

25599_1_C171E
CC31FC3A723294A...

4

VOL. 4 NO. 05 (2024)

ISSN: 2181-1865



АКТУАР МОЛИЯ ВА БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ ЖУРНАЛИ



08.00.01 ИҚТИСОДИЁТ НАЗАРИЯСИ
08.00.02 МАКРОИҚТИСОДИЁТ
08.00.03 САНОАТ ИҚТИСОДИЁТИ
08.00.04 ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ ИҚТИСОДИЁТИ
08.00.05 ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ТАРМОҚЛАРИ ИҚТИСОДИЁТИ
08.00.06 ЭКОНОМЕТРИКА ВА СТАТИСТИКА
08.00.07 МОЛИЯ, ПУЛ МУОМАЛАСИ ВА КРЕДИТ
08.00.08 БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ ВА АУДИТ
08.00.09 ЖАҲОН ИҚТИСОДИЁТИ

08.00.10 ДЕМОГРАФИЯ, МЕҲНАТ ИҚТИСОДИЁТИ
08.00.11 МАРКЕТИНГ
08.00.12 МИНТАҚАВИЙ ИҚТИСОДИЁТ
08.00.13 МЕНЕЖМЕНТ
08.00.14 ИҚТИСОДИЁТДА АХБОРОТ ТИЗИМЛАРИ ВА ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ
08.00.15 ТАДБИРКОРЛИК ВА КИЧИК БИЗНЕС ИҚТИСОДИЁТИ
08.00.16 РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ВА ХАЛҚАРО РАҚАМЛИ ИНТЕГРАЦИЯ
08.00.17 ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ФАОЛИЯТИ

1/14

АКТУАР МОЛИЯ ВА БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ ИЛМИЙ ЖУРНАЛИ Vol. 4 No. 05 (2024)

MUNDARIJA СОДЕРЖАНИЕ CONTENTS



MUNDARIJA СОДЕРЖАНИЕ CONTENTS

- МАХАЛЛИЙ КОРХОНАЛАР ФАОЛИЯТИДА МАРКЕТИНГ ДАСТУРЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ АМАЛИЁТИ ТАҲЛИЛИ ВА УНИНГ САМАРАДОРЛИК КЎРСАТКИЧЛАРИ

Ҳ.Н.Абдуллаева (Author)

1-9

○ [PDF](#)

- МЕЛИОРАТИВ ТИЗИМЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ ЖАРАЁНЛАРИНИ РАҚАМЛАШТИРИШНИНГ ТАШКИЛИЙ-ИҚТИСОДИЙ АСОСЛАРИ

Исмаилов Тимур Куатбаевич, Атамуратова Феруза Кадирбергеновна (Author)

10-14

○ [PDF](#)

- АКСИЯДОРЛИК ЖАМИЯТЛАРИНИНГ МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЙОТДАГИ РОЛИ: Yirik aksiyadorlik jamiyatlarining o'zbekiston yalpi ichki mahsulotiga qo'shgan hissasi, ularning ish o'rnlari yaratish va innovatsion faoliyatdagi o'rni tahlili.

Xalekeeva Zoya Pirniyazovna (Author)

15-20

○ [PDF](#)

- HUDUDIIY BANK MOLIYA TIZIMINING INTEGRATSION FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISH

Jumayev Baxodir Raxmatullayevich (Author)

21-25

○ [PDF](#)

- САНОАТ КОРХОНАЛАРИДА РАҚОБАТБАРДОШЛИКНИ БОШҚАРИШ СТРАТЕГИЯСИНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

Абдурахманова Шохида Равшановна, Закирова Зулайхо Равшановна (Author)

26-31

○ [PDF](#)



AKTUAR MOLIYA VA BUXGALTERIYA ҲИСОБИ ИЛМИЙ ЖУРНАЛИ

SCIENTIFIC JOURNAL OF ACTUARIAL FINANCE AND ACCOUNTING

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ АКТУАРНЫХ ФИНАНСОВ И УЧЕТА

Электрон илмий журнал | Electronic scientific journal

МУАССИС | FOUNDER

Тошкент давлат иқтисодиёт университети

Tashkent State University of Economics

ТАҲРИР КЕНГАШИ РАИСИ | CHAIRMAN OF THE EDITORIAL BOARD

Шарипов Конгратбой Аvezимбетович – т.ф.д., профессор

Sharipov Kongratboy Avezimbetovich – doctor of technical sciences, professor

БОШ МУҲАРРИР | EDITOR-IN-CHIEF

Бурханов Актам Усманович – и.ф.д., профессор

Burkhanov Aktam Usmanovich – DSc, professor

БОШ МУҲАРРИР ЎРИНБОСАРИ | DEPUTY CHIEF EDITOR

Абдусаломова Нодира Баходировна – и.ф.д., профессор

Abdusalomova Nodira Bakhodirovna – DSc, professor

МАСЪУЛ КОТИБ | EXECUTIVE SECRETARY

Усманов Бунёд - и.ф.ф.д. (PhD), доцент

Usmanov Bunyod - PhD, associate professor

ВЕБ-АДМИНИСТРАТОР | WEBMASTER:

Хуррамов Азизбек | Xurramov Azizbek



Тахририят ҳайъати ва Жамоатчилик кенгаши аъзолари

1. Н.Х. Жумаев (Ташкент)
2. О.К. Иминов (Ташкент)
3. Петрос Голицыс (Великобритания)
4. М.П. Эшов (Ташкент)
5. Е.В. Зарова (Россия)
6. Г.К. Абдурахманова (Ташкент)
7. Ш.А. Тошматов (Ташкент)
8. М. Калонов (Ташкент)
9. Т.Б. Лейберт (Россия)
10. С.К. Худойкулов (Ташкент)
11. Тегу Дартанто (Индонезия)
12. Е.Попкова (Россия)
13. С.Э. Элмирзаев (Ташкент)
14. Б.Т. Бердяров (Ташкент)
15. Анукрати Шарма (Индия)
16. Б.К. Тухлиев (Ташкент)
17. Х. Амонов (Чехия)
18. Х.Х. Худойкулов (Ташкент)
19. М. Ахунов (Южная Корея)
20. Н.Ш. Хажимуратов (Ташкент)
21. Петр Хайек (Чехия)
22. А.Х. Аюбжанов (Ташкент)
23. Б.А. Хасанов (Ташкент)
24. Ш.Х. Муминов (Ташкент)
25. Р.О. Холбеков (Ташкент)
26. Ш.Т. Эргашева (Ташкент)
27. Х.А. Курбанов (Ташкент)
28. К.Н. Тўхсанов (Ташкент)
29. Б. Ю. Максудов (Ташкент)
30. Б.О.Турсунов(Ташкент)
31. А.М. Кадиров (Ташкент)
32. А. Ядгаров (Ташкент)
33. М. Курбонбекова (Ташкент)
34. О.Н. Хамдамов (Ташкент)
35. Д.Б. Гофуров (Ташкент)
36. Р. Р. Назарова (Ташкент)



AKTUAR MOLIYA VA BUXGALTERIYA HISOBI ILMIY JURNALI

Vol. 4 Issue 06 | pp. 166-170 | ISSN: 2181-1865

Available online <https://finance.tsue.uz/index.php/afa>

TURIZM VA MEHMONXONALARDA UMUMIY OVQATLANISH XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY ASOSLARI



Qurbonova Malika Axmad qizi

Turizm va marketing kafedrası doktoranti

Qarshi davlat universiteti

Annotatsiya: Mazkur maqolada turizm va mehmonxonalarda umumiy ovqatlanish xizmatlarini rivojlantirishning nazariy asoslari va uning iste'molchilarga bo'lgan munosabatning nazariyalari hamda omillari shakllantirilgan.

Kalit so'zlar: Turistik firmalar, Chet ellik turistlarga xizmat qilish, Kasbiy mahorat, Mijozlar talablarining turli-tumanligini o'rganish, Iste'molchilar qoniqish darajasi, Xizmat qilish tezligi.

Аннотация: В данной статье сформированы теоретические основы развития услуги общего питания в туризме и гостиницах, а также теории и факторы ее отношения к потребителям.

Ключевые слова: Туристические компании, Обслуживание иностранных туристов, Профессиональные навыки, Изучение многообразия требований клиентов, Уровень удовлетворенности клиентов, Скорость обслуживания.

Abstract: In this article, the theoretical foundations of the development of general catering services in tourism and hotels and the theories and factors of its attitude to consumers are formed.

Keywords: Tourist companies, Serving foreign tourists, Professional skills, Studying the variety of customer requirements, Customer satisfaction level, Service speed.

Kirish. Turistik firmalar tomonidan tashkil qilingan holda yakka tartibda yoki guruh tarkibida tashrif buyurgan turistlarning kelgan joylarida yo'llanmada ko'rsatilgan asosiy xizmat turlari, shu jumladan, ovqatlantirish xizmati, bepul ko'rsatiladi, chunki ular bu xizmat haqlarini sayohatni tashkil qilgan firmalarga valyutada to'lab kelishadi. Shu sababli ham, ularning ovqati uchun ajratilgan limit doirasida har bir nonushta turi (ertalabki nonushta, kechqurungi nonushta yoki tushlik) uchun menyu (gabdolt) tuziladi. To'lagan limitiga va nonushta turiga qarab menyuga 2–4 taom kiritiladi va ularning narxi bir kishiga nisbatan hisoblanadi. Agar tasdiqlangan menyudan tashqari taomlar va alkogolli ichimliklar buyuriladigan bo'lsa, ular naqd valyutaga sotib olinadi. Xorijiy mamlakatlardan kelgan turistlarga xizmat qilishning o'ziga xos xususiyatlaridan yana biri shundan iboratki, firmalar ishtirokisiz kelgan turistlarga pullik xizmat ko'rsatiladi va ovqatlanishga ajratilgan limit doirasidagidek kompleks menyular tuzilmaydi. Ularning ovqatlanishini tashkil qilish uchun korxonaning kunlik menyusi (kunlik karta) asos qilib olinadi.[1]

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Bunga XX asrning birinchi yarmidan boshlab respublika hududida kartoshka, pomidor, bodring, baqlajon, karam, kabachka, patisson va bulg'or qalampiri kabi yangi mahsulotlarning yetishtirila boshlanishi hamda respublikada makaron, yog' va konditer mahsulotlari, turli konservalarni ishlab chiqaradigan oziq-ovqat sanoati tarmoqlarining vujudga kelishi sabab bo'ldi. Bugungi kunda turkman milliy taomlari assortimentini yuqorida nomlari ko'rsatilgan mahsulotlarsiz tasavvur qilib bo'lmaydi.

Tadqiqot metodologiyasi. Taraqqiyotning hozirgi bosqichida turizm va xizmat ko'rsatish sohasi uchun qo'yilayotgan asosiy talab sifatini ta'minlashdan iborat bo'lmoqda. Umumiy ovqatlanish xizmatlari sifatini ta'minlashda asosiy omillardan biri sanalgan taomlar assortimentining kengligi, ayniqsa turli xalqlar taomnomasida mavjud taomlarning yuqori tayyorgarlik darajasida taqdim etilishi o'sha xalq vakillaridan iborat bo'lgan turistlarda ijobiy xulosa qoldirish bilan birga, gastronomic turizmning rivojlanishiga ham zamin yaratadi.

Tahlil va natijalar. Xorijiy turistlarga xizmat qilishda ularning ovqatlanishiga xos xususiyatlar, xodimlar qiyofasi va shaxsiy gigienasini hisobga olishdan tashqari, ko'rsatilayotgan xizmat sifatiga o'ta katta ahamiyat berilishi lozim, chunki chet ellik turistlar xodimlar qiyofasi, shaxsiy gigienasi, korxonaning sanitariya holati va xizmat sifatiga qarab respublikaning barcha ovqatlanish korxonalari va millat madaniyati to'g'risida xulosa chiqarishlari mumkin. Shu sababli ham, har kuni chet ellik turistlarga xizmat qiluvchi metrdotel ulardan korxona xizmati sifati va sanitariya holati to'g'risida ularning fikrlarini oladi va korxona rahbariga (sohibiga) yetkazadi.[2] Agar taomlar tarkibi o'zgarsa, odam organizmida boshqa mikroorganizmlar rivojlanib ketishi va unda qator noqulayliklar va noxushliklarni keltirib chiqarishi mumkin. Bundan tashqari, taomlar murakkab moddalarini parchalaydigan fermentlar ham doimo iste'mol qilib kelinayotgan mahsulotlar tarkibiga qarab shakllanadi. Masalan, umuman sut ichmaydigan odamlar organizmida sut shakari laktozani hazm qilmaydigan laktaza fermenti sintez qilinmaydi. Bunday hollarda sut shakari to'g'ridan to'g'ri yo'g'on ichakkacha yetib boradi. Olingan ma'lumotlar asosida kamchiliklarni tuzatish bo'yicha zudlik bilan choralar ko'riladi.

Yuqorida ko'rsatilganlarni hisobga olgan holda ovqatlantirish korxonalari xodimlari o'zlarining ko'rsatayotgan xizmatlari sifatiga katta ahamiyat berishlari lozim va ular doimo mehmonlar nazorati ostida ekanligini unutmashliklari kerak. Tashqi go'zal qiyofaga ega, shaxsiy gigienaga qat'iy rioya va hech qanday kamchiliklarsiz xizmat qiladigan va xushmuomala xodimlar o'zlariga va korxonaga ishonch hosil qilishdan tashqari korxona vakili sifatida mehmonlar nazarida uning shuhratini oshiradi.[3] Chet ellik turistlarga xizmat qiladigan har bir korxona ko'rsatayotgan xizmat sifatini ko'tarish maqsadida korxona nufuziga mos keladigan va uni yanada oshiradigan shaxsiy xizmat ko'rsatish standartlarini ishlab chiqishlari va amalda ularga qat'iy rioya qilishlari lozim. Korxonada chet ellik turistlarga xizmat ko'rsatish sifatiga quyidagilar: har bir ishning juda ehtiyotkorlik bilan va aniq bajarilishi; xodimlar tomonidan mehmonlarga g'amxo'rlik ko'rsatilishi, xizmat vaqtini aniq rejalashtirilishi, o'zo'zini nazorat qilishi, professional va sotsial kommunikativligi katta ta'sir ko'rsatadi. Yuqorida ko'rsatilgan ishlarni sifatli bajarish xodimlarning kasbiy mahoratiga bog'liq bo'ladi. Kasbiy mahorat deganda xizmat

qilish tezligi, xizmat qilish bo'yicha har qanday ishni bajarishda tozalikka va etiket qoidalariga qat'iy rioya, xizmat iste'molchilariga g'amxo'rlik qilish va maslahatlar berish mahorati tushuniladi. Xizmat qilish tezligi - bu xizmat iste'molchilarining kutish vaqtini minimum qisqartirishdir. Bunga ofitsiantlar, barmenlar va metrdotellarning ishlashi uchun qulay sharoitlarni yaratish va ovqatlanish zali bo'yicha harakat qilishini avtomatizm darajasigacha yetkazish orqali erishiladi.

Xizmatlar sohasida (shu jumladan ovqatlanish xizmatlari sohasida ham) sifat tizimi moddiy ishlab chiqarish sohasiga qaraganda kamroq tarqalgan, bu shuning uchunki:

- ✚ Xizmatlar sohasidagi ishning o'zi "ijodiy harakterga" ega bo'lib, bevosita mijoz tomonidan baholanadi;

- ✚ Xizmat ko'rsatish va iste'mol ko'pincha bir vaqtning o'zida amalga oshiriladi;

- ✚ Xizmatlar sohasida qo'l mehnati yuqori foizni tashkil etadi, uning sifati xodimning individual maxoratiga bog'liq bo'ladi;

- ✚ Mijozlar talablarining turli-tumanligi xizmat ko'rsatish usullarini standartlashtirishni qiyinlashtiradi.

Umumiy ko'rinishda esa, iste'molchilar uchun xizmatlarning ahamiyatlilik mezonlari quyidagilardir:

- ❖ Iste'molchi uchun sezilarli bo'lgan "moddiy sifat" (olingan mahsulotning, restoran ovqatining, mehmonxona xonalari ta'mirining...);

- ❖ Iste'molchi uchun sezilarli bo'lgan "nomoddiy sifatlar" (reklama elonlarining ishonchliligi, turli hujjatlarni tuzishda xatolarning yo'qligi....);

- ❖ "psixologik" sifatlar (mehmondo'stlik, xushmuomalalik, sermulozamatlik).

Ovqatlanish xizmatining sifati - ovqatlanish xizmatining ayrim ob'ektlari, shuningdek, umuman tarmoq faoliyat natijalarining iste'molchilik baholashi jamlanmasidir. Ovqatlanish xizmati sifati ovqatlanish ob'ektlari raqobatbardoshligining omili bo'lib hisoblanadi. Ovqatlanish xizmati sifatining kompleks ko'rsatkichi mahsulot sifati va xizmatlar sifatining guruhviy ko'rsatkichlaridan vujudga keladi.[4] Ovqatlanishda xizmat ko'rsatish sifati quyidagi karakteristikalarni aks ettiradi:

- ❖ Ovqat va ichimliklarning keng assortimentini;
- ❖ Yangi, yuqori sifatli mahsulotlardan alohida ishlov qa aniq resept talab etuvchi ovqatlar tayyorlanishi;

- ❖ Ovqat tayyorlashning barcha texnologiyalariga so'zsiz amal qilish;

- ❖ Eng muhim xizmatlar xodimlari kasbiy tayyorgarligining yuqori darajasi;

- ❖ Xizmat ko'rsatiladigan zallarda umumiy vaziyatning qulay va xavfsizligi;

- ❖ Xizmat ko'rsatiuvchi xodimlarning axloqi va oqsoqlantiruvchanligi;

- ❖ Jihozlanishning o'ylangan estetikasi, musiqali dasturlar borligi va boshqalar.

Ovqatlanish xizmatlari sifatini o'lchash uchun yagona baholash va o'lchov tizimi ishlab chiqilishi kerak, bunga mutaxassilar yo'naltirilishi lozim. Shu o'rinda, ovqatlanish xizmati sifati indikatori to'g'risida to'xtalib o'tish maqsadga muvofiqdir. Ovqatlanish xizmatlari sifatining shunday ko'rsatkichlarini tasdiqlash zarurki, ular oson o'lchanadigan, standartlashtirilgan, turli toifadagi xizmatlar va vaziyatlar uchun to'g'ri keladigan, xizmatlar ko'rsatish jarayonida ko'p mehnat talab etmaydigan bo'lishi kerak. Umumiy ovqatlanish xizmatlari sifatini baholashni iste'molchi qoniqish indeksini

hisoblash orqali amalga oshirish usuli tavsiyaviy harakterga ega bo'lib, yangicha yondashuvga asoslanadi.

Ushbu usul orqali istemolchilar qoniqish indeksini hisoblash modeli ishlab chiqildi (1-formula). Iste'molchilar qoniqish indeksini hisoblash bo'yicha dunyoning rivojlangan davlatlarida yetarlicha tajriba mavjud. Masalan, Amerika Qo'shma Shtatlarida ko'plab mahsulotlar va xizmatlar bo'yicha iste'molchilar qoniqish indeksi (American Customer Satisfaction Index (ACSI)¹) hisobotlari e'lon qilinib boriladi. Iste'molchilar qoniqish indeksini hisoblash bo'yicha xorij tajribasi chuqur o'rganilgan holda, uni hisoblash ilmiy asoslangan usullar va mexanizmlar, bosqichlarda amalga oshirilib boriladi.

$$a = \delta_0 + \delta_1 X_1 + \delta_2 X_2 + \dots + \delta_n X_n + u \quad (1\text{-formula})$$

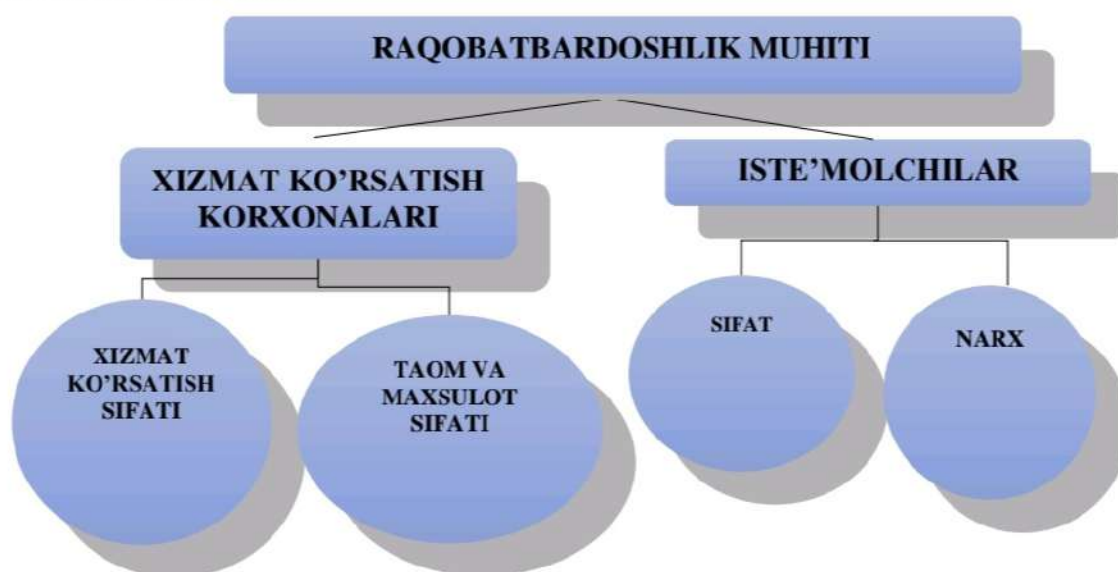
a = Iste'molchilar qoniqish darajasi

$X_1, \dots, X_n$ – iste'molchilar qoniqishiga ta'sir etuvchi omillar

δ – ko'rsatkich koeffitsenti

Istemolchilar qoniqish darajasini baholashda 1-formuladan foydalaniladi.

Bunda ovqatlanish xizmatlari sifatini baholash bo'yicha ijtimoiy so'rovnoma o'tkaziladi. Anketa so'rovnomasiga kiritilgan omillar (1-sxema) o'lchovining aniq shkalalari yaratiladi va natijalar doimiy ravishda maxsus dasturlar yordamida tahlil qilib boriladi. Tahlillar natijasida har bir ovqatlanish korxonasi xizmatlari bo'yicha iste'molchilarning qoniqish indeksi hisoblab topiladi. Asosiysi, bu jarayonlarda ishtirok etuvchi iste'molchilar turli ko'rinishdagi qog'ozbozliklardan holi tarzda, web (onlayn) shaklda ishtirok etishadi.



1-Rasm. Umumiy ovqatlanish xizmatlaridan iste'molchilarning qoniqish omillari

Ovqatlanish korxonalari xizmati sifati besh ballik tizimda baholanadi. So'rovda sifat omillarini yuqori darajada (5 ball), yaxshi (4 ball), o'rtacha (3 ball), qoniqarli (2 ball) va qoniqarsiz (1 ball) baholarni hisoblash mumkin bo'ladi. Olingan ma'lumotlar ekonometrik dasturlar yordamida tahlil etiladi va sifatga har bir omilning tasir etishi o'rganiladi.

Xulosa va takliflar. Xulasa qilib aytadigan bo'lsak amalga oshirilgan izlanishlar natijasida istemolchilar qoniqish darajasi baholanadi va istemolchilar qoniqish indeksi aniqlanadi. O'tkazilgan ijtimoiy so'rovnomalar natijalari dalolat berishicha 87% respondentlar fikriga ko'ra umumiy ovqatlanish xizmatlari raqobatbardoshligini ta'minlash sifat omiliga

bog'liqdir. Bundan kelib chiqib, umumiy ovqatlanish korxonalarida sifatni ta'minlash orqali iste'molchilar qoniqishiga, natijada raqobatbardoshlikni va korxona samaradorligini ta'minlashga erishiladi desak mubolag'a bo'lmaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Абдукаримов Б.А ва бошқалар. Оммавий овқатланиш соҳаси иқтисодиёти фанидан масалалар тўплами ва услубий кўрсатмалар. Самарқанд. СамИСИ, 2012.
2. Абдукаримов Б.А., Шарипов Т.С. Умумий овқатланиш: ҳолати, муаммо ва ечимлар. Монография. -Т.: «Иқтисодиёт», 2011.
3. www.el.tfi.uz – ТМІ электрон kutubxonasi
4. www.mail.tdiu.uz – TDIU электрон kutubxonasi

Copyright: © 2024 by the authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution- 4.0 International License (CC - BY 4.0)

