



## TURIZM SOHASIDA XIZMATLAR SIFATINING MOHIYATI VA UNI BAHOLASH USLUBIYOTINING NAZARIY JIHATLARI

**Yulchiyev Asiljon Ortikali o'g'li**

iqtisodiyot va servis kafedrası o'qituvchisi,

Fargona davlat universiteti

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8173701>

**Annotatsiya.** Turizm sohasida xizmatlar sifati muxum ahamiyatga ega bo'lib uni yaxshilash orqali kirib kelayotgan turistlar oqimini kengaytirish, maxsulot va xizmatlarni marketing nuqtai nazaridan boshqa mijozlarga yetkazishni yaxshilash, turizm bilan bog'liq bo'lgan boshqa sohalarni rivojlanishiga erishish hamda iqtisodiyotga ijobiy ta'sir qilib foyda va daromad ulushini oshirishga erishish mumkin bo'ladi.

**Kalit so'zlar.** turizm xizmati, asosiy xizmatlar, xizmatlar sifati, turizmni rivojlantirish, invisititsiyalarni jalb qilish.

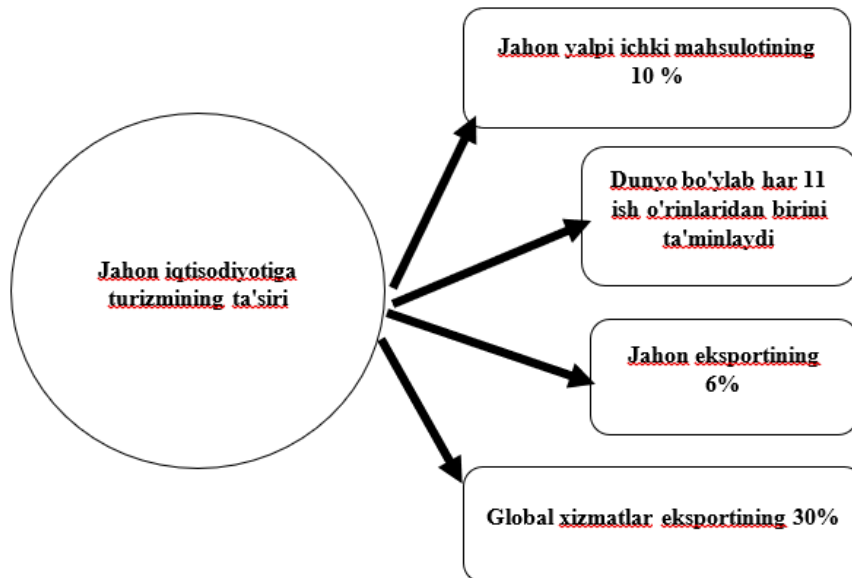
Turizm dunyo Yalpi ichki maxsulotining taxminan 10% tashkil qiladi va dunyo bo'ylab har 11ish o'rinlaridan birini ta'minlaydi. Jahon eksportining 6% va global exportning taxminan 30% ni tashkil qilmoqda (1-rasm).

Turizm sohasini rivojlantirish aholi faolligini oshirish, tadbirkorlikni rag'batlantirish, daromadlarni ko'paytirish, mahalliy byudjetlar daromadlari ulushini oshirish kabi turli ijtimoiy-iqtisodiy muammolarni hal etish imkonini beradi. Turizm sektori - bu shaxslar va guruhlarining ehtiyojlari va manfaatlarini ko'rib chiqadigan, ularning ijtimoiy, iqtisodiy, ekologik, madaniy, ma'rifiy va boshqa afzalliklarini ko'rsatadigan ijtimoiy-iqtisodiy tizimdir. "Turizm" atamasining noaniqligi uni turizm tizimini tashkil etuvchi birlashgan elementlarni hisobga oladigan tizim sifatida tushunish imkoniyatini beradi. Bu elementlarga jamoatchilik faolligini oshirish, tadbirkorlikni rag'batlantirish, daromadlarni ko'paytirish va mahalliy byudjetlar daromadlari ulushini oshirish kiradi.

O'zbekistonda turizm sohasiga bo'lgan e'tiborning ortishini chiqarilayotgan qaror va farmonlar va sohada qilinayotgan o'zgarishlar bilan ko'rish mumkin. Xususan 2022 yilning sentyabr oyigacha O'zbekistonga jami 3 million xorijiy turistlar tashrif buyurdi va bu o'tgan yilgi bilan solishtirganda 1,5 millionga yoki 1,9 barobarga oshgan. Ammo, O'zbekistonda bu sohada qilinishi kerak bo'lgan ishlar yetarlicha xususan xizmatlar sifati yaxshilash va turizm bozoriga sifatli xizmat va mahsulotlarni taqdim etish soha oldida turgan muhim vazifalardan biridir.

Xizmatlar sohasiga to'liq ta'rif berish oson ish emas. Bunga sabab, xizmat bilan birga moddiy ne'matlar istemolchiga taqdim qilinadi (bunga misol qilib

biron bir avakompaniya istemolchisi havo parvozi xizmatidan o'z manziliga yetib olish uchun ishlatadi va parvoz vaqtida u oziq-ovqat mahsulotlari xizmatidan ham foydalanadi). Xizmatlar ko'pincha o'zi emas aksincha boshqa qoshimcha yoki moddiy mahsulotlar bilan aralashib kelgani uchun uni baholash ancha murakkabliklar tug'diradi.



### 1-rasm. Turizmning iqtisodiyotga ta'siri

Bugungi kungacha turizm xizmatlari bozori rivojlanishiga katta ta'sir ko'rsatayotgan asosiy omillar jumladan, xizmatlar sohasi va xizmatlar sifati atamalari bo'yicha jahon olimlari tomonidan turlicha yondashuvlar va fikrlar bildirilgan.

Yu.K.Proxorovning tadqiqotlarida "xizmatlar haqiqiy, moddiy shaklga ega bo'lmagan, foydali samarali ish shaklida mavjud bo'lgan mahsulotlardir" - deb takidlagan.

Iqtisodchi olim G.Mazurning yondashuvi bo'yicha "Xizmatlarni iste'mol qilish asosan ularni ishlab chiqarish bilan bir vaqtda sodir bo'ladi. Bu saqlash va to'plash mumkin bo'lmagan imtiyozlardir" - degan fikr bildirilgan.

P.Drukerning fikricha, "Xizmat sifati ta'minotchi nimaga qo'ygani emas, balki mijozning nima olishi va to'lashga tayyorligi bilan belgilanadi" degan fikrni ilgari surgan.

R.C. Lewis va V.N. Boomslarning tadqiqotlarida esa xizmat sifati xizmat mijozlarning ehtiyojlari yoki kutishlarini qondiradigan darajada aniqlangan.

D.A.Baker va L.J.Crompton va boshqalar o'zlarining turizm bo'yicha amalga oshirgan tadqiqotlarida "mijozlarning qoniqishi tashrif buyuruvchilarning sayohatdan so'ng paydo bo'lgan yaxshi his-tuyg'ularidir" - deb o'z fikrlarini olg'a





ITALY



ITALY

surishgan va mijozlarning qoniqishi turizm biznesining muvaffaqiyati va daromad oshishining asosiy omillaridan biri, deb hisoblashgan.

A.Jamal va K.Anatassiadou o'zining xizmatlar sifati bo'yicha ilmiy tadqiqotlarida xizmatlar sifati turistik korxonalar mijozlarining qoniqishi bilan ijobiy bog'liqligini tasdiqladi va bu turistik korxonani raqobatbardoshligini oshirishini hamda daromad miqdori oshishiga olib kelishini aniqladilar.

Huddi shunday, C.M.Chen va K.L.Li xizmat sifati bo'yicha o'tqazgan tadqiqotlarida, mexmonxona egalari va turistik agentlarning mijozlar ehtiyojini qondirishga ijobiy ta'sir ko'rsatishini tasdiqladilar va xizmatlar sifatining to'rtta elementi, jumladan, ishonch, aniqlik, hamdardlik hamda sezgirlik mijozlar ehtiyojini qondirish bilan ijobiy bog'liqligini aniqladilar.

O'zbekistonlik iqtisodchi olim I.S.To'xlievning fikricha, "Xizmatlar darhol ko'zga tashlanmaydigan mahsulot turidir". U xizmatlarning o'ziga xos xususiyatlarini ta'kidlaydi, bu ularni ishlab chiqarish uchun sarflangan kuch va mehnatni o'z ichiga oladi, ammo natijada olingan mahsulot nomoddiydir. Biroq, xizmatlarni ishlab chiqarish jarayoni oxir-oqibatda moddiy bo'lmagan shaklda aniq natijaga olib keladi deb fikr bildirgan.

Fikrimizcha "xizmat ko'rsatish sohasi" atamasi hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'lib, o'zining mazmuni va ahamiyatiga ko'ra u iqtisodiyotning muayyan sohasini ifodalaydi. Iqtisodchilar va tadqiqotchilar xizmat ko'rsatish sohasi kontseptsiyasi bo'yicha turli fikr va g'oyalarni taqdim etdilar. Xizmat ko'rsatish sohasi terminologiyasi bilan bog'liq o'quv adabiyotlarini tekshirish xizmat ko'rsatish sohasi ta'rifining tarkibiy qismlarini tushuntiruvchi ayrim jihatlarni aniqlash imkonini berdi.

XXI asrga kelib dunyo bozoriga va aholining turmush tarziga xizmatlarning kirib borishi va muhim bir bo'lagi bo'lib qolishi sezilarli ravishda ortib bormoqda va shunga monand bozorda xizmatlarning ulushi boshqa moddiy mahsulot bozorlarga qaraganda asta-sekin ortib bormoqda.

Mamlakatlar va hududlarning postindustriyalashtirishda rivojlanish istiqbollari ularning ko'rsatkichlari ijtimoiy-iqtisodiy o'sishning muhim bir qismi bo'lgan xizmatlar bozorining rivojlanishi bilan belgilanadi.

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





**Foydalanilgan adabiyotlar:**

1. Lewis, R.C. and Booms, B.H. (1983), "The Marketing Aspects of Service Quality" in Berry, L., Shostack, G. and Upah, G. (Eds.), Emerging Perspectives on Services Marketing, American Marketing Association, Chicago, pp. 99-104.
2. Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction, and behavioral intentions: the role of festival visitors' satisfaction in the relationship between service quality and behavioral intentions. *Joursearch*, 27(3), 785-804
3. Jamal, A. and Anatassadou, K. (2007). Investigating the effects of service quality dimensions and expertise on loyalty. *European Journal of Marketing*, 43(3), 398- 420.
4. Орипов, А. А. Сфера услуг как экономическая категория и эффективный вид экономической деятельности / А. А. Орипов // Наука сегодня: опыт, традиции, инновации: Материалы международной научно-практической конференции, Вологда, 29 июля 2020 года. – Вологда: Общество с ограниченной ответственностью "Маркер", 2020. – С. 43-46.
5. Ducker, P. (1991). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Louisiana, Louisiana State University Press.
6. 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.
7. Yulchiyev, A., The Development of the Tourism Services Market in Uzbekistan in the Event of Changing Trends in Quality Indicators, *Web of Synergy: International Interdisciplinary Research Journal*.
8. 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.
9. 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.
10. Kh, O. N. (2021). Prospects for the food industry development of Uzbekistan. *Ceteris Paribus*, (2), 8-11.
11. Юлчиев, А. О. (2022). Ўзбекистон иқтисодиёти ва ривожлантиришда бюджет таъкилотларини молиялаштириш. *Modern scientific research achievements*, 1, 6-11.





12. Юлчиев, А. О. Ў. (2022). Миллий тўқимачилик маҳсулотларини халқаро бозорларга йўналтиришда мультибрендинг стратегияни қўллаш усулларининг истиқболлари. *Scientific progress*, 3(3), 868-875.
13. ўғли Юлчиев, А. О., ўғли Эрматов, Р. Р., & Жамолиддинова, М. Д. (2022). Мамлакатимизда кичик бизнес ва тадбиркорликни ривожлантириш ва аҳоли бандлигини таъминлаш. *Research and education*, 1(2), 104-111.
14. Юлчиев, А. О. У., & Зайлобиддинов, Д. Н. (2022). Вопросы цифровизации банковской системы в узбекистане. *Academic research in educational sciences*, 4(1), 91-100.
15. 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.
16. Yulchiyev, A., & G'ofurov, J. (2023). Turizm sohasida xizmatlar sifatiga tasir etuvchi omillarning sabab oqibat bog'lanishlari tahlili. *Бюллетень студентов нового Узбекистана*, 1(6 Part 2), 77-82.
17. Yulchiyev, A., & Luqmonov, S. (2023). O'zbekistonda xizmatlar bozorini o'zgarish tendensiyasi. *Бюллетень педагогов нового Узбекистана*, 1(6 Part 2), 118-123.
18. Ortikali o'g'li, Y. A. (2023). The Development of the Tourism Services Market in Uzbekistan in the Event of Changing Trends in Quality Indicators. *Web of Synergy: International Interdisciplinary Research Journal*, 2(5), 494-500.
19. Ortikali o'g'li, Y. A. (2023). Analysis of causal relationships of factors affecting the quality of services in the tourism sector.
20. Yulchiyev, A. O. O., & Hakimov, O. B. O. Effectiveness of Use of Innovative Marketing Principles and Strategies in the Development of Tourism Services Market. *Journal of Marketing and Emerging Economics*.
21. Мирсодиков, А. Т. (2021). Активация инвестиций в экономическое развитие: современные тенденции и опыт зарубежных стран. *Cognitio rerum*, 10, 32-35.
22. Ҳасанов Т.А. Ўзбекистонда хусусий уй-жой фондини бошқариш тизимини такомиллаштириш // Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси автореферати. –Т.: 2019 й. -10-11 б.
23. It was developed by the author based on the information of the State Statistics Committee of the Republic of Uzbekistan.





ITALY

## SCIENCE AND INNOVATION IN THE EDUCATION SYSTEM

International scientific-online conference



ITALY

24. Мирсодиков, А. Т. (2022). Совершенствование механизмов управления затратами в логистических цепях строительной отрасли. Бюллетень науки и практики, 8(2), 231-239.
25. Tursunaliyevich, M. A. (2021). Iqtisodiy tarmoqlarni rivojlanishida xorijiy investitsiyalarning ahamiyati. Development issues of innovative economy in the agricultural sector, 194.
26. Tursunaliyevich, M. A. (2022, March). Improving logistics cost management in the construction sector. In E Conference Zone (pp. 141-145).
27. Мирсодиков, А. Т. (2021). Важность привлечения инвестиций в отрасли национальной экономики. Бюллетень науки и практики, 7(10), 329-335.
28. Tursunaliyevich, M. A. (2022). Improving the cost management mechanism in the construction industry logistic chains. Innovative developments and research in education, 1(6), 253-259.
29. Мирсодиков, А., & Черданцев, В. П. (2020). Роль маркетинговой стратегии в повышении конкурентоспособности образовательных услуг. информационные системы и коммуникативные технологии в современном образовательном процессе, 50-56.
30. Abdulla, M. (2022). Improvement of logistics chain management processes in the construction field. International journal of social science & interdisciplinary research issn: 2277-3630 Impact factor: 7.429, 11(10), 144-147.
31. Mirsodikov, A. (2023). Approaches to the essence of logistics structures and formation of logistics chain. International Bulletin of Applied Science and Technology, 3(5), 383-388.
32. Abdulla, M. (2022). Improving Cost Management Processes in Construction Logistics Chains. Miasto Przyszłości, 28, 419-423.
33. Tursunaliyevich, M. A. (2022). Improving the Management Process of Logistic Chain Activity in Construction. European Journal of Humanities and Educational Advancements, 3(3), 151-154.
34. Мирсодиков, А. Т. (2021). Бюллетень науки и практики. Бюллетень науки и практики Учредители: Овечкина Елена Сергеевна, 7(10), 329-335.
35. Nasridinova, T. O. (2023). Methodological Foundations for Assessing Competitiveness. Miasto Przyszłości, 36, 437-440.
36. 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.

