



**ТУРИЗМНИНГ РИВОЖЛАНИШИДА АУТСОРСИНГ ВА КЕЙТЕРИНГ  
ХИЗМАТЛАРИНИНГ АҲАМИЯТИ**

**Мамаюнус Қаршибаевич Пардаев**

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти профессори, и.ф.д.

**Озода Мамаюнусова Пардаева**

Тошкент Давлат Иқтисодиёт университети кафедра мудири, доцент, PhD.

**Диёра Улуғбековна Нарзиева**

Самарқанд давлат чет тиллар институти халқаро рейтинглар бўлими усчулбчиси, мустақил  
изланувчи

**АННАТАЦИЯ**

Мақолада бугунги кунда долзарб масалалардан бирига айланган туризм соҳасида аутсорсинг ва кейтеринг хизматларининг мазмуни қисқача очиб берилган. Ушбу хизматлар дунё миқёсида қўлланилиб келинмоқда ва бундан мамлакатимизда ҳам кенг фойдаланилаётганлиги ҳам қайд этилган. Шунингдек аутсорсинг ва кейтеринг хизматларини айнан туризм соҳасида такомиллаштириш бўйича айрим тавсиялар ҳам берилган.

**Калит сўзлар:** Аутсорсинг, кейтеринг, хизматлар, ташқи хизматлардан фойдаланиш, туризм, туристик хизматлар, туризмда аутсорсинг, тежамкорлик, самападорлик, аутсорсинг хизмати, кейтеринг хизмати, озик овқат, етказиб бериш.

**АННОТАЦИЯ**

В статье кратко раскрывается содержание аутсорсинговых и кейтеринговых услуг в сфере туризма, которая на сегодняшний день является одной из наиболее актуальных отраслей. Отмечается, что данные услуги широко применяются в мировом масштабе и активно используются также в нашей стране. Кроме того, в статье представлены отдельные рекомендации по совершенствованию аутсорсинговых и кейтеринговых услуг именно в сфере туризма.

**Ключевые слова:** аутсорсинг, кейтеринг, услуги, использование внешних услуг, туризм, туристические услуги, аутсорсинг в туризме, экономия, эффективность, аутсорсинговые услуги, кейтеринговые услуги, питание, доставка продуктов.

**THE IMPORTANCE OF OUTSOURCING AND CATERING SERVICES IN THE  
DEVELOPMENT OF TOURISM  
ABSTRACT**

The article briefly reveals the essence of outsourcing and catering services in the tourism sector, which has become one of the most relevant fields today. It is noted that these services are widely used on a global scale and are also actively applied in our country. In addition, the article provides several recommendations for improving outsourcing and catering services specifically within the tourism industry.

**Keywords:** outsourcing, catering, services, use of external services, tourism, tourism services, outsourcing in tourism, cost efficiency, effectiveness, outsourcing services, catering services, food, food delivery.

**КИРИШ**

Мавзунинг долзарблиги. Аутсорсинг ва кейтеринг хизматларининг долзарблиги бугунги кунда жуда юқори. Қуйида ҳар иккала хизмат турининг долзарблик сабабларига алоҳида тўхталадиган бўлсак, қуйидагиларни таъкидлаш жоиз бўлади. Биринчи галда, аутсорсинг хизматларининг долзарблиги бу бевосита корхона ёки ташкилотнинг айрим вазифаларини (масалан, бухгалтерия, IT, маркетинг, хавфсизлик, туристларга хизм кўрсатиш, хоналарни тозалаш ва ҳ.к.) ихтисослашган ташқи ташкилотларга топшириш билан боғлиқдир.



Аутсорсинг хизматлари харажатларни камайтиришга ички ходимларни сақлашга кетадиган маош, офис ва жиҳоз сарфларини тежаш орқали эришилади. Корхонада самарадорликни ошириш имконияти яратилади. Чунки аутсорсинг компаниялари ўз соҳасида мутахассис бўлгани учун иш сифатини оширишга эришади. Шунингдек, ташкилот ўзининг асосий фаолиятга эътибор қаратиш орқали асосий йўналишига кўпроқ вақт ва ресурс ажрата олади. Аутсорсинг компаниялари замонавий IT технологиялардан фойдаланиб янги ечимлар билан ишлайди ва самарали бошқарув ва тезкор хизмат кўрсатиш орқали меҳнат бозорида, хусусан туризм соҳасида ҳам рақобатбардошликни таъминлаш имконини яратади.

Худди шундай кейтеринг хизматларининг ҳам кундан-кунга долзарблиги ошиб бормоқда. Ушбу хизмат орқали тадбирлар йиғилишлар, корпоратив кечалар ва тўйларда таом тайёрлаш ва етказиб бериш хизмати билан шуғулланади. Чунки одамлар вақтни тежаш учун тайёр таомларга буюртма беришни афзал кўради. Бунинг қулайлиги кейтеринг орқали кичик бизнеслар оз сармоя билан муносиб даромад топиши мумкин. Шунингдек, мижозлар ўз эҳтиёжига мос меню танлаш имкониятига ҳам эга бўлади, чунки махсус диетик ёки миллий таомларга талаб шу йўл билан ортиб бормоқда.

Бугунги кунда мамлакатимизга туризм оқимининг кўпайиши ва бу жараёнда тадбирлар соҳасининг ўсиши ҳам меҳмонхона, конференция ва фестивалларда кейтеринг хизматларига талабни оширишга олиб келмоқда. Кўриниб турибдики, аутсорсинг ва кейтеринг хизматлари замонавий инновацион иқтисодиёт шароитида бир вақтнинг ўзида ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш билан бирга ресурсларни тежайди, ижтимоий ва иқтисодий ривожланишга муносиб ҳисса қўшади. Шу жиҳатдан мазкур мавзу бугунги кунда долзарб масалалардан бири ҳисобланади.

Тадқиқот методологияси. Туризм соҳасида аутсорсинг ва кейтеринг хизматларининг мазмуни қисқача очиб беришга бағишланган мақолани тайёрлаш жараёнида турли методологик йўналишлардан, хусусан, индукция ва дедукция, макон ва замон, миқдор ва сифат, таҳлил ва синтез, мантиқий таҳлил каби методологик ёндошувлардан фойдаланилган.

Таҳлил ва натижалар. Замонавий иқтисодиётнинг ривожланиши бизга ҳам турли янги атамаларнинг, хизмат турларининг кириб келишига сабаб бўлмоқда. Булардан бири АУТСОРСИНГ бўлса, яна бири КЕЙТЕРИНГ атамаларидир. Ушбу атамалар ўзбек тилидаги илмий адабиётларда қўлланилмоқда. Шу тўғрисида буларнинг ўзбекча маъноларига тўхталишни мақсадга мувофиқ, деб топдик.

Ҳозирги шроитда мамлакатимиз иқтисодий-ижтимоий ҳаётида ўзбек тили таркибига “аутсорсинг хизматларини кўрсатиш” атамаси ва ушбу хизматнинг ўзи ҳам кириб келди. Бунинг аҳамиятли тарафи албатта катта, чунки дунё миқёсида интеграциялашув жараёни кетмоқда. Бу жараён кўп жиҳатдан турли мамлакатларнинг бир-бири билан ҳамкорлиги ва яқинлигининг кўпайиб бораётганлигини англатади.

Эътироф этиш керакки, “аутсорсинг” сўзининг тўлиқ ўзбекча атамаси мавжуд эмас экан, чунки бирорта изоҳли луғатларда ушбу сўзнинг маъносига изоҳ берилмаган. Лекин у турли контекстларда қуйидагича таржима ёки изоҳ билан ифода этилар экан. Булардан биринчиси, корхоналарнинг ташқи хизматлардан фойдаланишдан иборат экан. Ушбу сўз аутсорсинг мазмунини тўлиқ ифода этади. Бунга мисол тариқасида корхоналарнинг бухгалтерия ҳисоби билан боғлиқ ишларини ташқи хизматлардан фойдаланиш орқали амалга оширилишини айтиш мумкин.

Олдин ҳар бир корхона ҳажми кичик бўлсада албатта 2-3 та бухгалтерни штатда ушлаб туришар эди. Эндиликда бу ишларни аутсорсинг хизматлари орқали амалга ошириб, етарли миқдорда маблағлар тежалиб қолинмоқда. Айрим ҳолларда корхоналар ташқи ресурсларни



жалб этиш орқали ҳам аутсорсинг хизматларининг моҳиятига яқин ишларни амалга оширмакда. Бу ишларни ички имкониятларни ишга солиб эмас, балки ташқи манбалар орқали бажаришни англатади. Маслан, корхонада бир марталик қилинадиган катта тажбир учун йиллаб, стол-стулларни ва бошқа жиҳозларни харид қилиб сақлаб ўтирилмайди, балки бир марта бошқа ташқи хизматлардан фойдаланган ҳолда амалга оширади холос.

Ҳозирги шароитда бир қанча ишларни ташқи ташкилотга топшириш масаласи ҳам кенгаймоқда. Масалан, аниқ ва содда таржима қилиш учун “IT хизмати аутсорсинг орқали махсус корхонага, ташқи ташкилотга топширилди”. Бунинг учун корхона махсус кадрларни тайёрлаб, ўзида штат бирлигига киритиб ўтирмасдан амалга оширади.

Агар эътибор қилинса, Ўзбекистонда ҳам расмий, ҳам норасмий доираларда “аутсорсинг” атамаси тўғридан-тўғри шу юқорида эътироф этилган шаклда ишлатилиб келинмоқда. Айниқса бизнес, IT, бухгалтерия ва ҳуқуқ соҳаларида. Бу сўз янги иқтисодий атамалардан бири сифатида ўзбек тилга кириб келганлигига унча узоқ вақт бўлган эмас. Шу туфайли “Аутсорсинг” сўзининг тўлиқ бир сўзли ўзбекча муқобили ҳозирча йўқ, лекин унинг мазмуни, юқорида эътироф этилганидек, “ташқи хизматлардан фойдаланиш”, “ташқи ташкилотга топшириш” каби ифодалар орқали баён қилинади.

Аутсорсинг хизматларидан фойдаланиш корхоналар самарадорликни ошириш имкониятларини яратади. Чунки корхона қўшимча ёки қўллаб-қувватловчи хизматларни аутсорсингга топшириб, асосий вақти ва ресурсларни тежайди ва ўзининг асосий фаолиятига тўлиқ эътибор қаратишга шароит яратиш олади. Шу йўл билан харажатларни ҳам камайтиришга муваффақ бўлади. Аутсорсинг орқали корхона ўзининг ички ходимлари сонини камайтириши ва ижтимоий тўловлар, ўқитиш, жиҳозлаш каби қўшимча харажатлардан қочиши мумкин.

Аутсорсинг хизматини кўрсатувчилар кўпинча ўша соҳада мутахассис бўлади, шунинг учун корхона уларнинг нафақат хизматларидан, балки билим ва тажрибасидан ҳам фойдаланиши мумкин. Корхона махсус билимга эга бўлган кадрларни тайёрлаш ва технологияларни киритиш учун бош қотирмайди.

Аутсорсинг хизматларини кўрсатувчи корхоналар иш жараёнининг сифатини яхшилаш орқали ишларни тез ва юқори сифатда бажаришга қодир бўлади. Буларнинг яна бир жиҳати муҳитга мослашувчанлиги ва топшириқларнинг тезкорлик билан бажариш имкониятининг ҳам мавжудлигидир. Бу айниқса рақобат муҳитида корхоналарга тезда ўз ресурсларини мослаштириш ва зарур хизматларни олиш имконини беради.

Корхоналар бир қанча фаолиятларни аутсорсингга топшириш орқали ўз хавф-хатарларини пасайтиради. Бу ўз навбатида таваккалчиликни ва турли рискларни камайтириш имконини беради. Қисқача айтганда, аутсорсинг хизматларини кўрсатиш орқали ташкилот ёки корхоналарнинг баъзи вазифаларини ёки хизматларини ташқи мутахассислар ёки бошқа корхоналар томонидан бажарилади. Бунинг аҳамияти корхоналар самарадорлигини ошириш, харажатларни тежаш, рискларни камайтириш каби ишларни йўлга қўйишда асосий тиргак бўлади. Хулоса қилиб айтганда, аутсорсинг хизматлари корхоналарга бизнес жараёнларини оптималлаштириш, харажатларни тежаш ва рақобатбардошликни оширишда катта ёрдам беради.

Энди Кейтеринг сўзининг маъносига қисқача тўхталамиз. Кейтеринг (инглизча catering) деганда, озиқ-овқат тайёрлаш ва уни белгиланган жойга етказиб бериш хизмати тушунилар экан. Кейтеринг корхоналари мижозларга, хусусан туристларга ҳам турли тадбирлар учун овқатланиш хизматларини кўрсатади. Ушбу хизматлар қуйидагиларни ўз ичига олади:



1. Овқат тайёрлаш – махсус меню асосида таомлар пиширилади.
2. Таъомларни етказиб бериш – овқатлар мижоз кўрсатган манзилга олиб борилади (офис, уй, туристлар кўним топган тадбир ўтказиладиган жой).
3. Дастурхон ёзиб бериш ва хизмат кўрсатиш – айрим ҳолларда, келиб хизмат кўрсатадиган официантлар ҳам бўлади.
4. Ижара жиҳозлари – баъзи корхоналар стол, стул, идиш-товоқ ва бошқа анжомларни ҳам ижарага беради.

Ҳозирги пайтларда кейтеринг хизматларига эҳтиёж, айниқса туристларнинг кўпайиши билан анча ошиб бормоқда. Буларга қуйидагиларни мисол қилиш мумкин. Оилаларда тўй, туғилган кун, юбилейлар ўтказилганда, корхоналарда конференция, семинар ва бизнес учрашувлар амалга оширилганда, сайёҳларнинг табиат қўйнида вақтинча дам олганда. Турли корпоратив тадбирларда, пикник ва сайилларда ҳам ушбу кейтеринг хизматларидан фойдаланилади.

Ушбу объектларда ўтказиладиган кейтеринг хизматларининг бир қанча турлари мавжуд. Буларга қуйидагилар киради:

Фуршет – Одамлар тик туриб еб-ичадиган енгил таомлар. Банкет – Ресторан услубида хизмат кўрсатиш.

Кофе-брейк – Семинар ёки йиғилиш оралиғидаги чой ва енгил таомлар. Даставка (етказиб бериш) – Фақат овқат етказиш, хизмат кўрсатишсиз.

Булардан кўриниб турибдики, кейтеринг деганда тайёр овқат ва хизматни белгиланган, қилиниши лозим бўлган жойда тақдим этиш хизмати, деб хулоса қилиш мумкин. У уйда, офисида ёки ҳар қандай тадбирда овқатланишни енгиллаштиради.

Ушбу жадвал кейтеринг хизматлари орқали амалга ошириладиган тадбирларнинг турлари ва уларнинг мазмуни ёритилган. Булардан бири бозорни ўрганиш, яъни бозор таҳлили билан боғлиқ. Бунда истеъмолчилар, рақобатчилар, маҳсулот ва бозор муҳитини чуқур таҳлил қилиш жараёни ўрганилиб, у тадбиркорликда тўғри қарор қабул қилишга ёрдам беради. Бу жараён қуйидаги босқичларда амалга оширилади. Бу масала ва мақсадни аниқлашдан бошланади. Бунда нима учун янги маҳсулотни ишлаб чиқариш, мавжуд маҳсулотни ривожлантириш, рақобатчилар фаолиятини таҳлил қилиш каби бозор билан боғлиқ масалаларни ўрганиш лозимлиги аниқланади. Бунинг учун ахборотларни тўплаш вазифаси ҳам белгиланади.

Шуни инобатга олиш жоизки, ахборот икки турда бўлади. Биринчиси, бирламчи маълумотлар бўлиб, булар сўровнома, интервью, кузатув ва синовлар орқали тўпланади. Иккиламчи маълумотлар — олдинги тадқиқотлар натижалари, статистик маълумотлар, интернет манбалари, давлат ва бошқа маълумотларидан олинади.

Хулоса ва таклифлар. Хулоса қилиб айтганда, аутсорсинг ва кейтеринг хизматларидан фойдаланиш орқали соҳанинг самарадорлигини ошириш имкониятлари яратилади. Шу нуқтаи назардан қуйидаги тавсияларни амалга ошириш лозим, деб ҳисоблаймиз.

Биринчидан, бозорни сегментлаш натижасида аҳолининг ёши, жинси, даромади, ҳудудлар бўйича, қизиқишларни инобатга олиб, турли гуруҳларга бўлиш орқали асосий мижозлар гуруҳи, яъни мақсадли аудитория аниқлаш лозимдир.

Иккинчидан, ҳар бир корхона рақобатчиларни ҳам таҳлил қилиш мақсадга мувофиқ. Чунки мазкур корхоналар рақобатбардошлигини мустаҳкамлаб бориши лозим бўлади. Бунинг учун нарх сиёсати, маҳсулотларнинг сифат ва ассортименти, қандай реклама ва маркетинг усулларидан фойдаланаётганлигини, уларнинг кучли ва заиф томонларини ҳам таҳлил қилиб, бошқарув қарорлари қабул қилинади.



Учинчидан, аутсорсинг ва кейтеринг хизматлари истеъмолчиларини ҳам таҳлил қилиш лозим бўлади. Бунинг учун мижозлар ҳақида маълумот йиғилади, уларнинг эҳтиёжлари, талаб ва истаклари, харид қилиш одатлари, маҳсулот ҳақидаги фикрлари ҳам инобатга олинади. Буларга асосан таҳлил қилиш ва хулосалар чиқариш лозим бўлади. Бунинг учун барча маълумотлар таҳлил қилиниб, тегишли хулосалар чиқариш лозим бўлади.

Тўртинчидан, олинган натижалар асосида бизнес ёки маркетинг стратегияси яратилади. Бунда маҳсулотни бозорга киритиш режаси, нарх, жойлаштириш ва тарғибга солиш усуллари, бозор ҳажми ва ўсиш салоҳияти, талаб ва таклиф даражаси, энг мақбул нарх ва реклама стратегияси ишлаб чиқиши лозим бўлади.

Хулоса қилиб айтганда, ушбу масалаларнинг амалга оширилиши мамлакатимизда олиб борилаётган “Ўзбекистон - 2030” стратегиясида белгиланган вазифаларнинг бажарилишига хизмат қилади.

### **Фойдаланилган адабиётлар**

1. Пардаев, М. Қ. (2020). *Хизмат кўрсатиш соҳаси иқтисодиёти*. Самарқанд: СамИСИ нашриёти.
2. Пардаев, М. Қ., Пардаева, О. М. (2022). *Туризм иқтисодиёти ва менежменти*. Тошкент: Иқтисодиёт нашриёти.
3. Котлер, Ф. (2017). *Маркетинг асослари*. Тошкент: Шарқ нашриёти.
4. Ўзбекистон Республикаси Президенти. (2023). “Ўзбекистон – 2030” стратегияси тўғрисидаги ПФ-158-сонли фармони.
5. Ҳолмуродов, Т. Ҳ. (2019). *Туризмни ривожлантиришнинг замонавий йўналишлари*. Тошкент: Фан.
6. Иванов, В. В. (2018). *Аутсорсинг: назария ва амалиёт*. Москва: Инфра-М.