



ISSN 2091-5187

СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ
ЖУРНАЛ

2023
2-сон



Шахноза Махмудовна Латипова Лизинг хизматларининг атроф-муҳитни муҳофаза қилишда қўлланилиши	74
Умид Холбоевич Холбоев Хизмат кўрсатиш соҳасида хизматлар самарадорлиги ва сифатини оширишга рақобатнинг таъсирини баҳолаш	79
Нилуфар Зиябаевна Юлдашова Агросервисни ривожлантиришда хорижий мамлакатлар тажрибаси	83
Нигина Маруповна Усманова Китоб савдосини самарали ташкил қилишдаги муаммолар ва уларнинг ечимлари бўйича айрим тавсиялар	87
Фарход Анварович Сафаров Хизмат кўрсатиш корхоналари фаолиятини такомиллаштиришда инновацион жараёнларнинг аҳамияти	92
ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ	
Алишер Абдуганиевич Эшгаев Халқаро туризм бозорининг ривожланиш тенденциялари ва унда Ўзбекистоннинг иштироки	97
Shoʻqiddin Erkin oʻgʻli Abdurasulov Turizm rivojlanishi sharoitida “ekologik turizm” tushunchasining ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati va xususiyatlari	102
Ollonazar Norbek oʻgʻli Allonazarov Mintaqada mehmonxona xizmatlari faoliyati koʻrsatkichlari tahlili	105
Адхам Итолмасович Рахматов Туризм соҳасида юқори малакали кадрлар билан таъминланганлик даражасига таъсир қилувчи омиллар ва уларни аниқлаш йўллари	109
КИЧИК БИЗНЕС ВА ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИК	
Юлдуз Пирназаровна Урунбаева Кичик тадбиркорлик ва аҳоли турмуш даражаси: ўзаро боғлиқлиги	115
Мехрангиз Олимовна Мамаюнусова Мамлакатимиз худудларида оила хўжаликларининг таркибий тузилиши ва ўзгариши билан боғлиқ масалалари	119
МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ	
Sanjarbek Komiljon oʻgʻli Boyjigitov Marketing xizmati samaradorligini baholashning nazariy asoslari va amaliy ifodasi	125
Zulfiya Musayevna Usmanova Kadrlarni boshqarish mexanizmini takomillashtirish muammolari	129
Кахрамон Сайдуллаевич Махмудов Хизматлар сифатини баҳолаш ва назорат қилишнинг ўзига хос жиҳатлари	132
Shokhista Bahridin kizi Turdieva Specific features of the conceptual framework of social marketing	138
Diyor Haqberdiyevich Xolmamatov Ulgurji savdoda sotuvdan keyingi servisni rivojlantirishning marketing strategiyasi	142
МОЛИЯ, ПУЛ МУОМАЛАСИ ВА КРЕДИТ	
Азиза Махомадризовна Каримова Оценка современного состояния рынка и условия кредитования субъектов туристических услуг Республики Узбекистан	148

vazifasini qo'yg'an. U mehnat unumdorligining pastligining asosiy sababi ishchilarni rag'batlantirish tizimining mukammal emasligi degan xulosaga keldi.

Teylorning fikrlariga ko'ra:

birinchidan, ishning iqtisodiy usullarini joriy etish zarurati;

ikkinchidan, xodimlarni kasbiy tanlash va tayyorlash masalalarini hisobga olish;

uchinchidan, kadrlarni joylashtirishga e'tibor berish;

to'rtinchidan, rahbarlar va xodimlar o'rtasidagi o'zaro hamkorlikni tashkil etishning maqsadga muvofiqligini ta'minlash zarur.

Olim Anri Fayol birinchi bo'lib boshqaruvda inson omili qonuniyatlarini hisobga olishning yetarlicha izchil tamoyillar tizimini ishlab chiqdi. Fayol yuqori boshqaruv faoliyati bilan bog'liq holda mehnatni rag'batlantirish masalalarini ishlab chiqdi.

Xulosa va takliflar. Xulosa sifatida shuni ta'kidlash kerakki, xodimlarni boshqarish mexanizmini takomillashtirish uchun tashkilot yoki korxonaning xususiyatlari va imkoniyatlarini hisobga olish kerak. Yuqorida tahlillar jarayonida korxonalarining kadrlar boshqaruvidagi muammolarning kelib chiqish sabablariga oydinlik kiritildi va yechimlar ko'rsatildi.

Korxonada xodimlarni samarali boshqarish uchun quyidagi postulatlariga amal qilish kerak:

birinchidan, xodimning ijtimoiy resurs sifatidagi xususiyatlarini asoslash, unga yagona boshqaruv obyekti nuqtai nazaridan ahamiyat berish;

ikkinchidan, inson tabiatini tushunish, mehnat va boshqaruvni oqilona tashkil etish tamoyillari asosida ijtimoiy totuvlik orqali yuqori mehnat unumdorligini ta'minlash.

<p>З.Усманова</p> <p>Проблемы совершенствования механизма управления персоналом</p> <p>Аннотация: В данной статье рассматривается использование передовых методик с целью совершенствования механизма управления персоналом в организациях и на предприятиях. В исследовании даны рекомендации по эффективному управлению персоналом.</p> <p>Ключевые слова: персонал, предприятие, организация, механизм управления, управление, стимулирование персонала, мотивация, человеческий потенциал.</p>	<p>Z.Usmanova</p> <p>Problems of improving the mechanism of personnel management</p> <p>Abstract: This article discusses the use of advanced techniques in order to improve the mechanism of personnel management in organizations and enterprises. The study provides recommendations for effective personnel management.</p> <p>Keywords: personnel, enterprise, organization, management mechanism, management, personnel stimulation, motivation, human potential.</p>
--	--

Кахрамон Сайдуллаевич Махмудов – СамИСИ, мустақил тадқиқотчи

ХИЗМАТЛАР СИФАТИНИ БАҲОЛАШ ВА НАЗОРАТ ҚИЛИШНИНГ ЎЗИГА ХОС ЖИҲАТЛАРИ

<p>Аннотация: мақолада хизматлар сифати ва уни бошқаришда хизматлар сифатини баҳолашнинг ўзига хос жиҳатлари очиб берилган. Бунда хизматларнинг хусусиятлари, хизматлар сифатини белгиловчи кўрсаткичларни белгилашнинг аҳамияти тавсифлаб берилган, хизматлар сифат кўрсаткичларини таҳлил қилиш учун баҳолаш тизимини яратиш, шунингдек, ташкilot фаолияти кўрсаткичларини сифат ва миқдорий кўрсаткичлар бўйича таққослаш зарурлиги асослаб берилган.</p> <p>Калит сўзлар: хизмат сифати, хизмат хусусиятлари, сифат кўрсаткичлари, сифатни баҳолаш усуллари, хизмат сифатини назорат қилиш.</p>

Кириш. Сўнги даврларда хизмат кўрсатиш соҳаси жаҳон иқтисодиётида муҳим ўрин тутиб келмоқда. Охириги 30 йил ичида хизматларнинг дунё ривожланган мамлакатлари яппи миллий маҳсулотдаги улуши 68 фоизга етди. ЮНЕСКО маълумотларига кўра, сайёраамизнинг меҳнатга лаёқатли аҳолисининг 70% дан ортиғи у

ёки бу хизмат турида фаолият кўрсатмоқда. Хизматларга бўлган талабнинг ўсиши бевосита илмий-техника тараққиёти ва ишлаб чиқаришнинг иқтисодий самарадорлигини ошириш билан боғлиқ. Хизмат кўрсатиш соҳасининг роли жадал ўсиб бормоқда. Масалан АҚШда - 73% иш ўринлари, Германияда - 41%, Италияда - 35% иш ўринлари хизмат кўрсатиш соҳасига тўғри келмоқда¹. Ўзбекистонда ушбу фаолият тури мамлакат аҳолисининг 40% дан ортиғини қамраб олади ва хизматлар улуши ялпи миллий маҳсулотнинг тахминан 50% дан ортиғини ташкил қилади. Сўнгги бир неча йил ичида хизмат кўрсатиш соҳасининг ривожланиш суръатлари сезиларли даражада бўлмоқда.

Хизмат кўрсатиш соҳаси бозорининг жадал ривожланиши қуйидаги омиллар билан боғлиқ:

- корхоналар ва булар, қоида тариқасида, хизмат кўрсатиш соҳасига ихтисослашган кичик корхоналар
- асосий воситалар учун нисбатан кичик харажатларга эга эканлиги;
- аҳоли турмуш даражасининг умумий ўсиши муносабати билан хизматлар ва қўшимча қулайликларга бўлган талаб ортиб бормоқда;
- ҳар хил турдаги хизматларга қизиққан аҳоли сони ортиб бормоқда;
- хизматлар доираси кенгайиб бормоқда, яъни оммавий ва умумий қабул қилингандан тортиб экзотикгача.

Буларнинг барчаси мамлакатимиз учун кўпроқ тўғри келади, аммо хизмат кўрсатиш соҳасида саноат ва ишлаб чиқаришга қараганда камроқ тажриба ва маданият мавжуд. Хизмат бозори тенденциялари корхоналарнинг рақобатбардошлигини ошириши ва бизнесининг бир хил барқарор ўсишини сақлаб қолиш имконини берадиган технологияларни излашда фаолроқ бўлишга мажбур қилмоқда.

Моддий ишлаб чиқариш соҳасида ўзини оқлаган ёндашувларни хизмат кўрсатиш соҳасида қўллашга уринишлар кўпинча қуйидаги сабабларга кўра ижобий натижа бермайди деб ҳисоблаймиз:

- хизмат кўрсатиш соҳасидаги ишнинг ўзи "ижодий характерга" эга ва бевосита миждо томонидан баҳоланади;
- хизмат кўрсатиш ва истеъмол қилиш кўпинча бир вақтнинг ўзида амалга оширилади;
- хизмат кўрсатиш соҳасида қўл меҳнатининг улуши юқори бўлиб, унинг сифати ишчининг индивидуал хусусиятига боғлиқ;
- хизмат кўрсатиш усуллари стандартлаштириш бир мунча қийин жараён ҳисобланади.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили. Ҳар қандай маҳсулот сифатининг ажралмас хусусияти, у жисмоний маҳсулот ёки хизмат кўринишида бўлишидан қатъий назар, унинг муайян эҳтиёжларни қондириши ва истеъмолчилар ўз талабларига мувофиқ ўзгартириш қобилиятидир.

"Хизмат" нинг умумий қабул қилинган таърифи мавжуд бўдмасида, бироқ бир нечта асосий таклифлар вариантлар сифатида кўриб чиқиш мақсадга мувофиқдир:

Ф.Котлер: "Хизматлар бир томон бошқасига таклиф қилиши мумкин бўлган ва асосан номоддий бўлган ва ҳеч нарсага эгаллик қилишга олиб келмайдиган ҳар қандай ходиса ёки фойдадир"².

Т.Хилл: "Хизмат – бу хўжалик бирлигига мансуб шахс ёки маҳсулот ҳолатининг ўзгариши бўлиб, биринчисининг олдидан розилиги билан бошқа хўжалик бирлигининг фаолияти натижасида юзага келади"³.

Қандай бўлмасин, мутахассислар ўз фикр-мулоҳазаларида урғу берадиган хизматнинг асосий хусусияти "номоддийлик" деб ҳисобланади, яъни. хизматни олишдан

¹ Разомасова Е.А. Сфера услуг: теория, состояние и развитие: монография; НОУ ВПО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации». – Новосибирск, 2011

² Котлер, Ф. Управление маркетингом / . М.: Экономика, 1980

³ Николаева, М. А. Маркетинг товаров и услуг: учебник / М.: Изд. дом «Деловая литература», 2001.

олдин уни татиб кўриш, ташиш, қадоқлаш ёки текшириш мумкин эмас. Харидор сотувчининг сўзига ишонишга мажбур бўлади.

Тадқиқот методологияси. Тадқиқотни олиб бориш жараёнида абстракт фикрлаш, мантикий ёндошув, қиёсий таҳлил каби усулларида кенг фойдаланилган. Ушбу усулларга асосан, *хизмат кўрсатиши* мақсадга мувофиқ фаолият бўлиб, унинг натижаси инсоннинг у ёки бу эҳтиёжларини қондира оладиган фойдали таъсирда ифодаланади, дастлаб бозорда талаб ва таклиф объекти бўлиши мумкин деган хулосага келдик.

Таҳлил ва натижалар. *Хизмат* учун унинг сифатини аниқлашда уни яратиш ва тақдим этиш жараёнига эътибор қаратиш тўғрироқдир. *Хизмат кўрсатиш*да иккита савол намоён бўлади: истемолчи нимага эга бўлади ва у унга қандай тақдим этилади? Умуман олганда, истемолчилар учун *хизматларнинг* аҳамияти сифат мезонлари қуйидагилар деб ҳисоблаймиз:

- истемолчи учун сезиларли бўлган "материал" сифати (сотиб олинган маҳсулот сифати, ресторан таомлари, меҳмонхона хоналарини безаш, поездлар ва самолётлардаги ўриндиқларнинг кенглиги, эҳтиёт қисмларнинг *хизмат қилиш муддати* ва бошқалар);
- истемолчи учун сезиларли бўлган "номоддий" сифат (рекламаларнинг ишончилиги, турли ҳужжатларни тайёрлашда хатоларнинг йўқлиги, банк операцияларида хатоларнинг камайиши ва бошқалар);
- *хизмат муддати*;
- "психологик" сифат (меҳмондўстлик, хушмуомалалик, мулозамат ва бошқалар).

Хизмат сифати - бу харидорнинг эҳтиёжларини қондириш ва уларга қўйиладиган талабларни қондириш қобилиятини белгилайдиган *хизмат кўрсатиш хусусиятлари* тўплами деб ҳисоблаймиз. Бу кўрсатилаётган *хизматлар* даражаси истемолчининг кутганларига қанчалик мос келишининг ўлчовидир.

Хизмат сифати деганда, *хизматни* ишлаб чиқариш учун фойдаланиладиган техник воситалар ва бошқа моддий объектларнинг сифати, шунингдек, миқдорга таклиф этилаётган *хизмат кўрсатиш даражаси* каби кўрсаткичларнинг синтези сифатида тушуниш тавсия этилади¹. Бундан ташқари, охириги кўрсаткич миқдор томонидан ташкилотда *хизмат кўрсатиш сифатини* баҳолашда ҳал қилувчи аҳамиятга эга.

Хизматлар сифатига қўйиладиган талаблар миллий стандартлар, халқаро, шу жумладан профессионал ташкилотларнинг меъёрий-техник ҳужжатлари, шунингдек, ушбу соҳада фаолият юритувчи ташкилотлар сифат тизимлари доирасида белгиланиши мумкин.

Хизматлар ва уларнинг тегишли тақдим этиш усуллари ҳам *сифат* , ҳам *миқдорий хусусиятларга* эга . *Миқдорий хусусиятлар* ўлчовга бўйсунди, сифат хусусиятлари субъектив баҳолашни талаб қилади.

Хизмат талаблари билан боғлиқ хусусиятлар қуйидагиларни ўз ичига олади:

- кутиш вақти, *хизмат кўрсатиш вақти*, ҳисоб-китоб муддатининг аниқлиги (миқдорий характеристикалар);
- ишонч даражаси, кириш қулайлиги, хавфсизлик, сезгирлик, хушмуомалалик, қулайлик, эстетика муҳит ва гигиена (сифат хусусиятлари).

Хизматни тақдим этиш тартибига қўйиладиган талаблар билан боғлиқ хусусиятлар, масалан: *хизмат кўрсатувчи корхонанинг кўрсаткичлари*, *хизмат кўрсатувчи муассасалар сони*, *ходимлар сони* ва индивидуал жараёнларнинг давомийлиги (миқдорий характеристикалар); малака, жавоб бериш қобилияти ва алоқалар (сифат хусусиятлари).

Тадқиқотчилар Л.Берри, А.Парасураман, В.Зейтамл² нуктаи назаридан *хизмат сифати кўрсаткичлари* рўйхати қуйидагича:

¹ Лазерев В.А. К вопросу о соотношении понятий «сфера услуг», «непроизводственная сфера», «социальная сфера», «сфера обслуживания» и «сфера сервиса»//Интернет журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» №6. 2016.

² Parasuraman, A. Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research / Journal of Marketing. 1985. Vol. 49.

мавжудлик : унинг таъминланишини ортиқча кутмасдан хизматни қулай жойда, қулай вақтда осон олиш;

коммуникабельлик : хизмат тавсифи мижоз тилида тузилган ва аниқ;

малака : техник хизмат кўрсатувчи ходимлар зарур кўникма ва билимга эга;

хушмуомалалик : ходимлар дўстона, ҳурматли ва ғамхўр.

ишончлилик : корхона ва унинг ходимларига ишониш мумкин, чунки улар ҳар қандай шароитда мижозлар талабини қондиришга интиладилар;

барқарорлик : хизматлар аниқ ва барқарор даражада тақдим этилади;

сезгирлик : ходимлар муаммоларни ҳал қилишда ва мижозлар сўровларни қондиришда сезгир ва ижодийдир;

хавфсизлик : тақдим этилаётган хизматлар ҳеч қандай хавф ёки хатар туғдирмайди ва ҳеч қандай шубҳа уйғотмайди;

моддийлик : хизматнинг аниқ компонентлари унинг сифатини тўғри акс эттиради;

Мижозни тушуниш / билиш : ходимлар ҳар бир мижознинг истакларини тушунишга ва уни имкон қадар рўёбга чиқаришга интиладилар.

Кўрсатилаётган хизматлар сифатини оширишга хизмат кўрсатувчи ташкилотлар фаолияти жараёнларини доимий равишда такомиллаштириш орқали эришилади. Бунинг учун ўз фаолиятини истеъмолчининг талаб ва истакларини тўлиқ қондирадиган тарзда амалга ошириш, сифат менежменти тизимидаги илғор маҳаллий ва хорижий ютуқлардан фойдаланган ҳолда хизматлар кўрсатишни ташкил этиш бўйича фаолиятини такомиллаштириш; кўрсатилаётган хизматлар бозорини сақлаб қолиш ва кенгайтириш керак;

Тадқиқотчилар сифат кўрсаткичлари миқдорий кўрсаткичларга қараганда анча мураккаб расмийлаштирилган ва тузилганлигини таъкидлайдилар¹, шунинг учун биз биринчи навбатда баҳолашнинг сифат кўрсаткичларини кўриб чиқамиз.

Хизмат кўрсатиш босқичида хизмат сифатини самарали бошқариш зарур, чунки бу ташкилотларга қуйидаги имкониятларни беради:²

а) мижозларнинг содиқлигини ошириш;

б) ташкилотнинг бозордаги мавқеини мустаҳкамлаш;

в) мижозлар аудиториясини кенгайтириш.

Сифат кўрсаткичларини таҳлил қилиш учун баҳолаш тизимини яратиш, шунингдек, ташкилот фаолияти кўрсаткичларини сифат ва миқдорий кўрсаткичлар бўйича таққослаш керак.

Ҳозирда хизматлар сифатини баҳолашнинг турли хил усуллари мавжуд бўлиб, уларнинг ҳар бири ўзининг ижобий ва салбий томонларига эга. Бунда баъзи баҳолаш усуллари жуда машҳур, баъзилари эса умуман номаълум.

Дунё амалиётида жуда кенг тарқалган ва хизматлар сифатини баҳолашнинг бир қатор усуллари учун асос сифатида қўлланиладиган SERVQUAL методологияси аҳамиятга молик. Ушбу методология 1980-йилларда Остиндаги Техас университетидея ишлаб чиқилган³. Унинг моҳияти шундан иборатки, хизматлар сифатини баҳолаш фокус-гуруҳлар маълумотларини таҳлил қилиш асосида амалга оширилади ва хизмат кўрсатиш сифати мижозларнинг қониқиш даражаси бўйича аниқ баҳоланади. Натижада, хизмат кўрсатиш сифати хизмат кўрсатиш соҳаси истеъмолчиларига боғлиқ ва улар (истеъмолчилар) хизматдан кутаётган наф ва ҳақиқатда олинган фойда ўртасидаги фарқ деган хулосага келинди. Агар хизмат сифати кутилганидан ошиб кетган бўлса, у ҳолда хизмат яхши деб ҳисобланади ва аксинча, агар истеъмолчининг кутишлари "алданган" бўлса, у хизматни қониқарсиз деб ҳисоблайди.

Яна бир жуда машҳур усул - бу Стокгольм Иқтисодиёт мактабида ишлаб чиқилган ва синовдан ўтган истеъмолчиларнинг қониқиш индексини ҳисоблаш усули. Ушбу усул шахсий суҳбатлар асосида индексни ҳисоблаб чиқади, яъни иқтисодиёт тармоқлари бўйича

¹ Александров, Г.А. Повышение качества методов оценки инвестиционного климата региона / Российское предпринимательство. 2017. Т. 18. № 22.

² Пономарева, Т.А. Качество услуг: качественные параметры оценки / Маркетинг в России и за рубежом. 2005. № 1

³ Пономарева, Т.А. Качество услуг: качественные параметры оценки / Маркетинг в России и за рубежом. 2005. № 1

истеъмолчиларни сўрови ўтказилади, сўнгра тармоқ етакчилари аниқланади¹

Хизмат кўрсатиш соҳасидаги сифатни баҳолашнинг навбатдаги усули бу сўровномадир. Сўров учун махсус анкеталар ишлаб чиқилмоқда. Сўровдан сўнг унинг натижалари тўпланади ва қайта ишланади (умумий тенденцияни кўрсатиш, хизматлар қанчалик яхши кўрсатилаётганлиги ҳақидаги саволга жавоб бериш учун тузилган йиғма жадваллар бўйича тақсимланади). Бундан ташқари, ишдаги камчиликларни бартараф этиш, ривожланиш стратегиясини ишлаб чиқиш бўйича қарорлар қабул қилинади, бу албатта яхши хизмат кўрсатишга қаратилиши керак.

Бошқа баҳолаш усули - бу Mystery Shopper усули (инг."Сирли харидор"). Бу усул хизмат кўрсатиш соҳасининг турли корхоналарида (ташкилотларида) кенг қўлланилади. Мазкур усулда махсус тақлиф қилинган истеъмолчи "махфий харид"ни амалга оширади, ушбу тадбир давомида юзага келган муаммолар аниқланади. Сирли харидор ўзини оддий миждо каби тутиб, хизматларни олади (масалан, банк муассасасидан кредит) ва ташкилот раҳбариятига хизмат кўрсатиш жараёнида қандай муаммолар юзага келганлигини қайд қилади, масалан:

- ходимларнинг ҳурматсиз муносабати;
- қўшимча маслаҳатларни талаб қиладиган нотўғри шаклланган ҳужжатлар портфели;
- офисда тўлиқ бўлмаган маслаҳат ва бошқалар.

Аниқланган муаммолар раҳбариятга уларни бартараф этиш тўғрисида қарор қабул қилиш ва агар улар содир бўлса, бепарво ходимларни жазолаш имконини беради. Бундан ташқари, ушбу усул ходимларни ўз ишларини самарали бажаришга ундайди (бажарилган баҳолаш натижаларига кўра бонуслар олиш имконияти туфайли).

Сифат кўрсаткичларини баҳолашда юзага келадиган қийинчиликлар одатда баҳолаш мезонларини умумлаштириш, расмийлаштиришда маълум ноаниқликлар ва тушунмовчиликлар мавжудлиги, шунингдек, мезонларни баҳолаш усулларини аниқлашнинг иложи йўқлиги билан изоҳланади². Шу билан бирга, санаб ўтилган усуллар билан ишлашда уларнинг муаллифлари томонидан юқорида қайд этилган масала ва муаммоларни ҳал этишга етарлича эътибор берилмаганлиги сабабли айрим қийинчиликлар юзага келади. Бу ҳолат муайян методологияни танлаш, баҳолаш ўтказиладиган хизмат кўрсатиш соҳасига боғлиқлиги билан изоҳланади. Уларнинг ҳар бирида баҳолаш мезонлари устуворлик касб этади ва кирувчи кўрсаткичларнинг умумий тўпламида фарқланади.

Масалан, умумий овқатланиш корхонасида хизматлар сифатини баҳолаш учун қуйидаги мезонларни ажратиб кўрсатиш мумкин:

- 1) муассасанинг ички қисми;
- 2) озиқ-овқат сифати;
- 3) содиқлик карталари ёки бонусли дастурларнинг мавжудлиги;
- 4) хизмат кўрсатиш тезлиги;
- 5) хонанинг тозаллиги ва бошқалар.

Банк ташкilotининг хизмат кўрсатиш сифатини ҳар томонлама текшириш учун қуйидаги мезонларни ажратиб кўрсатиш мумкин:

- 1) ҳисоб-китоб ва пул ўтказмалари хоналарида навбатларнинг мавжудлиги;
- 2) консултациянинг малака даражаси;
- 3) миждолар билан ишлашда замонавий ахборот технологияларининг мавжудлиги ва улардан фойдаланиш даражаси;
- 4) қулай офис жойлари ва иш соатлари ва бошқалар.

Кўриниб турибдики, хизмат кўрсатиш соҳасидаги сифат жуда кенг тушунча бўлиб, бу сифат хизматнинг табиати билан боғлиқ.

Хулоса ва тақлифлар. Шундай қилиб, маълум бир корхона учун сифат назорати

¹ 6. Филатова, Т.А. Критерии оценки качества услуг в сервисной организации/ Российское предпринимательство. 2013. № 6

² 2.Ефимов, В.В. Средства и методы управления качеством: монография./ М.: КноРус, 2018

методологиясини ишлаб чиқиш учун танлаш ва қўллаш хусусиятлари бевосита ушбу корхона (ташкilot) фаолият юритадиган хизмат турига боғлиқ равишда турли хил усуллардан фойдаланиш мумкин.

Кўрсатилаётган хизматлар сифати ўз-ўзидан мақсад сифатида эмас, балки корхонанинг иқтисодий барқарорлигининг асоси сифатида қаралиши зарур ва бунга куйидагилар орқали эришиш мумкин деб ҳисоблаймиз:

- тақдим этилаётган хизматлар сифатини таъминлаш ва такомиллаштиришда барча ходимларнинг ишгирокига эришиш ;
- кўрсатилаётган хизматлар сифати бўйича истеъмолчи билан доимий ҳамкорлик қилиш;
- истеъмолчи талабларига жавоб берадиган барқарор хизмат сифатини таъминлаш учун ускуналар ишлаб чиқарувчилар билан ўзаро ҳамкорлик қилиш;
- барча даражадаги ходимларнинг иш фаолиятини ҳужжатлаштириш, мониторинг қилиш ва баҳолаш;
- ходимларни доимий равишда ўқитиш ва сифат менежменти тартибларини таъминлаш;
- тизимли текширишлар ва уни таҳлил қилиш, истеъмолчи билан фикр-мулоҳазалар натижалари асосида сифат менежменти тизимини доимий равишда такомиллаштириш.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Разомасова Е.А. Сфера услуг: теория, состояние и развитие: монография; НОУ ВПО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации». – Новосибирск, 2011
2. Котлер, Ф. Управление маркетингом / . М. : Экономика, 1980
3. Николаева, М. А. Маркетинг товаров и услуг : учебник / М.: Изд. дом «Деловая литература», 2001.
4. Лазерев В.А. К вопросу о соотношении понятий «сфера услуг», «непроизводственная сфера», «социальная сфера», «сфера обслуживания» и «сфера сервиса»//Интернет журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» №6. 2016.
5. Parasuraman, A. Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research/ Journal of Marketing. 1985. Vol. 49.
6. Александров, Г.А. Повышение качества методов оценки инвестиционного климата региона / Российское предпринимательство. 2017. Т. 18. № 22.
7. Пономарева, Т.А. Качество услуг: качественные параметры оценки / Маркетинг в России и за рубежом. 2005. № 1
8. Филатова, Т.А. Критерии оценки качества услуг в сервисной организации/ Российское предпринимательство. 2013. № 6
9. 2.Ефимов, В.В. Средства и методы управления качеством: монография./ . М.: КноРус, 2018

К.Махмудов	К.Mahmudov
Особенности оценки и контроля качества услуг	Specific aspects of service quality assessment and control
<p>Аннотация: в статье раскрываются специфические аспекты оценки качества услуг и управления ими. При этом описаны характеристики услуг, важность определения показателей, определяющих качество услуг, необходимость создания системы оценки для анализа показателей качества услуг, а также необходимость сравнения показателей деятельности организации по качественным и количественным показателям.</p> <p>Ключевые слова: качество услуги, характеристики услуги, показатели качества, методы оценки качества, контроль качества услуги.</p>	<p>Abstract: the article reveals the specific aspects of service quality assessment and its management. It describes the characteristics of services, the importance of determining the indicators that determine the quality of services, the need to create an evaluation system for the analysis of service quality indicators, as well as the need to compare the indicators of the organization's activity by qualitative and quantitative indicators.</p> <p>Keywords: service quality, service characteristics, quality indicators, quality assessment methods, service quality control.</p>

ISSN 2091-5187

∞ “СЕРВИС” ∞

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таҳририят
бўлимида нашрга тайёрланди.

2.06.2023 йилда теришга берилди. 21.06.2023 йилда босишга рухсат этилди.
Офсет босма қоғози. Қоғоз бичими 60x84_{1/8}. “Times” гарнитураси. Офсет
босма усули. Шартли босма табағи 14,6. Ҳисоб-нашриёт
табағи 12,5. Адади 100 нусха. Буюртма № 0045А/23.

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтининг
матбаа бўлимида чоп этилди.
Лицензия № 025316.
Реестр № Х-119112.

Манзил: Самарқанд шаҳри, Шохрух кўчаси, 60-уй.

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2023