



**СЕРВИС ФАОЛИЯТИ МАДАНИЯТИ ХИЗМАТ КЎРСАТИШ КОРХОНАЛАРИДА  
САМАРАДОРЛИКНИ ТАЪМИНЛАШНИНГ МУҲИМ ОМИЛИ**

*Холиқулов Анвар Нематович*

*Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти “Иқтисодий таҳлил ва статистика”  
кафедраси мудири, и.ф.н., профессор*

**АННОТАЦИЯ**

Ушбу мақолада сервис фаолияти маданияти, Хизмат кўрсатиш корхоналари сервис маданияти тушунчаларига такомиллашган таърифи ишлаб чиқилган, ҳамда Хизмат кўрсатиш корхоналари сервис сифатини оширишда, унинг фаолиятида сервис маданиятининг барча турларини муттасил ошириб ва такомиллаштириб бориш йўллари келтирилган.

**Калит сўзлар:** Сервис, сервис фаолияти маданияти, хизмат кўрсатиш корхоналари сервис маданияти, сервис сифати.

**ВАЖНОСТЬ КУЛЬТУРЫ СЕРВИСА В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ  
РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ**

*Анвар Нематович Холиқулов*

*заведующий кафедрой «Экономический анализ и статистика», Самаркандский  
институт экономики и сервиса, кандидат экономических наук, профессор*

**АННОТАЦИЯ**

В данной статье дается усовершенствованное определение понятия культуры обслуживания, культуры обслуживания предприятий сферы услуг, а также пути непрерывного повышения и совершенствования всех видов культуры обслуживания при повышении качества обслуживания предприятий сферы услуг.

**Ключевые слова:** Сервис, культура сервисной деятельности, культура обслуживания сервисных предприятий, качество обслуживания.

**THE IMPORTANCE OF SERVICE CULTURE IN ENSURING EFFICIENCY IN  
SERVICE ENTERPRISES**

*Anvar Nematovich Kholiqulov*

*Head of the Department of “Economic Analysis and Statistics”, Samarkand Institute of  
Economics and Service, PhD in Economics, Professor*

**ABSTRACT**

This article provides an improved definition of the concept of service culture, service culture of service enterprises, as well as ways to continuously increase and improve all types of service culture in improving the quality of service of service enterprises.

**Key words:** Service, culture of service activity, service culture of service enterprises, service quality.

Ҳақиқатда сервис бир кишига кўрсатилади. Бир киши дунёнинг турли мамлакатлар вакиллари бўлиши мумкин. Ушбу шахс қаерда бўлса ўзига хос ва мос хизматдан баҳраманд бўлиши тақозо қилади. Шу туфайли хизмат маданияти жуда юқори ва ҳаммага мос бўлиши учун у дунё миқёсида эришилган ютуқ ва тажрибаларни умумлаштирган ва ўзида мужассам этган бўлишлари лозимдир.

Ушбу назарий қарашлардан келиб чиқадиган бўлсак, сервис фаолияти маданиятига куйидагича таъриф бериш мумкин. Сервис фаолияти маданияти дейилганда, унинг истеъмолчиларига қулай бўлган, бу борадаги миллий ва умуминсоний кадрларга таянган ва инсоният тамаддунида эришилган ютуқлардан фойдаланган ҳолда сервис хизматини аъло даражада кўрсатиш жараёнининг мажмуи тушунилади. Кўриниб турибдики, сервис бевосита унинг истеъмолчиларига (инсонлар, корхона ва бошқа хўжалик юритувчи субъектлар, жамият ва давлат) қаратилган. Уларнинг сервисга бўлган талабини фақат қондирибгина қолмасдан, уларга юқори савияда хизмат қилиш орқали, уларнинг барча талабларини ҳар томонлама қондирган ҳолда ижро этилиши тушунилади. Булар, жамиятнинг иқтисодий ва ижтимоий барқарорлигини таъминлашда сервис хизматларининг ҳам ўзига хос ўрни борлиги тўғрисида тегишли, хулоса қилишимиз учун асос бўлади.



Буларнинг ҳаммаси хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси фаолияти маданиятининг муҳим қисми бўлиб ҳисобланади. Аммо ҳар қандай фаолият сингари сервис фаолияти ҳам доимий равишда такомиллашиб, ҳаётимизга мослашиб боради. Шу туфайли ушбу соҳани ҳам доимий равишда модернизация қилиб боришга тўғри келади. Бугунги кун талабидан келиб чиққан ҳолда хизмат кўрсатиш корхоналари сервисига қуйидагича таъриф бериш мумкин. Хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси маданияти деганда унинг хизмат кўрсатиш корхоналари мижозларига қулай бўлган, уларни қаноатлантирадиган, миллий ва умуминсоний кадриятларга таянган ва инсоният тамаддунида эришилган ютуқлардан фойдаланган ҳолда сервис хизматини аъло даражада кўрсата оладиган малакали ходимлар хизматларининг мажмуи тушунилади.

Ушбу таърифни назарий жиҳатдан шу билан асослаш мумкинки, биринчидан, хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси маданияти бевосита мижозларга кўрсатиладиган хизматлар қулай бўлиши лозим. Зеро, кўрсатиладиган хизмат маданияти, энг аввало, қулайликни таъминлашини тақозо қилади. Иккинчидан, ҳар қандай хизмат мижозларни қаноатлантирадиган, уларнинг кўнглига мос, кайфиятини кўтарадиган бўлиши лозим. Учинчидан, ҳар қандай кўрсатиладиган хизматларда миллий ва умуминсоний кадриятлар уйғунлашган ва уларга таянган бўлиши керак. Тўртинчидан, кўрсатиладиган хизматлар инсоният тамаддунида эришилган ютуқлардан фойдаланган ҳолда амалга оширилиши лозим. Бешинчидан эса, сервис хизматини аъло даражада кўрсата оладиган малакали ходимлар томонидан кўрсатилган хизматларининг мажмуи бўлмоғи лозим. Кўриниб турибдики, юқоридаги таъриф ушбу талабларнинг ҳаммасига жавоб беради.

Шу билан бирга таъкидлаш жоизки, сервис фаолияти ва унга қўйилган талаблар, хусусан, хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси маданияти доимий равишда такомиллашиб бориши лозим бўлган жараёнدير. Шу туфайли мазкур таърифда тарих, бугунги ҳолат ва миллат истиқболи ўз ифодасини топган.

Хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси сифатини оширишда, унинг фаолиятида сервис маданиятининг барча турларини муттасил ошириб ва такомиллаштириб бориш лозимдир. Аммо унга эришишнинг турли бевосита ва билвосита йўллари мавжуд. Бизнинг фикримизча, унга эришиш учун қуйидаги табирларни амалга ошириш мақсадга мувофиқдир:

Биринчидан, давлат томонидан инсонларнинг юқори сифат даражасида яшашини таъминлашга қаратилган тадбирларни такомиллаштириб бориши, одамларнинг иқтисодий аҳволининг яхшиланиши ва улар учун яратиладиган сервис хизматини ривожлантириш чораларининг ҳукуматнинг муттасил эътиборида бўлиши. Бу ҳолат хизмат кўрсатиш корхоналарида ҳам сервис хизмати маданиятини ошириш имкониятини беради.

Иккинчидан, сервис фаолияти маданиятини ўзида мужассам этган сервисга оид фанларнинг мавжудлигини таъминлаш ва уларнинг реал ҳаётимизни яхшилашдаги ўрнини кучайтириш ҳамда бу борада кўплаб оммавий ахборот воситаларида чиқишлар қилиб, сервиснинг мазмун-моҳиятини оммага, кенг жамоатчиликка тушунтириш ишларини олиб бориш.

Сервиснинг мазмун-моҳиятини ва уни амалга оширишнинг механизмларини, юқори сифатга эришиш йўлларини ҳам оммавий ахборот воситаларида кўплаб ёритишга эришиш лозимдир. Одамлар ва мутахассислар маданиятнинг нималигини билмасалар, уни амалга оширишни ҳам табиий ҳолда билмайдилар.

Учинчидан, инсонлар онгида сервис фаолияти маданиятининг шаклланиши, яъни инсонлар онгида ғоялар, қарашлар, ҳис-туйғулар, фикрлар, кайфиятлар тизимининг шаклланиши ва уларнинг яшаш тарзига айланишига эришиш лозимдир. Бу тадбирнинг амалга оширилишига ҳам мунтазам ва тизимли ёндошилган ҳолда олиб бориш керак бўлади. Ҳар бир ишни виждонан ҳис қилсагина унинг сифатини ва самарадорлигини оширишга чин дилдан киришади. Бу ҳолат хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси маданиятини оширишга ҳам бевосита боғлиқдир.

Тўртинчидан, миллий ва умуминсоний жабҳаларда илгарги эришилган сервис фаолияти маданияти бўйича кенг тажриба ва ютуқларни умумлаштириш, уларни бугунги



хаётимизга жорий қилинишига эришиш ва улардан самарали фойдаланиш йўлларини ишлаб чиқиш даркор. Бу борада хизмат кўрсатиш корхоналари сервисининг сифатини ошириш масаласи ҳам асосий ўринлардан бири сифатида баҳоланади. Бу ҳам хизмат кўрсатиш корхоналари маданиятининг ошиши учун асосий омиллардандир.

Бешинчидан, мамлакатда сервис фаолияти маданиятини баҳолаш, рағбатлантириш бўйича меъёрий ҳужжатларнинг ишлаб чиқилишига ва уларнинг ҳаётда беками-кўст ишлашини таъминлаш механизмининг мавжудлигига эришиш, бунда давлат билан нодавлат тузилмаларининг роли ва мажбуриятларини ошириш керак. Хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси сифатини оширишга рағбат учун нодавлат мулкига эга бўлган хўжалик юритувчи субъект кимлардандир мурувват кутишига ҳожат бўлмайди. Агар қайси хизмат кўрсатиш корхоналарида сервис хизмати сифати юқори даражада яхши йўлга қўйилган бўлса, ўша хизмат кўрсатиш корхонаси рақобатбардош бўлади, мос равишда, иқтисодий имконияти ҳам муттасил ошиб боради. Бу сервис маданиятининг кўтарилиши учун ҳам катта имкониятдир.

Олтинчидан, одамларнинг сервис фаолияти маданиятини баҳолайдиган меъзонларни билиши ва уларда мазкур мезонларни талаб қиладиган савиянинг мавжудлигини шакллантириш, сервисга эътиборни қаратиш ҳар бир кишининг кундалик ҳаёт тарзига айланишини таъминлаш. Бу ўта мураккаб ва узоқ вақтни талаб қиладиган жараён. Шу туфайли хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси сифатини оширишга қаратилган дунёқараш, умумий миллий дунёқарашнинг ўзгариши билан бирга олиб борилади. Чунки, инсон тафаккуридаги ва онгидаги ўзгаришни айри ҳолда амалга ошириб бўлмаганлиги туфайли, умумий маданий савия паст бўлиб, хизмат кўрсатиш корхоналари сервисини юқorigа кўтариб бўлмайди. Чунки, барча иқтисодий-ижтимоий жараёнлар бир-бири билан узвий боғлиқ ҳолда амалга оширилади.

Еттинчидан, сервис фаолиятининг сертификацияланганлиги ва лицензия зарур бўлган ҳолларда у билан таъминланиш даражасининг йўлга қўйилишига эришиш ва шулар асосида фаолият кўрсатишга сервис билан шуғулланувчи ходимларнинг ва истеъмолчиларнинг кўникмасининг ҳосил бўлишини таъминлаш муқаррар. Аммо хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси алоҳида лицензияланадиган фаолият эмас. Бирок, ҳар бир хизмат кўрсатиш корхонаси рақобат майдонида ўз хизматининг рақобатбардошлигини таъминлаши лозим. Бунинг учун у сервис сифатини ошириш учун юқори маданият билан бирга, унинг нархини барқарор ушлаб туриш орқали ҳам эришиши мумкин.

Хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси фаолияти бўйича юқори сифатга эришиш учун, сервис фаолиятини таҳлил қилиш учун уни ўлчайдиган кўрсаткичларни ишлаб чиқишни тақозо қилади. Аммо хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси маданиятини характерловчи кўрсаткичлар тизими ишлаб чиқилмаган. Одатда ушбу кўрсаткичлар бир томондан мазкур субъектлар хизматининг сифатини характерлайдиган маданий тушунчаларни камраб олса ва иккинчи томондан, унинг рақобатбардошлигини таъминлашга қаратилган бўлиши лозим.

Агар шу нуқтаи назардан қарайдиган бўлсак, хизмат кўрсатиш корхоналари сервиси маданиятини баҳолаш учун кўрсаткичлар тизимини икки гуруҳга бўлган ҳолда ишлаб чиқишни тақозо қилади. Биринчиси, ўлчанадиган ҳисоботлардан ва ҳисоб маълумотларидан олиш мумкин бўлган кўрсаткичлар ва иккинчиси, ҳисобланиши мумкин бўлмайдиган, лекин ёзма, оғзаки тарзда аниқланадиган кўрсаткичлар.

Мазкур кўрсаткичлар у ёки бу жиҳати билан муҳимдир. Уларнинг бирортасини инкор қилиб бўлмайди. Масалан, тежамли хизмат тури бўлиши мумкин, аммо у истеъмолчига (мижозга) унчалик қулайлик туғдирмаса, бундай ҳолатда ушбу хизматнинг тежамкорлигидан ҳам воз кечилади ва харидорга, яъни истеъмолчига маъқул бўлган хизмат тури танланади ва таклиф қилинади.

Хизмат кўрсатиш корхоналари сервисининг маданияти ҳам доимий ва барқарор эмас. Ҳар сафар унинг сифат даражаси турлича бўлиши мумкин. Аммо маданиятсиз хизмат мижозларни қочиради, субъектнинг нуфузини туширади. Шу туфайли хизмат маданияти масаласини доимий равишда назорат қилиб туриш лозим бўлади.



Ишлаб чиқариш корхоналарида яратилган махсулотни назорат қилиш учун махсус техник назорат бўлими фаолият кўрсатади. Аммо хизматнинг жуда кўп турлари борки, уни бирор нарса билан ўлчаш қийин. Шу туфайли хизматни назорат қилиш учун уни кўрсатилаётган паллада кузатиш керак бўлади. Амалиётда бунинг имконияти чекланган. Чунки шундай назорат турини амалга ошириш лозим бўлса, ҳар бир хизмат кўрсатувчига биттадан назоратчи қўйишга тўғри келади. Шу туфайли, биринчи галда ҳар бир ходим ўзини - ўзи назорат қиладиган малакага ва савияга эга бўлиши лозим. Акс ҳолда, билиб-билмасдан жуда кўп нуқсонларга йўл қўйилиши мумкин.

Хизмат кўрсатиш корхоналари сервис сифатини назорат қилишда қуйидаги назорат турларини амалга ошириш мумкин:

- танлаб назоратни амалга ошириш;
- истеъмолчига (мижозга, харидорга) сервис сифати бўйича анкета тарқатиб, уларнинг жавобларига асосланиш;
- истеъмолчилар (мижозлар, харидорлар) билан сервис сифатини текширишни раҳбариятнинг вақти-вақти билан оғзаки сўров ўтказиш йўли билан амалга ошириш.

Хизмат кўрсатиш корхоналари сервис маданиятини аниқлаш ва уни доимий равишда такомиллаштириб бориш учун мазкур субъектда махсус ижодий гуруҳ бўлишини тақозо қилади. Ушбу гуруҳ ҳар ҳафтанинг бир кунда сервис сифати билан боғлиқ масалаларни муҳокама қилиб, тегишли хулосалар чиқариб, уни такомиллаштириш масаласи бўйича тегишли тавсиялар ишлаб чиқмоғи ва уларни навбатдаги ҳафтадан бошлаб амалиётга жорий қилмоғи лозим. Чунки ҳозирги шароитда ҳар кун барча соҳаларда рўй бераётганлиги сингари хизмат соҳасида ҳам, унинг янги-янги турлари кундалик ҳаётимизга кириб келмоқда. Бу янгиликлар асосан фан ва техниканинг ривожланиши билан боғлиқ. Масалан мустақилликгача уяли телефон мамлакатимиз учун эртақ бўлган бўлса, бугунги кунда у кундалик ҳаётимизнинг ажралмас қисмига айланиб қолди. Худди шундай ҳолатни компьютер техникаси бўйича ҳам айтиш мумкин. Булардан фойдалангандан кейин, уларга хизмат қиладиган ва таъмирлайдиган хизматнинг янги турлари ҳам пайдо бўлади. Бундай жараёндан орқада қолиш бугунги рақобат шароитида кўп нарсалардан ютқазиб қўйишлари мумкин.

#### ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР

1. Холиқулов А.Н. **Сервис фаолияти маданияти ва хизмат кўрсатиш сифатини ошириш йўллари.** – Самарқанд: СамИСИ, 2020. – 145 б.
2. Дармонов М., Қодиров А. **Хизмат кўрсатиш корхоналарида сифатли сервис ташкил этиш.** – Тошкент: Иқтисод фанлари нашриёти, 2019. – 132 б.
3. Zeithaml V.A., Bitner M.J., Gremler D.D. **Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm.** – New York: McGraw-Hill, 2022.
4. Lovelock C., Wirtz J. **Services Marketing: People, Technology, Strategy.** – Pearson, 2021.
5. Parasuraman A., Zeithaml V., Berry L. **SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality.** Journal of Retailing, 1988, Vol. 64, No. 1, pp. 12–40.
6. Дубровин И.Н. **Мировая практика организации сервиса в предприятиях сферы услуг.** – Москва: Экономика, 2018. – 210 б.
7. <https://www.mckinsey.com/business-functions/operations/our-insights>
8. <https://hbr.org/topic/service>