

## TURIZM SOHASIDA XIZMATLAR SIFATINI RIVOJLANISHINING ASOSIY VAZIFALARI

**Yulchiyev Asiljon Ortikali o'g'li**  
*Iqtisodiyot va servis kafedrasi o'qituvchisi,*  
ORCID-0000-0002-6598-2194

**Luqmonov Shohruhbek Ma'murjon o'g'li**  
*Mehmonxona xo'jaligini tashkil etish va boshqarish yo'nalishi talabasi,*  
Fargona davlat universiteti

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8087074>

**Annotatsiya:** Turizm sohasida xizmatlar sifatini rivojlanishining asosiy vazifalari muxum bo'lib xizmatlar sifatini rivojlantirish orqali mamlakatimizga tashrif buyurayotgan turistlar oqimini ko'paytirish, aholini ish bilan taminlash, turizmga bevosita va bilvosita aloqador bo'lgan tarmoqlarni rivojlantirish hamda yalpi ichki maxsulotdagi xizmatlar ulushini ko'paytirishga erish mumkin bo'ladi.

**Kalit so'zlar:** Xizmatlar sifatini rivojlanishi, xizmatlar bozori, turizm xizmatlari, turistik xizmatlarning o'ziga xos xususiyatlari.

**Kirish.** Turizm sohasi hozirgi vaqtda eng tez suratlarda o'sib kelayotgan sohalardan biriga aylandi va hozirda neftni qazib olish va qayta ishlash, avtomobil ishlab chiqarishdan keyin turizm sohasi dunyoda uchinchi o'rinda bormoqda. Bazi bir mutaxassislar va ekspertlarning takidlashicha yaqin kelajakda turizm sohasining dunyo yalpi ichki mahsulotidagi ulushi sezilarli darajada o'sib neft va mashinasozlik sohaslarini ham quvib o'tadi degan fikrlarni aytib o'tishdi.

**Natijalar.** Xizmatlar bozori o'zining malum ko'rsatkichlari bilan boshqa bozorlardan farq qilsa ham ba'zi xislatlari bilab ya'ni istemolchiga yo'naltirilganlik, erkin raqobat, istemolchini talab va didiga qarab maxsulot va servislarni taqdim qilish kabi sifatlari bilan boshqa bozorlarga o'xshaydi.

Xizmatlar odamlar va jamiyat extiyojlarini qondirdigan maxsus istemol qiymati sifatida qaraladi. Xizmatlarning o'ziga xos xususiyati xizmatni ishlab chiqish va qabul qilish bir xil zamon va makonda sodir bo'lishi, bundan tashqari uni saqlashning imkonsizligi, xizmatning sifatini uni taqdim qilayotgan xodimga bog'liq bo'lishidir. Bundan tashqari xizmatlar moddiy emasligi, uni moddiy maxsulotlarga qaraganda uni baxolashni ancha qiyinlashtiradi. Baxolash ko'pincha istemolchini xulq atvori, didi, xizmat xaqidagi bilim va ko'nikmalaridan kelib chiqib baxolanadi.

Turizm xizmatlari boshqa xizmatlarga o'xshab moddiy ko'rinish bilan bevosita bog'liq bo'lmasa ham, aholining hayot sifati, turmush darajasi va umumiy farovonligiga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. Bu xizmatlar boshqa bir qancha xizmatlar bilan bir qatorda odamlarning mentalitetini o'zgartirishga va ruhiy holatini yaxshilashga yordam beradi. Turistik xizmatlar ham o'ziga xos xususiyatlarga ega, masalan, boshqa xizmatlarda uchramaydigan ma'lum turdagi qulaylik va dam olishni ta'minlash qobiliyatiga ega. Turizm xizmatlarining ayrim o'ziga xos xususiyatlari 1-jadvalda keltirilgan.

1-jadval

**Turistik xizmatlarning o'ziga xos xususiyatlari va ularning mazmuni**

T/p	Xizmatlarning o'ziga xos xususiyatlari	Shu xususiyatlarning mazmun-moxiyati
1.	Turistik xizmatlarning bir vaqtning o'zida ham ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyatga ega ekanligi	Turistik xizmatlarning ijtimoiy ahamiyati bevosita aholining ish bilan ta'minlashi, daromadlarning oshirishi, hayot sifati va darajasining oshirilishi bilan belgilanadi. Iqtisodiy ahamiyati bevosita uning hudud va mamlakat iqtisodiyotiga qo'shayotgan hissi, xizmatlar sohasidagi o'rni, turistik mahsulotlar ishlab chiqarishi va boshqalar bilan belgilanadi.
2.	Turistik xizmatlarning oldi-sotdi jarayonida moddiy shaklda namoyon bo'lmasligi	Turistik xizmatlar ham boshqa xizmatlar singari oldi-sotdi jarayonida moddiy shaklda namoyon bo'lmaydi, balki bir vaqtning o'zida iste'mol qilinadi. Xizmat ko'rsatuvchining xizmati uning professionalligiga mos ravishda iste'molchining ham mazkur xizmatdan qanchalik manfaatdor bo'lishligini nazarda tutadi va natijada ularning umumiy saviyasiga bog'liq bo'ladi.
3.	Turistik xizmatlarni saqlash imkoniyatining yo'qligi	Turistik xizmatlarni ham boshqa xizmatlar singari saqlash imkoniyati yo'q, chunki u bevosita ko'rsatilayotgan jarayonda iste'mol qilinadi, uning sifati ham shu jarayonning o'zida iste'molchi tomonidan baholanadi.
4.	Turizm xizmatlarining xizmat joyida ko'rsatilishi va boshqa joyga olib ketilishining imkoniyatining yo'qligi	Turizm xizmatlari nomoddiy bo'lishi, uni saqlash va tashish imkoniyatining yo'qligi hamda mazkur xizmat iste'mol qilinadigan payt va joyida ko'rsatilishi uni boshqa joyga olib ketilishining imkoniyatining yo'qligi bilan xarakterlanadi.
5.	Turistik xizmatlarni ko'rsatishda iste'molchi, xizmat ko'rsatuvchi va turistik mahsulot bir vaqtning o'zida hozir bo'lishligi	Turistik xizmatlarning yana bir muhim xususiyati uni ko'rsatish jarayonida iste'molchi, xizmat ko'rsatuvchi va turistik mahsulot (xizmat) bir vaqtning o'zida hozir bo'lishi zarurligi bilan xarakterlanadi.
6.	Turizm xizmatlar sifati va raqobatbardoshligi	Turistik xizmatlarni ko'rsatuvchi korxonalar va firmalar juda yuqori tavakkalchilik (risk) sharoitida ishlaydi. Agar sifatli xizmatni ta'minlay olmasa, raqobatda imkoniyatni boy berib qo'yishlari ehtimoli juda baland bo'ladi.

Zamonaviy turizmni rivojlantirishda sifatning ahamiyati o'ziga xos bo'lib, sifat biznes muvaffaqiyati uchun xalqaro raqobatda eng muhim omillardan biriga aylangan va sifatni doimiy ravishda yaxshilash biznes uchun yaxshi ma'noga ega. Bu ayniqsa keng ko'lamli turizm sektoriga taalluqlidir, bu erda "yangi" sayyohlik yo'nalishlarining tobora ko'payib borayotgani destinatsiyalar bo'yicha marketing bo'yicha mutaxassislarni va operatsiyalar bo'yicha menejerlarni o'z mahsulot takliflarini farqlashga yo'naltirilgan

raqobatbardosh strategiya sifatida xizmat ko'rsatish sifatini oshirishga sarmoya kiritishga majbur qildi.

Sifatni boshqarish xodimlarning ma'naviyati va ishdan qoniqishini oshirishga olib keladi.

Agar xodimlar sifat dasturini tayyorlash va amalga oshirishda ishtirok etsalar va ular tizimni o'zlari uchun ham foydaliroq deb bilishsa, ular ko'proq g'ayratli, qoniqarli va sodiq bo'lishadi. Bunga rahbariyat va xodimlar o'rtasidagi aloqani yaxshilash orqali erishish mumkin. To'g'ri sifat menejmenti xodimlarning qo'nimsizligini kamaytiradi va bu xarajatlarni kamaytirishga olib keladi. Natijada sifat menejmenti mehmondo'stlikni rag'batlantiradi va barcha xodimlar bir xil yo'nalishda yani mehmonlarning xoxish va istaklarini qondirish yo'lida birlashadilar. Shuning uchun o'z ishiga va mas'uliyatiga chinakam sadoqatli xodimlarni ishga olish juda muhimdir.

Mijozlarga to'g'ri xizmat ko'rsatish qimmat reklamadan ko'ra samaraliroq.

Mijozlarga xizmat ko'rsatishni yaxshilash turizm sanoati uchun muhim ahamiyatga ega. Ba'zan marketing, reklama va savdo tashviqotlariga ko'p pul sarflashdan ko'ra, ularning ehtiyojlarini qondirish orqali mijozlarning tavsiyalariga tayanish osonroq va arzonroqdir. Har 10 ta mehmondan 9 tasi ta'tilni do'stlari va qarindoshlarining tavsiyasi bilan o'tkazishi isbotlangan.

Sifat menejmenti muhim hodisalar bilan kurashishni yaxshilaydi.

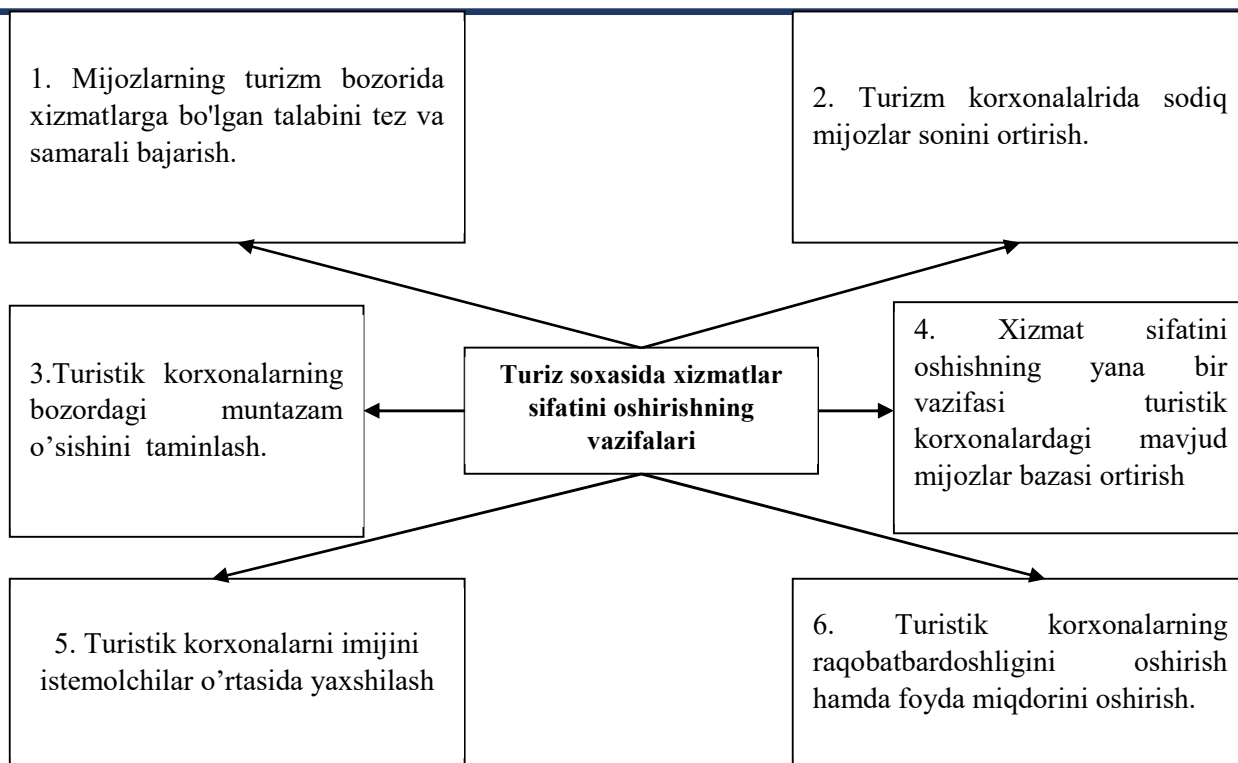
Har bir mehmonning o'ziga xos umidlari, ehtiyojlari va fikrlari bor. Xodimlar qanchalik xushmuomala bo'lishidan qat'i nazar, g'alati xato yoki tushunmovchilikdan qochib bo'lmaydi. Bunday hodisalar "tanqidiy hodisalar" sifatida tavsiflanadi. Bular xizmat ko'rsatish tarmog'idagi turli darajadagi nuqsonlar bo'lib, natijada mehmonlarning kutganlarini qondira olmay qoladi va shuning uchun norozilikni keltirib chiqaradi. Mehmonlar tanqidiy voqealarni eslab qolishadi va ular haqida gapirishdan tortinmaydilar.

O'Neill turizm sohasida xizmat sifatining raqobatga tasiri va raqobatbardoshlikni oshirishda ahamiyati haqida o'z izlanishlarida quyidagi xulosaga keldi ya'ni turizm industriyasi doimiy ravishda o'z bozoridagi o'rnini global raqobatga qarab ko'rib chiqishi kerak. Mijozning biznesi uchun raqobatlashayotgan sayyohlik yo'nalishlari soni tobora ortib bormoqda va mijozlar ma'lum bir xizmat yoki mahsulotga sodiq bo'lishga moyil emas, balki haqiqiy qiymatni taqdim etadigan innovatsion g'oyalarni izlaydilar. Agar tashrif buyuruvchining sifat va pul qiymatiga bo'lgan umidlari bajarilmasa, ular qaytib kelmaydilar va ularning qarori do'stlarining dam olish joyini tanlashiga ham ta'sir qiladi degan xulosa bergan.

Xizmatni baholash uchun turli xil mijozlar guruhlari tomonidan turli mezonlardan foydalaniladi va bu mezonlar vaziyat va sharoitga qarab farqlanadi. Mijoz sifatni belgilaydi va uning qoniqishi sifat ko'rsatkichlarini o'lchash uchun asosdir.

Turizm sohasida xizmatlar sifatini rivojlanishining asosiy vazifalari 2-rasmda keltirilgan bo'lib ularning axamiyati turizm korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish hamda xizmatlar bozorida yuqori ulushga ega bo'lish va boshqa vazifalari mavjuddir.

Turizm industriyasidagi eng muhim voqealardan biri bu mijozlar nuqtai nazaridan xizmat ko'rsatish sifatiga e'tiborning kuchayishidir. Bu xizmat ko'rsatish jarayonida mijozlar ustunligining kuchayishi natijasidir. Hozirgi vaqtda mijozlar sayohat haqida ko'proq ma'lumotga ega va tobora ko'proq tajribali sayohatchilar bo'lib, bu ularni xizmat ko'rsatuvchi provayderning malakasiga kamroq bog'liq qiladi, masalan. sayohat agentligi. Mijozning ustunligi oshgani sayin, u tobora ko'proq talabchan bo'ladi.



### **2-rasm Turizm sohasida xizmatlar sifatini rivojlanishining asosiy vazifalari**

Sifatni yaxshilash yo'llaridan biri bu tub o'zgarishlarni kiritishdir, ya'ni mavjud tizimni boshqa yaxshisi bilan almashtiriladi. Bu odatiy xizmatdan tashqariga chiqish va yangi dizaynlar, protseduralar, usullar, xizmat tushunchalari va xizmatlarni taqdim etish tizimlarini ishlab chiqishni anglatadi. Boshqacha aytganda - innovatsiya. Masalan sayohat agentligi paketli turlarda ko'proq tanlov taklif qilish o'rniga, ommaviy moslashtirish strategiyasidan foydalanishi kerak (har xil individual paketlarga sozlanishi mumkin bo'lgan modulli komponentlarni yaratish). Mijozlar ko'proq paketli turlarni tanlashni xohlamaydilar; ular faqat kerakli narsani xohlashadi.

Turizmda mijozlar izlayotgan sifat turistik korxonaning xizmat ko'rsatish sifatidan ko'ra ko'proq narsani anglatadi – bu, shuningdek, sifat menejmenti faqat bitta kompaniyaning resurslariga bog'liq emasligi sababli ancha murakkab bo'lgan maqsadli hudud muammosidir.

Turistik mahsulot nafaqat bir nechta xususiy etkazib beruvchilar (turish joylari, ovqatlanish, sayohat tashkilotchilari, attraksionlar, dam olish tadbirlari), balki davlat muassasalari (yo'llar, kommunal xizmatlar, teatrlar, muzeylar) tomonidan ishlab chiqarilganligi sababli, xususiy va davlat korxonalari yaqindan hamkorlik qilib turistlarni dam olishi va turistlarni extiyoji va istaklarini qondirishi uchun xarakat qilishlari talab etiladi. Bu shuni anglatadiki, turizm hududi (turizm destinatsiyasi) ning sifatini faqat biznes nuqtai nazari bilan rivojlantirish ancha qiyin ishdir.

### **Foydalanilgan adabiyotlar**

1. Lehtinen, U. and Lehtinen, J.R. (1982), "Service quality ± a study of dimensions", unpublished working paper, Service Management Institute, Helsinki, pp. 439-60.
2. O'Neill. M. (2002). Service quality evaluation in the higher education sector: An empirical investigation of students' perceptions. Higher Education Research & Development, 21(1), 23-39. P.R. Ism atullayev, B.M. Axmedov, P.M. M atyakubova, G. X. Xamroqulov, Sh.A. Turayev Sifat menejmenti tizimi va uni sertifikatlashtirish
3. Gilbert, G. and Veloutsou, C. (2006). A cross-industry comparison of customer satisfaction. Journal of Services Marketing, 20(5), pp.298-308. Min, H., Min, H. and

- Chung, K. (2002). Dynamic benchmarking of hotel service quality. *Journal of Services Marketing*, 16(4), pp.302-321. Wilkins, H., Merrilees, B. and Herington, C. (2007). Towards an understanding of total service quality in hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 26(4), pp.840-853.
4. Nasridinova, T. O. (2022). The role of tourism in the development of the economy and increasing its attractiveness in the republic of Uzbekistan. *Asia pacific journal of marketing & management Review* Issn: 2319-2836 Impact Factor: 7.603, 11(01), 14-20.
  5. Teshabaeva, O., & Yulchiev, A. (2022). Innovative marketing strategy aimed at maximizing the development of the tourist industry in Uzbekistan. *Asia pacific journal of marketing & management review* issn: 2319-2836 Impact Factor: 7.603, 11(05), 1-6.
  6. Axunova, O., Teshabaeva, O., & Yulchiev, A. (2021). Analysis of the status, movement and level of funding of fund funds in foreign enterprises. *Academicia: An International Multidisciplinary Research Journal*, 11(3), 450-460.
  7. Юлчиев, А. О. (2022). Ўзбекистон иқтисодийтини ривожлантиришда бюджет ташкилотларини молиялаштириш. *Modern scientific research achievements*, 1, 6-11.
  8. Ergashovna, A. O., & Eshmuhammadovna, S. D. (2022). Efficiency of using modern management methods in management of enterprises. *Eurasian Journal of Law, Finance and Applied Sciences*, 2(2), 107-114.
  9. Юлчиев, А. О. У., & Зайлобиддинов, Д. Н. (2022). ВОПРОСЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ В УЗБЕКИСТАНЕ. *Academic research in educational sciences*, 4(1), 91-100.
  10. Тешабаева, О. Н. (2022). Статистический анализ развития туризма в Узбекистане. *ОАК.Педагогика ва психология журнали-Таълим тизимида ижтимоий гуманитар фанлар*, 1, 104-112.
  11. Mahmudovna, G. G., & Nasridinova, T. O. Role of information systems on tourism development in Uzbekistan.
  12. Teshabaeva, O., & Karimova, M. (2023). O'zbekiston iqtisodiyotini investitsiyalash jarayonlari, uning rivojlanish tendensiyalari va xususiyatlari. *Евразийский журнал академических исследований*, 3(5 Part 4), 93-100.
  13. Yulchiyev, A. (2022). Ways to improve the development and management of foreign economic activity at industrial enterprises of Uzbekistan. *international journal of social science & interdisciplinary research* issn: 2277-3630 Impact factor: 7.429, 11(10), 155-166.
  14. Юлчиев, А. О. (2022). Ўзбекистон иқтисодийтини ривожлантиришда бюджет ташкилотларини молиялаштириш. *Modern scientific research achievements*, 1, 6-11.
  15. Юлчиев, А. О. Ў. (2022). Миллий тўқимачилик маҳсулотларини халқаро бозорларга йўналтиришда мультибрендинг стратегияни қўллаш усулларининг истиқболлари. *Scientific progress*, 3(3), 868-875.
  16. Jamoliddinova, M. D. (2023). Strategy for the development of innovative tourism services in the field of marketing in uzbekistan. Publishing House "Baltija Publishing".
  17. Тешабаева, О. Н., & Ташматова, Н. Х. (2023). Ўзбекистон республикасида аграр секторда тадбиркорлик ривожланишининг ўзига ҳос жиҳатлари. *Academic research in educational sciences*, 4(1), 22-30.
  18. Тешабаева, О. Н., & Ахунова, О. (2021). Развитие цифровой экономики Узбекистана и его основные направления. *Pedagogical sciences and teaching methods*, 6, 85-92.

19. Teshabaeva Odina Nasridinovna, & Raxmonaliyev Ortig'ali Boxodir o'g'li. (2023). Strategic prospects for the economic development of the entrepreneurial environment in Uzbekistan. *Modern Scientific Research International Scientific Journal*, 1(3), 59–71. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7978711>
20. Teshabaeva Odina Nasridinovna, & Holbekova Dildoraxon Axatjon qizi. (2023). Sanoat tarmoqlari tarkibidagi korxonalar faoliyati raqobatdoshligi holatining iqtisodiy tahlili. *Results of national scientific research*, 2(5), 31–45. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7933914>.