



ISSN 2091-5187

СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ
ЖУРНАЛ

№4/2

2024



СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ 2024 йил, 4/2-сони

Муассис: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

Ўзбекистон Матбуот ва ахборот агентлиги томонидан 2008 йил 31 декабрда
0561-рақам билан рўйхатга олинган.

ЎзР ОАК Риёсатининг 19.03.2017 й., 239/5-сонли қарори билан эътироф этилган

**Тахририят ижодий
жамоаси:**

Бош муҳаррир:

и.ф.д., проф. М.Э.Пўлатов

Бош муҳаррир

ўринбосари:

и.ф.н., проф. Д.Х.Асланова

Масъул котиб:

и.ф.д., проф. М.Қ.Пардаев

Муҳаррирлар:

и.ф.д., доцент Ф.А.Сафаров
PhD, доцент И.М.Пардаева
А.Х.Мингбоев

Техник муҳаррир:

и.ф.н., проф. А.Н.Холиқулов

Корректор:

PhD, доц. С.А.Бабаназарова

Саҳифаловчи:

PhD Х.Н.Очилова

1 йилда 4 маротаба
чоп этилади.

**Ўзбекистон худудида
тарқатилади.**

Тахририят манзили:

140100, Самарқанд шаҳар,
Амир Темур кўчаси, 9-уй,

тел.: +998(66)233-28-38,
+998(97)913-74-40

факс: +998(366)231-12-53
эл.почта:

samisiservis@mail.ru

Тахририят кенгаши раиси:

М.Э.Пўлатов – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис
институти ректори, и.ф.д., профессор

Тахририят кенгаши раиси ўринбосари:

Д.Х.Асланова – СамИСИ илмий ишлар ва
инновациялар бўйича проректори, и.ф.н., профессор

Тахрир кенгаши аъзолари:

Б.А.Бегалов – Ўзбекистон Республикаси Президенти
хузуридаги Статистика агентлиги директори, и.ф.д.,
профессор

М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Б.К.Ғоибназаров – и.ф.д., профессор.

М.М.Мухаммедов – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Д.Р.Зайналов – СамИСИ профессори, и.ф.д.

О.М.Муртазаев – ТДИУ СФ директори, и.ф.д., проф.

М.Р.Болтабаев – ТДИУ профессори, и.ф.д.

Р.Х.Эргашев – ҚарМИИ профессори, и.ф.д.

И.С.Тўхлиев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

К.Б.Уразов – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Қ.Ж.Мирзаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Б.И.Исроилов – ТДИУ профессори, и.ф.д.

Г.М.Шодиева – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Б.Абдукаримов – СамИСИ профессори, и.ф.н.

Р.Қобилов – Самарқанд вилояти ҳокими ўринбосари

С.Н.Тошназаров – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Р.Н.Нормахматов – СамИСИ профессори, т.ф.д.

А.Бектемиров – СамИСИ профессори, и.ф.д.

О.М.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

М.Т.Алимова – СамИСИ профессори, и.ф.д.

З.Дж. Адилова – ТДИУ профессори, и.ф.д.

Ш.О.Қувондиқов – СамИСИ профессори в.б., иқтисод
фанлари доктори

Л.Н.Халикова – СамИСИ профессори, DSc

Ф.А.Сафаров – СамИСИ доценти, DSc

А.М.Каримова – СамИСИ профессори в.б., DSc

Умар Худайбердиев Камбағаллик даражаси ва уни қисқартириш йўллари	66
Меҳрангиз Олимовна Мамаюнусова Аҳолининг ўсиши, камбағаллик даражаси ва аҳоли камбағал қатламининг ўзгариш тенденциялари	69
ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ВА СЕРВИС	
Nilufar Abdaxatovna Abdukadirova Umumiy ovqatlanish korxonalari faoliyatida innovatsiyalarni rivojlantirish yondashuvlari	74
Навруз Абдуллаевич Кудратов Пути эффективного развития услуг электронной коммерции (на примере Самаркандской области)	77
Dilrabo Shirinboyevna Mardonova Samarqand viloyatida mehmonxona xizmatlari integral samaradorligi ko‘rsatkichlarini hisoblash	80
Farhod Mahmudovich Tirkashyev Xizmatlar ko‘rsatish sohasida intellektual mulk obyektlarini boshqarish xususiyatlari	86
Lazizjon Sharifovich Kuldoshev Xizmat ko‘rsatish sohasida raqobatbardoshlik salohiyatini baholashga ilmiy yondashuvlar	91
ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ	
Аҳмаджон Таниев Туризмнинг атроф-муҳитга таъсири ва барқарор ривожланиш стратегиялари	97
Umida Ziyadullayevna Raximova Turizm Infratuzilmasining hozirgi holati	105
Gulmira Rabbonovna Tursunova Turistik mahsulot iste’molchisini tasniflash	110
Bekzod Sherzodovich Sharipov Inklyuziv turizm destinatsiyalarini shakllantirishning konseptual, nazariy-metodologik asoslari	116
Ulug‘bek Egamberdiyevich Boynazarov Oilaviy mehmon uylari uchun mahalliy va xalqaro me‘yorlar xususiyatlari	121
Dilyor Zafarovich Hakimov O‘zbekistonda etnografik turizmni rivojlantirish samaradorligini oshirish yo‘llari	124
Зухрали Турсуналиевич Абдулхакимов Туризм индустриясини ривожлантиришда минтақавий назариялар ўрни ва роли	130
Aziza Javaxirovna Mir-Djafarova Mehmonxona xo‘jaligida yashil texnologiyalarni joriy qilishning innovatsion yechimlari	135
КИЧИК БИЗНЕС ВА ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИК	
Азизбек Исомиддин ўғли Асроров Кичик бизнес субъектларини кредитлаш тизимини такомиллаштириш масалалари	139
Pyos Pخomovich Ayubov, Sumbula Kurasheva Iqtisodiy islohotlarning tadbirkorlikni rivojlantirishdagi o‘rni	145

5. Развитие электронной коммерции в условиях цифровизации Светлана К. Ешугова, Саида К. Хамирзова. <https://doi.org/10.47370/2072-0920-2021-17-3-95-104>

<p>N.Qudratov</p> <p>Elektron savdo xizmatlarini samarali rivojlantirish yo‘llari (Samarqand viloyati misolida)</p> <p>Annotatsiya. Maqolada Samarqand viloyatida elektron tijoratni rivojlantirish imkoniyatlari va muammolari muhokama qilinadi. Asosiy e‘tibor sohaning bugungi holatini tahlil qilish, mavjud to‘siqlarni aniqlash hamda elektron xizmatlar sifati va ulardan foydalanish imkoniyatlarini oshirish bo‘yicha aniq chora-tadbirlar taklif etishga qaratilgan.</p> <p>Kalit so‘zlar: raqamlashtirish, elektron tijorat, elektron tijorat, Internet-platformalar, Internet-marketing vositalari, Internet foydalanuvchilari, ijtimoiy masofalanish iqtisodiyoti.</p>	<p>N.Kudratov</p> <p>Ways to effectively develop e-commerce services (on the example of Samarkand region)</p> <p>Abstract. The article examines the possibilities and problems of e-commerce development in the Samarkand region. The main attention is paid to the analysis of the current state of the industry, identifying existing barriers and proposing specific measures to improve the quality and availability of electronic services.</p> <p>Keywords: digitalization, e-commerce, e-trade, internet platforms, internet marketing tools, internet users, social distancing economy.</p>
--	---

Dilrabo Shirinboyevna Mardonova – “Ipak yo‘li” xalqaro Turizm va madaniy meros universiteti tayanch doktoranti.

SAMARQAND VILOYATIDA MEHMONXONA XIZMATLARI INTEGRAL SAMARADORLIGI KO‘RSATKICHLARINI HISOBLASH

Annotatsiya. Ushbu maqolada Samarqand viloyatida joylashgan 16 ta mehmonxona misolida xizmat ko‘rsatish samaradorligining integral ko‘rsatkichi ishlab chiqilgan. Ushbu mavzu mehmonxona xizmatlarining umumiy samaradorligini baholash uchun ko‘rsatkichlarni hisoblashni o‘rganadi va u xizmatlarni taqdim etish samaradorligi haqida tushuncha berish uchun mehmonxona faoliyatining turli jihatlarini bo‘yicha turli xil asosiy ishlash ko‘rsatkichlarini (KPI) baholashni o‘z ichiga oladi.

Kalit so‘zlar: ko‘rsatkichlar, integral samaradorlik, mehmonxona xizmatlari, asosiy samaradorlik ko‘rsatkichlari, xizmat sifati, mehmonlarning qoniqishi, operatsion mahsuldorlik, moliyaviy natijalar, qulayliklar sifati, faoliyatni baholash.

Kirish. Bugungi kunda mehmonxonalarda xizmatlar samaradorligini oshirish dolzarb masalalardan hisoblanadi. Kiruvchi turistlar sonining ko‘payishi mehmonxona xizmatlariga talabning oshishiga olib keladi. Masalan, O‘zbekistonda 2023 yilda 6.6 million turistlar tashrif buyurgani ma‘lum¹. Bu ko‘rsatkich 2019 yilgi ko‘rsatkichdan 300 mingtaga kam hisoblanadi. Covid-19 ning keng tarqalishi kiruvchi turistlar sonining keskin kamayishiga olib keldi. 2020 yilda jami O‘zbekistonga kelgan turistlar soni atigi bir yarim million kishini tashkil etdi. 2022 yilda Samarqandning eng mashhur turistik obyekti bo‘lgan Registon maydoniga 1 milliondan ortiq turistlar tashrif buyurdi².

Mehmonxona xizmatlari samaradorligi va sifatini oshirishga ta'sir etuvchi omillar turli jihatlarini o‘z ichiga oladi. Bu omillar mehmonxonaning umumiy muvaffaqiyatiga kuchli ta'sir ko‘rsatadi va quyidagilarni o‘z ichiga oladi:

Xodimlarning malakasi va xizmat ko‘rsatish madaniyati. Mehmonxona xodimlarining professional darajasi va mijozlarga munosabati xizmat sifatiga bevosita ta'sir qiladi. Xodimlarning yuqori darajada tayyorgarligi, xushmuomaliligi va xizmat ko‘rsatishga bo‘lgan qiziqishi mehmonlarning qoniqish darajasini oshiradi.

Mehmonxonaning joylashuvi va qulayligi. Mehmonxonaning geografik joylashuvi, atrofdagi diqqatga sazovor joylarga yaqinligi va transportga qulayligi mehmonlarning tanlovida muhim omil hisoblanadi.

Xona va umumiy maydonlarning tozaligi va qulayligi. Toza, yaxshi jihozlangan xonalar

¹ <https://tourcentralasia.com/uzbekistan/uzbekistan-tourism-industry-statistics/#:~:text=A%20total%20of%206.6%20million,of%206.7%20million%20in%202019.>

² O‘zbekiston Respublikasi Statistika agentligi ma‘lumotlari, <http://stat.uz>

va umumiy foydalanish maydonlari mehmonlarning qoniqish darajasini oshiradi. Shuningdek, xonalar va umumiy maydonlarning zamonaviy va qulay dizayni ham muhim hisoblanadi.

Qo‘shimcha xizmatlar va imkoniyatlar. Mehmonxonaning taklif qiladigan xizmatlari va imkoniyatlari, jumladan, bepul Wi-Fi, nonushta, sport zallari, basseynlar va spa xizmatlari kabi qo‘shimcha xizmatlar mehmonlarning qoniqishini oshiradi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Turizm sohasi va uning tarkibida mehmonxona xo‘jaligi iqtisodiyotning muhim tarmog‘i sifatida jahon va mamlakatimiz olimlari tomonidan doimiy ravishda tadqiqotlar obyekti bo‘lib kelmoqda. Xususan, mazkur sohaning ilmiy-nazariy, metodologik va amaliy jihatlari bo‘yicha xorijlik mutaxassislar tomonidan ham keng qamrovli izlanishlar olib borilgan. Jumladan, F.Kotler, Dj.Bouen, Dj.Meykens, Dj.Uoker, L.F.Xodorkov, Yu.F.Volkov, A.D. Chudnovskiy, N.M.Kuldoshina, A.Braymer, A.L.Lesnik, I.P.Matsitskiy, A.V.Chernishev, A.B.Kosolapov, V.A.Kvartalnov, M.V.Yakimenko, A.E.Saak, Dj.A.Michelli, L.P.Shamatko, L.V.Jolobova, G.I.Lyashko, D.S.Ushakov, V.G.Fedtsov va boshqalar tomonidan tadqiq qilingan¹.

Mamlakatimizda turizm sohasi, uning tarkibiy qismi bo‘lgan mehmonxona xo‘jaligi muammolarini tadqiq qilish bilan I.S.Tuxliev, M.K.Pardaev, T.Abdullaeva, M.T.Alieva, X.M.Mamatkulov, R.Haitbaev, D.X.Aslanova, A.Toksanov, A.S.Soliev, B.Ruzmetov, A.A.Esh-tayev, B.SH.Safarov, M.Alimova, A.N.Xalikulov kabi iqtisodchi olimlar shug‘ullanmoqdalar .

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqotda mehmonxona va joylashtirish vositalari fondining o‘shish dinamikasiga ta‘sir qiluvchi omillar hamda sohada sifatli xizmat ko‘rsatishning o‘ziga xos xususiyatlari chuqur tahlil qilindi. Mavzu doirasida mavjud muammolarni batafsil o‘rganish, ilmiy asoslangan xulosalar va tavsiyalar ishlab chiqish maqsadida qiyosiy tahlil usuli qo‘llanildi. O‘zbekiston bo‘yicha olib borilgan ilmiy tadqiqotlar tahlil qilinib, olingan ma‘lumotlar asosida qiyosiy tahlil orqali aniq xulosalarga erishildi.

Tahlil va natijalar. Har bir mehmonxona o‘zining xususiyatlari va mijozlar bazasiga qarab, ushbu omillar bo‘yicha turlicha natijalarni qayd etishlari mumkin. Biz tadqiqot davomida mehmonxonalarning xizmat sifati, mehmonxona moliyaviy barqarorligi, joylashuv qulayligi, tanilganlik darajasi va malakali xodimlar bilan ta‘minlanganlik darajasi kabi omillarni inobatga olgan holda, samaradorlikning integral ko‘rsatkichini ishlab chiqdik (1-jadval).

1-jadval. Mehmonxonalarda samaradorlikning integral ko‘rsatkichi

Ko‘rsatkich nomi	Formula	Izoh
Foyda benchmarkingi	$F_{\text{benchmark}} = \text{Mehmonxonaning foydasi(ming so‘m)} / \text{Bozorda eng ko‘p foyda ko‘rgan mehmonxona foydasi}$	Bozorda eng ko‘p mehmonxonaga nisbatan qancha foyda olganlikni baholaydi.
Mehmonxona moliyaviy mustaqilligi	$M_{\text{mustaqil}} = \text{Mehmonxonaning o‘z kapitali(ming so‘m)} / \text{Mehmonxonaning jami aktivi(ming so‘m)}$	Mehmonxonalarda o‘z kapitalining jami aktivlarga nisbatini ifodalaydi.
Mehmonxonada xizmatlar	$X_{\text{sifat}} = \text{xizmat sifati 3 ball va undan baland baholagan turistlar soni} / \text{so‘rovnomada qatnashgan jami turistlar}$	Mehmonxonalarda yashagan

¹ Kotler F., Bouen Dj., Meykens Dj. Marketing. Gostepriimstvo i turizm. / Per. s angl. – M.: YuNITI, 1998., Uoker Dj. Vvedenie v gostepriimstvo. Ucheb. Posobie / Per. s angl. – M.: YuNITI, 1999., Xodorkov L.F. Mirovye gostinichnoye xozyaystvo. – M.: 1991., Volkov Yu.F. Gostinichnyy i turisticheskiy biznes. – Rostov n/D: Feniks, 2009. – 637 s., Turizm i gostinichnoye xozyaystvo / Pod red. A.D. Chudnovskogo. – M.: Eksmo, 2000., Kuldoshina N.M. Ekonomika i finansy gostinichnogo biznesa. – M.: MATGR, 2000., Braymer A. Osnovy upravleniya predpriyatiyami i organizatsiyami industrii gostepriimstva. – M.: 1994, Organizatsiya i upravlenie gostinichnym biznesom. / Pod red. A.L.Lesnika, I.P.Matsiskogo, A.V.Chernisheva – M.: 2000, Saak A.E., Yakimenko M.V. Menejment v industrii gostepriimstva (gostinisy i restorany). – SPb.: Piter, 2007. – 432 s., Kosolapov A.B. Teoriya i praktika ekologicheskogo turizma. – M.: 2005., Kvartalnov V.A. Teoriya i praktika turizma. – M.: Sovetskiy sport, 2004., Michelli Dj.A. Rits-Carlton: zolotoy standart gostinichnogo biznesa novogo tysyachaletiya / Djozef Michelli: per. s angl. V.S.Ivashenko. – M.: Eksmo, 2009. – 320 s., Turizm i gostinichnoye xozyaystvo / Pod red. L.P.Shamatko. – Rostov n/D: Feniks; Izdatelskiy sentr «MarT», 2010. – 352 s., Fedsov V.G. Kultura gostinichno-turistskogo servisa. – Rostov n/D: Feniks, 2008. 503 s., WWW.rej.ru WWW.hrs.ru, WWW.reksoft.ru, WWW.HotelConsultingGroup.ru, WWW.allstarshilton.com.

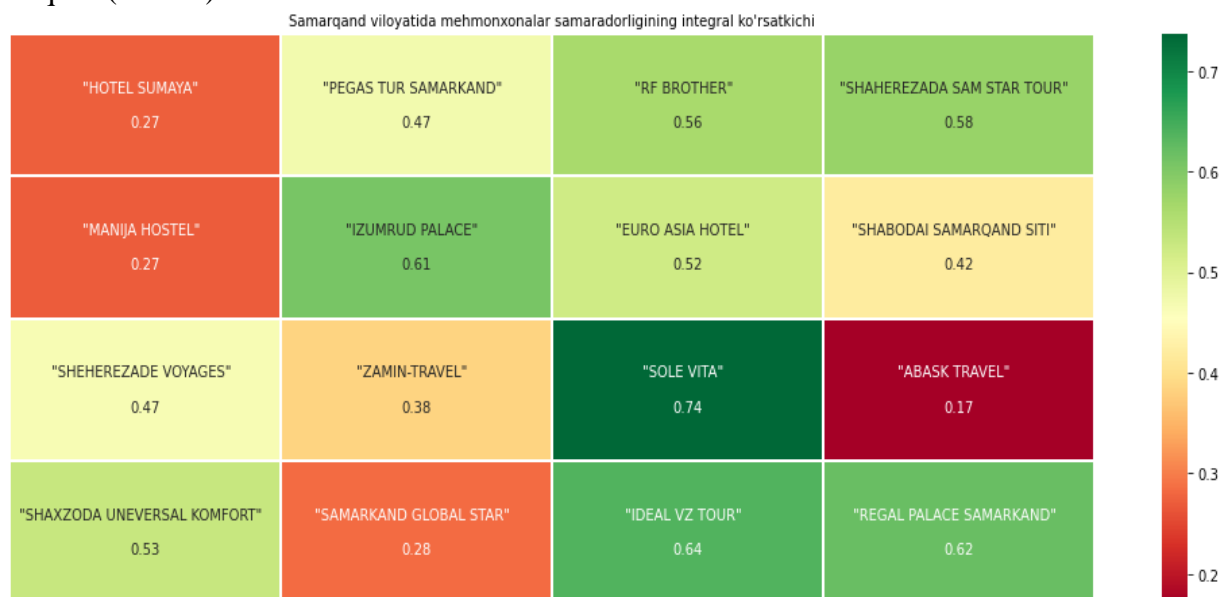
sifatlilik darajasi ko'rsatkichi	soni	turistlar xizmat sifatini 5 ballik shkalada(1-juda yomon, 5- juda yaxshi) baholab, ulardan 3 ballik va undan ortiq ball bilan xizmatni baholaganlar ulushini ifodalaydi.
Mehmonxonaning joylashuvi qulayligi ko'rsatkichi	$J_{qulaylik} = \text{joylashuv qulayligini 3 ball va undan katta baholagan turistlar soni} / \text{so'rovnomada qatnashgan jami turistlar soni}$	Mehmonxonaning joylashuvini turistlar uchun qulayligi 5 ballik shkalada (1- juda noqulay, 5-juda qulay) baholanib, ulardan 3 ballik va undan ortiq ball bilan xizmatni baholaganlar ulushini ifodalaydi.
Mehmonxonaning tanilganlik darajasi ko'rsatkichi	$TD = \text{tanilganlik darajasini 3 ball va undan katta baholagan turistlar soni} / \text{so'rovnomada qatnashgan jami turistlar soni}$	Mehmonxonaning turistlar uchun tanilganlik darajasi 5 ballik shkalada (1- umuman tanilmagan, 5- ko'pchilik taniydi) baholanib, ulardan 3 ballik va undan ortiq ball bilan xizmatni baholaganlar ulushini ifodalaydi.
Malakali xodimlar bilan ta'minlanganlik darajasi	$MX = \text{3 yildan ko'p tajribaga ega xodimlar soni} / \text{jami xodimlar soni}$	Mehmonxonaning ishlayotgan xodimlar soni orasida 3 yildan ortiq malakaga ega xodimlar ulushini ifodalaydi
Mehmonxonaning malakali xodimlarni	$XJS = \text{Mehmonxonada ishchi xodimlarga to'lanayotgan o'rtacha oylik ish haqi(so'm)} / \text{Raqobatchilar orasida ishchi xodimlarga to'lanayotgan eng yuqori ish}$	Mehmonxonaning malakali xodimlar soni orasida 3

jalb qila olish salohiyati	haqi(so‘m)	yildan ortiq malakaga ega xodimlar ulushini ifodalaydi
Samaradorlikning integral ko‘rsatkichi	$S = \sqrt[7]{F_{\text{benchmark}} * M_{\text{mustaqil}} * X_{\text{sifat}} * J_{\text{qulaylik}} * MTD * MX * XJS}$	
	Yettita ko‘rsatkichning o‘rtacha geometrigi	

Fikrimizcha, moliyaviy barqarorlikni ifodalovchi ko‘rsatkichlar: foyda benchmarkingi, ya’ni mehmonxona foydasining bozordagi eng ko‘p foyda ko‘rgan mehmonxona foydasiga nisbati, mehmonxonaning o‘z kapitalining jami aktivlaridagi ulushi ko‘rsatkichlari mehmonxona samaradorligiga kuchli ta’sir qiladi. Shu bilan birga, turistlarning xizmat sifati haqidagi fikrining qanchalik yaxshi ekanligini biz so‘rovnoma yordamida baholadik. Bunda 5 ballik shkala (1-juda past, 5-juda yuqori)da baholash so‘raldi va 3 ball(o‘rtacha) va undan yuqori baholagan respondentlarning jami respondentlar sonidagi ulushi sifatni belgilab beruvchi ko‘rsatkich sifatida olindi

Mehmonxonaning geografik joylashuv qulayligi ham 5 ballik shkalada (1- juda noqulay joylashuv, 5-juda qulay joylashuv) baholanib, 3 ball (o‘rtacha qulaylikdagi joylashuv) va undan yuqori ball bergan turistlar sonining jami respondentlar sonidagi ulushi joylashuv qulayligi ko‘rsatkichi sifatida olindi. Shu bilan birga, turistlar orasida tanilganlik darajasini ham 5 ballik shkalada (1-umuman tanilmagan, 5-yuqori darajada tanilganlik) baholab 3 ball (o‘rtacha tanilganlik) va undan yuqori ball bergan respondentlar sonini jami respondentlar soniga nisbati orqali ifodaladik.

Malakali xodimlar mehmonxonada xizmatlarning yuqori sifatli bo‘lishini ta’minlaydi. Malakali xodim deganda biz tadqiqot davomida mehmonxonada 3 yil va undan ortiq vaqt davomida faoliyat yuritgan xodimlarni nazarda tutdik. Bunda 3 yil va undan ortiq ish tajribasiga ega xodimlar sonining jami xodimlar soniga nisbati orqali malakali xodimlar ulushi aniqlandi. Shu bilan birga, mehmonxonalar o‘rtasida kadrlar uchun raqobat kechishi ham samaradorlikka ta’sir qilishini inobatga olib, biz bozorda eng ko‘p maosh taklif qilayotgan korxonaga nisbatan berilgan mehmonxonada xodimlarning o‘rtacha maoshini nisbiy baholadik. Yuqoridagi omillarning hammasi samaradorlikka teng ta’sir qiladi deb olib, samaradorlikning integral ko‘rsatkichini yuqoridagi yettita omilning o‘rtacha geometrik qiymati olindi. Shu asosda Samarqand shahridagi 16 ta mehmonxona o‘rganilib, samaradorlikning integral reytingi ishlab chiqildi (1-rasm).



1-rasm. Mehmonxonalarda samaradorlikning integral reytingi

1-rasmga ko‘ra, ayrim mehmonxonalar, masalan, Sole Vita, “Izumrud Palace”, “Ideal VZ Tour”, kabi Regal Palace Samarkand kabilar (yashil rangda) biz tomondan taklif etilgan samaradorlik reytingida 0.5 balldan yuqori to‘plagan bo‘lsa, Sumaya, Manija va Samarkand

Global Star mehmonxonalari 0.4 balldan kam to‘plagan. Ushbu reyting quyidagi jadval ma’lumotlari asosida shakllantirilgan (Ilovada har bir ko‘rsatkich bo‘yicha alohida ma’lumot keltirilgan).

2-jadval. Mehmonxonalarining samaradorligi integral reytingi

Mehmonxonalar	Foyda bench markin gi	Mehmo nixonani ng moliyavi y mustaqil ligi	Mehmo nixonad a xizmat ning sifati darajasi	Mehmo nixonani ng joylashu vi qulayligi ko‘rsatki chi	Mehmo nixonani ng tanilganlik darajasi ko‘rsatki chi	Malaka li xodimlar bilan ta‘minlan ganlik darajasi	Korxon a mala kali xodimlar ni jalb qilish saloh iyati	Samarad orliknin g integral ko‘rsatk ichi
"HOTEL SUMAYA"	0,01	0,53	0,42	0,52	0,78	0,33	0,35	0,27
"PEGAS TUR SAMARKAND"	0,6197	0,77	0,42	0,526	0,53	0,28	0,32	0,47
"RF BROTHER"	0,4989	0,22	0,57	0,809	0,52	0,67	1	0,562
"SHAHEREZADA SAM STAR TOUR"	1	0,43	0,69	0,53	0,38	0,625	0,57	0,579
"MANIJA HOSTEL"	0,002	1	0,45	0,909	0,64	0,57	0,34	0,27
"IZUMRUD PALACE"	0,5289	0,98	0,44	0,89	0,44	0,67	0,50	0,60
"EURO ASIA HOTEL"	0,0481	0,98	0,67	0,83	0,67	0,61	0,98	0,52
"SHABODAI SAMARQAND SITI"	0,1203	1,15	0,40	0,59	0,43	0,6	0,27	0,42
"SHEHEREZADE VOYAGES"	0,062	0,713	0,38	0,85	0,54	0,79	0,79	0,47
"ZAMIN-TRAVEL"	0,301	0,031	0,85	0,92	0,38	0,72	0,61	0,38
"SOLE VITA"	1	0,459	0,9	1	0,45	0,63	1	0,74
"ABASK TRAVEL"	0,004	0,041	0,79	1	0,21	0,67	0,24	0,17
"SHAXZODA UNEVERSAL KOMFORT"	0,471	0,843	0,43	1	0,285	0,53	0,46	0,53
"SAMARKAND GLOBAL STAR"	0,01	1	0,38	0,85	0,308	0,56	0,26	0,28
"IDEAL VZ TOUR"	0,486	0,988	0,85	1	0,692	0,44	0,35	0,64
"REGAL PALACE SAMARKAND"	0,197	0,967	1	0,92	1	0,5	0,41	0,62

2-jadvaldan ko‘rish mumkinki, ko‘pchilik mehmonxonalarda tanilganlik darajasi, xizmatlarning sifat darajasi va korxonaga malakali xodimlarni jalb qilish qobiliyati 0,5 dan kichik qiymatlarni qabul qilgan. Ya’ni mehmonxonalarda xizmat sifatini oshirish, mehmonxonalarining brendini yaratish va tarqatish hamda malakali xodimlarning maoshlarini oshirish orqali kuchli mutaxassislarni jalb qilish viloyatda mehmonxonalar samaradorligining yanada oshishiga olib keladi.

Xulosa va takliflar. Ushbu maqolada Samarqand viloyatidagi mehmonxonalarining xizmat ko‘rsatish samaradorligini baholash uchun ishlab chiqilgan integral ko‘rsatkichlar tizimi yirik mehmonxonalarining samaradorlik darajasini solishtirishga imkon yaratdi. Tadqiqot natijalari ko‘rsatishicha, samaradorlikning asosiy omillari, masalan, mehmonxonaga foydasi, xizmat sifati, joylashuv qulayligi, malakali xodimlarning mavjudligi va tanilganlik darajasi o‘zaro bog‘liq va

bir-biriga ta'sir ko'rsatadi. Ko'rsatilgan omillarni baholash orqali mehmonxonalarning umumiy samaradorligi aniqlanib, ularning raqobatbardoshligini oshirish uchun yo'llar ko'rsatilgan.

1. Xizmat sifatini oshirish: Mehmonxonalarda xizmat sifatini doimiy ravishda monitoring qilish, mehmonlar tomonidan taqdim etilgan baholar asosida xizmat ko'rsatish jarayonlarini takomillashtirish zarur. Bu, ayniqsa, mehmonlarning qoniqish darajasi va xizmatlarni yuqori baholashga asoslangan ko'rsatkichlar bilan bog'liq.
2. Brend yaratish va marketing strategiyalarini kuchaytirish: Mehmonxonalarning tanilganlik darajasi oshishi uchun brendni mustahkamlash va raqamli marketing vositalarini kengaytirish muhimdir. Bu mehmonxonalarga turistlar orasida keng tanilish va ularning yana qaytib kelishini ta'minlaydi.
3. Malakali xodimlarni jalb qilish va ularning motivatsiyasini oshirish: Xodimlarning malakasi va motivatsiyasi mehmonxona xizmatlarining sifatini belgilaydi. Xodimlarga yuqori ish haqi, ta'lim va treninglar taklif qilish, shuningdek, ish sharoitlarini yaxshilash xodimlar malakasini oshirish va mijozlarga sifatli xizmat ko'rsatish uchun muhimdir.
4. Moliyaviy barqarorlikni oshirish: Mehmonxonalarning moliyaviy barqarorligini ta'minlash uchun foyda benchmarklari, moliyaviy mustaqillik va aktivlar samaradorligini oshirish zarur. Bu omillar orqali mehmonxonalar raqobatbardosh bo'lishi mumkin.
5. Infratuzilma va joylashuvni yaxshilash: Mehmonxonalarning joylashuvi, atrof-muhit va transport tizimiga bo'lgan yaqinlik turistlarning tanloviga ta'sir ko'rsatadi. Shuning uchun mehmonxonalar joylashuvni strategik ravishda tanlab, yangi imkoniyatlar yaratishga e'tibor qaratishlari kerak.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati.

1. Aliyeva M. T., Mirzayev M. A., Turizm asoslari. O'quv qo'llanma.-T.: O'zbekiston faylasuflar nashriyoti. 2011.
2. Bojanic, D. C. (1996). Consumer perceptions of price, value and satisfaction in the hotel industry: An exploratory study. *Journal of Hospitality & Leisure Research*, 4, 5-22.
3. Boltabayev M. R. Tuxliyev I. S. Safarov B. Sh. Abduxamidov S. A. "Turizm: Nazariya va amaliyot"//Monografiya – Toshkent:"Barkamol fayz media" nashriyoti, 2018
4. Bozarov, E., & Babayeva, L. (2021). TURIZM SOHASIDA KLASSTERLARNING SAMARASI VA AHAMIYATI. *Scientific progress*, 2(6), 208-212.
5. Dev, C. S., Morgan, M. S., & Shoemaker, S. (1995, December). A positioning analysis of hotel brands—Based on travel-manager perceptions. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 36, 48-55.
6. Ikramovich, R. Z. Z., Shukhratovna, Y. S., To'lqinovich, S. B., & Ibragimovna, B. L. (2021). Monetary Policy Of The Uzbekistan And Its Improvement Ways In Implementing. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(1), 1551-1557.
7. Ch. Medoy. *Tourism of management*. 2013.
8. Luo, H., Yang, Y. and Law, R. (2014), "How to achieve a high efficiency level of the hotel industry?", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 26 No. 8, pp. 1140-1161. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-01-2013-0050>
9. WTO World Tourism Barometer. Madrid. WTO.2017
10. "Managing Hospitality Organizations: Achieving Excellence in the Guest Experience" by Robert C. Ford and Michael C. Sturman (2016)
11. Tapan K panda & Satyabrat Das 2014. The role of tangibility in service quality and its impact on external customer satisfaction: A comparative study of hospital and hospitality sector. *The IUP: The Journal of Marketing Management*, 13, 4, pp.54-69.
12. 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.
13. Komilova N.A., Usmanova L.I. Развитие туризма Узбекистана: проблемы и реалии. SamISI, O'zbekiston: turizm, iqtisodiyot va ekologiya. Ilmiy to'plam. – Samarqand, 2019, - 26-30 betlar.
14. O'zbekiston Respublikasi Turizm va madaniy meros vazirligi, Turizm va madaniy meros vazirining o'rinbosari – B.Shahriyrovning nutqi. Invest@uzbektourism.uz www.uzbektourism.uz
15. Stat.uz.

16. UNWTO
 17. Walker J.R. Introduction to hospitality, tutorial, translation from English, Moscow: YUNITI-DANA, 2002

<p>Д.Мардонова Расчет показателей интегральной эффективности гостиничных услуг Самаркандской области</p>	<p>D.Mardonova Calculation of indicators of integral efficiency of hotel services in the Samarkand region</p>
<p>Аннотация. В данной статье разработан интегральный показатель эффективности обслуживания на примере 16 гостиниц, расположенных в Самаркандской области. Ключевые слова: показатели, комплексная эффективность, гостиничные услуги, ключевые показатели эффективности, качество обслуживания.</p>	<p>Abstract. This article develops an integral indicator of service efficiency using the example of 16 hotels located in the Samarkand region. Keywords: indicators, comprehensive efficiency, hotel services, key performance indicators, service quality.</p>

Farhod Mahmudovich Tirkashev – Sharof Rashidov nomidagi SamDU mustaqil-tadqiqotchisi

XIZMATLAR KO‘RSATISH SOHASIDA INTELLEKTUAL MULK OBYEKTLARINI BOSHQARISH XUSUSIYATLARI

Annotatsiya. Mazkur maqolada intellektual mulkning ijodiy faoliyat natijasida yaratilgan, xususiy huquqlar bilan himoyalangan mulk turlari, xizmatlar ko‘rsatish sohasida intellektual mulk obyektlarini boshqarish, kompaniyaning raqobatbardoshligini oshirish, innovatsiyalarni rivojlantirish va daromadlarni ko‘paytirish masalalari yoritilgan. Tadqiqot natijalari xizmat ko‘rsatish sohasining barqaror rivojlanishiga qaratilgan taklif va tavsiyalarni o‘z ichiga oladi.
Kalit so‘zlar: intellektual mulk, xizmatlar sohasi, boshqarish mexanizmlari, litsenziya, patentlar, brend, savdo belgilari, intellektual mulkni himoya qilish, texnologik innovatsiyalar, xizmatlar sohasida yangi g‘oyalar, huquqiy himoya.

Kirish. Xizmatlar ko‘rsatish sohasi jahon iqtisodiyotida muhim o‘rin tutadi, chunki bu soha har bir mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida alohida ahamiyatga ega. Xizmatlar ko‘rsatish sektorida innovatsiyalar, texnologiyalar va kreativliklar, shu jumladan intellektual mulk, muhim rol o‘ynaydi. Intellektual mulk, ya‘ni ijodiy faoliyat natijasida yuzaga keladigan huquqlar, xizmatlar ko‘rsatish sohasida samarali boshqarish va rivojlanishning asosi sifatida qaraladi.

Xizmatlar sohasida intellektual mulk obyektlarini boshqarish, ayniqsa, yangi texnologiyalar va raqamli xizmatlarning rivojlanishi bilan yanada dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Ushbu boshqaruv jarayonlari nafaqat tijorat maqsadlarida, balki xizmatlar sifatini oshirish, raqobatbardoshlikni ta‘minlash va iste‘molchilarga yangi qiymatlarni taklif qilishda muhim o‘rin tutadi.

Intellektual mulk obyektlarini boshqarish, xususan, patentlar, brendlar, mualliflik huquqlari va tijorat sirlarini boshqarish orqali, kompaniyalar va xizmat ko‘rsatuvchi tashkilotlar o‘zlarining innovatsion yutuqlarini himoya qilish va foyda olish imkoniyatlarini yaratadilar. Biroq, bu jarayonlar juda murakkab bo‘lib, turli qonuniy, iqtisodiy va axborot texnologiyalari bilan bog‘liq muammolarni hal qilishni talab etadi.

Mazkur ishda xizmatlar ko‘rsatish sohasida intellektual mulk obyektlarini boshqarish xususiyatlari, ularning huquqiy asoslari, boshqaruvning samarali usullari va xizmat ko‘rsatish sohasidagi innovatsiyalarni boshqarishdagi ahamiyati tahlil qilinadi. Shu orqali, intellektual mulkni boshqarishning xizmatlar ko‘rsatish sohasidagi o‘rni va rivojlanish istiqbollari ko‘rib chiqiladi.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Xizmatlar ko‘rsatish sohasida intellektual mulk obyektlarini boshqarish xususiyatlari — bu zamonaviy iqtisodiy va huquqiy tizimlarda muhim o‘rin tutadigan masalalardan biridir. Bu soha dunyo bo‘ylab rivojlanayotgan va kuchayib borayotgan tendensiyalarni aks ettiradi. Xizmatlar ko‘rsatish sohasida intellektual mulk obyektlarini boshqarishning o‘ziga xos xususiyatlarini tahlil qilishda xorijiy va O‘zbekistondagi

ISSN 2091-5187

☞ “СЕРВИС” ☞

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таҳририят
бўлимида нашрга тайёрланди.

20.11.2024 йилда теришга берилди. 11.12.2024 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 № 0134В/24

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, 2024.