bog'liq bo'lishi lozim;

* ishonchlilik - mahsulot real tarkibining reklamaga mosligi, ma'lumot larning to'g'riligi;

* samaradorlik - turist tomonidan kam harajat evaziga yuqori samaradorlikka erishish;

* yaxlitlilik - mahsulotning turist talablarini to'laligicha qondira olish qobiliyati;

* aniqlilik - mahsulotning iste'mol qilinishi, uning yo'naltirilganligi ham turistga, ham xizmat ko'rsatuvchi personalga tushunarli bo'lishi lozim;

* foydalanish osonligi;

* moslashuvchanlik - mahsulot va xizmat ko'rsatish tizimining iste'molchilarning boshqa tiplariga moslasha olish qobiliyati va xizmat ko'rsatish personalni o'zgarishiga nota'sirchan bo'lish;

* foydalilik - bir yoki bir necha maqsadlarga xizmat qila olish qobiliyati (masalan, dam olish va bilish), turistning u yoki bu talablarini qondira olishi.

Turizm industriyasida mehmondo‘stlik professional talab bo‘lib, ko‘p omillardan kelib chiqadi

a) dam olish, bilish va ko‘ngil ochish imkoniyatlari haqida mahalliy va regional bozorlarning sifatli ma’lumotlari hamda turistlar bilan uchrashuvga tayyorlanishayotgani haqida ma’lumot;

b) potensial iste’molchilarda turistik joylar, korxonalar, xizmat ko‘rsatuvchi personallar to‘g‘risida ijobiy tasavvur paydo qilish (reklama, turizmga bag‘ishlangan teleko‘rsatuvlarda ishtirok etish, xayriya faoliyatlari va hokazo);

d) xizmat ko‘rsatuvchi personallarning turistlarga e’tibor belgilarini ko‘rsatishga oshkora intilishlari (hamma narsa mijozlar uchun prinsipi bo‘yicha xizmat ko‘rsatish siyosati);

e) turistik mahsulot yetkazib beruvchilarning mijozlar iltimoslari va istaklariga e’tiborli munosabatlari (biz siz uchun yana nima qila olamiz prinsipi bo‘yicha);

f) turistlarning xizmatlar olishini osonlashtirish haqida g‘amxo‘rlik qilish (yo‘l ko‘rsatkichi va bukletlardagi obektlar haqida turistga tushunarli tildagi firma ichidagi ma’lumotlar);

g) xizmat ko‘rsatish prinsipi darajasiga ko‘tarilishi lozim bo‘lgan, turistlarga yaxshi munosabatda bo‘lish.

Marketing tadqiqotlar natijasi shuni ko'rsatadiki, xalqaro turizmدا turistlarga quyidagi e'tibor belgilarini ko'rsatish lozim:

kutib olish suvenirini

turistlarga tur tugaganidan keyin o'tilgan yo'nalish haqida maxsus tayyorlangan diplomlar

dam olish joyi to'g'risidagi reklama varaqalari

dam olishning (sayohatning) birinchi kundan turistlarga rejalashtirilgan va qo'shimcha xizmatlar



Xizmat ko'rsatish optimalligi quyidagilarni bildiradi:

* barcha xizmatlarning bir xil xizmat ko'rsatish klassiga tegishliligi;

* barcha xizmatlarning tur tematikasiga mos kelishi;

* iste'molchilarning ma'lum maqsadli guruhiga to'ring adresli yo'naltirilganligi;

* xizmat ko'rsatish dasturlarining oldindan kelishuvi;

* dasturlar o'zgaruvchanligi (u yoki bu xizmatlarni almashtirish imkoniyati);

* ko'rsatiladigan xizmatlar miqdori bo'yicha xizmat ko'rsatishning ratsional tarkibi;

* xizmat ko'rsatishda g'oyaviylikning yo'qligi.

Turoperator faoliyatining asosiy vazifasi

Turoperatorning bozorga chiqaradigan mahsulot I

Individual turlar turistga ko'proq erkinlik va mustaqillik sharoit yaratish

Firma strategiyasida ham individual, ham guruhli turlar uchun ma'lum joylar topilishi lozim

Guruhli turlar

Guruhli turlar nisbatan arzon, ommaviy turistlar uchun qulay



O'ziga tortuvchi turmahsulotni yaratish



Xizmat ko'rsatish sifati



Turistlarning istak va ehtiyojlarini qondirish xususiyatiga ega bo'lgan xizmatlar va tadbirlar



Turistlarga xizmat ko'rsatish sifatini tushunishda turoperator ishi sifatini aniqlash

Turistik mahsulotlar bilan turistik yarmarkalarda qatnashish

Turistik mahsulotni
sotish jarayoni

Mutaxassislar uchun
mo'ljallangan
ko'rgazmalar

Turistik yarmarkalar,
ko'rgazmalar,
birjalar

Nisbatan yirik tadbirlar quyidagilar hisoblanadi:

- 1. Berlindagi turizm bo'yicha xalqaro birja (ITV)
- 2. Londondagi butun jahon turistik yarmarka
- 3. Madriddagi halqaro turizm ko'rgazmasi
- 4. O'zbekistonda ham oxirgi yillarda yangidan yangi ko'rgazma va yarmarkalar paydo bo'lmoqda

Ko'rgazma tadbirlari quyidagi belgilariga ko'ra klassifikatsiya qilinadi:



Savdo ko'rgazmasi tadbirlari mavsumiy hisoblanib, birjalar harakteriga ega

Mahsulot bo'yicha o'tkaziladigan "Turinfo" birjasi

"Aerostor" mehmonxonasi Moskvada

Universal va ko'p tomonli ko'rgazmalar muntazam harakterga ega

Ko'rgazmalarda qatnashishdan foyda va unga qilinadigan harajatlarni ko'rgazma uchun qo'yilgan kapitalga foyda matritsasida namoyish qilinadi:

Kirish (harajatlarni);

Maydonlar/stendlar ijarasi;

Stend kompaniyasiga to'lovlar;

Ko'rgazma namunalari;

Transportirovka;

SUMMARY

Qisqacha xulosalar

marketing tadqiqotlari natijasida iste'molchilarning turistik mahsulotlarni sotib olish xulqidagi o'zgarishlar

O'zbekistonga keluvchi yoshi ulug' mijozlar narxlarga ta'sirchan bo'lganliklari

Inqirozning zararli ta'sirini yumshatish

Xorijda kuchli raqobatchilarning paydo bo'lishi

O'zbekistonga keladigan xorijiy turistlar sonini oshirish