

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY VA O‘RTA MAXSUS TA’LIM VAZIRLIGI
TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

SH.S. SAYFUTDINOV, F.N. XALIMOVA

SERVIS FAOLIYATI

*O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus, kasb-hunar ta’limi
o‘quv-metodik birlashmalari faoliyatini Muvofiqlashtiruvchi Kengash tomonidan
5610100 - “Xizmatlar sohasi (turizm servisi)” ta’lim yo‘nalishi talabalari
uchun o‘quv qo‘llanma sifatida tavsiya etilgan.*

TOSHKENT – «IQTISODIYOT» – 2019

UO‘K: 658(075.32)
KBK: 65.290.2.723 K9

Sayfutdinov Sh.S., Xalimova F.N. Servis faoliyati. O‘quv qo‘llanma. – T.: «IQTISODIYOT», 2019. – 161 b.

O‘quv qo‘llanmada servis faoliyatining o‘ziga xos tomonlari ko‘rsatilgan. Qo‘llanma talabalarga servis faoliyatining chuqurroq anglash imkonini beradi. Tadqiqotchilarga xizmat ko‘rsatish sohasida ilmiy izlanishlarni amalga oshirish uchun ba’zi bir yo‘nalishlar berilgan.

O‘quv qo‘llanmani tayyorlashda mahalliy va xorijiy mualliflarning turizm sohasida servis xizmatlarini ko‘rsatishga oid ilmiy va amaliy ishlaridan foydalanilgan.

Taqrizchilar: O‘zbekiston xalqaro islom akademiyasi, Islom iqtisodieti va moliyasi,
ziyorat turizmi kafedrası dotsenti, i.f.n – G.P.G‘ulomova
“Turizm va servis” kafedrasining dotsenti, i.f.n. – D.I.Abidova

Сайфутдинов Ш. С, Халимова Ф.Н. Сервисная деятельность. Учебное пособие. – Т.: «IQTISODIYOT», 2019. – 161 с.

В учебной пособие показаны своеобразные стороны сервисной деятельности в туризме. Учебное пособие даёт возможность студентам углубленного изучения теоретических сторон сервисной деятельности. Даны некоторые направления по проведению маркетинговых исследований в сфере обслуживания в туризме.

При подготовки учебного пособия использованы научные и практические работы отечественных и зарубежных авторов.

Рецензенты: Международная Исламская Академия Узбекистана, кафедра “Исламская экономика и финансы, паломнический туризм – доц.,к.э.н Г.П.Гуломова,
Доцент кафедры «Туризм и сервис», к.э.н – Д.И. Абидова

Sayfutdinov Sh. S, Xalimova F.N. Marketing of tourism. Textbook. – T.: «IQTISODIYOT», 2019. – 161 p.

In this textbook shows the peculiar aspects of service activities in tourism. The manual provides an opportunity for students to in-depth study of the theoretical aspects of service activities. Some directions for conducting marketing research in the field of tourism services are given.

In the preparation of the manual used scientific and practical work of domestic and foreign authors.

Reviewers: International Islamic Academy of Uzbekistan, department Islamic Economics and Finance, pilgrim tourism- – G.G.Gulomova
Assitent professor of the chair of “Tourism aand service”, candidate of economic sciences – D.I.Abidova

ISBN 978-9943-6062-7-2

UO‘K: 658(075.32)
KBK: 65.290.2.723 K9

© «IQTISODIYOT», 2019
© Sayfutdinov SH.S., Xalimova F.N., 2019

MUNDARIJA

KIRISH	9
1-bob. SERVIS FAOLIYATINING TASNIFI	11
1.1.Tasniflash mezonlari	11
1.2.Turli tasniflash sxemalarini xususiyatlari	13
1.3. Rossiya va shimoliy Amerika xizmatlar tasnifi modellarini o‘zaro taqqoslash	15
1.4.Servis faoliyatida xizmatlarni yo‘nalishlardagi yirik guruhlariga ajratilishi	17
2-bob. SERVIS KORXONASINI TASHKILIY TUZILMASI	20
2.1. Servis korxonasini umumiy boshqaruvi	20
2.2. Servis korxonasini tashkiliy tuzilmasi	24
2.3. Servisni samarali tashkil etish va tasniflash	26
3-bob. XIZMATLAR SOHASI MENEJMENTI	30
3.1. Xizmatlar sohasida ishchi xizmatchilar menejmenti	30
3.2. Firma rahbariyati ishchilarini tanlovdan o‘tkazishi	36
3.3. Xizmatlar iste’molchilari bilan o‘zaro ta’sir jarayoni xususiyatlari	39
3.4. Iste’molchilar bilan bevosita o‘zaro ta’sirlarda servis korxonasi menedjeri.	42
4-bob. XIZMATLAR SIFATI VA XAVFSIZLIGI MUAMMOLARI	46
4.1 Xizmatlarni sifati va xavfsizligi	46
4.2 Servis korxonalarini menedjer va personal iste’molchilarni manfaati va sog‘ligiga asosiy e’tiborni qaratishi	51
4.3 Xizmatlar sifatini nazorat qilish	53
4.4 Xizmatlar sohasida xizmat sifatini rostlash, boshqarish va nazorat qilishga yo‘naltirilgan davlat faoliyati	55
5-bob. UMUMIY OVQATLANISH XIZMATLARINI TASHKIL ETISH	59
5.1. Umumiy ovqatlanish tashkilotlarini tiplari va sinflari	59
5.2.Umumiy ovqatlanish korxonalarining asosiy turlari	61
5.3. Iste’molchilarga xizmat ko‘rsatish texnologiyasi	63
6- bob. SERVIS MADANIYATI	72
6.1. Servis madaniyati tushunchasi	72
6.2. Faoliyatni kasbiy asoslari egallash servis madaniyatini muhim jihati	73
6.3. Servisning globallashtirishda ijobiy siljishlar.	74
6.4. Xizmat ko‘rsatish psixologik xususiyatlarini servis madaniyatidagi ahamiyati	76
7- bob. XIZMATLAR SOHASI MARKETINGI	80
7.1. Servis korxonasi marketingini siyosati	80
7.2. Marketing strategiyasi	81
7.3. Iste’molchilar talabi va munosabatlari	83
7.4. Tovarni sotish	84
8- bob. SERVIS KORXONASINI ISH SAMARADORLIGI	88

8.1. Servis korxonasini ish samardorligi	88
8.2. Servis korxonasini iqtisodiy samaradorligini aniqlash	91
8.3. Xizmat ko'rsatuvchi korxonalar samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar tizimi	92
8.4. Xizmat ko'rsatish sohasi korxonalarida samaradorlik ko'rsatkichlarini aniqlash yo'llari	92
9- bob. XIZMAT KO'RSATISH JARAYONI VA SHAKLLARI	95
9.1. Iste'molchilarga xizmat ko'rsatish jarayoni	95
9.2. Sotuvchi va iste'molchini o'zaro ta'siri	98
9.3. Xizmat ko'rsatish shakllari	100
9.4. Xizmatlarni bajarilishi muddatlarini ahamiyati	102
10- bob. INFORMATSION SERVIS	104
10.1. Zamonaviy jamiyatdagi – internet-servis	104
10.2. Tarmoq kompleksli mashina, asbob va jixozlar tizimi(TKMT)	106
10.3.Sayyohlik agentliklaridagi kompyuter tizimlari	106
11-bob. SAYYOHLIK XIZMATLARI	109
11.1. Sayyohlik va ekskursion xizmatlar ko'rsatish	109
11.2. Xalqaro sayyohlikda sayyohni jo'natuvchi va uni qabul qiluvchi tomonlar	112
11.3. Sayyohlik va ekskursion xizmatlarni amalga oshiruvchi turoperatorlar va turagentlar	116
11.4. Turoperator va turagentlar turli davomiylikdagi turlarni tashkil etishi	118
12-bob. SERVIS SOHASIDA TADBIRKORLIK XUSUSIYATLARI	123
12.1.Xizmatlar soxasidagi tadbirkorlikning xususiyatlari	123
12.2. Tadbirkorlik imkoniyatlarini rivojlanishida ijtimoiy-iqtisodiy omillar ta'siri	123
12.3. Zamonaviy raqobat muhitida tadbirkorlik faoliyati	125
13-BOB. TRANSPORT XIZMATLARI	127
13.1. Transport xizmatlarini turlari	127
13.2. Transport xizmatlarini ko'rsatishdagi servis faoliyati	130
13.3. Transport xizmatlari tashish shartnomasi	131
13.4. Transport xizmatlarini sifati	133
14-bob. MEHMONXONA XIZMATI	135
14.1. Mehmonxona obyektlarini tarkibi	135
14.2. Mehmonxona jihozlari, zonalari va xizmatlarini tavsifi	148
14.3. Sanatoriya-sog'lomlashtirish xizmatlaridagi servis faoliyati	150
14.4. Sanatoriya-sog'lomlashtirish tashkilotlarining istemolchilariga qo'shimcha xizmatlari	151
XULOSA	153
GLOSSARIYLAR	156
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI	158

О Г Л А В Л Е Н И Е

Введение	9
ГЛАВА 1 ОПИСАНИЕ УСЛУГИ	11
Критерии для классификации	11
Особенности различных классификационных схем	15
1.3. Сравнение российских и североамериканских моделей классификации услуг	15
1.4.Разделение услуг на большие группы маршрутов в сфере услуг	17
ГЛАВА 2 ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА СЕРВИСНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	20
2.1. Общее руководство сервисным предприятием	21
2.2. Организационная структура сервисного предприятия	24
2.3.Эффективная организация и классификация услуг	26
ГЛАВА 3 УПРАВЛЕНИЕ СЕРВИСОМ	30
3.1. Управление персоналом в сфере услуг	30
3.2.Подбор сотрудников компании	36
3.3.Особенности процесса взаимодействия с потребителями услуг	39
3.4.Менеджер сервисной компании в прямом взаимодействии с потребителями.	42
ГЛАВА 4 КАЧЕСТВО И БЕЗОПАСНОСТЬ УСЛУГ	46
4.1 Качество и безопасность услуг	46
4.2 Менеджеры и персонал сервисных предприятий ориентированы на интересы и здоровье потребителей	51
4.3 Контроль качества услуг	53
4.4 Деятельность правительства по регулированию, управлению и контролю качества услуг в сфере услуг	55
ГЛАВА 5 ОРГАНИЗАЦИЯ ОБЩЕГО ОБСЛУЖИВАНИЯ	59
5.1. Виды и классы организаций питания	59
5.2 Основные виды предприятий общественного питания	61
5.3. Оборудование предприятий общественного питания	63
ГЛАВА 6 КУЛЬТУРА ОБСЛУЖИВАНИЯ	72
6.1. Концепция культуры обслуживания	72
6.2. Важным аспектом культуры обслуживания является приобретение профессиональных основ действия	73
6.3.Позитивные сдвиги в глобализации сервиса.	74
6.4. Значение психологических особенностей службы в культуре обслуживания	76
ГЛАВА 7 РЫНОК УСЛУГОВ	80
7.1. Маркетинговая политика сервисного предприятия	80
7.2. Маркетинговая стратегия	81
7.3. Потребительский спрос и отношения	83
7.4. Продажа товаров	84
ГЛАВА 8. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ	88
8.1 Производительность сервисного предприятия	88
8.2 Определение экономической эффективности сервисного предприятия	91
8.3.Система показателей эффективности (EPS)	92
8.4.Способы определения показателей эффективности в сфере услуг	92