

РОЛЬ ГОСТИНИЦ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Бойназаров У.Э.¹, Гадоева М.Г.²

¹Бойназаров Улугбек Эгамбердиевич - преподаватель,
кафедра международного туризма и сервиса туризма;

²Гадоева Муборакхон Гайриддин қизи - студент,
факультет сервиса и туризма,

Самарандский институт экономики и сервиса,
г. Самарканд, Республика Узбекистан

Аннотация: как известно, гостиничные услуги в сфере туризма занимают особое место. Увеличение ассортимента и качества гостиничных услуг, его конкурентоспособность являются одной из актуальных проблем туризма. В этой статье исследована эта проблема и предложено несколько решений.

Ключевые слова: конкурентная среда, оптимальный, актуальность, потребности, положительные аспекты, негативные аспекты.

В настоящее время гостиничный бизнес имеет конкурентную среду и рынок несмотря на сложность отношений с рядом туристических компаний Узбекистана отели создаются, но большинство из них конкурентоспособны после определенного времени терпеть не могут, уходя с туристического рынка. По статистическим данным в республике в 2010 году было 374 отеля, а к 2011 году их было 254, а также сокращение количества туристических компаний.

Конкурентный термин «Толковый словарь узбекского языка» - пред матчевой конкурс, с точки зрения Это слово более выгодно в экономике, на рынках и в сырье ресурсы и тому подобное. Конкурентная среда способствует эффективному использованию знаний и навыков.

Многие из принесенных нами богатств конкурентоспособны, конкурентоспособны и конкурентоспособны поощряет рациональное использование ресурсов. Конкуренция - нормативная деятельность рыночной экономики это необходимый элемент. Но конкурентная среда позитивна и негативна есть стороны.

Положительные аспекты:

- позволяет эффективно использовать ресурсы;
- необходимость быстрой адаптации к меняющимся условиям производства;
- оптимальное использование научно-технических достижений при разработке новых товаров и услуг.
- создает условия;
- обеспечить свободу действий и выбора потребителей и производителей;
- улучшение качества товаров и услуг и разнообразного круга потребителей.
- будет отвечать их потребностям.

Негативные аспекты:

- не возобновляемые ресурсы (полезны для флоры и фауны
- добыча полезных ископаемых, воды и т. д.);
- неблагоприятно воздействовать на окружающую среду;
- развитие фундаментальных наук, системы образования, развитие многих элементов городской

экономики

- не создает условий;
- не гарантирует право на работу, доход или отдых;
- предотвращение деления общества на богатых и бедных
- не имеет механизмов против несправедливости.

Мнения отечественных и зарубежных ученых-экономистов анализируются и обобщаются следующим образом мы можем сказать, что «конкуренция» является необходимым элементом рынка в интересах потребителей, его исследование является ключевым компонентом исследования рынка. Эти исследования служат основой для организации конкурентоспособности гостиничных услуг разработка стратегий и тактик, повышение технического уровня и качества чтобы помочь вам решить, куда идти.

Конкурентоспособность "является результатом конкуренции и другой экономики в кратчайшие сроки. Вот почему потому что в гостиничном бизнесе не боится конкуренции, стесняйтесь Прежде всего, цель будущего плана по краткосрочному исходу конкуренции на туристическом рынке и параметры для определения функции появляются. Во вторых, в отеле Качество услуг, предоставляемых экономикой при производстве материальных благ могут быть обновлены в кратчайшие сроки. Также новые достопримечательности есть возможность предлагать услуги туристическому рынку в кратчайшие сроки. Экономический успех рыночной экономики – их закон конкуренции и его внешний вид, готовность побороться за конкуренцию будет зависеть. В настоящее время термин «конкурентоспособность» включает производителей, особенно поставщиков услуг, редко используется среди предпринимателей. Это низкий уровень конкуренции на внутреннем рынке доля услуг в международном разделении труда. в Узбекистане поэтапная интеграция в мировую экономику, повышение конкурентоспособности предприятий проблема проблемы.

В заключение следует отметить, что важность услуг размещения в индустрии туризма очень высока. В зависимости от высокого уровня предоставляемых услуг и их способности соответствовать международным стандартам поток туристов, прибывающих в эту область, увеличивается или уменьшается. По этой причине обеспечение высоких стандартов гостиничных услуг и услуг станет важным фактором развития туризма в стране.

Список литературы

1. Постановление Олий Мажлиса Республики Узбекистан. Закон № 831-І «О туризме».
2. *Зорин И.В., Квартальнов В.А.* Энциклопедия туризма. Москва: Наука и просвещение, 2001. 787 с.
3. *Дурович А.П., Копанёв А.С.* Маркетинг в туризм: Учеб. пособие. Москва: Экономпресс, 1998, 2004. 400 с.
- 4.