

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА
МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

Э. С. Файзиев

СЕРВИС ТИЗИМИ ФАОЛИЯТИ АСОСЛАРИ ФАНИДАН

5810300 - «Сервис (аҳоли ва туристларни овқатлантириш хизматлари)», 5811000 – «Сервис технологияси (хизмат кўрсатиш соҳалари бўйича)», 5811700 – «Сервис (туризм ва меҳмонхона хўжалиги бўйича)», 5810600 – «Туризмда операторлик хизматларини ташкил этиш», 5811600 – «Сервис (сифат экспертизаси, хизмат кўрсатиш ва ишлар сертификацияси)», бакалавр йўналишлари, ҳамда 5A340102 – «Тармоқлар иқтисодиёти (тармоқлар ва соҳалар бўйича)» магистратура мутахассисликлари йўналишлари учун

МАЪРУЗА МАТНИ

САМАРҚАНД - 2007

Файзиев Э.С. «Сервис тизими фаолияти асослари» маъруза матни. Тошкент, 2007. 330 бет.

Тақризчилар: и.ф.д, проф. Мамаюнус Ёаршибоевич Пардаев

и.ф.н. доц. Борат-Али Абдукаримович Абдукаримов

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

5810300 - «Сервис (аҳоли ва туристларни овқатлантириш хизматлари)»,
5811000 – «Сервис технологияси (хизмат кўрсатиш соҳалари бўйича)»,
5811700 – «Сервис (туризм ва меҳмонхона хўжалиги бўйича)», 5810600 –
«Туризмда операторлик хизматларини ташкил этиш», 5811600 – «Сервис
(сифат экспертизаси, хизмат кўрсатиш ва ишлар сертификацияси)», бакалавр
йўналишлари, ҳамда 5А340102 – «Тармоқлар иқтисодиёти (тармоқлар ва
соҳалар бўйича)» магистратура мутахассисликлари йўналишларига
мўлжалланган

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти илмий кенгаши томонидан
тавсия қилинган **(2007 йил 14 июл 12 сон баённомаси)**

МУНДАРИЖА

	Кириш	
1.	Сервис тизими фаолиятининг моҳияти ва роли	
1.1.	Сервис тизими фаолиятининг тушунчаси ва моҳияти	
1.2.	Сервис тизими фаолиятининг мамлакатнинг ижтимоий – иқтисодий ҳаётидаги роли	
2.	Сервис тизими фаолиятининг назарий асослари	
2.1.	Сервис фаолият сифатида	
2.2.	Сервис истеъмол сифатида	
2.3.	Сервис хизмат сифатида	
2.4.	Сервис тизими фаолиятининг тарихий ривожланиши ва унинг постиндустриал жамиятни шакллантириш давридаги хусусиятлари	
2.5.	Сервис фаолиятининг қарама-қаршиликлари	
2.5.1.	Товар ва хизмат ўртасидаги қарама- қаршилик.	
2.5.2.	Идеал ва реал хизматлар ўртасидаги қарама- қаршиликлар.	
2.5.3.	Хизматни стандартлаштириш ва яқка тартиблаштириш ўртасидаги қарама-қаршиликлар.	
2.5.4.	Мавжуд эҳтиёжлар ва уларни қондириш имкониятлари ўртасидаги қарама-қаршиликлар.	
2.5.5.	Турли гуруҳлардаги мижозларнинг эҳтиёжларини қондириш ўртасидаги қарама- қаршилик.	
2.5.6.	Инсоннинг мавжуд эҳтиёжларининг қондирилиши ва ушбу эҳтиёжларнинг шаклланиши ўртасидаги қарама- қаршилик.	
2.5.7.	Бевосита моддий манфаат билан боғлиқ эҳтиёжларни қондириш ва шахснинг ўз ўзини шакллантириш эҳтиёжлари ўртасидаги қарама-қаршилик.	
3.	Сервис фаолияти иқтисодиётнинг таркибий қисми	

	сифатида	
3.1.	Сервис тизими фаолятининг иқтисодий моҳияти	
3.2.	Сервис тизими фаоляти хўжалик амалиёти таркибий тизилмасида	
4.	Сервис тизими фаоляти инсон талабларини қондириш шакли сифатида	
4.1.	Сервис хизмат кўрсатишда ва хизматларга талабнинг таснифлаштирилиши ва таснифи	
4.2.	Сервис тизими фаоляти ва инсон талаби	
4.3.	Сервисда коммуникация шакллари	
4.4.	Истеъмолчиларга хизмат кўрсатишнинг асосий қоидалари	
5.	Сервис тизимида хизматнинг сифати ва корхонанинг сервис фаоляти самардорлиги	
5.1.	Сервис тизими хизматларининг сифати	
5.2.	Корхона сервис фаоляти самардорлигининг кўрсаткичлари	
5.3.	Сервис тизими фаолятини самарали ташкил этишнинг чет эл тажрибаси	
6.	Асосий турдаги сервис хизматларининг таснифи ва тавсифи	
6.1.	Хизматлар турларининг таснифи	
6.2.	Сервис фаолятининг турлари ва шакллари.	
6.3.	Асосий турдаги сервис хизматларининг тавсифи	
6.3.1.	Моддий хизматлар	
6.3.1.1.	Кийим-кечак ва оёқ кийимини таъмирлаш ва тайёрлаш бўйича хизматлар.	
6.3.1.2.	Фуқароларга тегишли бўлган транспорт воситаларини таъмирлаш ва хизмат кўрсатиш.	
6.3.1.3.	Маиший машиналар ва асбоблар, соатлар, радио	

	аппаратуралар, телевизорлар, магнитофонлар, мусика марказлари, маҳсулотларни таъмирлаш ва техник хизмат кўрсатиш.	
6.3.1.4.	Заргарлик буюмларини таъмирлаш.	
6.3.1.5.	Мебелни тайёрлаш ва таъмирлаш	
6.3.1.6.	Уйлар ва хонадонларни таъмирлаш, қуриш.	
6.3.1.7.	Уй-жой атрофини ободонлаштириш ва ландшафт дизайни.	
6.3.1.8.	Кимёвий тозалаш ва бўйаш, кир ювиш хона хизматлари.	
6.3.1.9.	Фотосуратларни тайёрлаш	
6.3.1.10.	Сартарошхоналар хизматлари.	
6.3.1.11.	Транспорт хизматлари.	
6.3.1.12.	Биноларни тозалаш бўйича хизматлар.	
6.3.1.13.	Оммавий овқатланиш хизматлари.	
6.3.1.14.	Чакана ва улгуржи савдо хизматлари.	
6.3.1.15.	Коммунал хизматлар	
6.3.2.	Ижтимоий-маданий хизматлар.	
6.3.2.1.	Сайёҳлик ва экскурсион хизматлар	
6.3.2.2.	Санатория-соғломлаштириш хизматлари.	
7.0	Сервис тадбиркори - сервис иқтисодиётининг янги иқтисодий агенти.	
7.1.	Сервис корхоналари (сервис якка тартибдаги тадбиркорлари)	
7.2.	Сервис тадбиркорининг фирмали стили	
7.3.	Замонавий маҳсулот хусусиятларининг ҳисобга олиниши	
7.4.	Сервис тадбиркори ишининг технологияси	
8.	Хизматлар сифати, хавфсизлиги ва сервис фаолияти маданияти.	
8.1.	Хозирги давр сервис амалиётида хизматлар сифати ва хавфсизлиги муаммолари	

8.2.	Сервис тизими маданияти	
8.3.	Сервис тизими фаолиятининг этик асослари, иш этикети ва эстетик қирралари	
9.	Сервис тизими фаолиятида ахборот сервиси ва интенсив технологиялар	
9.1.	Хизматлар соҳасида техника ва технологияларни қўллаш борасидаги ахборот банклари маълумот базасини яратиш	
9.2.	Туризмдаги сервис тизими фаолиятида ахборот технологияларни қўллашнинг асосий йўналишлари	
	Фойдаланилган адабиётлар рўйхати	

Кириш

Дунё иқтисодиётида товарлар, капитал, ишчи кучи билан бир қаторда хизматлар бозори ҳам мавжуд. Ушбу бозор қийин тизимдан иборат бўлиб, унинг асосий вазифаси аҳолининг хизматларга бўлган эҳтиёжларни қондириш ҳисобланади. Хизматлар бозори асосида кенг ва тез ривожланётган дунё хўжалигининг сервис тизими соҳаси ётади. Дунё иқтисодиётида сервис тизими соҳаси ҳаёт даражаси ва сифатини оширида асосий омил бўлиб хизмат қилади.

Сервис соҳасининг ҳозирги шароитдаги роли қуйидаги омиллар билан аниқланади:

- сервис соҳасида доимий равишда янги иш жойлари яратилади;
- сервис соҳаси мамлакатнинг ялпи ички маҳсулотида ўз ҳиссасини ўстириб бормоқда;
- сервис соҳаси ҳисобига уй хўжалигида хизмат кўрсатиш вақти қисқаради ва бу аҳолининг ҳаёт сифатини оширади.

Сервис соҳаси корхоналарининг бозор иқтисодиёти ва рақобат шароитида мувоффақиятли фаолияти бошқаришни шундай ташкил этишда мумкин бўладики, қачонки у корхонанинг ички ва ташқи муҳитига таъсир эта олса. Бунинг учун жумладан хизмат кўрсатишнинг янги ташкилий моделини яратиш лозим бўлади. Унутмаслик лозимки, аҳолининг хизмат кўрсатиш соҳасига муносабати ишлаб чиқариш воситаларига ижтимоий мулкчилик, хўжалик юритишнинг яқка марказлаштирилган тизими, марказлаштирилган бошқарув, корхоналар хўжалик мустақиллиги чекланган шароитларда шаклланган.

Бозор иқтисодиёти шароитларида сервис тизими корхоналари турли мулк шакллари, тўлиқ хўжалик мустақиллиги ва рақобат шароитида фаолият юритишадилар. Бу бозор хўжалик юритишнинг турли усулларидадан эгилувчан фойдаланишни ва сервиснинг шундай ташкилий моделини танлашни кўзда тутадими, унда рақобат шароитида ташқи муҳитдаги ўзгаришларга тез мослашувга имконият яратсин.

Республикаимиз иқтисодий фаровонлигининг ошиши ва иқтисодий ҳаётдаги ижобий ўзгаришлар янги турдаги талабни шакллантиради, истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш сифатига талабларни оширади.

Охирги йиллар мобайнида республикаимиз раҳбарияти, хусусан Президентимиз И.А.Каримов томонидан хизматлар кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантириш масалаларига алоҳида эътибор қаратилмоқда.

Юқорида қайд қилинганларнинг тасдиғи сифатида 2006 йил 17 апрелда Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида» ги қарорини келтириш мумкин.

Ушбу қарор хизматлар ва сервис соҳасини республикаимизда қисқа муддат ичида жадал суръатлар билан ривожлантиришга туртки бўлиши шубҳасиздир.

Фан техника тараққиётининг ривожланиши ахборотни узатиш, қайта ишлаш ва таҳлил қилиш билан боғлиқ янги турдаги хизматларни вужудга келтиради, масалан, ахборот ва ҳужжатли сервис, аудиторлик хизматлари, симсиз алоқа хизматлари, интерактив алоқалар.

Турли хилдаги хизмат турлари ва хизмат кўрсатишнинг жозибали шакллари ижтимоий-моддий тизими соҳасида пайдо бўлмоқда. Сервис хизматлари бозорида юқори сифат даражасидаги хизмат кўрсатишнинг янги йўналишлари вужудга келмоқда.

Сервис ташкилотлари истеъмолчилар учун қаттиқ рақобат олиб боришмоқдалар, унда ютуқ истеъмолчилар эҳтиёжларига мос равишдаги хизматлар кўрсатувчи томонида бўлади.

Республикаимизда ўз фаолиятини юритаётган сервис ва хизмат кўрсатиш шакли ва усуллари, хизмат кўрсатиш техникасини такомиллаштириб бормоқдалар ва истеъмолчиларнинг ўсиб бораётган талабларини қондиришга ҳаракат қилишмоқдалар.

Авваллари сервис ва хизмат кўрсатиш соҳаси моддий ишлаб чиқариш соҳасини тўлдириб боради деб ҳисобланарди. Хизмат кўрсатиш сифати паст бўлган ва уларнинг кўпчилиги истеъмолчиларни қондирмаган.

Хозирги бозор муносабатлари шароитида Республикамиздаги ўз фаолиятини юритаётган сервис ва хизмат кўрсатиш корхона ва ташкилотлари халқаро сифат стандартларига мос келадиган хизматлари амалга оширишлари лозим бўлади. Ушбу мақсадга эришиш учун сервис ташкилотларига биринчи навбатда саводли ва психологик жиҳатдан тайёр бўлган ходимлар зарур бўлади. Улар истеъмолчиларга ўз вақтидаги, қулай ва хавфсиз хизмат кўрсатишни амалга оширишлари лозим.

Сервис хизмат кўрсатишни амалга оширишда муҳим ролни хизмат кўрсатиш зонасидаги муҳит эгаллайди. Сервис ташкилоти жойлашган бинонинг интерери, унинг мебелли, асбоб ускуна билан таъминланиши, бинолардаги микро иқлим, хизмат кўрсатувчи ходимларнинг ташқи кўриниши ва уларнинг касбий маҳорати ҳисобланади.

Сервис ташкилоти ишининг сифати хизмат кўратишни малакали лойиҳалаштириш ва ташкил этишга боғлиқ ҳисобланади.

Хизмат кўрсатишнинг замонавий жараёни инсоннинг яқка тартибдаги хизматларга бўлган эҳтиёжларини таҳлил қилиш, хизмат кўрсатиш жараёнини диагностика ва моделлаштириш каби муҳим бўлган вазифаларга асосланади.

Бугунги кунда сервис ташкилотларининг рақобатбардошликлари, буюртмачилар эҳтиёжларини таҳлил қилиш, истеъмолчиларнинг жинси, ёши ва яқка тартибдаги хусусиятларни, шунингдек хизмат кўрсатиш жараёнидаги психологик омиллар, мода психологияси вазифалари, рекламанинг таъсири психологияси масаларни ва бошқаларга асосланади.

Ушбу ўқув қўлланмада сервис тизими фаолиятини ташкил этишнинг назарий масалалари, ижтимоий асослари ва тарихий хусусиятлари кўриб чиқилади, сервис тизими фаолиятининг иқтисодиётнинг таркибий қисми ва унинг инсон талабларини қондириш шакли сифати ёритилади, сервис тизими

фаолятининг асосий йўналишлари тавсифи ва аҳолининг хизматларга эҳтиёжи кўрсатилади, хизмат бажарувчисининг контакт зонасидаги ишининг хусусиятлари атрофлича ёритилган, аҳолиги хизмат кўрсатишни ташкил этиш назарияси ва қоидалари қайд қилинган, хизматлар ҳилма хиллига ва унинг тавсифи, сервис тизими фаоляти сифати ва самарадорлик кўрсаткичлари акс эттирилган, хизматлар сифати ва хавфсизлиги, сервис тизими фаолятининг маданияти, сервис хизмат кўрсатишда тадбиркорлик фаолятига оид масалалар атрофлича ёритилаган.

Ушбу ўқув қўлланма олий ўқув юр்தларининг 5810300 - «Сервис (аҳоли ва туристларни овқатлантириш хизматлари)», 5811000 – «Сервис технологияси (хизмат кўрсатиш соҳалари бўйича)», 5811700 – «Сервис (туризм ва меҳмонхона хўжалиги бўйича)», 5810600 – «Туризмда операторлик хизматларини ташкил этиш», 5811600 – «Сервис (сифат экспертизаси, хизмат кўрсатиш ва ишлар сертификацияси)», бакалавр йўналишлари, ҳамда 5A340102 – «Тармоқлар иқтисодиёти (тармоқлар ва соҳалар бўйича)» магистратура мутахассисликлари йўналишлари ўқув режаларига киритилган.

1.БОБ. СЕРВИС ТИЗИМИ ФАОЛИЯТИНИНГ МОҲИАТИ ВА РОЛИ.

1.1. Сервис тизими фаолиятининг тушунчаси ва моҳияти.

Сервис тизими фаолияти деганда якка тартибдаги хизматларни кўрсатиш орқали инсонлар талабини қондиришга йўналтирилган фаолият турини тушуниш лозим. Ушбу турдаги фаолият билан турли хилдаги ташкилотлар шуғулланишадилар. Улар жумласига якка тартибдаги тадбиркорлар ва турли мулк шаклига эга бўлган сервис корхоналари киради. Улар меҳнатининг натижаси бўлиб хизмат ҳисобланади.

Хизмат деганда аввало меҳнат маҳсулотини тушуниш лозим. Ушбу маҳсулотнинг асосий белгиланиши бўлиб, инсонларнинг аниқ талабларини қондириш ҳисобланади. Бошқача қилиб айтганда хизмат-бу инсонларнинг эҳтиёж ва талабларини қондиришга қаратилган фаолиятдир.

Ушбу фаолият маҳсулотда гавдаланиши (моддий хизматлар), ҳамда меҳнат жараёнининг ўзида истеъмол қилинадиган фойдали меҳнат самараси сифатида (номоддий хизматлар) намоён бўлади. Масалан тикувчининг хизмати шундан иборатки, у костюм, шим ва бошқа буюмлар тикади. Унинг фаолияти ушбу буюмларда гавдаланади (моддий хизмат).

Хизматнинг муҳим хусусиятларидан бири бўлиб, унинг истеъмолчи учун фойдалилиги ҳисобланади. Бу ерда шуни инобатга олиш зарурки, фойдалиликка ҳам моддий, ҳам номоддий хизматлар мажмуаси киради. Шу сабабли хизматнинг ижтимоий функцияси бўлиб, бевосита аҳолига хизмат кўрсатиш, ҳаёт фаолияти учун қулай шароитларни яратиш ҳисобланади.

Хизматдан фойдали самара-бу инсоннинг у ёки бу талабини қондиришга бевосита йўналтирилган хизматнинг ялпи фойдали хусусиятидир.

Хизмат истеъмолчиси-бу шахсий эҳтиёж учун хизматни олувчи, буюртма берувчи ёки уни олиш ва буюртма бериш ниятида бўлган фукародир.

Хизматни бажарувчи-истеъмолчига хизмат кўрсатувчи корхона, ташкилот ёки тадбиркор.

Хизматнинг натижаси бўлиб, товарнинг истеъмол хусусиятларини қайта тиклаш (ўзгартириш, сақлаш), буюртмага биноан янги маҳсулот яратиш, истеъмол шароитларини яратиш, соғлиқни, шахснинг маънавий ва жисмоний ривожланишини таъминлаш ва бошқа бир қатор муҳим вазифалар ҳисобланади.

Сервис тизими фаолиятида идел ва реал хизмат тушунчалари мавжуд.

Идеал хизмат-бу сервис фаолиятининг у ёки бу туридаги абстракт, назарий моделдир. У ўз ичига аҳолига хизмат кўрсатиш қоидалари, сифат стандартлари ва хизмат кўрсатиш технологияларини олади.

Реал хизмат-бу истеъмолчининг талабларини қондиришга йўналтирилган аниқ моддий ҳаракатлардир. Ушбу хизматлар бажарувчилар, истеъмолчилар, уларни кўрсатишнинг аниқ шароитларига қараб якка ҳолатда тартиблаштирилади.

Ҳозирги кунда сервис ташкилотлари моддий ва ижтимоий-маданий хизматларни амалга оширадилар.

Моддий хизматлар деганда, инсонларнинг моддий талабларини қондирувчи хизматлар тушинилади. Ушбу хизматлар маҳсулотларнинг истеъмол қийматини қайта тиклайди (ўзгартиради, сақлайди) ёки истеъмолчилар буюртмаларига биноан янги маҳсулотлар ишлаб чиқаради, истеъмол учун шарт - шароитларни яратиб беради. Жумладан моддий хизматларга маиший хизматлар (маҳсулотлар, бино ва қурилмаларни таъмирлаш ва техник хизмат кўрсатиш бўйича хизматлар, сартарошхона хизматлари, фото хизматлар), турар жой - коммунал хизматлар, оммавий овқатланиш хизматлари, транспорт хизматлари, қишлоқ хўжалик хизматлари ва бошқалар киради.

Ижтимоий-маданий хизмат деганда инсонларнинг маънавий, интеллектуал талабларини қондирувчи ва уларнинг нормал ҳаёт фаолиятини қўллаб қувватлашга мўлжалланган хизматлар мажмуаси тушунилади. Ушбу турдаги хизматлар соғлиқни сақлаш ва уни тиклаш, шахснинг маънавий ва жисмоний ривожланишини ва унинг касбий тажрибасини оширишга қаратилган. Ижтимоий-маданий хизматлар таркибига, тиббий хизматлар, туризм, маданий ва таълим хизматлари киради.

Юқорида қайд қилинганидек моддий хизматларнинг натижаси бўлиб, бажарилган иш ёки маҳсулот ҳисобланади. Ижтимоий-маданий хизматлар натижаси моддий шаклга эга бўлмайди. Масалан туристик ва экскурсия хизматлари натижалари маҳсулот яратиш жараёнидан фарқ қилади.

Моддий ва ижтимоий-маданий хизматлар бир бирини доимий равишда тўлдирувчи ҳисобланади. Кўпчилик ҳолатларда товарларни харид қилишга хизматларни истеъмол қилиш ҳамроҳ бўлади. Масалан оммавий овқатланиш хизматларини истеъмол қилишда, истеъмолчи товар олади. Ушбу товарга озиқ-овқат маҳсулотлари, озиқ-овқат маҳсулотларини истеъмол қиладиган жой, таомлар ва ичимликларни бериш бўйича хизматлар, психологик дам олиш ва ҳоказолар киради.

Истеъмолчиларга хизматлар уларга хизмат қилиш жараёнида амалга оширилади.

Хизматларни тақдим этиш деганда, хизматнинг бажарилишини таъминлаш учун зарур бўлган хизмат бажарувчисининг фаолияти тушунилади. Хизматларни тақдим этиш алоҳида босқичларга бўлинади. Улар жумласига зарур бўлган ресурслар билан таъминлаш, бажаришнинг технологик жараёни, назорат ва баҳолаш, хизмат кўрсатиш жараёни киради. Шундай қилиб, хизматлар истеъмолчилар ва уни амалга оширувчилар билан чамбарчас боғлиқ ҳисобланади.

Хизматнинг ҳаёт даври бир неча босқичларга бўлинади:

1. истеъмолчиларга таклиф этилаётган хизматлар бўйича маълумот бериш;

2. хизматга буюртмани қабул қилиш;
3. хизматни бажариш;
4. хизматни бажариш сифатини назорат қилиш;
5. истеъмолчи буюртмасини бериш.

Хизматнинг истеъмолчиси ва бажарувчиси ўртасидаги ўзаро алоқалар хизмат кўрсатиш жараёнида содир бўлади. Ушбу ўзаро алоқаларнинг тавсифи тақдим этилаётган хизматларнинг шаклига боғлиқ бўлади, ва у бевосита ва билвоситаларга бўлинади. Бевосита ўзаро алоқаларда хизматни бажарувчи ва унинг истеъмолчиси ўртасида тўғридан тўғри алоқа ўрнатилади. Билвосита ўзаро алоқаларда эса, алоқа воситачилар орқали ёки хизматни бажарувчисининг ёрдамчи ходимлари ёрдамида амалга оширилади.

Хизмат кўрсатиш-бу хизматни бажарувчисининг унинг истеъмолчиси билан бевосита алоқасига тўғри келадиган фаолиятидир. Ушбу хизмат кўрсатиш жараёни сервис корхонасининг ишлаб чиқариш воситалари ва ходимлари орқали таъминланади. Хизмат кўрсатиш ўз ичига истеъмолчи буюртмасини таҳлил қилиш, хизмат кўрсатиш лойиҳасини ишлаб чиқиш (техник вазифалар ва хизмат кўрсатиш жараёни), хизматнинг зарурий сифатини белгилашни ва таъминлашни, истеъмолчига етказишларни олади.

Ҳозирги шароитда республикамизда ўз фаолиятини амалга ошираётган сервис тизими соҳаси мутахассислари хизмат кўрсатишнинг барча сир атворлари тўғрисида касбий билим ва малакага эга бўлишлари лозим. Жумладан, ресторан мижозларига хизмат кўрсатишда, официант мижозлар билан муомала қилиш малакасига, этикет билимига, таом ва ичимликларни узатиш ва йиғиш кўникмаларига эга бўлмоғи шарт. Хизмат кўрсатиш сифати кўпчилик ҳолатларда хизмат кўрсатиш услубларига боғлиқ бўлади.

Хизмат кўрсатиш услублари корхоналар турларига тегишли бўлади. Масалан тез хизмат кўрсатувчи оммавий овқатланиш корхоналарида таомларни тайёрлаш ва етказиб беришнинг юқори тезлиги зарур бўлади. Кечқурунги ва кечки мижозларга хизмат кўрсатувчи ресторанда эса таомларни секинлик билан тортиш, столни сервировка қилиш қоидалари,

таомларни тортиш ва этикет қоидаларини инобатга олган ҳолдаги юқори сифатли хизматларни тақазо этади.

Истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш сервис тизими корхонасининг ихтисослаштирилган хоналарида ёки хизмат тури ва буюртмачи талабига таалукли равишда хизматни бажариш учун зарур бўлган ҳар қандай бошқа жойда амалга оширилади. Хизмат кўрсатиш сифатига хизмат кўрсатиш шароитлари бевосита боғлиқ бўлади. Бу ўз навбатида хизмат кўрсатиш жараёнида истеъмолчига таъсир кўрсатади.

Шундай қилиб сервис фаолиятининг асоси бўлиб, хизмат кўрсатишни амалга оширувчи ходимлар, хизмат кўрсатиш воситалари ва хизмат кўрсатиш шароитлари ҳисобланади.

Сервис тизими корхонаси ишининг самарадорлиги раҳбарларнинг тўғри ташкилий-бошқарув фаолиятига боғлиқ бўлади. Ушбу ташкилий-бошқарув иш ўз ичига қуйидагиларни олади:

- корхонанинг сервис фаолиятини режалаштириш, бозорнинг ёки хизматлар ассортиментининг ўзгариши натижасида корхона ривожланишининг истиқболлини белгилаш;
- ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш ҳаражатларини баҳолаш;
- хизматлар ассортименти ва сифат даражасини инобатга олган ҳолда технологик асбоб-ускуналар ва техник воситалар таркибини оптималлаштириш;
- истеъмолчилар билан ишлаш учун психологик қобилиятга эга бўлган ходимларни танлаш.

Шундай қилиб сервис тизими фаолияти қийин ва кўп қиррали жараён ҳисобланади. Ушбу жараён корхона ходимларни ва ресурсларини яхши бошқариш, хизмат кўрсатиш стандартларига риоя қилиш, кўрсатилаётган хизматларнинг истеъмолчилар талабларига мос келиши орқали таъминланади.

1.2. Сервис тизими фаолиятининг мамлакатнинг ижтимоий - иқтисодий ҳаётидаги роли

Ҳозирги шароитда амалга оширилаётган ислохатлар миллий иқтисодиёт самарадорлигини оширишга қаратилиши лозим бўлади. Унинг таркибий қисми бўлиб ҳисобланган сервис тизимини ривожлантириш аҳолининг ҳаёт сифатини ошириш, унинг турли хилдаги талабларини қондиришнинг муҳим йўналишлардан бири бўлиб ҳисобланади.

Тадқиқот шундан далолат берадики, ҳозирги кунда сервис тизими фаолияти билан шуғулланувчи корхона ва ташкилотлар ҳамда якка тартибдаги тадбиркорлар фаолияти давлат иқтисодиётига катта ҳисса қўшмоқда. Ривожланган бозор иқтисодиётли давлатларда сервис тизими соҳасига ялпи ички маҳсулотнинг ярмидан кўпроғи тўғри келади. Сервис фаолиятини ривожлантириш орқали мамлакатнинг иқтисодий қудратини ошириш, ҳамда аҳолининг меҳнат бандлигини таъминлаш мумкин бўлади. Масалан 1997 йилда АҚШ да хизмат соҳасида меҳнатга лаёқатли аҳолининг 72,0% , Италия ва Швейцарияда 60,5% , Россияда 50,0% банд бўлган.

Ўтган асрнинг 80-йиллар ўрталарига келиб хизмат кўрсатиш соҳасида айрим ноаниқ ҳолатлар вужудга келди. Яъни аҳолининг сервис хизматларига эҳтиёжи юқори бўлсада, ушбу турдаги хизматларга бўлган талаб камая бошлади. Талабнинг камайиши ўз навбатида хизматлар нархларининг кескин даражада ошишига олиб келди. Сервис хизматини амалга оширувчиларининг ўзлари ҳам истеъмолчилар талабларини тўлиқ қондира олмасликларини яхши тушунар эдилар. Бундай ҳолатларнинг вужудга келиш сабабларидан асосийлари, турли хил материалларнинг етишмаслиги, хизмат кўрсатиш тизими соҳаси корхоналардаги техник хизмат кўрсатиш такомиллашмаган ва бошқа бир қатор объектив сабабларнинг вужудга келиши ҳисобланади.

Албатта бундай ҳолатда сервис тизими фаолиятини амалга оширувчилар хизмат сифати ва маданиятини ошириш зарурлигини англай бошладилар.

Истеъмолчиларга янги сифатдаги хизматларни таклиф этувчилардан биринчиси бўлиб, турли маиший хизмат кўрсатувчи кооперативларни келтириш мумкин. Уларнинг вужудга келиши билан аҳолига маиший хизмат кўрсатиш соҳасида қайта куриш бошланди десак муболаға бўлмайди.

Аҳолининг кооперативлар ва якка тартибдаги тадбиркорлар фаолиятига қизиқиши аста секин ортиб борди. Чунки улар томонидан амалга оширилаётган хизматлар сони ва сифати давлат корхоналаридан анча юқори эди.

Кооперативларнинг кескин равишда ошиши давлат корхона ва ташкилотлари, муассасалардан бўшаганлар ва бошқалар учун қўшимча иш жойларини ташкил этди. Ундан ташқари кооператив сервис корхоналарининг ўзига хос хусусиятлари шундан иборат эдики, улардаги ходимларнинг меҳнат натижаларига кизиқишлари баланд эди. Яъни кооператив фаолияти натижасида олинган даромад қанча юқори бўлса, ходимлар даромадлари ҳам таалуқли равишда юқори бўлган.

Кооператив сервис корхоналарининг ўзига хос афзалликларидан бири шундан иборат эдики, улар ўзлари керакли фаолият турини, кўрсатиладиган хизматлар ассортиментини талабга боғлиқ ҳолда ўзгартириш, нақд пулга керакли материалларни сотиб олиш, хизмат нархларини ошириш ёки камайтириш имкониятларига эга бўлишган. Давлат корхоналарида бундай имконият бўлмаган.

Лекин давлат корхоналарининг кооператив корхоналарига қараганда афзалликлари ҳам мавжуд эди. Улардан асосийси шундан иборат эдики, кооперативлар бинолар ва асбоб - ускуналарни ўз маблағлари ҳисобига ҳарид қилишсалар, давлат корхоналари режага таълуқли равишда молиялаштирилган, ундан ташқари кооперативлар ихтиёрида эски асбоб-ускуналар мавжуд бўлиб, улар буюртмаларни ўз вақтида бажариш борасида маълум қийинчиликларни бошларидан кечиришган. Шунга қарамасдан кооперативларда иш ҳақининг миқдори давлат корхоналаридагига қараганда юқори бўлган.

Кооперативларнинг айримларида камчиликлар мавжуд булган. Яъни иш ҳақининг бир қисми кооперативни ривожлантириш фондига йўналтирилган. Кооперативларнинг айримлари хизматлар тақчиллигини билган ҳолда, уларнинг баҳоларини асоссиз равишда ошириш ҳисобига қўшимча даромадларга эга бўлишганлар.

Юқорида қайд қилинган камчиликларга қарамасдан кооперативлар мамлакат ҳаётида муҳим ижтимоий аҳамиятга эга бўлишганлар, Яъни улар уйдаги кам унумли бўлган меҳнатни камайитириш эвазига истеъмолчиларнинг бўш вақтларини оширишга эришганлар.

Ўша даврлар тадқиқотлари шундан далолат берадики, кооперативлар давлат корхоналарига қараганда анча тез ва самарали фаолият юритишганлар.

Кооперативларнинг кейинги муҳим ижтимоий-аҳамиятли функцияларидан бири бўлиб, аҳолининг якка тартибдаги талабларига таълуқли равишда хизматлар ассортиментини ошириш, уларнинг талабларини тўлароқ қондиришдан иборат эди. Натижада маиший хизматларга бўлган талаблар қондирила бошланди (ижтимоий функция) ва ялпи ижтимоий маҳсулотдаги шахсий истеъмол фонди ошди. Бу ўз навбатида бозорнинг қисман соғломлантирилишига олиб келди (иқтисодий функция).

Юқорида қайд қилинган ижобий ҳолатларга қарамасдан ўша даврларда маиший хизмат кўрсатиш даражасининг ривожланиши аҳоли талабидан анча ортда қолган эди. Ривожланиб бораётган кооперативлар ҳам аҳолининг барча хизматларга бўлган талабларини қондира олмасди. Ўша даврлар социологик тадқиқотлари шундан далолат берардики, XX аср 80 йиллар охирига келиб, мамлакат миқёсида аҳолининг маиший хизматларга бўлган талаби 30-40 % қондирилган ҳолос.

Хизмат кўрсатишнинг бундай паст маданияти ва сифати даражасининг сабаблари кооперативларнинг ташкилий тузилмасидан келиб чиққан. Фаолиятдаги ҳақиқий камчиликлар ва ички муаммолардан ташқари, кооператив ҳаракатнинг ривожланишини тўхтатиб турган асосий

омиллардан бири бўлиб, бир томондан истеъмолчилар томонидан уларга унчалик ишонмаслик бўлса, иккинчи томондан, турли вазирликлар, маҳкамалар ва бошқармалар бошлиқларининг салбий муносабатлари ҳисобланган. Яъни биринчи ҳолатни аҳолининг минталитети деб ҳисобласак, иккинчи ҳолатни бошқарувнинг бюрократик тизими натижаси десак муболаға бўлмайди.

Кооперативларнинг ривожланиши хизмат кўрсатиш соҳасидаги мавжуд муаммоларни еча олмасди, чунки улар маиший хизмат кўрсатиш фаолиятининг бир қисми ҳисобланган.

Шунга қарамасдан ҳар қандай шаклдаги кооперативлар сервис тизими фаолиятини ташкил қилишнинг қулай шаклларида ҳисобланган ва ўз ўзини қоплаш, ўз ўзини бошқариш тамойилларига асосланган.

Ҳозирги кунга келиб республикамизда кооперативларнинг қулай ва тўғри келадиган шаклларида бири бўлиб, уй-жой мулкдорлари ширкатлари хўжаликлари ҳисобланади. Ушбу ширкатлар олдидаги мақсад фойда олиш эмас, балки сервис фаолиятини фақат хизматлар истеъмолчиларнинг талабларини қондиришга қаратиш ҳисобланади.

Уй жой мулкдорлари ширкатларида хизмат кўрсатиш ходимлари муаммоси осонликча ечилади. Чунки ушбу фаолиятга нафақага чиққанлар, ёш болали аёллар ва ўсмирларни жалб қилиш мумкин. Тўлиқсиз иш кунида ишлаш мумкин. Бу ўз навбатида юқорида қайд қилинган тоифадагилар учун ўта қулай ҳисобланади.

Кооператив шаклни маданий-маиший хизмат кўрсатишнинг оила ўртасидаги ва ижтимоий шакллари ўртасидаги оралиқ сифатида кўриш мумкин. Бу ўз навбатида хизмат кўрсатишнинг барча тизимини рационал ташкил этиш имконини беради.

Ҳозирги шароитда сервис тизими фаолияти ва хизматларга бўлган талаб биринчи навбатда саноат ишлаб чиқаришнинг ривожланиши ва аҳоли ҳарид қобилятининг ошишига боғлиқдир. Саноат корхоналари томонидан ишлаб чиқарилган маҳсулот сервис ташкилотлари томонидан таъмирлаш ва техник

хизмат кўрсатиш бўйича хизматларнинг объекти бўлиб ҳисобланади. Ишлаб чиқариш ва савдонинг ривожланиши аудиторлик, ахборот, тиббий ва бошқа хизмат турларини тақозо этади. Яъни ишлаб чиқаришнинг ривожланиши сервис тизими фаолиятининг ривожланишига туртки беради ва тескари, унинг паст даражаси сервис тизими фаолиятининг ҳам таалуқли даражасини белгилайди.

Мустақилликдан сўнг амалга оширилаётган иқтисодий ислохатлар негизида вужудга келаётган янги иқтисодий муносабатлар сервис тизими фаолиятини ривожлантириш учун қулай имкониятлар яратди. Яъни иқтисодий ислохатлар сервис ташкилотлари фаолиятларини такомиллаштириш, янги хизмат кўрсатиш шакллари ва усуллариининг вужудга келишига имконият яратди.

Бугунги кунга келиб сервис тизими фаолияти иқтисодий жиҳатдан ишлаб чиқаришга қараганда самарали бўлиб бормоқда, чунки сервис корхоналарида молиявий маблағларнинг айланиши ҳам тезроқ, ва энг асосийси дастлабки фаолиятни бошлаш учун кам сармоялар талаб этилади. Ривожланган бозор иқтисодиётли давлатлар тажрибасига таянган ҳолда, республикамизда кичик бизнес ва тадбиркорлик охириги йиллар мобайнида жадал суратлар билан ривожланиб бормоқда. Албатта бу сервис тизими фаолиятини четлаб ўтмади. Кичик сервис корхоналари бозор конъюнктураси талаблари ва иқтисодий муҳитнинг ўзгаришига саноат корхоналарига қараганда тез мослашиш қобилиятларига эгадирлар.

Иқтисодиётимиз ривожланишининг ҳозирги босқичида сервис хизматлари сони ва сифатига қўйилаётган талаблар ошиб бормоқда. Ривожланган давлатлар тажрибасининг қўлланилиши хизматларга бўлган талабнинг ошишига олиб келди. Бу ўз навбатида истеъмол бозори структурасида ўзгаришларни вужудга келтирди. Аҳолининг айрим қатламлари моддий фаровонлигининг ошиши натижасида хизматларга ўзларининг талаблари ва эҳтиёжлари мавжуд бўлган истеъмолчиларнинг янги категорияси вужудга келди. Моддий жиҳатдан таъминланган

истеъмолчилар ўзларининг ҳаёт қулайликларини оширишни таъминлайдиган турли ассортиментдаги хизматларга катта талабгорлар ҳисобланишадилар. Шу сабабли айрим сервис корхоналари ўз фаолиятларини айнан аҳолининг шу табақалари эҳтиёжларини қондиришга қаратдилар.

Сервис тизими корхоналари кўпроқ эътиборни истеъмолчиларнинг якка тартибдаги эҳтиёжларини қондиришга қарата бошлашдилар. Чунки бундай йўл тутишга уларни соҳада вужудга келаётган рақобат муҳити мажбур қилади. Рақобат ўз навбатида хизматлар сифатига қаттиқ талаблар қўяди. Лекин бу ерда шуни таъкидлаш жоизки, бизда ҳозир тўлиқ рақобат муҳити сервис тизими соҳасида яратилган эмас.

Рақобат муҳитининг яратилиши, Ўзбекистондаги сервис тизими корхоналари ишини ривожлантириш ва такомиллаштириш, янги ҳаридорларни топиш, аҳолининг таъминланган ва кам таъминланган қатламлари учун хизматлар ассортиментини таалуқли нархларда шакллантириш учун қўшимча дастак бўлиши шубҳасиздир.

Юқорида қайд қилинган омиллар хизматлар бозорини реконструкция қилинишини таъминлайди. Натижада сервис тизими корхоналари фаолиятлари манзиллигини аниқлайди. Яъни бир томондан якка тартибдаги истеъмолчиларнинг ҳозирги даврдаги талабларини қондирувчи, иккинчи томондан ташкилотларнинг (банк хизматлари, ахборот хизматлари, сайёҳлик хизматлари, шахсий, ахборот, молиявий хавфсизликни қўриқлаш хизматлари) эҳтиёжларини қондирувчи сервис хизматларининг янги йўналишлари вужудга келди.

Охирги йилларда республикамызда аҳолига пуллик хизматлар кўрсатиш таркибида маиший хизмат кўрсатиш ҳиссаси камайди, лекин алоқа хизматлари, тиббий хизматлар ошмоқда.

Маиший хизматларга талабнинг камайиш сабабларидан бири бўлиб, улар томонидан кўрсатиладиган хизматлар нархларининг баландлиги ҳисобланади. Шу сабабли аҳолининг кўпчиқ қисми кийимларни кимёвий тозалаш корхоналарига топширишдан кўра уйда ювишни афзал

кўришадилар. Кейинги сабабларга истёъмол қилиниши осон бўлган чет элларда ишлаб чиқарилган маҳсулотларнинг ички бозоримизда кўпайиши ҳисобланади. Ундан ташқари товар тақчиллигининг йўқолиши кийим-кечакларни якка тартибда тикиш ва таъмирлаш бўйича хизматларни камайтирди.

Бир вақтнинг ўзида товар ишлаб чиқаришнинг ривожланиши уларга хизмат кўрсатиш ва таъмирлаш билан боғлиқ бўлган хизматларга талабнинг ошишини рағбатлантирди. Масалан республикамызда автомобил ишлаб чиқарилиш йўлга қўйилгандан сўнг, турли русумдаги автомобилларга сервис хизмат кўрсатиш ва таъмирлаш шаҳобчалари сони, улардаги хизматлар сони кескин кўпайди. Ёки яна бир мисол, янги ва қўлланиши осон бўлган фотоаппаратларнинг пайдо бўлиши, фотография хизмати кўрсатувчи корхоналарда фотосуратларни чиқариш ва кўпайтириш бўйича талабнинг ошишига олиб келди.

Республикамыз ички бозорида чет элларда ишлаб чиқарилган юқори сифатли молларнинг кўпайиши, сервис хизматларининг оммавий тус олиши учун шарт-шароит яратиб берди. Ушбу хизмат турларига ҳаридорларга сотишдан кейинги хизмат кўрсатиш, бепул маълумот-маслаҳатлар бериш, маиший асбоб-ускуналар ва машиналарга кафолат вақтида ва кафолат вақтидан кейинги техник таъмирлаш ва техник хизмат кўрсатиш кабилар киради. Ушбу турдаги хизматларга талаб техник жиҳатдан қийин молларнинг пайдо бўлиши билан вужудга келди.

Молларнинг сотишдан олдинги ва сотишдан кейинги сервис хизматларининг ривожланиши, маиший техниканинг рақобатбардошлигини таъминлайди, сервис ва ишлаб чиқариш фаолиятларинг чамбарчас боғланишига замин яратади.

Такрорлаш учун саволлар.

1. «Сервис тизими фаолияти», «Хизмат», «Хизмат кўрсатиш», «Хизмат истеъмолчиси» ва «Хизмат бажарувчиси» тушунчаларига таъриф беринг.
2. Моддий ва ижтимоий – маданий хизматларнинг асосий фарқларини кўрсатинг, унинг асосий турларини санаб ўтинг.
3. Хизмат ҳаёт циклининг асосий босқичларини санаб ўтинг ва уларнинг тавсифини беринг.
4. Сервис тизими фаолияти мамлакатнинг иқтисодий ва ижтимоий ҳаётида қандай рол ўйнайди?
5. Кооператив сервис корхоналарининг афзалликлари ва камчиликлари нимада акс этади? Сиз сервис кооператив корхоналарини ривожлантиришнинг қандай йўллари кўрасиз?
6. Сервис корхоналар фаолиятларида охириги йилларда нима ўзгарди?

Таянч иборалар

хизмат

сервис хизмати

хизмат истеъмолчиси

хизмат бажарувчиси

хизмат натижаси

идеал хизмат

реал хизмат

моддий хизмат

ижтимоий-маданий хизмат

хизматнинг ҳаётий даври

сервис тизими

хизмат маданияти

2 БОБ Сервис тизими фаолиятининг назарий асослари.

2.1.Сервис тизими фаолият сифатида.

Хизмат кўрсатиш - кенг тарқалган фаолият ҳисобланади. Ушбу фаолият билан қарийб барча киши шуғулланади. Оддий хизматлар-бу кундалик ҳаётда кимгадир ёрдам бериш, маслаҳат бериш (маълумот тақдим этиш) ва бошқалар.Ушбу хизматлар махсус билимлар ва тайёргарлик талаб қилмайди. Лекин тарихдан маълумки қадим замонлардан бошлаб, айрим шахслар ва ташкилотлар мавжуд бўлишганки, улар профессионал даражада қийин ва қиммат хизматлар тақдим этишганлар. Бу махсус билимлар ва касбий тайёргарлик талаб қилган. XX-асрда сервис тизими инсон фаолиятининг кенг қамровли фаолиятига айланди. Ҳозирги кунда саноати ривожланган давлатларнинг 70% и дунё хизмат бозорининг қатнашчилари ҳисобланади.

Сервис - бу инсон фаолиятининг алоҳида туридир. У миқдорнинг эҳтиёжини хизматлар кўрсатиш орқали қондиришга қаратилган. Ушбу эҳтиёжлар алоҳида шахслар, ижтимоий гуруҳлар ёки ташкилотлар томонидан амалга оширилиши мумкин.

Сервис тушунчасини аниқлашда унга муҳим тушунча ишлатилади: фаолият, талаб, хизмат. Ушбу тушунчалар моҳиятини ёритиш сервис нима эканлигини ва у қандай шаклларда амалга оширилишини тўлароқ кўрсатади.

Ҳозирги шароитда хизмат соҳаси ёки сервис тизими фаолиятига иқтисодиётнинг бир қатор йирик секторларини киритиш мумкин. Улар жумласига: савдо, молия, транспорт, соғлиқни сақлаш, хордиқ чиқариш индустрияси ва спорт, шунингдек фан, таълим ва бошқарув соҳаси қиради. Лекин охириги уч соҳа фақат хизмат кўрсатиш билан чекланиб қолмайди.

Сервис тизими соҳасига қуйидаги фаолият турларини киритиш мумкин:

- маиший хизматлар;
- йўловчи ва юк транспорти хизматлари, алоқа хизматлари;
- турар жой-коммунал хизматлари;

-таълим тизими, маданият хизматлари, туристик - экскурсия хизматлари:

-жисмоний тарбия ва спорт хизматлари, санатория - соғломлаштириш хизматлари:

-хуқуқий хизматлар:

Юқорида қайд қилинган сервис турлари уларни амалга ошириш соҳалари бўйича таснифлаштирилади. Лекин сервис тизими фаолиятининг моҳиятини яхшироқ тушуниш учун бошқача таснифлаштиришга мурожат қилиш мумкин. Унда инсон фаолиятининг тўрт асосий шакли асос бўлган: моддий - қайта ўзгартириш, билиш, қимматли-йўналтирилган ва коммуникатив (муомала). Сервис хизматлари юқорида қайд қилинган соҳаларнинг ҳар бирида қўлланилиши мумкин,

Лекин уларнинг ҳар бирида ўзига хос хусусиятлар мавжуд:

1. Моддий - қайта ўзгартириш фаолияти - бу инсон томонидан табиатни ўзгартириш, бизни ўраб турган буюмларни ташкил этиш, шунингдек жамият ва инсон организмни ўзгартиришдир. Бу соҳадаги сервис турли хилдаги хизматларни ўз ичига олади, шу жумладан инсонларнинг моддий эҳтиёжларини қондириш учун яқка тартибдаги хизматларни ҳам. Масалан махсус буюртмалар бўйича турли хилдаги буюмлар ва мосламаларни ишлаб чиқиш, товарларни ташиш ва техник хизматлар кўрсатиш.

Савдо соҳасида сервис сотувдан олдинги (намоёниш қилиш, товарларни текшириш ва қадоқлаш) ва сотувдан кейинги хизматларни олади. У ўз ичига кафолат давридаги ва кафолат давридан кейинги хизматларни олади. Кафолат давридан кейинги хизматлар товарларни эксплуатация қилишнинг барча даврини ўз ичига олади. Товардан фойдаланувчининг эҳтиёжларини қондирувчи бундай сервис ишлаб чиқариш жараёнининг давоми бўлиб ҳисобланади ва рақобат шароитида товарга бўлган талабни оширади, янги сотув бозорларини ўзлаштиришга ёрдам беради.

Моддий фаолият соҳасига инсоннинг айрим эҳтиёжларини қондириш ҳам киради. Буларга тиббий хизматлар, маиший хизматлар, оммавий овқатланиш хизматлари, таълим хизматлари (чунки улар инсонни шахс

сифатида шакллантиради, билим ва тажрибага эга бўлиш учун шароит яратади) киради.

2. Билиш фаолияти инсоннинг маънавий эҳтиёжларини қондиришга йўналтирилган бўлиб, билим ва керакли маълумотни беришни талаб қилади. Ушбу турга таълим хизматлари киради. Лекин таълим фақат маълумот бериш билан чекланмайди, балки ўз ичига муомала, тарбиялаш, қандайдир фаолият учун керакли билинмаларга эга бўлиш жараёнларини ҳам олади.

Маълумотларни олиш, қайта ишлаш, тартибга солиш ва тақдим этиш ҳозирги кунга келиб, кенг фаолият соҳасига айланиб бормоқда ва ушбу фаолият ахборот сервис деб аталади.

Бугунги кунда ахборот барчага зарур, жумладан сиёсатчиларга ижтимоий фикр тўғрисидаги маълумот зарур ҳисобланади. Тадбиркорларга техник кашфиётлар, илмий янгиликлар, молия бозорларининг ҳолати, рақобатчилар фаолияти, истеъмолчилар талаби, давлатнинг иқтисодий сиёсатидаги ўзгаришлар, табиий офатлар ва бошқа бир қатор маълумотлар керак. Олимлар ва ишлаб чиқарувчилар учун уларнинг касбий фаолиятига боғлиқ маълумотлар зарур. Оддий истеъмолчи учун баҳолар, товарлар ва хизматлар тўғрисида маълумот керак. Қолган турдаги фаолият юритувчилар учун ҳам керакли маълумотлар зарур. Шу сабабли бутун дунё бўйича ўзларининг фаолиятларини амалга оширувчи кўпчилик хизматлар ва ташкилотлар ўз истеъмолчиларини ахборот хизматлари билан таъминлашадилар. Охириги йилларда ахборот хизматларни тақдим этувчи асосий техник воситалардан бири бўлиб Интернет ҳисобланади.

Жамиятнинг билиш фаолиятини таъминловчи ахборот сервиси, таҳлилнинг чуқурлиги ва маълумотларни қайта ишланиш даражасига қараб, бир неча қийинлик даражасига бўлинади.

Билиш фаолиятида сервиснинг икки асосий даражасини алоҳида гуруҳга ажратиш мумкин:

- эмпирик - алоҳида фактлар ва воқеалар тўғрисида маълумотлар бериш;
- назарий - ушбу соҳа ҳолатининг мавжудлиги ва ривожланиш қонуниятларини аниқловчи маълумотлар таҳлили.

Билиш фаолиятида сервиснинг эмпирик даражасида нисбатан оддий маълумотлар тақдим этилади. Улар жумласига ташкилотларнинг жойлашиши ва иш режими, товарларнинг мавжудлиги ва уларнинг баҳолари, сиёсий ва маъданий ҳаёт воқеалари, шунингдек юридик тавсифга эга бўлган маълумотлар киради. Ушбу турдаги хизматлар турли маълумот берувчи хизматлар томонидан, ҳамда махсус маълумотга эга бўлмаган шахслар томонидан кўрсатилади.

Ахборот сервисда назарий даражасида иқтисодиётдаги мавжуд ҳолат таҳлил қилинади, ижтимоий фикр ўрганилади, атроф муҳитнинг ҳолати, товар ва хизматларга талабнинг ривожланиш истикболлари ва бошқалар аниқланади. Бундай турдаги хизматларни маълумотларга эга бўлган, уларни профессионал даражада қайта ишлай оладиган ва фойдаланувчига унга керакли шаклда тақдим эта оладиган экспертлар, аналитик марказлар, илмий- текшириш институтлари ва бошқа маълумотга эга бўлган муассасалар кўрсатади.

3. Фаолиятнинг қажриятли - йўналтирилган шаклини кўпчилик ҳолларда билиш фаолияти билан алмаштиришадилар. Лекин улар ўртасида муҳим фарқ мавжуд. Билишнинг вазифаси - мавжуд табиий ва ижтимоий ҳодисаларни ўзгартирмасдан акс эттириш ҳисобланади. Қадриятли-йўналтирилган фаолиятнинг вазифаси эса ушбу ҳодисаларнинг инсон учун қандай аҳамиятга эга эканлигини белгилаш ҳисобланади, уларга маълум муносабатларни ишлаб чиқиш ва уларга баҳо бериш ҳисобланади. Ушбу баҳо албатта инсоннинг ўзига ва у яшаётган жамиятнинг турига боғлиқдир.

Қадриятлар тизимини (ўраб турган атроф муҳитдаги воқеалар ва ҳолатлар баҳоланишлари) маънавият, санъат, сиёсий фаолият белгилаб беради. Фан эса одатда субъектив баҳолашлардан ҳолос бўлишга ҳаракат қилади, атроф муҳитдаги қонуниятларни инсоннинг хоҳиш ва истакларига боғлиқ бўлмаган ҳолда объектив равишда ёритишга ҳаракат қилади.

Қадриятли йўналтирилган фаолият соҳасида сервис реклама, экспертиза, психодиагностика, имиджмейкер хизматлари, бадиий - безатиш фаолияти, диний тавсифдаги хизматлар орқали амалга оширилади.

Реклама хизматлари ва бозордаги товарни силжитишнинг барча жараёнларини истеъмолчиларда мавжуд бўлган қадриятлар тизимини ўзгартиришга ҳаракат қилиш деб тушуниш мумкин. Оддий ҳолатда реклама алоҳида товар ва хизматларга талабни шакллантиришга ҳаракат қилади ва у инсонлар учун қадриятга эга эканлигига ишонтиради.

Юқорироқ даражада реклама сервиси қийин қадриятли-йўналтирилган даражада ҳал этилади. Яъни қандайдир товар ва хизматларга доимий ва барқарор талабни шакллантиришга ҳаракат қилади. Ушбу товарлар ва хизматлар кишиларнинг ҳаёт тарзини белгилашни, уларни истеъмол қилмасдан, инсонлар ҳаёт кечири олмасликларини кўрсатиш ҳисобланади. Масалан, Генри Форд ва бошқа автомобил саноатини яратувчилар ўз маҳсулотларини нафақат ҳаракат воситаси сифатида, балки қадриятлар тизимининг ажралмас қисми ва ўрта ҳол америкаликнинг ҳаёт тарзи даражасига олиб чиқишга эришдилар.

Савдо, мода, дизайн ва бошқа турдаги бадиий ижод соҳасида экспертиза ўтказиш қадриятлар тизимини ўзгартиради. Эксперт хизматлари талабга таъсир кўрсатади. Яъни давлат ёки тан олинган юқори даражадаги мутахассислар товарлар, хизматлар ёки санъат асарларининг тасдиқланиши.

Имиджмейкерлар хизмати ва жамоатчилик билан алоқаларни ташкил этиш бўйича хизматлар, фирманинг, жамоа ташкилотларининг ва алоҳида шахснинг жозибадорлик образини яратиш учун амалга оширилади. Уларнинг вазифаси - миждознинг обрўини кўтариш ҳисобланади.

Психоаналитик (психотерапевт) хизматлари ғарб давлатларида кенг тарқалган. Уларнинг вазифаси - миждозга қийин ҳаётий ҳолатларда янги муносабатларни ишлаб чиқиш орқали уларнинг шахсий муаммоларини ҳал этишга ёрдам бериш ҳисобланади.

Коммуникатив фаолият шакли - бу алоҳида инсонлар ва ташкилотлар ўртасида муомалани (коммуникацияни) ташкил этишдир. Сервис тизими фаолиятининг ушбу шаклига презентациялар, учрашувлар, конференциялар, кўргазмалар, шартномалар, Интертенда мулоқатлар, муомаланинг психологик тренинги ва қандайдир маънода оммавий ахборот воситаларининг фаолияти ва алоқа хизматлари киради.

Коммуникатив фаолияти доимо маълумотни бериш билан боғлиқ бўлган, лекин фақат у билан чекланмаган. Коммуникациянинг тарихан уч асосий тури вужудга келган:

- бевосита шахсий мулоқат;
- санъат асари, ёзув ва бошқа белги тизимлари орқали билвосита мулоқат;
- электрон технологиялар ёрдамида мулоқат; телефон, радио алоқа, компютер алоқаси.

Бевосита шахсий мулоқатда сервис инсонларнинг тўғридан тўғри алоқаларини ташкил этишга, уларнинг бир бирларини тушинишлари учун имкониятлар яратишга қаратилган. Хат ёки қоғоз технологиялари орқали мулоқат белги тизимлари орқали тўғридан тўғри бўлмаган ўзаро алоқаларни ташкил этишнинг ўзига ҳос хизматларини талаб қилади. Улар жумласига почта хизматлари ва матбуотдаги маълумотларни келтириш мумкин.

Коммуникацияларнинг электрон воситаларидан фойдаланиш бўйича хизматлар мулоқат имкониятларини кескин оширади, яъни уларнинг оператив бўлишини таъминлайди.

Юқорида қайд қилинган инсон фаолиятини тўрт гуруҳга бўлиш илмий абстракция ҳисобланади. У таалуқли сервис тизимини деталлаштирилган ҳолда тадқиқот қилиш учун зарур ҳисобланади. Реал ҳаётда фаолиятнинг ушбу шакллари бир бирларига боғланиб кетади, аниқ сервис хизматлари одатда тўрт шаклнинг бача элеменларини ўз ичига олади. Жумладан товарни таъмирлаш ва техник хизмат кўрсатиш тавсифига боғлиқ хизматлар моддий-кайта ўзгартириш фаолиятига мос келади. Лекин бу ерда хизматлар истеъмолчисини, одатда улар тўғрисида қандайдир маълумот олиш қизиқтиради. Ундан ташқари товарлар ва уларга хизмат кўрсатиш бўйича эксперт баҳоланиши (мутахассис фикри) қизиқиш уйғотади.

Сервис фаолиятининг барча турларида хизматларнинг истеъмолчиси ва таъминотчиси ўртасида коммуникация (мулоқат) вужудга келади. Улар ўртасидаги психологик муносабатлардан кўпчилик ҳолатларда ушбу хизматларнинг келгусидаги ривожланиши боғлиқ бўлади, хусусан сайёҳлик, тиббий, маданий, таълим сервисида алоҳида шахслар билан ишлаш жараёнларида.

2.2.Сервис тизими эҳтиёж сифатида

Ҳар қандай сервис тизими фаолияти миқозларнинг эҳтиёжларини кондиришга йўналтирилган. Шу сабабли талабни ўрганиш сервис тизими соҳаси механизминини тушуниш учун зарур ҳисобланади.

Хўш, эҳтиёж дегани нима? Кундалик ҳаётда эҳтиёж деб «муҳтожлик», «даркорлик», йўқ нарсани харид қилишга интилиш тушинилади. Эҳтиёжни кондириш дегани - бу бирор бир йўқ нарсани бор қилиш, керакли нарсани беришдир. Лекин тадқиқотлар шундан далолат берадики, эҳтиёж қийин

структурага эгадир. Унда икки асосий компонент ажралиб туради- объектив ва субъектив.

Эҳтиёжлардаги объективлик - бу инсоннинг ташқи табиат ва ижтимоий муҳит ва ўз организми хусусиятларидан реал боғлиқлигидир. Бундай талаблар уйқуга, овқатга, нафас олишга ва бошқа биологик талабларга бўлади. Уларсиз ҳаёт мумкин бўлмайди, шунингдек айрим қийин ижтимоий талаблар ҳам.

Эҳтиёжлардаги субъективлик - бу субъект томонидан тақдим этилади, у томонидан белгиланади, ундан боғлиқ бўлади. Эҳтиёжларнинг субъектив компоненти - бу инсон томонидан ўзининг объектив муҳтожлигини англашидир (тўғри ёки иллюзияли).

Объектив муҳтожлик ва ушбу муҳтожликни субъектив тушиниш ўртасидаги қийин муносабатлар, сервис тизими фаолияти учун жуда кенг имкониятлар яратади. Оддий ва идиал ҳолатларда инсонлар ўзларининг объектив эҳтиёжларини яхши тушинадилар, уларни қондириш йўлини кўрадилар ва уларга эришиш учун барча керакли нарсаларга эгалар. Кўпинча тескарисси бўлади ва у қуйидагилар билан шартланади.

Биринчидан инсон дам олиш, даволаниш, таълим олиш, қандайдир предметлар ва хизматларга объектив шартланган эҳтиёжга эга бўлиши мумкин, лекин уни англамаслиги мумкин. Бундай ҳолатларда сервис тизими фаолияти эҳтиёжни шакллантиришга йўналтирилган бўлиши лозим. Яъни инсон томонидан эҳтиёжларни англаш ва у учун таклиф этилаётган хизматлардан фойдаланишга интилишга ҳаракатни ташкил этишдир. Янги эҳтиёжларни шакллантириш кўпинча янги техник воситаларни яратиш билан боғлиқ. Улар жумласига автомобиллар, телефон, телеграф, телевизор, лазер, компютер ва бошқалар киради.

Иккинчидан эҳтиёж ноаниқ ва нотўғри англаниши мумкин, қачонки инсон уни камроқ англаса ва амалга ошириш йўлини топа олмаса. Бундай ҳолатларда сервис тизими фаолияти вужудга келган эҳтиёжни аниқлаштириш ва конкретлаштиришга, уни шакллантиришга ёрдам беради ва

таалуқли хизматлар мажмуини таклиф этиши мумкин. Жумладан хизмат кўрсатиш соҳаси янги дам олиш шакллари, алоқа, таълим, соғлиқни сақлаш, транспорт ва маиший хизмат кўрсатишнинг янги шакллари, маълумот беришнинг янги шакллари тақдим қилади.

Учинчидан қийин ҳолатларда инсоннинг объектив интилиши унинг объектив манфаатлари ва эҳтиёжлари билан мос келмайди ёки улар билан қарама қарши бўлади. Натижада ўзига хос сохта талаб, нотўғри талаб ва онгсиз талаб вужудга келади.

Эҳтиёжнинг объектив ва субъектив компонентлари ўртасидаги ўзаро алоқаларни инобатга олган ҳолда қуйидаги атамани шакллантириш мумкин:

Эҳтиёж - бу мавжуд ва зарурий нарсалар ўртасидаги қарама-қаршилиқлар асосида шаклланадиган инсоннинг ҳолатидир ва уни ушбу қарама-қаршилиқларни бартараф этишга ундовчи фаолиятдир.

Сервис тизими фаолияти ушбу қарама - қаршилиқларни ҳал этишнинг усулларида бири бўлиб ҳисобланади.

«Мантиқий» ва «мантиқий бўлмаган» эҳтиёжлар мавжудлиги тўғрисидаги масаланинг қўйилиши шундай муоммога дуч келадики, унинг чуқур фалсафий маъноси мавжуд: мантиқий эҳтиёжларнинг меъзони қандай? Инсоннинг эҳтиёжини мантиқий ва мантиқий бўлмаган (яъни яхши ва ёмонга) бўлиш мумкинми ?

Назарий мулоҳазалардан четлашиб, ҳозирги дунёга назар ташласак, биз инсонларда турли хилдаги эҳтиёжлар мавжуд эканлигини кўрамиз.

Олим учун ижодий илмий тадқиқотларга бўлган эҳтиёж муҳимроқ кўринади, дабдабали эҳтиёжларга унчалик қизиқмайди. Артист учун таниқлик ва тан олиниш эҳтиёжлари ҳосдир. Қўшиқ ишқибози қўшиқ эшитишга эҳтиёж сезади, айримларга биринчи галда овқат истеъмол қилишга эҳтиёжлар муҳим ҳисобланади. Ўзларининг эҳтиёжларига боғлиқ ҳолда юқорида қайд қилинган шахслар сервиснинг у ёки бу турларидан фойдаланишни хохлашадилар.

Юқорида қайд қилинганлардан хулоса қиладиган бўлсак, инсоннинг эҳтиёжлари унинг инжиқликларининг оддий натижаси эмас. Унда икки қатламни ажратиш мумкин.

1. Дастлабки, зарурий, ёки витал (лотин тилида *vita*- ҳаёт) эҳтиёжлар мавжуд бўлиб, уларни қондирмасдан инсон ҳаёт кечири олмайди. Бу озиқ- овқат, уй- жой ва кийим- кечакка бўлган эҳтиёжлар. Бундай турдаги эҳтиёжларни қондиришга йўналтирилган хизматлар доим бўлган ва бўлади. Лекин уларнинг кундалик эҳтиёжларини қондириш услублари доимий равишда ўзгариб туради. Шу сабабли уларга хизмат кўрсатиш бўйича сервис тизими фаолияти қийинлашади. Масалан, ибтидоий тизимдаги одамнинг озиқ- овқатга бўлган эҳтиёжи, замонавий ресторан мижозиникига ўхшаб қондирилиши мумкин бўлмагани аниқ. Иқтисодчилар эҳтиёжларни юксакка кўтариш қонунини яратдилар. Унга кўра бир эҳтиёжларнинг қондирилиши қолган қийинроқ бўлган эҳтиёжларнинг шаклланишига олиб келади. Ушбу қонунга монанд равишда сервис тизими фаолиятининг ривожланиш қонуниятларини шакллантириш мумкин: бир турдаги хизматларни кўрсатиш, қолган қийин турдаги хизматларнинг вужудга келишига сабаб бўлади.

Мантиқий эҳтиёжлар тўғрисида тасаввур нафақат инсон организми объектив хусусиятларига таянади, балки барча жамиятда ёки алоҳида ижтимоий гуруҳларда ҳукумрон бўлган қадриятлар тизимига ҳам боғлиқ бўлади. Шу сабабли одатлари, биологик эҳтиёжлари бир хил бўлган инсонларда, ижтимоий тавсифга эга турли эҳтиёжлар бўлиши мумкин.

Ижтимоий эҳтиёжлар биологик йўл билан меърос бўлиб ўтмайди ва ҳар бир инсонда тарбия жараёнида, ўз вақтининг маъданиятига кўникиш жараёнларида шаклланиб боради.

Ҳозирги дунё цивилизациясида гуманистик қадриятлар кўпроқ ўрин эгаллайди. Шу сабабли кўпчилик инсонлар мантиқий эҳтиёж деганда авваламбор шахснинг камол топиши, ҳар бир инсонда мавжуд

имкониятларни рўёбга чиқариш ва шунингдек жами инсониятнинг прогрессив ривожланишини тушунадилар. Мантиқий бўлмаган эҳтиёжларга жамият шундай эҳтиёжларни киритадики, уларнинг қондирилиши инсон шахсининг ва ижтимоий тизимларнинг бузилишига олиб келади. Бундай эҳтиёжлар жумласига алкоголь ва наркотик моддаларни истеъмол қилиш, жиноятчилик ва террористик хуружларда иштирок этиш ва ҳоказолар киради.

Гуманитар кадриятларнинг ушбу тизимига таалукли равишда дунё маъданиятида сервиснинг шундай турлари мақулланаяптики, улар ёрдамида инсон бойиш ва ривожланиш имконига эга бўлади. Улар каторига рўзғор муоммоларини хал этиш, маълумот олиш, профессионал фаолият билан муоффақиятли шуғулланиш, яхши дам олиш, зарурият туғилганда тиббий ёрдам олишлар киради. Сервисни ривожлантиришнинг бундай йўналишини ижтимоий фикр ва ҳар қандай давлат қўллаб қувватлайди. Кадриятлари шубҳа остига олинган хизматлар, масалан, тамаки маҳсулотларини реклама қилиш ёки ҳаёсиз нарсаларни ташвиқот қилиш қораланади ёки уларга қонунчилик томонидан чекланиш ва тақиқлашлар амалга оширилади.

Бошқа давлатлар маданиятларида кадриятлар ва қайси эҳтиёжлар мантиқий, қайсилари мантиқий эмасликлари билан фарқланади. Ундан у ёки бу турдаги хизматлар кадрлилиги боғлиқ бўлади.

Жамиятда ҳар доим сервис тизими фаолиятини ривожлантириш ҳамда қабул қилинган кадриятлар тизими (қонунлар, ананалар, маънавият) ва давлат ҳокимияти тизими билан чуқур алоқалар мавжуд бўлган.

Сервис хизматлари, эҳтиёжлар ва ижтимоий ҳаётнинг бошқа ҳолатлари билан ўзаро алоқаларини қуйидагича умумлаштириш мумкин

Сервис тизими фаолиятининг ривожланишига таъсир қилувчи омиллар:

1. Инсоннинг табиат ва жамият томонидан шакллантирилган қирралари;
2. Иқтисодиётнинг ривожланиш даражаси ва ҳўжалик тизими;

3. Мавжуд жамиятда шаклланган маънавий ва маданий ананалар;

4. Ижтимоий структуралар: давлат, сиёсий партиялар.

Инсон учун у ёки бу турдаги сервис тизими фаолиятининг аҳамияти шунга боғлиқки, у қайси эҳтиёжларни муҳим деб ҳисоблайди ва уни биринчи навбатда қондиришга ҳаракат қилади.

Биологик эҳтиёжлардан ташқари ижтимоий эҳтиёжлар ҳам мавжуд бўлиб, улар таълим ва маъданиятнинг ривожланиши, меҳнат жараёнлари, техник мосламалардан фойдаланиш, санъат ва бошқа турдаги барча инсон фаолиятига боғлиқ бўлади. Ҳар қандай ижтимоий эҳтиёжларда уларга қўшилган биологик компонентлар акс эттирилади. Уларни ушбу эҳтиёжларни қондириш бўйича хизматлар кўрсатишда инобатга олиш зарур. Жумладан, таълим, маъданият, транспорт, компьютер технологиялари соҳаси бўйича сервис хизматларини амалга оширишда умумий қоидага риоя қилиш лозим: ушбу хизматлардан фойдаланиш инсон организмига тушадиган жисмоний ва психологик оғирликнинг мумкин бўлган даражасидан ортмаслиги лозим. Ушбу даража организмнинг биологик табиатига боғлиқ ва у ёш билан ўзгаради.

Рухшунослар, социологлар ва файласуфлар эҳтиёжларнинг умумий таснифини беришга кўп ҳаракат қилишди. Ушбу таснифларнинг ҳар бири эҳтиёжларни қондиришга йўналтирилган сервис тизими фаолиятини таснифлаштириш учун асос бўлиб ҳисобланади. Эҳтиёжлар жумласига қуйидагиларни келтириш мумкин:

- моддий ва маънавий;
- афзалроқ ижтимоий ва афзалроқ биологик;
- ижтимоий мақулланадиган ва ижтимоий мақуullanмайдиган;
- биринчи даражадаги муҳим ва иккинчи даражадаги.

Ушбу таснифлаштириш америкалик рухшунос Абраҳам Маслоунинг машхур эҳтиёжлар иерархияси назариясида умумлаштирилган. Маслоу уларни базис эҳтиёжлар (озиқ- овқатлар, хавфсизлик ва бошқа турдаги эҳтиёжлар) ва метаэҳтиёжлар (ҳаққонийлик, фаравонлик, тартиб) га бўлди.

Инсоннинг базис эҳтиёжлари доимийдир, қолганлари эса ўзгариб туради. Эҳтиёжлар иерархияси зина шаклида бўлади ва беш поғонадан иборатдир:

- физиологик эҳтиёжлар;
- хавфсизлик ва хотиржамликка эҳтиёжлар;
- севгига эҳтиёж;
- ҳурматга эҳтиёж;
- ўз ўрнини топишга эҳтиёж.

Маслоунинг иерархия тамойили деган бош ғояси қуйидагидан иборат. Янги зинанинг эҳтиёжи ҳар бир шахсга долзарб бўлади, қачонки аввалгилари қондирилган бўлса. Шудай қилиб, инсоннинг эҳтиёжлари бирламчи ва иккиламчиларга бўлинади. Эҳтиёжларни юксалтириш жараёни эса қуйи эҳтиёжларни юқориларига бўйсиндириш демакдир.

Маслоу таснифини кўпчилик танқид қилмоқда, лекин унинг бош ғояси тўғри ҳисобланади. Сервис тизими фаолиятининг амалиётида эҳтиёжлар ўзгаришининг қонуниятлари кўзга ташланмоқда. Ҳаёт даражаси паст давлатларда оддий ва дастлабки эҳтиёжларга талаб кўплиги кўзга ташланади. Ҳаёт даражасининг ошиши билан нафақат кундалик эҳтиёжлар, балки қийин эҳтиёжларга ҳам талаб ошиб боради. Хизматлар сифатига ҳам талаблар ошиб боради. Ундан ташқари бир жамиятда аҳолининг турли қатламлари, ўзларининг даромад миқдорига қараб, турли хилдаги сервис хизматларига талаб қўйишадилар. Ҳаёт даражасида қанчалик фарқ бўлса, баҳо ва сифат билан фарқланадиган хизматларга талаб доираси кўпайиб боради.

Юқорида қайд қилинганлардан хулоса қиладиган бўлсак, инсон эҳтиёжларининг ривожланиш структураси ва қонуниятлари бевосита сервис тизими фаолиятининг ривожланишига бевосита таъсир кўрсатади. Шу билан бирга сервис бўйича мутахассислар олдида эҳтиёжлар тизимига тесқари таъсир кўрсатиш имконияти туради. Яъни айрим доираларда уни мақсадли равишда шакллантириш ва ўзгартириш мумкин. Ҳозирги дунёдаги инсоннинг манфаатлари ва эҳтиёжлари соҳасидаги бундай ўзгаришлар махсус усуллар ва техник воситалар ёрдамида амалга оширилади. Улар

жумласига маркетинг тадқиқотлари, реклама, давлат томонидан тартибга солиш, шунингдек маъданий ананаларга таъсир кўрсатиш, диний ва бошқа жамоат ташкилотлари фаолиятлари орқали амалга оширилади.

2.3. Сервис тизими хизмат сифатида.

Ҳозирги иқтисодиётда хизмат одатда товарга қиёслантирилади. Товар деганда сотиш учун мўлжалланган қандайдир буюм ёки предмет тушинилади. Маркетинг бўйича таниқли мутахассис Ф. Котлернинг таърифлашича хизмат- бу «бир томоннинг иккинчи томонга таклиф этилиши мумкин бўлган ҳар қандай чора - тадбир ёки нафдир, улар англаб бўлмайдиган ва ниманидир эгаллашга олиб келмайди»¹.

Хизматнинг тўлароқ хусусиятларини қуйидагича таърифлаш мумкин. Хизмат уни ишлаб чиқармайдиганлар учун фойдалилик хусусиятига эга (бу билан у товарга ўхшайди, яъни кимлардир томонидан сотиш учун ишлаб чиқарилган буюм). Хизмат - бу ўзига хос хусусиятларга эга бўлган меҳнат маҳсулотидир, уни англаб бўлмайди, ўз манбаасидан ажратиб бўлмайди (ўқув жараёнини ўқитувчи ва ўқувчидан, юклаш - тушириш жараёнини ташувчи ва транспорт воситасидан, ахборот жараёнини уни тақдим этувчидан ажратиб бўлмайди). Хизмат уни тақдим этиш жараёнидан алоҳида сақланмайди, товар сингари омборларда сақланмайди (шу сабабли товар омборлари мавжуд, хизмат омборлари йўқ). Хизматларни яратиш ва истеъмол қилиш буюмларнинг фойдалилигини ёки инсоннинг ҳаёт фаолиятини ўзгартириш имконини беради.

Бу ерда шуни таъкидлаш жоизки, товарларни ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш ўртасидаги фарқ оддий ва абсолют ҳисобланмайди. Ушбу икки фаолият шакли ўртасида бир бирига ўтувчи иқтисодий активлик турлари мавжуд. Масалан қандайдир буюмларни якка тартибдаги буюртмага асосан

¹ Котлер Ф. Основы маркетинга / Пер. с англ. М: Прогресс 1990 с 638.

тайёрлаш (кийим - кечак, оёқ кийими, техник мосламалар) одатда хизмат кўрсатиш сифатида қаралади. Шу вақтнинг ўзида ушбу буюмлар оддий товар сифатида ҳам сотилиши мумкин.

Хизматларнинг турлари ва шаклларининг ҳар хил таснифлашлари мавжуд бўлиб, уларнинг ҳар бири сервис тизими фаолиятини таҳлил қилишда ўзига хос ёндошишни акс эттиради. Хизматларнинг беш умумий турини ажратиш мумкин.

1. Ишлаб чиқариш - инжиниринг, лизинг, асбоб - ускуналарга хизмат кўрсатиш ва таъмирлаш.
2. Таксимот - савдо, транспорт, алоқа.
3. Профессинал - банк, суғурта, молиявий, маслаҳат, реклама хизматлари.
4. Истеъмол - уй хўжалиги ва вақт ўтказиш билан боғлиқ оммавий деб аталадиган хизматлар.
5. Ижтимоий - телекўрсатув, радио, таълим, маданият.

Буюмлаштирилган ва буюмлаштирилмаганларга қараб, хизматларнинг таснифлаштирилиши тўрт гуруҳга бўлинади:

1. Инсон таънасига йўналтирилган сезиларли ҳаракатлар. Бундай хизматлар соғлиқни сақлаш, йўловчи транспорти, гўзаллик салонлари ва сартарошхоналар, спорт иншоотлари, ресторан ва кафелар томонидан амалга оширилади.
2. Товарлар ва бошқа физик объектларга йўналтирилган сезиларли ҳаракатлар. Уларга юк транспорти, асбоб - ускуналарни таъмирлаш, қўриқлаш, тозалик ва тартибни сақлаш, кир ювиш ва кимёвий тозалаш корхоналари, ветеринария хизматлари киради.
3. Инсоннинг онгига йўналтирилган сезиб бўлмайдиган ҳаракатлар. Бунга таълим, радио ва телевидение, ахборот хизматлари, қимматли қоғозлар билан операциялар, суғурталаш киради.

Кўрсатиладиган хизматлар моддий ва номоддийларга бўлинади. Моддий хизматлар моддий эҳтиёжларни қондиришга йўналтирилган. Масалан аҳолига маиший хизмат кўрсатиш ва транспорт хизматлари, соғлиқни

сақлаш, оммавий овқатланиш, асбоб- ускуналарни таъмирлаш ва хизмат кўрсатиш. Номоддий хизматлар маънавий эҳтиёжларни қондиришга йўналтирилган. Уларга таълим, музей ва театрлар, маслаҳат бериш ва маълумот тақдим этишлар киради.

Кўрсатиладиган хизматлар стандартлаштирилган ва ижодийларга бўлинади. Хизматларнинг стандарт турлари каттиқ белгиланган қоидалар бўйича амалга оширилади. Ижодий хизматлар истеъмолчилар якка тартибдаги талабларига кўра шаклланиши ва ўзгариши мумкин.

Якка тартибдаги ва жамоа хизматлари турли истеъмолчиларга мўлжалланган. Хизматларнинг бир қисми, масалан репетиторлик қилиш ва врачлик фаолияти фақат алоҳида шахслар учун фойдали бўлади. Масалан жарроҳ бутун бир жамоани операция қила олмайди. Қолган хизматлар эса бутун жамоа томонидан амалга оширилади, яъни ижтимоий транспортда ташиш, оммавий коммуникациялар иши, давлат томонидан ижтимоий тартибни сақлаш ва ҳоказолар.

Ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш хизматлари жамият фаолиятининг турли соҳаларида амалга оширилади. Ишлаб чиқариш соҳасига юкларни юклаш - тушириш ва асбоб-ускуналарга техник хизмат кўрсатиш, ноишлаб чиқариш соҳасига соғлиқни сақлаш, таълим, маъданият, сайёҳлик ва дам олиш ва бошқаларни келтириш мумкин.

Тижорат ва нотижорат хизматлар ҳам мавжуд бўлиб, уларнинг биринчиси фойда ва наф олиш мақсадида фаолият юритишади, иккинчиси, фойда олишни мақсад қилмайди. Улар жумласига турли хилдаги хайрия фондлари ва жамиятлари хизматлари, турли хил давлат хизматлари (мамлакат мудофаси, ижтимоий тартибни сақлаш, аҳоли соғлиғини сақлаш тўғрисида ғамхўрлик қилиш) киради. Аҳоли ҳаёт даражасининг ошиши билан тижорат тавсифига боғлиқ бўлган хизматлар ҳиссаси ошиб боради. Бу ўз навбатида сервис даражасининг инсонларнинг тўлов қобилиятларига боғлиқ ҳолда дифференциаллашувига олиб келади. Тижорат ва нотижорат

хизматлар ўртасидаги мувозанат жамиятнинг сиёсий ва иқтисодий тизимидан бевосита боғлиқ бўлади. Жумладан собиқ иттифокда расман рухсат берилган тижорат хизматлари жуда ҳам чекланган эди. Ҳозирга келиб улар Ўзбекистонда кенг тарқалиб бормокда.

Хизматларни ташкил этиш шаклига кўра уларни давлат ва нодавлатларга бўлиш мумкин. Улар ўртасидаги фарқ шундан иборатки, давлат хизматлари фақат давлат томонидан амалга оширилади. Ушбу хизматлар жумласига давлат ҳимояси, ижтимоий хавфсизликни таъминлаш ва бошқалар киради.

Хизматлар соф ва аралашларга бўлинади. Соф хизмат уни амалга оширувчи учун ягона фаолият тури бўлиб ҳисобланади (хизматларнинг ихтисослаштирилган амалга оширилиши). Аралаш хизмат товар - моддий қадриятларни кузатиш орқали амалга оширади, ва шу тариқа уларнинг айланишини енгиллаштиради, уларни истеъмолчи учун жозибадор қилиб кўрсатади. Ушбу хизматлар жумласига товарнинг олди-сотди жараёни ва сотишдан олдинги ва сотишдан кейинги сервислар киради.

Сервис тизимида идеал ва моддий хизматлар тушунчалари мавжуд. Идеал хизмат - бу сервис тизими фаолиятининг у ёки бу турининг абстракт моделидир. У ўз ичига аҳолига хизмат кўрсатиш қоидаларини, сифат стандартларини, хизмат кўрсатиш технологияларини олади. Реал хизматлар - бу миқдорнинг эҳтиёжларини қондиришга йўналтирилган аниқ моддий ҳаракатлардир. Реал шаклда бажариладиган хизматлар доимо идеалларидан ажралиб туради. Улар бажарувчилар, истеъмолчилар ва уларни кўрсатиш шароитлари бўйича яқка тартиблаштирилган.

Лигитив ва лигитив бўлмаган хизматлар, улар давлат ва жамият томонидан бўлган муносабатга қараб фарқланади. Лигитив хизматлар давлат ва жамият томонидан мақуллаанади, легитив бўлмаганлари қораланади ва одатда қонун томонидан жазоланади. Хўжалик юриштишнинг маъмурий-буйруқбозлик тизими шароитида лигитив бўлмаган хизматлар (масалан тижорат чайқовчилиги), бозор иқтисодиётида унинг эркин савдосида лигитив

бўлиб ҳисобланади. Лигитив деб шундай хизматлар тан олинадики, ушбу хизматлар мавжуд жамият томонидан мақулланган, тан олинган бўлса. Жамият томонидан қораланадиган лигитив бўлмаган хизматларга наркотик моддаларни истеъмол қилиш, жиноий ишларни амалга ошириш билан боғлиқ хизматлар киради.

Хизматлар шахсий ва шахсий бўлмаганларга бўлинади. Шахсий хизматлар авваламбор юқори профессионал хусусиятларга эга бўлган инсонлар томонидан амалга оширилади. Бундай хизматларни врачлар, адвокатлар, танилган артистлар ва мусикасунослар, олимлар, менежерлар ва бошқа юқори малакали мутахассислар амалга оширади. Шахсий бўлмаганларга одатда оддий хизматлар киради ва уларнинг бажарилишига бажарувчи шахснинг таъсири кам бўлади. Бундай хизматларга савдо, транспорт, техник таъмирлаш ва хизмат кўрсатиш киради.

Хизматларни оддий ва қийин (комплекс хизмат кўрсатиш), ихтиёрий ва мажбурийларга бўлиш мумкин. Хизматлар соҳасининг доимий кенгайиши, янги эҳтёжларнинг шаклланиши ва уларни қондириш услубларининг ўзгариши сервис тизими фаолиятининг турлари ва шакллариининг доимий равишда бойиб боришига олиб келади.

2.4.Сервис тизими фаолиятининг тарихий ривожланиши ва унинг постиндустриал жамиятни шакллантириш давридаги хусусиятлари.

Хизмат тизими соҳаси - иқтисодиётнинг секторларидан бири бўлиб ҳисобланади, ва унинг ҳолати қолган секторларнинг ривожланишига боғлиқ бўлади. Сервис тизими фаолиятидаги ўзгаришлар доимо дунё иқтисодиётининг таркибий қисми бўлиб келган. Шу сабабли хизмат соҳасининг цивилизациясини уч катта босқичида кўриб чиқиш мақсадга

мувофиқ ҳисобланади. Ушбу босқичлар индустриалдан олдин, индустриал ва постиндустриал жамиятлардир.

1.Индустриалдан олдинги жамиятда (қулдорчилик, феодал формациялар ва капиталистик ривожланишнинг дастлабки босқичлари) саноат умуман ривожланмаган ёки қишлоқ хўжалигига қараганда кам одамларни иш билан таминлар эди. Ўша даврларда хизматлар соҳасида асосий ўринни уй хизматкорлари эгалларди.

Америкалик машҳур иқтисодчи Джон Гэлбрейт ушбу даврдаги сервис хусусиятларини қуйидагича таърифлайди: «Индустриалдан олдинги даврда қишлоқ хўжалигидан ташқари иқтисодий фаолият билан шуғулланувчиларнинг кўпчилик қисми бир инсоннинг иккинчисига шахсий хизмат қилишига қаратилган. Бундай фаолиятга овқат пишириш, таълим бўйича хизматлар, инсонни жисмоний ҳимоя қилиш, ва бошқа бир қатор хизматлар киради. Хизмат кўрсатувчи инсон (фақат дин вакилидан ташқари) хизматлар истеъмолчисидан бевосита боғлиқ бўлган. қулларча хизмат кўрсатиш ўз ўзидан хизматнинг таркиби ҳисобланган. Астойдил хизматкорга йўналтирилган мақтовлар унинг паст ижтимоий ҳолатини алоҳида кўрсатарди»¹.

Постиндустриал жамият назариясининг асосчиси Даниэл Белл ушбу ижтимоий тизимни қуйидагича таърифлайди: «Паст меҳнат унумдорлиги ва аҳоли сонининг кўплиги банд бўлмаганлар сонининг ошишини асослайди, улар қишлоқ хўжалиги ва уй хизматлари соҳасига тақсимланади. Шу сабабли хизмат соҳасида банд бўлганларнинг кўпчилик қисми шахсий хизматлар билан шуғулланишганлар. Кўпинча хизматкорлар фақат қорин тўйғазиш учун ҳам меҳнат қилишганлар, уйдаги иш арзон ва кенг тарқалгандир.

¹ Гелбрейт Д.К. Экономические теории и цели общества / пер. с англ. М: Прогресс 1979. с 87-88.

Англияда викториан даврининг ўрталарида хизматкорлар синфи энг кўпчилиكنи ташкил этган»².

Хизматкорларни у ёки бу жихатдан таъминланган кишилар сақлашганлар. Шу сабабли инсонларнинг жуда катта қатлами ёки синфи вужудга келдики, улар профессионал даражада уй хизматкорлари функцияларини бажара бошладилар, айрим ҳолларда кўпчилик авлодлар давомида. Ушбу синфда ўзига хос ҳаёт тарзи, урф - одатлар, ананалар шаклланди.

2. Индустириал, яъни ривожланган капиталистик ва социалистик жамиятда саноатнинг ривожланиши уй хизматкорлари сонининг кескин камайишига олиб келди. Ушбу даврда иқтисодиётнинг бош вазифаси бўлиб - оммавий товар ишлаб чиқариш бўлган фабрика туридаги ишлаб чиқариш яъни ижтимоий муҳитни шакллантирди, унга кўра жуда кўп сонли ёлланма ишчиларнинг бир ёки бир неча хўжайинларга тўлиқ бўйсинишини тақазо этди. Ишлаб чиқаришни механизациялаштириш ва синфий кураш аста секинлик билан шунга олиб келдики, фабрика ишчиларининг иш ҳақи шахсий хизматлар учун тўловлардан юқори бўла бошлади.

Индустириал жамиятда хизмат соҳасининг ривожланиши икки йўналиш бўйича амалга ошди.

Биринчидан, уй хўжалигидаги хизматкорнинг яширинч йўли аёлга ўтади. Жуда кўп сонли социологик тадқиқотлар шуни кўрсатадики, ҳозирги жамиятда аёл уй хўжалигини юритиш учун эркакка қараганда бир неча баробар кўп вақт сарфлайди. Ўзбекистонда ва бошқа бир қатор мамлакатларда шундай миллий ананалар мустаҳкам ўрин топдики, рўзгор фаолияти бўйича бир қатор қийин ишлар (ювиш, тозалаш, ҳарид қилиш, овқат тайёрлаш ва ҳоказо.) аёллар бажарадиган иш ҳисобланади.

² Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / пер. с англ. М: Academia 1999 с 169.

Иккинчидан, авваллари оила аъзолари томонидан (масалан деҳқон хўжаликларида) бажариладиган жуда кўп сонли хизматлар кичик фирмалар ва хусусий тадбиркорларга ўта бошлади. Уй меҳнатини енгиллаштирадиган турли хилдаги мосламалар (кир ювиш машиналари, чанг ютгичлар, ошхона комбайнлари ва бошқалар) яратилди, шунингдек уларни таъмирлаш ва хизмат кўрсатиш билан банд бўлган корхоналар тизими ташкил этилди. Жумладан собиқ иттифокда якка тартибдаги буюртмалар тайёрловчи, кийим-кечак ва оёқ кийими, маиший техника, кимёвий ювиш ва ҳоказолар билан шуғулланувчи аҳолига маиший хизмат кўрсатиш билан банд бўлган жуда кўп сонли корхона ва ташкилотлар фаолият юритган. Давлат раҳбариятининг фикрига кўра уй ошхоналари тизими ва оммавий овқатланиш корхоналари оилани кўпчилик маиший ташвишлардан озод қилиши лозим эди. Таълим ва соғлиқни сақлаш бўйича бепул хизматлар ривожлана бошлади, сайёҳлик, айрим ахборот хизматлари, маданият ва санъат муассасаларининг хизматлари ривожлана бошлади. Саноат ва қишлоқ хўжалигининг фаолият юритишини таъминловчи (техникани таъмирлаш ва унга хизмат кўрсатиш, юкларни ташиш, иқтисодий ва техник тавсифга эга бўлган, маълумотларни тақдим этиш) ишлаб чиқариш тавсифига эга бўлган хизматлар кенг тарқала бошлади.

Хизматлар секторининг кенгайиши ҳам капиталистик ҳам социалистик давлатлар иқтисодиётида вужудга кела бошлади. Ушбу ижтимоий - сиёсий тизимлардаги сервис тизими фаолияти тавсифидаги фарқ, асосан шундан иборат эдики, социалистик давлатларда бепул хизматлар кўрсатувчи корхона ва ташкилотлар сони кўп бўлса, капиталистик давлатларда пулликлари кўп эди. Натижада социалистик лагерга қарашли давлатларда хизматлар аҳоли учун тўғри келадиган даражада бўла бошланди. Яъни кўпчилик ҳолларда улар конкрет истеъмолчининг чўнтагидан эмас, балки давлат бюджетидан тўлана бошланди. Ундан ташқари собиқ иттифокда сервис тизими фаолияти соҳаси қариб тўлиқ давлат томонидан монополлаштирилганди (хусусий тадбиркорлик қонун томонидан тақиқланганди). Капиталистик давлатларда эса фойдани олишга

мўлжалланган пуллик тижорат хизматлари кенг тарқалганди. Натижада капиталистик давлатларда аҳолининг кам таъминланган қатламлари учун хизматлар қиммат ҳисобланган, лекин хизматлар сифати ва хилма хиллиги билан социализм шароитидагилардан анча устун турган. Унинг асосий сабаби турли хилдаги сервис фирмалари ўртасидаги кучли рақобатнинг мавжудлиги ҳисобланган. Сервис фаолиятининг хусусияти шундайки, у билан асосан хусусий шахслар, кичик фирмалар ёки йирик корхоналарнинг ихтисослаштирилган махсус бўлинмалари шуғулланишади. Шу сабабли социализмда хусусий тадбиркорликни тақиқлаш хизмат соҳасини ривожлантиришга тўсқинлик қилди.

3. Постиндустриал жамият саноати ривожланган давлатларда XX аср иккинчи ярмидан бошлаб шакллана бошланди. Унда фаолиятнинг асосий тури бўлиб товар ишлаб чиқариш эмас, балки ахборотни қайта ишлаш ва хизматлар кўрсатиш ҳисобланади. Шу сабабли цивилизациянинг постиндустриал ривожланиш босқичи «ахборот жамияти» ва «хизматлар иқтисодиёти» деб номланади. Д. Белл 1999 йилда қуйидагича таъриф беради: «авваламбор бу хизматларга асосланган жамиятдир»¹. Бугунги кунга келиб қўшма Штатларда 70% дан зиёд ишчи кучи хизмат кўрсатиш соҳасида банд. Хизматлар ҳар қандай жамиятда муҳим рол ўйнайди. Индустриалдан олдинги шароитларда бу асосан уй ва шахсий хизматлар бўлган. Индустриал жамиятда хизматлар - бу ишлаб чиқаришга нисбатан ёрдамчи фаолият: коммунал хизматлар, транспорт, молия соҳаси, кўчмас мулкни бошқариш.

Постиндустриал жамиятда хизматларнинг янги турлари кенг тарқала бошланди. Булар гуманитар - таълим, соғлиқни сақлаш, ижтимоий хизматлар ва профессионал хизматлар - таҳлил ва режалаштириш, дизайн, дастурлаштириш ва ҳоказолар. Иқтисодиёт классикларининг тасаввурларида (марксизмни қўшган ҳолда) хизматлар ноишлаб чиқариш фаолияти деб ҳисобланган, чунки бойликлар товарлар билан ассоциациялашганди,

¹ Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / пер. с англ. М: Academia 1999 с cx-cx1.

сартарошлар, официантлар, адвокатлар миллий бойликни кўпайтирмас эди. Лекин, албатта, таълим ва соғлиқни сақлаш инсонлар имкониятларини оширади ва аҳолининг саломатлиги мустаҳкамланишига имконият яратади, профессионал хизматлар эса, корхона ва жамият унумдорлигининг ошишини таъминлайди. Постиндустриал секторнинг ривожланиши шуни талаб қиладики, имкони борича кўпроқ инсонлар олий маълумотга эга бўлишлари, абстракт - концептуал фикрлаш тажрибасига эга бўлишлари ва техник ва харфли - рақамли услубларни эгаллашлари лозим».

Ривожланган ғарб давлатлари мисолида постиндустриал жамиятнинг шаклланишини кузатиш мумкин. (Бу ерда шуни таъкидлаш жоизки, постиндустриал жамият ҳали ҳам шаклланиш босқичидадир.). Индустриал жамиятдан постиндустриал жамиятга ўтиш ўз ичига сервис тизими фаолиятини ривожлантиришнинг уч давомий босқичини олади.

1. Саноатнинг ривожланиши транспорт хизматлари ва умуман товар ҳаракати билан боғлиқ хизматларнинг кенг тарқалишига олиб келади.

2. Неъматларни оммавий истеъмол қилиш шароитида тақсимот соҳасининг ўсиши бошланади (улғужи ва чакана савдо), молиявий хизматлар, кўчмас мулк билан операциялар, суғурталаш кенгайди.

3. Овқатланиш учун сарфланадиган оилавий даромад ҳиссаси камаяди. Бўшаган маблағларни аҳоли дастлаб узок фойдаланиладиган товарларни ҳарид қилишга (кийим - кечак, автомобиллар) ва кўчмас мулкка, кейинчалик эса қимматбаҳо товарлар ҳарид қилишга ва дам олишга сарфлайди. Шу тариқа шахсий хизматлар кенгайди. Улар жумласига ресторанлар, меҳмонхоналар, автомобил устахоналари, саёҳат, дам олиш ва спорт индустрияси кабилар киради. Сервис тизими соҳасининг икки фундаментал соҳаси бўлмиш соғлиқ ва таълимга кескин қизиқиш кучаяди. Буларнинг барчаси хизматларнинг янги турларининг шаклланиши ва ривожланишига олиб келади.

XX асрнинг иккинчи ярмидан бошлаб, саноати ривожланган давлатларда ижтимоий, тақсимот ва маиший хизмат соҳаларида банд

бўлганлар сони ортиб бормоқда. Мутахассислар прогнозига кўра XXI аср бошларида ишлаб чиқарувчиларга хизматлар, таълим ва соғлиқни сақлаш соҳаси билан боғлиқ хизматлар тез сураатлар билан ўсади.

Ҳозирги кунда Ўзбекистон саноати ривожланган давлатлардан энг муҳим иқтисодий кўрсаткичлар ҳисобланган жон бошига тўғри келадиган миллий даромад, иш ҳақи миқдори, меҳнат унумдорлиги, ишлаб чиқариш самарадорлиги кабилар бўйича бир оз ортада қолмоқда. Бир томондан бу қолганларга қараганда сервис иқтисодиёти ва постиндустриал жамиятнинг барча хизматлар секторини кечроқ ташкил этилишини кўрсатса, иккинчи томондан бизда қолган давлатлар тажрибасига суянган ҳолда сервис тизими фаолиятини мақсадли йўналтирилган ҳолда ривожлантириш имконияти вужудга келади.

2.5. Сервис тизими фаолиятининг қарама қаршиликлари.

Хизматлар тизими соҳаси доимо шакли бўйича ўзгариб ва ривожланиб борган. Ушбу ривожланиш механизмини тушиниш учун ва унинг келгуси натижаларини олдиндан кўра олиш учун сервис тизими фаолиятининг асосий қарама қаршиликларини очиш лозим.

Бунинг учун кичикроқ фалсафий четланишни амалга ошириш лозим. У нима сабабдан инсоният жамияти ўзгараяпти, уни нима ҳаракатга келтиради, унинг ривожланишини нима йўналтиради? Олимларнинг фикрига кўра, ҳар қандай ўзгариш ва ривожланишнинг ҳаракат кучи - бизни ўраб турган дунёнинг буюмлар ва жараёнларидаги яширинч қарама қаршиликлардир. Дунё фанида ривожланишнинг яхлит концепциясини яратган буюк немис файласуфи Г.В.Ф.Гегел шундай деб ёзади: « қарама қаршилиқ...ҳар қандай ҳаракат ва ҳаётийликнинг негизидир; фақат модомики

у ўзида қандайдир қарама қаршиликка эга, у ҳаракат қилади, у ички туртки ва фаолиятга эга бўлади»¹.

Ҳозирги замон иқтисодиёти жамиятда товарлар ишлаб чиқариш жараёни ҳамда хизмат кўрсатиш жараёнларини ўз ичига қамраб оладиган қарама қаршиликларнинг яхлит тизимини вужудга келтиради ва такрор ишлаб чиқади. Шу сабабли сервис тизими фаолиятидаги асосий қарама қаршиликларни ифодалаш ва уларга қисқача таъриф беришга ҳаракат қиламиз.

2.5.1.Товар ва хизмат ўртасидаги қарама қаршилик.

Реал иқтисодиётда товар ва хизмат ҳеч қачон соф турда ҳаракат қилмайди. Таниқли америка ўқув кўлланмаси муаллифлари, қуйидагиларни таъкидлайдилар: «ҳақиқатда қариб ҳар доим товарларни ҳарид қилиш ҳамроҳ хизматлар билан кузатилиб боради ва ҳар қандай хизматларни ҳарид қилиш ҳамроҳ товарлар билан кузатилиб борилади. Шундай қилиб, товарлар ва хизматлар ўртасидаги фарқни тушиниш учун шу нарсани англаш лозимки, ушбу предметлар бир бирига қарама қарши ҳисобланмайди, балки ягона континуумнинг икки томонини акс эттиради»². Масалан ҳар қандай товарни ҳарид қилиш унинг рекламаси, сақланиши, намоёиш қилиниши, ўраши, юклаш - тушириш, кафолатланган ва кафолатлангандан кейинги хизмат кўрсатиш бўйича хизматлар билан бевосита боғланган. Ресторанда мижозга сотиш учун товар сифатида нафақат овқатни таклиф қилишадилар, балки ошпазлар, официантлар хизматлари, овқатланиш учун мумкин бўлган стол ва бинолар, айрим ҳолатларда эса дам олиш дастурлари ҳам тақдим этилади. Сезилмайдиган ахборот хизматларини ола туриб, биз товар сифатида намоён бўлаётган қоғоз ёки магнит лентасидаги маълумотни ҳарид қилишимиз мумкин. Бундан шундай хулоса келадики, бир бирига қарама қарши товар ва хизмат чамбарчас боғлиқдир.

¹ Гегель Г.В.Ф. Наука логики: ВЗТ М., 1971. Т2 с 66.

² Хаксвер С и др. Управление и организация в сфере услуг СПб: Питер, 2002. с 25.

Сервис иқтисодиётини шакллантириш шароитида хизматлар тарафига ўзгариш вужудга келмоқда, яъни ҳозирги жамиятда кўпчилик олди - сотди муносабатлари хизматлар кўрсатиш сифатида кўрилмоқда. Ривожланган давлатлар иқтисодиётида хизматлар соҳасининг нисбатан кенгайиш тенденцияси кўзга ташланмоқда. Хулоса қилиб шуни айтиш мумкинки, ушбу йўналишда «товарлар - хизматлар» тизимида тенглик ўзгариб бормоқда».

2.5.2. Идеал ва реал хизматлар ўртасидаги қарама қаршиликлар.

Идеал хизмат-бу реал хизматнинг назарий моделидир, яъни хизматлар бажарувчисининг йўналишни кўрсатувчи эталонидир. Бир томондан реал хизмат ушбу эталонга яқинлашиши лозим, иккинчи томондан идеал моделнинг ўзи тўплаган тажриба ва талабнинг ўзгаришини инобатга олган ҳолда такомиллашади.

Хизматлар кўрсатишнинг реал жараёнида шу нарса кўзга ташланадики, идеал хизматнинг у ёки бу модели вақт ўтиши билан жамият эҳтиёжлари билан қарама қарши бўлади, шу сабабли ўзгатирилиб турилиши лозим. Идеал ва реал хизматлар ўртасидаги қарама қаршиликларнинг доимий ривожланишининг ва уларнинг ўз ўзини бойитишини, сервис тизими фаолиятининг интенсив йўналишлари бўлиб ҳисобланган ахборот, таълим, банк, транспорт, сайёҳлик хизматларида кузатиш мумкин.

Хизматларнинг идеал шаклини ўзгартирмасдан туриб, одатда сервис тизими фаолиятини такомиллаштиришнинг имкони бўлмайди.

2.5.3. Хизматни стандартлаштириш ва якка тартиблаштириш ўртасидаги қарама қаршиликлар.

Товар бозорини стандартлаштириш ва ривожланган давлатлар аҳолисининг ҳаёт тарзини бир хиллаштириш, катта ҳажмли бир бирига

Ўхшаш стандартлаштирилган хизматларга эҳтиёжларни шакллантиради. Шу вақтнинг ўзида мижознинг якка тартибдаги ўзига хос эҳтиёжларини инобатга олиш санъати сервисни ривожлантиришнинг жуда катта резерви бўлиб келмоқда. Шунинг учун сервис тизими фаолиятида хизматлар кўрсатишнинг универсал стандарт усуллари ва ҳар бир мижознинг эҳтиёжларини инобатга оладиган хизматлар ўртасидаги балансни излашга тўғри келади. Бу ўз навбатида таклиф қилинаётган хизматларнинг жозибадорлиги ва рақобатбардошлигини оширади. Сайёҳлик ва таълимда турли хил экскурсия ва таълим дастурлари, молия фаолиятида - банк хизматларининг (пул қўйиш шароитлари, кредит турлари ва ҳоказолар.) кенг тури ҳисобланади. Яъни ушбу хизматлар алоҳида категориядаги мижозларнинг ўзига хос эҳтиёжларини инобатга олган ҳолда амалга оширилади.

2.5.4. Мавжуд эҳтиёжлар ва уларни қондириш имкониятлари ўртасидаги қарама қаршиликлар.

Ушбу фундаментал қарама қаршилиқ тенг ҳолатда товарларни ишлаб чиқиш ва хизматларни кўрсатишда намоён бўлади. Хизматлар кўрсатиш соҳасида мижозлар эҳтиёжларини қондириш имкониятлари уч асосий омиллар туфайли тўхтатиб турилади:

- моддий ресурсларнинг чекланиши (тўлов қобилиятига эга бўлган талаб, сервис корхоналарининг молиявий ва техник имкониятлари);
- керакли даражадаги моддий ресурслар бўлган ҳолда ҳам хизматлар кўрсатиш бўйича у ёки бу вазифани ҳал қилиш имконини бермайдиган билимлар, тажрибалар ва сервис технологияларининг бўлмаслиги.
- ушбу жамиятда мавжуд бўлган урф- одатлар, ананалар ва маънавий нормалар билан.

Ушбу қарама қаршиликлар сервис тизими фаолияти амалиётида қандай намаён бўлади?

Сервис фирмалари моддий ресурсларининг чекланганлиги хизмат кўрсатиш соҳасини кенгайтириш имконини бермайди ва капитални жалб қилишнинг янги усулларини қидиришга ундайди. Лекин янги маблағларнинг жалб қилиниши ушбу қарама қаршиликни ҳал қилишда ёрдам бериши мумкин, қачонки, талабга эга бўлган сервис хизматининг янги йўналишларини таклиф этиш имкони бўлса.

Қонуний ва маънавий нормалар ҳам кўпчилик ҳолларда жамият эҳтиёжлари билан низога олиб келади. Масалан, ҳокимиятни қўлга киритган Толибон ҳаракати Афғонистонда оддий косметик хизматлар учун ўлим жазоси билан қўрқитди ва телевизор кўришни тақиқлади. Яна бир мисол, 1917 йилдан кейинги ўзгаришлар шунга олиб келдики, йирик профессионал гуруҳ бўлиб ҳисобланган уй хизматкорларининг йўқолиб кетишига сабаб бўлди. Совет ҳокимияти даврида уй хизматкори сифатидаги иш ижтимоий фикрга кўра жуда салбий баҳоланарди. Унга кўра ушбу турдаги сервис фаолияти билан шуғулланувчининг инсон сифатида қадр -қиммати хўрланиши аниқдир. Шу сабабли ҳозирги пайтгача бизнинг давлатимизда уй хизматларига бўлган эҳтиёжлар кўпчилик аҳолининг маънавий дунёқараши билан қарама қаршиликка бормоқда ва натижада ёмон қондирилмоқда (асосан хусусий тартибда ва тўғри келган одамлар томонидан).

2.5.5. Турли гуруҳлардаги мижозларнинг эҳтиёжларини қондириш ўртасидаги қарама қаршилик.

Биринчи қарашда ҳар қандай тадбиркорга ўз мижозлари доирасини имкони борича кенгайтириш фойдали кўринади. Лекин ресурсларнинг чекланганлиги ва бошқа иқтисодий тавсифга эга бўлган бошқа сабаблар одатда шунга олиб келадики, максимал фойда хохловчиларга эмас, балки айрим ўзига хос мижозларга хизматларни қаратиш орқали олиниши мумкин.

Ушбу ҳолатда мижозлар сонини онгли равишда камайтириш, хизматлар сонини ошириш ва уларни жозибалироқ қилиб кўрсатиш (истеъмолчиларнинг чекланган сонига бўлсада) имконини беради. Ҳозирги шароитда ҳар қандай фирмага шундай муоммони ҳал қилишга тўғри келади: қандайдир хизматни катта сонли мижозларга мўлжаллашми ёки унинг доирасини чегаралашми. Иккинчи ҳолатда хизматлар сифати ошади, мижозлар билан тескари алоқа ўрнатилади ва улар билан яқка тартибда ишлашнинг самарали услублари топилади. Иккинчи томондан, мижозлар доирасининг қисқариши кўпчилик йўқотишлар билан боғлиқ бўлади. Шу сабабли реал сервис фаолиятида бир бирларига қарама қарши бўлган тенденциялар ҳисобланган мижозлар сонининг кенгайиши ва камайиши ўртасида ўзаро тенглик мавжуд.

2.5.6. Инсоннинг мавжуд эҳтиёжларининг қондирилиши ва ушбу эҳтиёжларнинг шаклланиши ўртасидаги қарама қаршилиқ.

Сервис тизими фаолиятида бир бирига қарама қарши бўлган (одатда бир бирини тўлдирувчи) икки стратегиядан фойдаланиш мумкин: хизматларга бўлган мавжуд талабга мослашиш ва янги талаб, янги эҳтиёжларни шакллантириш.

Мавжуд талабларга мослашиш зарурияти бозор иқтисодиётининг барча иштирокчилари учун одатийдир. Бунинг асосий сабаби шундаки, инсонларда жуда катта эҳтиёжлар узоқ тарихий давр давомида сақланиб қолади, гарчи ушбу эҳтиёжларни қондиришнинг конкрет услублари доимо ўзгариб боради. Булар жумласига озиқ- овқат, кийим - кечак, турар жой каби барча базали (дастлабки, кундалик) эҳтиёжлар киради. Озиқ- овқат, турар жой, кўчмас мулк бозорлари ва капитал қурилиш билан боғлиқ сервис тизими доимо талаб қилинган бўлади. Шу вақтнинг ўзида сервиснинг қолган турларига ҳам эҳтиёжлар мавжуд.

Фан - техника тараққиёти жамиятга янги, иккиламчи, қийинлашиб бораётган эҳтиёжларни қондиришга имконият яратади. Рақобат кураши сервис ташкилотларини ушбу эҳтиёжларга таъсир кўрсатишга мажбур қилади. Жумладан, XX асрнинг охирида шахсий компьютерлар, телевизуал ва тармоқли маълумотлар, уяли телефонлар, компьютер ўйинлари, янги спорт турлари ва бошқаларга эҳтиёжлар шаклланди.

Давлат ҳам ўзининг сиёсий эҳтиёжларидан келиб чиқиб, икки ҳар хил стратегиялардан фойдаланади. Биринчидан, у фуқароларнинг ананавий эҳтиёжларини (масалан хавфсизликка бўлган эҳтиёжлар, иқтисодиётнинг айрим секторларини қўллаб туриш) қондиради, иккинчидан, давлатнинг сиёсий ва маъмуравий манфаатларига жавоб берадиган инсон эҳтиёжларини шакллантиради ва ўзгартиришлар киритади. Бунинг учун таълим тизими, оммавий ахборот воситалари ва маъмуравий муассасалар хизмат қилади.

2.5.7. Бевосита моддий манфаат билан боғлиқ эҳтиёжларни қондириш ва шахснинг ўз ўзини шакллантириш эҳтиёжлари ўртасидаги қарама қаршилик.

Жамият эҳтиёжларини алоҳида инсоннинг эҳтиёжлари каби икки гуруҳга бўлиш мумкин. Биринчиси - қобилиятларни ривожлантириш, шахснинг ижодий имкониятларини (таълим, профессионал ўсиш, илмий, техник ва бадиий ижод, спорт) ошириш билан боғлиқ. Иккинчиси, хордиқ чиқариш ёки оддий физиологик лаззат олиш (алкогол ичимликлар истеъмол қилиш, турли хил хордиқ чиқариш). Ушбу гуруҳдаги эҳтиёжлар ўртасида кескин фарқ йўқ, лекин сервис тизимида тенгликнинг қандайдир варианты мавжуд. Унга кўра инсоннинг ижодий ва хордиқ чиқариш эҳтиёжларини қондирадиган хизматлар боғлиқлиги мавжуд. Улар ўртасидаги қарама қаршиликнинг қандай ҳал этилиши конкрет ижтимоий тизим (давлат, ҳудуд, халқ ёки ижтимоий гуруҳ) га, иқтисодиёт ривожланиш даражаси, маънавий нормалар ва маданий ананаларга бевосита боғлиқ бўлади.

Юқорида қайд қилинган сервис тизими фаолиятидаги қарама қаршиликлар, уларни жамият билан боғлайди. Ушбу қарама қаршиликларнинг мавжудлиги ва уларнинг ҳар хил даврда кучайиши, алоҳида инсонлар ва жамиятнинг доимий равишда ривожланаётган эҳтиёжларига таалуқли равишда сервис тизими фаолиятини доимо ўзгартириб ва такомиллаштириб боришга мажбур қилади.

Такрорлаш учун саволлар.

1. Сервис тизими фаолияти дегани нима?
2. Инсон фаолиятининг асосий турлари қандай? Ушбу фаолият турларининг ўзига хос хусусиятлари нимада?
3. Эҳтиёж дегани нима?
4. Эҳтиёжларнинг қандай таснифлари мавжуд?
5. Инсоннинг биологик ва ижтимоий эҳтиёжлари қандай ўзаро боғлиқ?
6. Нима ва қандай йўл билан инсон эҳтиёжларининг шаклланишига таъсир кўрсатади.
7. Эҳтиёжларни онгли ва онгсизларга бўлишнинг маъноси нимада? Улар нима билан фарқланади?
8. Товар ва хизматни таққосланг: унинг ўхшашлиги ва фарқи нимада?
9. Хизматларнинг қандай таснифи мавжуд.
10. Индустириал жамиятдан олдинги сервиснинг хусусиятлари қандай?
11. Собиқ иттифокдаги хизматлар соҳасини ривожлантиришнинг асосий хусусиятлари қандай?
12. Сервис тизими фаолиятининг асосий қарама қаршиликлари қандай?

Таянч иборалар

Оддий хизматлар

Сотувдан олдинги хизмат

Сотувдан кейинги хизмат

Кафолат муддати

Қадриятлар тизими

Коммуникатив фаолият шакли

Эҳтиёж

Объектив муҳтожлик

Мантиқий ва мантиқий бўлмаган эҳтиёжлар

Имеджмейкерлик хизмати

Психоаналитик хизматлар (психотерапевт хизматлар)

Эксперт хизматлари

Биологик эҳтиёжлар

Маслоу назарияси

Товар

Инжиниринг

Лизинг

Буюмлаштирилган хизмат

Буюмлаштирилмаган хизмат

Якка тартибдаги хизматлар

Жамоа хизмати

Тижорат хизмати

Нотижорат хизмати

Соф хизмат

Аралаш хизмат

Лигитв ва лигит булмаган хизматлар

Оддий ва қийин хизматлар

3.БОБ. СЕРВИС ТИЗИМИ ФАОЛИЯТИ ИҚТИСОДИЁТНИНГ ТАРКИБИЙ ҚИСМИ СИФАТИДА.

3.1. Сервис тизими фаолиятининг иқтисодий моҳияти.

Хизмат кўрсатиш соҳаси халқ хўжалик комплексининг таркибий қисми бўлиб ҳисобланади, иқтисодий муносабатларнинг умумий тизимида қатнашади ва мавжуд жамиятда ҳаракат қиладиган умумий иқтисодий қонунларга бўйсинади. Тармоқларнинг халқаро таснифида уч секторни ажратиш қабул қилинган: бирламчи (қишлоқ хўжалиги, қазиб олиш саноати), иккиламчи (қайта ишлаш саноати), ва учламчи (хизмат кўрсатиш соҳаси ёки ижтимоий соҳа).

Биринчидан маҳсулотлар белгиланиши бирлиги нуқтаи назаридан хизмат соҳаси маҳсулоти - қийин ва қарама - қарши тушинчадир. Истеъмол фондини кўпайтиришга йўналтирилган хизматлар ижтимоий соҳа маҳсулоти сифатида кўрилиши мумкин.

Иккинчидан, истеъмол қилинадиган ресурслар хилма хиллиги нуқтаи назаридан ушбу ўхшашлик « номоддий маҳсулотлар» истеъмол қилинадиган ресурслардаги ўхшашлик ҳаражатларнинг ўз структурасида ҳам намоён бўлади, улар бир биридан кескин фарқ қилади. Жумладан амортизацияни кўшган ҳолдаги моддий ҳаражатлар театрларда 13,3%, циркларда 17,0%, концерт ташкилотларида 3,5%, паркларда 20,3%, саноатда 82,8%, қурилишда 64,8%.

Учинчидан кадрлар таркибининг ўзига хос белгисига кўра хизмат кўрсатиш соҳасида бу биринчи навбатда шунда намоён бўладики, ундаги асосий ишловчилар ўрта ва олий маълумотли мутахассислар ҳисобланади.

Сервис тизими фаолияти иқтисодий актив фаолиятнинг бир тури бўлиб, бозор муносабатлари шароитида турли хил хизматлар кўрсатиш билан шуғулланади. Ушбу фаолият хизмат кўрсатишнинг ихтисослаштирилган структуралари орқали амалга оширилади, улар ўз навбатида ушбу тизимнинг субъектлари ҳисобланади. Мавжуд субъектлар ижтимоий эҳтиёжларнинг миқёси ва мазмунини баҳолаш орқали барча хохловчиларга ўз хизматларини таклиф этади ва уларни қондиришга ҳаракат қилади.

Сервис тизимига қарашли бўлган субъектлар жумласига тадбиркорлар ёки сервис ташкилотларининг жамоалари киради. Юқорида қайд қилинган ташкилотлар қуйидаги шаклларда бўлиши мумкин:

- ихтисослаштирилган фирмалар - масалан сайёҳлик, меҳмонхона, даволаш;
- ихтисослаштирилган корхоналар, савдо, транспорт, таъмирлаш ва бошқалар;
- бюро, идоралар - юридик, ахборот, реклама, турар жой.
- муассасалар - қонунни қўриқлаш ва маданият муассасалари бўлиб ҳисобланадиган милиция бўлимлари, театрлар, музейлар, кутубхоналар;
- - ташкилотлар - банк, суғурта, қўриқлаш ва ҳоказолар.

Инсонларнинг бир - бирларига бегараз ва ихтиёрий хизмат кўрсатишларидан фарқли равишда сервис тизими фаолияти субъектлари фаолияти тўлиқ ёки қисман бозор айрбошлашлари принципларига асосланади. Жумладан, хизмат кўрсатиш соҳасидаги бизнес тўлиқ тижорат принциплари асосида амалга оширилади. Бу ерда шуни таъкидлаш жоизки, кўпчилик давлат муассасалари аҳолига хизмат кўрсатишни аралаш асосида амалга оширади, яъни қисман тижорат асосида, қисман ижтимоий неъматларни бегараз қайта тақсимлаш механизми базасида. Умумий ҳолатда сервис тизими фаолияти аҳолининг кенг маънодаги ижтимоий ва яқка тартибдаги эҳтиёжларини қодириш имкониятини беради, ва шу билан бир қаторда ҳозирги турдаги иқтисодий ва ижтимоий муносабатларни самарали ривожлантиради.

Юқорида қайд қилинганлардан шундай хулоса келиб чиқадики, айрбошлашнинг бозор муносабатлари доирасида ҳаракат қилиб, сервис тизими фаолияти ушбу муносабатлар билан тартибга солинади, уларнинг талабларига таалуқли равишда шаклланади. Лекин сервис тизими бўйича фаннинг дастлабки даврларида хизмат кўрсатишда меҳнат тавсифи бозордан ташқари элементларга бой эди.

Хизмат кўрсатиш бўйича меҳнат, саноат, қишлоқ хўжалик ишлаб чиқаришдагидан фарқ қилади. Яъни моддий ишлаб чиқариш соҳасида ишчи физик материаллар шаклини ўзгартиради ёки биологик ресурслар билан иш олиб боради. Саноат ёки қишлоқ хўжалик маҳсулотларини яратиш борасида инсон, катта энергия сарфлайди. Ушбу сарфни ҳисоблаш ва иш ҳақи тарзида қоплаш мумкин. Ушбу жараёнда ишловчи қандайдир дастлабки материални қайта шакллантиради ва охириги натижада товар мақомига эга бўлган янги хом-ашё ёки маҳсулот олади. Олинган маҳсулотлар шакл, оғирлик, ҳажм ва бошқаларга эга бўлади, шунингдек маълум қиймат ифодасига ҳам.

Хизмат кўрсатиш соҳасида меҳнат бошқачароқ тавсифга эга. Бу ерда ишловчи авваламбор инсон, унинг эҳтиёжлари ва хохишлари билан дуч келади. Хизматлар ўраб турган атроф муҳитда, инсон қиёфаси ёки унинг онгида конструктив ўзгаришларни амалга оширади, ушбу ўзгаришлар предмет - буюмни тавсифда аниқ ифодаланмайди. Масалан сартарош меҳнати, почталион хизматлари, ўқитувчи меҳнатининг ижтимоий - ижобий самара беришини ҳеч ким инкор этмайди. Лекин хизматлар ишлаб чиқувчилари ва истеъмолчилари ҳаракат қиладиган ҳолат, уларнинг ўзаро ҳаракатларисиз амалга ошмайди. Бу сервис тизими фаолиятида у ёки бу томоннинг ўзаро қатнашишининг муҳимлигидан далолат беради.

Шундай қилиб, хизматларни амалга ошира туриб, сервис хизматчиси конкрет буюмларнинг жуда нозик хусусиятлари билан тўқнашади, шунингдек ижтимоий алоқалар, инсонларнинг руҳияти ва онги билан ҳам. Бундай ҳолатда унинг меҳнатини ўраб турган ҳақиқатга унинг таъсири натижасида бир шаклдан иккинчисига ўтиши ва унинг натижасида хўжалик

амалиётининг ўзи қандай ўзгариши нуқтаи назаридан унинг меҳнатини ҳисоблаш ва баҳолаш осон иш эмас. Хизматлар ишлаб чиқаришда қабул қилинган харажатлар ўз тавсифи ва структурасига кўра, шунингдек объектив сифатлар бўйича қийинроқ бўлиб ҳисобланади. Бу ўз навбатида уларнинг натижавийлигига баҳо беришни қийинлаштиради.

Шу билан бирга хизматлар билан боғлиқ меҳнат ўзининг бозор баҳосига эга. Ҳозирги шароитда иқтисодчилар сервис тизими фаолиятининг мамлакатнинг миллий бойлигини кўпайтиришда кўшган ҳиссасини ҳисоблаш ва аниқлашнинг уддасидан мувоффақиятли чиқишмоқдалар. Бунда уларга давлат статистикаси ёрдам бермоқда.

Охирги йиллар мобайнида республикамиз статистикаси ҳисобга олишнинг аниқроқ усулларига ўтмоқда. Лекин бу ерда шуни таъкидлаш лозимки, республикамиз статистика маълумотларида фақат пуллик хизматлар ҳажми кўрсатилган ҳолос. Алоҳида сервис тизими бўйича маълумотлар келтирилмаган. Бу ўз навбатида сервис фаолиятининг охирги иқтисодий самарасини аниқлашни қийинлаштиради. Натижада тадқиқотчилар сон кўрсаткичлари эмас, билвосита маълумотлар асосида сифат баҳосини беришга ҳаракат қилишмоқдалар.

Сервис тизими фаолиятининг ўзига хос тавсифдаги иқтисодий ҳолатлигини белгиловчи хизматлар аломатлари қуйидагилардан иборат:

- хизматлар кўрсатиш жараёни ўзига хос фаолиятдан ташкил топади унда ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи ўртасидаги ҳамкорлик алоқаларига хос бўлади. Ушбу фаолиятнинг натижаси бўлиб, истеъмолчи учун аҳамиятли бўлган фойда, неъматлар, манфаат беради ва у хизматлар ишлаб чиқарувчиси меҳнатига бозор баҳосида ҳақ тўлайди.

- кўрсатилаётган хизматлар ҳис қилиб бўлмайдиган, буюм тавсифида бўлмайди, лекин уларни ишлаб чиқиш учун одатда моддий ресурслар, техника ва махсус асбоб - ускуна зарур.

- уларни тақдим этиш бошланишига қадар хизматлар мавжуд бўлмайди, уларни сақлаш, тахлаш мумкин эмас. Хизматларни ишлаб чиқиш жараёни уларни истеъмол қилиш жараёни билан бир вақтда бошланади.

- истеъмолчи кўпчилик ҳолатларда хизматлар кўрсатиш жараёнида бевосита қатнашади. Қатор хизматларда истеъмолчининг қатнашиши шарт эмас; истеъмолчи хизмат кўрсатишнинг маълум босқичида пайдо бўлиши мумкин, лекин у албатта пайдо бўлиши лозим, чунки усиз хизматлар ўзининг якунловчи тавсифига эга бўлмайди.

- хизматлар истеъмолчиси уларнинг мулк эгасига айланиши мумкин эмас. Лекин бу хизмат кўрсатиладиган буюмларга таалуқли эмас. Масалан тикилган костюм, таъмирланган телевизор ва ҳоказолар.

- хизмат кўрсатиш - бу фаолият, шунинг учун ҳаридор унга пул тўлагунга қадар олдиндан баҳоланиши мумкин эмас.

- конкрет хизмат конкрет истеъмол баҳосини, фақат ушбу йўналишдаги маълум вақтдагина олиши мумкин. Бу ўз навбатида унинг бозорда алмаштирилиш имкониятларини кескин чегаралайди. Шу сабабли хизматларга бўлган талаб кескин ўзгариш тавсифига эга.

Юқорида қайд қилинган жиҳатларнинг барчаси хизматлар ва сервис тизими фаолиятини иқтисодий активликнинг алоҳида шакли сифатида кўрсатади. У хизматлар ишлаб чиқарувчилардан, моҳирлик, ҳаётий тажриба, тадбиркорлик, инсонлар билан муроса қилишни талаб этади. Истеъмолчилар билан доимий равишда ўзаро ҳаракат қилиш асосида ишлаб чиқарувчилар меҳнат ва ўзларини тутиш услубларини ўзлаштирадилар. Бу ўз навбатида уларга оммавий хизмат кўрсатишни амалга ошириш имконини беради, албатта гуруҳ ёки яқка тартибдаги эҳтиёжларни инобатга олган ҳолда.

Шу билан бирга турли хил хизматлар бир бирларига нисбатан ўзаро бир бирини тўлдирувчи тавсифга эгадирлар, бусиз ҳозирги шароитдаги сервис тизими фаолияти мумкин бўлмайди. Масалан, метрода транспорт хизматларини кўрсатиш, доимий равишда электр токи билан таъминлаш

(энергетиклар хизматлари), ахборот хизматлари (вагонларда станция номларини айтиш, схемаларни кўрсатиш), тиббий хизматлар (тиббий пунктлар), савдо хизматлари (турли хил киосклар) кабилар билан биргаликда таъминланади.

Сервис тизими фаолияти субъектлари бир бирлари билан ўзаро муносабатда бўлиб, ўз ўзларининг активлигини ошириш эвазига сервис маҳсулотларини яратишадилар. Сервис маҳсулоти аниқ хизматга қараганда қийин ва кенг ҳажмли ҳолатдир. Ушбу маҳсулот қуйидаги жуда муҳим таркиблардан ташкил топади:

- мавжуд хизматлар хилма хиллиги (конкрет сервис корхонаси ва аралаш корхоналар ишловчилари) алоқадор сервис тизими фаолияти барча субъектларининг меҳнати;
- маҳсулотни яратишга жалб қилинган ёрдамчи механизмлар, техник асбоб - ускуналарнинг ҳаракат қилиши;
- хизматларда фойдаланиладиган моддий буюмлар, предметлар, товарлар.

Бир қатор сервис маҳсулотларини ишлаб чиқишда табиат ресурслари (масалан сайёҳликда, санатория даволанишда), меҳнат билан яратилган объектлар (экскурсион хизматларда) дан фойдаланилади. Уларсиз инсонларнинг ўзига хос талабларини қондириб бўлмайди. Сервис маҳсулотини юзага келтириш чоғида муҳим аҳамиятни сезиш мумкин бўлмайдиган хизматлар таркибий қисмлари эгаллайди. Улар жумласига: истеъмолчига нисбатан фирмада яратилган умумий муҳит, хизмат кўрсатаётган конкрет ишловчининг кайфияти, хизмат кўрсатиш залидаги саранжомлик ва бошқалар киради. Ушбу барча тутқич бермайдиган нозик фарқлар конкрет корхонанинг сервис маҳсулотини шакллантиради.

Умумий ҳолда сервис маҳсулоти сервис тизими фаолиятининг комплекс табиатини акс эттиради, шунингдек унинг турли йўналиш ва турларининг ўзаро бир бирларини тўлдирувчи тавсифини ҳам.

Турли хил сервис маҳсулотлари нафақат ташкилотлар ва фирмалар даражасида, балки тармоқ, худуд ва миллий халқ хўжалиги даражасида ҳам вужудга келиши мумкин. Масалан миллий сайёҳлик маҳсулоти. Ушбу маҳсулотни яратишда бир қанча тармоқлар бевосита иштирок этишадилар.

3.2. Сервис тизими фаолияти хўжалик амалиёти таркибида.

Ўзбекистонда амалга оширилаётган ислохатлар жуда катта ўзгаришларга олиб келмоқда. Улар ичида асосийлардан бири бўлиб, хизматлар соҳасининг шаклланиши ҳисобланади. Ҳозирги вақтда у хизматларга бўлган талабни профессионал даражада қондира оладиган мустақил бозор структураларига эгадир.

Собиқ иттифоқ пайтида жами хўжалик - иқтисодий амалиёт ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш соҳаларига бўлинганди. Ноишлаб чиқариш соҳаси доирасида хизмат соҳаси ёки хизмат кўрсатиш соҳаси ажралиб турарди.

Ҳозирги пайтгача «хизматлар соҳаси» тушунчаси иқтисодий таҳилда кенг фойдаланиб келинмоқда. Лекин унинг янги талқинлари пайдо бўлмоқда. Яъни кенг тушунча бўйича хизматлар соҳасини нафақат ягона тармоқ сифатида, балки иқтисодиётнинг кенг қамровли сектори сифатида қаралмоқда. Тижорат ва нотижорат нуқтаи назаридан, ушбу сектор аралаш асосда ривожланиб бормоқда, лекин бозор принциплари ва бизнеснинг активлашиши томонига ўзгаришини таъкидлаган ҳолда.

Шундай қилиб, хизматлар соҳаси сервис тизими фаолиятини амалга оширишнинг макони ҳисобланади. қандайдир маънода ушбу тушунчалар бир бирлари билан ўзаро кесишадилар. Шу билан бирга «хизматлар соҳаси» тушунчасига мурожат қилиш сервис тизими фаолиятининг миллий хўжаликдаги чегаралари тўғрисидаги саволни янгича қўйиш имконини беради. Ҳаракатчан ва эластик бўлган ушбу чегаралар ўзига хос

хусусиятларга эга бўлиши ва активликнинг сервис турларини сервис бўлмаганларига ажратишга имконият яратиши лозим.

Эътиборга шу нарсани олиш лозимки, ҳозирги кунда хўжаликни тармоқларга бўлиш принциплари мавжуд бўлиб, улар асосида миллий иқтисодиётнинг ривожланишини кузатиш мумкин. Ушбу тармоқ структураси ўз ичига қуйидаги бирликларни олади:

- бирламчи тармоқлар - қазиб олиш саноати ва қишлоқ хўжалиги;
- иккиламчи тармоқлар - қайта ишлаш саноати, турар жой, транспорт, савдо, соғлиқни сақлаш, ишлаб чиқариш ва аҳолига хизмат кўрсатиш;
- бошқарув, фан ва фан хизмати.

Қолган ҳолатларда бизнинг хўжаликнинг ҳудудий жойлашганлиги доирасида кўриб чиқилса саноат ва қишлоқ хўжалигидан ташқари инфратузилманинг икки буғини ажратилади:

- ишлаб чиқариш инфратузилмаси яъни ишлаб чиқариш ва ижтимоий соҳаларнинг фаолият юритишини таъминловчи хўжалик объектларининг мажмуи. Улар жумласига транспорт, алоқа, электр таъминоти, моддий техника таъминоти, капитал қурилиш ва бошқалар киради;
- ижтимоий инфратузилма яъни инсонларнинг ижтимоий ва якка тартибдаги эҳтиёжларини қондиришга йўналтирилган хўжалик объектлари ва хўжалик субъектларининг мажмуаси.

Унга қуйидагилар киради: меҳнат ресурслари, жами аҳоли, ҳаёт даражаси ва аҳолига хизмат кўрсатиш (уй хўжаликлари, савдо, тор тармоқ тушунчасидаги хизматлар ва бошқалар).

Хўжалик амалиётининг биринчи ва иккинчи вариантга бўлинишида сервис тизими фаолияти турли бирликларга жойлашган бўлиб қолади, бу ўз навбатида ҳозирги шароитдаги хизматлар соҳасининг чегаралари ҳақида гапиришга имкон бермайди.

У ёки бу давлатнинг умумхўжалик механизмида сервис тизими соҳасининг ўрнини аниқроқ аниқлашга миллий счетлар тизимида асосланган давлат статистика ҳисоби имконият беради. Счетларнинг мавжуд тизими XX асрнинг ўрталарига келиб кўпчилик мамлакатларнинг статистикасида қўлланила бошланди. Ҳозирги кунда у шунингдек БМТ нинг статистик хизматларида ҳам қўлланилмоқда.

Миллий счетлар тизимида таалуқли равишда бирламчи сектор бўлиб, қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқариши, балиқчилик, овчилик, ўрмончилик ҳисобланади. Бу ерда ишловчи жамият учун зарурий биологик хом - ашё ўсимлик материаллари ва маҳсулотларни таъминлаш мақсадида биологик табиий ресурслар билан ўзаро мулоқат қилади.

Иккинчи сектор ўзига индустриал тармоқларни олади. Улар жумласига қазиб олиш, қайта ишлаш, озиқ - овқат ва енгил саноат, қурилиш индустрияси, электр энергияси, сув ва газ ресурсларини ишлаб чиқариш ва транспортировка қилиш киради. Ушбу ҳолатда ишловчи ишлаб чиқариш ва ижтимоий эҳтиёжлар учун бир қатор табиий бойликларнинг бир ҳолдан иккинчи ҳолга ўтказилиши билан тўқнашади, саноат ишлаб чиқаришда қатнашади - механизмлар, кундалик эҳтиёж молларини яратади, озиқ- овқат маҳсулотларини ишлаб чиқаради ва бошқалар, турли техник қурилмалар, саноат комплексларини қуради.

Хизматлар соҳаси миллий иқтисодиётда учламчи секторни шакллантиради. Ундаги ишловчилар инсонлар ва ишлаб чиқариш жамоалари билан уларнинг ўзига хос эҳтиёжларини қондиришга мўлжалини олиб ўзаро ҳаракат қиладилар. Ушбу эҳтиёжлар ишлаб чиқаришга бевосита боғлиқ ва боғлиқ бўлмаган бўлади. Бундай ҳолатда учламчи сектор ўз ичга қуйидагиларни олади: транспорт ва алоқа, савдо, таълим, соғлиқни сақлаш, муҳандис - маслаҳатлар хизматлари, аҳолига маиший хизмат кўрсатиш соҳалари ва бошқалар.

Секторларга бўлинган ҳолда сервис тизими фаолияти айрим бўғинлари тавсифи ноаниқ бўлиб қолмоқда, яъни уларни ҳам иккиламчи ҳам

учламчи секторларга киритиш мумкин. Масалан ҳозирги шароитда қийин муоммолардан бири бўлиб, инфратизилманинг қўйидаги буғинлари ҳисобланган транспорт, қурилиш, электр ва сув таъминоти, алоқа каби буғинларни таснифлаштириш ҳисобланади. Чунки улар ишлаб чиқаришга хизмат кўрсатиш ва ижтимоий хизмат кўрсатишда бир хил муҳим ролни бажариб келмоқда.

Охирги йиллар давомида учламчи секторда тақдим қилинган фаолият турлари кенгайиб бормоқда, яъни унда янги буғинлар пайдо бўлмоқда. Ушбу секторнинг интенсив равишда ривожланиши кўпчилик аналитикларга тўртламчи сектор (илмий тадқиқот, ахборот, телекоммуникация хизматлари), шунингдек бешламчи сектор (юқори интеллектуал ижодий меҳнат билан боғлиқ хизматлар) га ажратиш имконини бермоқда.

Шундай қилиб, ҳозирги ривожланган иқтисодиёт жамиятининг иқтисодий амалиётида сервис тизими фаолияти бир қатор йирик йўналишлар, шунингдек жуда кўп сонли кўринишлар, буғинлар ва гуруҳларга бўлинади. Улардаги меҳнат тавсифи ва бошқа сифати билан катта даражада фарқланади. Масалан банк, почта, тиббий муассасалар ходимлари меҳнатининг мазмуни шунчалик фарқ қиладики, уларнинг фаолиятини ягона профессионал - меҳнат, ижтимоий ёки маънавий психологик жиҳатдан таққослаш қийин ҳисобланади, лекин юқорида қайд қилинган меҳнатлар хилма - хиллиги ҳар бирини ажратиб турадиган хусусияти шундан иборатки, у аҳоли ва меҳнат жамоаларига хизмат кўрсатиш билан боғланган, яъни биринчи навбатда ижтимоий гуруҳ ва шахсий эҳтиёжларни қондиришга қаратилади.

Юқорида қайд қилинганлардан шундай хулоса келиб чиқадики, сервис фаолиятини класслар, йўналишлар, турли хилликларга бўлишда қийинчиликлар вужудга келади. Сервис тизими фаолиятининг бир турдаги хилма - хиллиги ўз ичига бир қатор турли типдаги жиҳатларни олади, натижада хизматларнинг турли йўналишлари ва гуруҳларига мансуб бўлади, ундан ташқари сервиснинг шундай янги турлари пайдо бўлмоқдаки, улар

учун махсус йўналишлар ташкил этиш лозим бўлмоқда, чунки улар мавжудларнинг биронтасига ҳам тўғри келмайди.

Сервис тизими соҳасининг саноат ишлаб чиқаришга яқинлаштириш жиҳатларини ўрганиш муҳим аҳамиятга эгадир.

Сервис тизими фаолияти субъектларининг меҳнати ва фойдали ҳаракатлари улар кимга кераклилиги нуқтаи назаридан инобатга олинadиган бўлса уларни товар ишлаб чиқриш даражасидек хизматлар ишлаб чиқаришга айлантиради. Ишлаб чиқарувчилар бўлиб жамоалар, шунингдек сервис корхоналарининг ишловчилари ҳисобланадилар.

Ишлаб чиқарувчиларнинг фойдали ҳаракатлари сервиснинг истеъмолчилари бўлиб ҳисобланган ҳаридорлар, мижозлар, буюртмачилар, ташриф буюрувчилар ва фойдаланувчиларга қаратилган. Коҳоналар ва фирмалар ишловчилари хизматларни яратиш асосида истеъмолчиларга маълум неъматлар, фойда ва қулайликларни тақдим этишадилар. Шу тариқа яратилган хизматлар истеъмол қийматига эга бўлади ва уни ишлаб чиқариш учун ижтимоий меҳнат ҳаражатларига тенг бўлади. Бундай ҳолатда хизматлар товар сифатида намоён бўлади ва сервис фаолиятининг муҳим элементи бўлиб ҳисобланади.

Ҳозирги жамиятда сервис фаолиятининг турли ҳар хил турлари ва йўналишлари саноат ишлаб чиқариш натижалари билан чамбарчас боғланиб кетади. Жумладан сервис тизими фаолияти субъектлари истеъмолчига маҳсулотни етказди (сотади) ундан кейин таъмирлайди ва унга хизмат кўрсатади. Ушбу маҳсулотлар жумласига қуйидагиларни келтириш мумкин:

- маиший техника, шахсий транспорт воситалари;
- кийим - кечак, безак предметлари;
- озиқ- овқат моллари;
- таълимда фойдаланадиган товарлар (китоблар, компьютерлар);
- хордиқ чиқариш ва дам олиш учун товарлар (компакт - дисклар, муסיқа марказлари, ўйин автоматлари) ва бошқалар.

Шу билан бирга иккиламчи секторнинг кўпчилик ишлаб чиқарувчиларининг (қурилиш ишлари, электр, сув ва газ таъминоти) охириги босқичлари, ҳамда озиқ- овқат, енгил саноат, автомобил ишлаб чиқариш ва бошқаларнинг кўпчилик товарлари хизмат соҳаси билан бевосита боғлиқдир.

Лекин сервис ходимларининг ишлаб чиқариш билан алоқаси қайд қилинган товарларни сотиш, хизмат кўрсатиш ва таъмирлаш билан чегараланиб қолмайди. Хизматлар соҳасидаги меҳнатнинг ўзи кўпчилик техник қурилмалар, автоматлар ёрдамида амалга оширилади. Охириги йиллар мобайнида хизматлар соҳасидаги тадбиркорлар, сервис ишлаб чиқаришдаги ходимлар меҳнатини ташкил қилишда, шунингдек хизматлар корхонасини бошқаришда саноат ишлаб чиқаришдагидек меҳнат элементлари ва менежментни қўллашга интилиб келишмоқдалар.

Ушбу ҳаракатлар саноат ишлаб чиқариш ва хизматлар ўртасидаги яқин алоқаларни шакллантиради. Яъни сервис корхоналарида инсонларга хизмат кўрсатиш кўпчилик ҳолатларда индустриал ишлаб чиқиш типига ташкил қилинмоқда. Индустриал ишлаб чиқариш йирик ишлаб чиқариш корхоналари доирасида амалга оширилади ва улардаги меҳнат юқори техник қуролланганлик билан ажралиб туради. Бу ўз навбатида меҳнат унумдорлигини кескин оширишга, оммавий талабни қондириш учун катта хажмларда маҳсулот ишлаб чиқариш имконини беради.

Аҳолига хизмат кўрсатиш билан боғлиқ бўлган индустриал ишлаб чиқаришга мисол бўлиб, йўловчиларни транспортнинг барча турларида ташиш ҳисобланади. Хизматларнинг ушбу тури ўз ичига муҳим параметрларни (техник - технологик тавсифлар, материаллар ва ёнилғи ҳаражатлари, молиявий ҳаражатлар ва бошқалар) олади. Уларни саноат ишлаб чиқариш билан таққослаш имкониятлари мавжуд.

Шундай қилиб, ҳозирги шароитдаги сервис тизими фаолияти истеъмолчиларнинг гуруҳли ва яқка тартибдаги талабларини қондиришга мўлжални олган ҳолда аста секинлик билан яқка тартиблаштирилган

тавсифга эга бўлиб бормоқда. Лекин бир вақтнинг ўзида кўпчилик ҳолатларда индустриал ишлаб чиқариш билан ҳам боғлиқ бўлмоқда.

Юқорида қайд қилинганлардан шундай хулоса келиб чиқадики, ривожланган давлатларда сервис маҳсулоти ишлаб чиқарилмоқда ёки уларда сервис индустрияси мавжуд. Ҳозирги шароитда «ташиш индустрияси», «таълим индустрияси», «сайёҳлик индустрияси», «дам олиш индустрияси» каби тушунчалар тобора оммабоб бўлиб бормоқда. Сервис тизими фаолиятининг қайд қилинган йўналишлари саноат типигаги меҳнатни ташкил қилиш техника ва технологияларига таянган ҳолда қисқа муддатда миллионлаб истеъмолчиларга хизмат кўрсата олиши мумкин.

Такрорлаш учун саволлар.

1. Ҳозирги шароитда сервис тизими соҳасининг мамлакат иқтисодиётидаги ўрни қандай?
2. Сервис тизими субъектлари дегани нима? Уларнинг қандай турларини биласиз?
3. Хизмат кўрсатиш соҳасида меҳнатнинг тавсифи қандай?
4. Бозорли ва бозорли бўлмаган кўрсаткичларнинг мазмуни нимада?
5. Иқтисодий ҳолат сифатидаги сервис тизими фаолиятининг белгилари нимадан иборат?
6. Иқтисодиётнинг бирламчи, иккиламчи, учламчи, тўртламчи, бешламчи секторлари тушунчаларини ёритинг.
7. Ишлаб чиқариш тавсифидаги хизматлар деганда нима тушунилади.
8. Сервис тизими индустрияси деганда нима тушунилади?

Таянч иборалар

Тармоқларнинг халқаро таснифи

Истеъмол фонди

Сервис тизими фаолияти субъектлари

Якка тартибдаги хизматлар

Хизматларнинг бозор баҳоси
Сервис маҳсулоти
Ишлаб чиқариш инфратузилмаси
Сервис индустрияси

4 БОБ. СЕРВИС ТИЗИМИ ФАОЛИЯТИ ИНСОН ТАЛАБЛАРИНИ ҚОНДИРИШ СИФАТИДА.

Фаолият — инсоннинг ҳаётий активлигининг кўринишидир. Инсон ҳаётий активлигининг оддий элементи бўлиб, унинг ҳаракатлари ва қилиқлари ҳисобланади. Фаолият деганда, инсоннинг маълум мақсадларга бўйсунадиган, бир бири билан ўзаро боғланган ва маълум ҳаётий функцияларни бажарадиган ҳаракатлар занжири тушинилади. Ўзаро боғлиқ ушбу ҳаракатларнинг занжирлари барқарор тавсифга эга ва фаолият шакллари тарзида намоён бўлади.

Инсоннинг ҳаёти чексиз турли хил ҳаракатлар, фаолият турларидан ташкил топади. Уларнинг вужудга келиши эҳтиёжлар билан асосланади.

Мавжуд фаолият тизимида асос солувчи бўлиб, ҳар бир шахснинг ҳаётий зарур неъматларни олишга қаратилган фаолияти ҳисобланади. Бир хил турдаги фаолият турлари кимларгадир ҳаёт кечириш учун асосий манбаа, профессионал меҳнат фаолияти бўлса, қолганларга эса иш вақтидан ташқари пайтда пайтда эркин фаолият тури бўлиши мумкин.

Бу ерда шуни таъкидлаш лозимки, ҳар қандай бошқа турдаги фаолият келиб чиқадиган моддий фаолият, инсоннинг ижодкор мавжудод сифатида такрор ишлаб чиқишининг зарурий асоси бўлиб ҳисобланади.

Инсоннинг биологик эҳтиёжлари ва моддий фаолияти нафақат овқатни тайёрлаш ва истеъмол қилишга қаратилади. У ўз ичига фаолият турларининг кенг қамровини олади. Улар жумласига: болаларни тарбиялаш, уй - рўзғор буюмлари ва техникани таъмирлаш, актив дам олиш ва бошқаларни ўз ичига олади. Фаолиятнинг бундай турларини маиший деб номлаш мумкин. Бу инсон ҳаёт фаолиятининг шундай соҳаси ҳисобланадики, унда сервис тизими фаолияти турли шаклларда қўлланилиши мумкин бўлади. Шундай қилиб, хизматлар турмушнинг ижтимоий элементлари гуруҳига киради.

Сервис корхоналари аҳоли эҳтиёжлари, шахснинг яқка тартибдаги талабларини инобатга олган ҳолда қондиради. Бу ерда хизмат эҳтиёжларни қондириш бўйича меҳнат фаолиятининг жараёни ва натижасининг бирлиги сифатида намоён бўлади.

Эҳтиёжлар доираси сервис тизими фаолиятининг институти сифатидаги хизмат кўрсатиш соҳасининг функционал хусусиятлари орқали аниқланади. Ушбу хусусиятлар жумласига қуйидагилар киради:

- инсонни уй ишларидан озод қилиш (маиший иқир чиқирлардан);
- инсоннинг бўш вақтини кўпайтириш ва унинг ижодий ривожланиши учун зарурий шароитларни яратиш;
- инсонларда юриш туриш маданиятини тарбиялаш, эстетик кадр қимматларни, маиший дизайн ва бошқаларни ташфиқот қилиш йўли билан онгли эҳтиёжларни шакллантириш.

Ҳозирги кунга келиб, хизматларни ривожлантиришга эҳтиёжлар, иқтисодий эҳтиёжлар доирасидан чиқмоқда, иқтисодий ўсишнинг гуманизациялашиши, инсоннинг ўзини такомиллаштиришга, унинг интеллетуал ва физик имкониятлари, унинг маданий ва ижтимоий талабларини қондиришга йўналтирилган хизматлар сонининг ошиши билан ҳам кўзга ташланмоқда.

Ҳозирги замон хизматлари компютерлаштириш, ахборот технологиялар, янги коммуникация воситаси асосида такомиллашиб

бормоқда. Бозорда хизматларнинг янги ассортименти вужудга келмоқда ва мустахкам ўрнашиб бормоқда, ананавий хизмат турлари ҳам кескин равишда янгиланмоқда, хизмат кўрсатишнинг сифат кўрсаткичлари ошмоқда. Кўпчилик масофадаги хизматлар борасидаги тўсиқларнинг олиб ташланиши, янги технологиялар орқали улар учун жахон бозорини очиш имконини беради.

Сервис тизими соҳаси корхоналарини ривожлантиришнинг ички вазифаси бўлиб, хизматлар сифатини ошириш, меҳнат унумдорлиги ва самарадорлигини ошириш ва фаолиятини дифференсаллаштириш ҳисобланади.

4.1. Хизматлар ва сервис хизмат кўрсатишга эҳтиёжларнинг таснифи ва тавсифи.

Сервис тизими фаолиятининг мақсади- аҳолининг хизматларга бўлган эҳтиёжларини қондиришдир. Хизматлар якка тартибдаги буюрмачининг конкрет эҳтиёжларининг қондирилишини таъминловчи, хизматлар ижрочисининг мақсадли йўналтирилган фаолияти ҳисобланади.

Хизматлар орқали қондириладиган эҳтиёжлар функционал белгиланиши бўйича тўрт гуруҳга бўлинади :

1. янги маҳсулотни тайёрлашга эҳтиёжлар;
2. маҳсулотни қайта тиклаш, таъмирлаш, техник хизмат кўрсатишга эҳтиёжлар;
3. санитария - покизалик эҳтиёжлари;
4. ижтимоий - маданий эҳтиёжлар.

Эҳтиёжи мавжуд субъектга боғлиқ ҳолда, эҳтиёжлар алоҳида шахсни ва жамоани бўлиши мумкин.

Алоҳида шахснинг эҳтиёжлари шахсий ва умумоилавий бўлади.

Шахсий эҳтиёжлар жумласига санитария-покизалик эҳтиёжлари, таълим хизматларига эҳтиёжлар, ахборот - маслаҳат хизматлари ва бошқалар киради.

Умумоилавий эҳтиёжлар ўз ичига маиший техника ва радиоэлектрон аппаратлар, транспорт воситалари, мебел, уй ва хонадонларни таъмирлаш ва техник хизмат кўрсатиш хизматлари, банк хизматлари, қўриқлаш хизматлари ва бошқаларга эҳтиёжларни олади.

Маҳаллий ва вақтинчалик яшайдиган аҳоли эҳтиёжлари ҳам фарқланади. Эҳтиёжларнинг бундай бўлиниши вақтинчалик аҳоли кўп бўладиган ҳудудлар учун долзарб ҳисобланади. Ушбу ҳудудларга дам олиш ва сайёҳлик зоналари, ижтимоий - маданий хизмат кўрсатиш объектлари сони ривожланган йирик марказлар, қадимий шаҳарлар ва бошқалар киради.

Эҳтиёжларнинг қуйидаги таснифлаштирилиши мавжуд :

- қондирилиш манбаалари (каналлари) бўйича :

1. сервис хизмат кўрсатиш тизимида қондириладиган эҳтиёжлар;
2. якка тартибдаги тадбиркорлар томонидан қондириладиган эҳтиёжлар;
3. ўз ўзига хизмат кўрсатиш орқали қондириладиган эҳтиёжлар.

- Вужудга келишнинг қайтарилиши бўйича :

1. тўхтовсиз қайтариладиган (доимий);
2. даврийли (вақтнинг маълум муддатида қайтариладиган)
3. онда - сонда (сийрак ва бир марталик тавсифга эга бўлган)

- Вужудга келиш мавсумийлиги бўйича :

1. яққол мавсумийликда акс эттирилган эҳтиёжлар;
2. юқори мавсумийликга;
3. ўртача мавсумийликга
4. кам мавсумийликга.

Эҳтиёжларнинг вужудга келиши ва хизматларга талаб мавсумий ўзгаришларга боғлиқ бўлади. Яққол акс эттирилган мавсумийлик сайёҳлик ва экскурсион хизматлар, санатория - соғломлаштириш хизматлари ва қишлоқ хўжалик хизматларидаги эҳтиёжларда намоён бўлади. Ўртача мавсумийлик фотография, кимёвий тозалаш, маиший техникани таъмирлаш ва техник хизмат кўрсатиш, кийим- кечакни таъмирлаш ва тикиш каби хизматларга эҳтиёжларда кузатиш мумкин. Хизматларга бўлган эҳтиёжларнинг мавсумий тавсифи табиий - иқлимий омиллар билан асосланади.

Эҳтиёжларнинг қатъийлиги ижтимоий- иқтисодий, демографик омиллар ва ҳаёт шароитларига (этник ананалар, ижтимоий мавқэ, касб, турар жой, бўш вақтнинг мавжудлиги ва бошқалар) бевосита боғлиқ бўлади.

XXI асрга келиб, сервис тизими фаолияти орқали қондириладиган эҳтиёжлар доираси кенгайиб бормоқда. Бу ҳам моддий ҳам маънавий эҳтиёжларга тааллуқлидир. Бундай ривожланишнинг асосий сабаблари илмий билимларнинг кенгайиши, корхоналар техник ривожланиш даражасининг ўсиши, ҳамда цивилизация маданиятининг ошиши ҳисобланади.

4.2. Истеъмолчиларга контакт зонасида хизмат кўрсатиш.

Хизмат кўрсатиш, хизматни бажариш технологик жараёнининг бир қисми ҳисобланади. Истеъмолчилар эҳтиёжларини қондириш хизмат кўрсатиш ва хизмат сифатига боғлиқ бўлади.

Хизматларни бажариш жараёни истеъмолчи билан бевосита алоқада ёки усиз амалга оширилади.

Одатда истеъмолчиларга моддий хизматлар кўрсатиш чоғида қуйидагилар инобатга олинади: эҳтиёжларни ўрганиш, хизматларни бажариш вариантини танлаш, хизмат учун буюртмани расмийлаштириш, хизматни бажариш, хизмат учун ҳақ олиш.

Истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш шундай бир муҳитда амалга ошириладики, у контакт зонаси деб аталади. Контакт зонаси - бу маконий муҳит. Унда сервис бўйича мутахассис (хизмат кўрсатишни бажарувчи) ва истеъмолчи бўлади. Контакт зоналарига мисол бўлиб модалар уйи салонлари, фотомарказлари ва фотолабораториялар, савдо шаҳобчаларининг савдо майдонлари, меҳмонхоналар вестебюллари ва номерлари ва бошқалар ҳисобланади.

Сервис корхонасининг контакт зонаси сервис тизими фаолиятининг тавсифи ва мазмунига мос келиши лозим. Жумладан, техникани таъмирлаш бўйича хизматлар кўрсатадиган корхонанинг контакт зонаси, таъмирлашга қабул қилинадиган маҳсулотни диагностика қилиш имконини берадиган техник воситалар, асбоб - ускуналар ва жиҳозлар иши, зарурий маълумотларга эга бўлган шахсий компьютерлар, алоқа воситалари билан жиҳозланган бўлиши лозим.

Кийим - кечакни тикиш бўйича ателедаги контакт зона намоиш қилинадиган стендлар ва маҳсулотлар нусхалари қўйиладиган витриналар билан жиҳозланиши, хизмат кўрсатиш хусусиятлари ва хизматлар баҳолари тўғрисида маълумотга эга бўлиши лозим. Контакт зонасида истеъмолчиларнинг бўлиш вақти ва улар билан хизматни амалга оширувчи мутахассислар ўртасидаги алоқалар, хизматлар тавсифи, хизмат кўрсатишнинг шакл ва усулларига боғлиқ бўлади. Истеъмолчилар билан ишловчи ходимларнинг ўзларини тутишлари, хизмат кўрсатишнинг қоидалари ва этикети, сервис ташкилотининг корпоратив маданияти, шахсий маданият ва иш тажрибасига асосланади.

Хизмат кўрсатиш вақтида тингловчи ролини ҳам истеъмолчилар, ҳам хизматни бажарувчи амалга ошириши мумкин. Масалан, ландшафт дизайни бўйича хизматларни амалга ошириш чоғида сервис бўйича мутахассис ер участкаси эгасининг талабларини эшитади, ахборот - маслаҳат хизматлари, таълим хизматларини кўрсатиш чоғида эса, тингловчи ролини бевосита истеъмолчи бажаради.

Сервис корхонаси хизмат кўрсатиш ходимлари фаолияти норматив ва техник ҳужжатлар, хизмат кўрсатишнинг қоидалари ва амал йўриқномалари билан тартибга солинади.

Хизмат кўрсатиш жараёнида истеъмолчилар кўрсатиладиган хизматлар барқарор бўлмагани билан боғлиқ ҳолда қаттиқ ҳаяжон ҳолатига тушишадилар. Бундай хавф - хатар тиббий ва юридик хизматлар, кимёвий тозалаш хизматлари ва қўриқлаш хизматларини амалга оширишда вужудга келади. Сервис бўйича мутахассис психологик муомала тажрибасига эга бўлиши ва истеъмолчиларда ишонч уйғота олиши лозим.

Хизматлар сифатини қабул қилиш, истеъмолчининг психологик хусусиятларига боғлиқ бўлади. Истеъмолчиларнинг шундай гуруҳлари мавжудки, улар зарурий ахборотни қабул қилишга, хизмат кўрсатадиган ходимлар йўриқномаларига амал қилишга қодир эмаслар. Улар кўпчилик ҳолатларда ўзларини агрессив ҳолда тутишадилар. Сервис корхонаси ходимлари истеъмолчиларнинг психологик хусусиятларини таҳлил қилиши ва ҳар бир истеъмолчининг хусусиятларини инобатга олган ҳолда хизмат кўрсатишга ўзгартиришлар киритишга тўғри келади. Хизмат кўрсатувчи ходимларнинг сўзи ва ҳаракатлари хизмат кўрсатиш сифатининг элементлари ҳисобланади.

Хизмат кўрсатиш ходимларининг гапи мазмунли, аниқ, тушунарли, билимли бўлиши лозим. Сервис бўйича мутахассиснинг истеъмолчи билан мулоқати шошилмасдан амалга оширилиши лозим. Истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш иш этикети қоидаларига қаттиқ риоя қилган ҳолда амалга оширилиши лозим.

Хизмат кўрсатиш ходимларининг муомала услуби, сервис ташкилоти хизмат кўрсатиш сценарийсига ва кўрсатиладиган хизматларга мос келиши лозим. Сервис бўйича мутахассис яхши хотирага эга бўлиши, конкрет истеъмолчига хизмат кўрсатиш учун зарур бўлган ўз вақтидаги ва керакли маълумотни тўғри етказа оладиган бўлиши лозим. У ўз ўзини назорат қила оладиган, фаолият услублари ва натижаларини, ишдаги камчиликлар ва

сифатнинг камайиш сабабларини оператив равишда таҳлил қила олиши лозим.

Сервис бўйича мутахассис истеъмолчилар билан муомала жараёнида уларни диққат билан эшитиши, ассортимент ва хизмат хусусиятлари тўғрисида маълумот тақдим этиши лозим. Маълумот ҳар қандай истеъмолчи учун содда, техник жумлалар тушунарли бўлиши лозим. Эҳтиёжни кондириш учун сервис бўйича мутахассис истеъмолчига мақул бўладиган хизматларни тақдим этиши лозим ва унга мустақил тўғри танлаш имкониятини берадиган ахборотни (сифат, хусусиятлар, баҳо, хизматга ҳақ тўлаш шартлари) тақдим этиши лозим.

Сервис бўйича мутахассис хизматларни мажбурламаслиги, уни хушмуомалалик билан таклиф этиши, истеъмолчининг диди ва эътиборини инобатга олиши лозим. Товарларни таъмирлашга ва техник хизмат кўрсатишга олишда, кимёвий тозалаш ва ювишга қабул қилишда хизмат кўрсатувчи ходимлар товарлар ҳақида ёмон фикр билдирмасликлари лозим.

Айрим ҳолатларда истеъмолчиларнинг ўзларини тутишлари агрессив бўлиши мумкин ва бу хизмат кўрсатишни амалга оширишда қийинчиликларни вужудга келтириши мумкин.

Шу нарса аниқ бўлсаки, истеъмолчи буюртма беришни хоҳлайди, лекин қарор қабул қила олмайди. Бундай ҳолатларда сервис бўйича мутахассис тўғри қарор қабул қилишга ёрдам берадиган саволлар бериши лозим бўлади. Агарда истеъмолчи буюртманинг мақсадга мувофиқ келишига шубҳаланса, сервис бўйича мутахассисга шубҳалар сабабларини хушмуомалалик билан аниқлаш ва унга тушинтиришлар беришга тўғри келади.

Сервис бўйича мутахассис тўхталишларсиз ўз вақтида ҳужжатларнинг расмийлаштирилишини таъминлаш, истеъмолчилар билан ҳисоб китобларни амалга ошириш, истеъмолчи танловини мақуллаш, унга ташриф учун минаддорчилик билдириш, у яна келишига умид билдириши лозим.

Асосий хизматларни таклиф этиш ҳамроҳ хизматлар ва товарлар билан қўшилиши мумкин.

Сервис ташкилотида унинг имиджига тўғри келадиган хизмат кўрсатишнинг ўз услуби бўлиши лозим. Хизмат кўрсатиш услуби, контакт зонасида намоён бўлади ва сервис такилоти ишловчиларига хос бўлган хизмат кўрсатишнинг амалий усуллари ўз ичига олади. Хизмат кўрсатиш услубни деталлаштириш, хизмат кўрсатиш сценарийсида акс эттирилади. Хизмат кўрсатиш сценарийси - бу сюжет схемасидир. Унга кўра у ёки бу хизматлар такдим этиш жараёнида истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш амалга оширилади. Сценарийда қисқача ҳолда босқичларга бўлинган ва кузатишларнинг турли хиллари (музикӣ, товушли, анимацияли ва бошқалар) кўрсатилган ҳолда хизмат кўрсатиш жараёни тарифланади.

Сервис ташкилотлари мустақил равишда хизмат кўрсатилаётган жойларда истеъмолчилар учун ўзларини тутиш қоидаларини ишлаб чиқишлари мумкин. Улар Ўзбекистон Республикасининг қонунларига зид келмаслиги лозим (чекишни чеклаш, устки кийимда бўлишни тақиқлаш ва ҳоказолар).

Контакт зонасидаги муҳит хизмат кўрсатиш амалга ошириладиган бинолар ички қиёфасининг жиҳозланиши, мебел, техник асбоб- ускуналар билан таъминланиши кўрсаткичлари, микроиклимий шароитлар (ёритиш, ранг тавсифлари, ҳаво ҳарорати ва намлиги, шовқин даражаси, покизалик ва тозалик) ва товуш кузатилиши ёрдамида шаклланади.

Контакт зонасидаги қулайлик ва хатарсизлиги хизматнинг хусусиятлари ва хизмат кўрсатиш сифатининг асосий таркиби бўлиб ҳисобланади. Контакт зонасидаги муҳит истеъмолчиларнинг ўзларини тутишлари ва ҳарид қилиш бўйича қарор қабул қилишларига таъсир кўрсатади.

Истеъмолчилар ҳаёт тарзи, дидлари, товарлар ва хизматларга талаблари билан фарқланади. Бажарувчи хизматларни танлашда ва ҳарид қилишни амалга оширишда бир қанча даврларга ажратиш мумкин.

Биринчи давр. Истеъмомлчи организмда субъектив ноқулайликларни ҳис қилиш ва эҳтиёжни англашни инсон тушунади, эҳтиёж мавжуд, эҳтиёжни қодириш унинг мақсадига айланади.

Иккинчи давр. Эҳтиёжларни қондириш учун воситаларни ўз ичига оловчи атроф муҳитни танлаб олиш. Эҳтиёжларни қондириш услубни англаш вужудга келади. Зарурий хизматлар тўғри аниқланади, қарор қабул қилиш жараёни бошланади.

Учинчи давр. Эҳтиёжларни қондириш бўйича ҳаракатлар.

Инсон хизмат тўғрисида маълумотни бешта асосий манбаадан олади:

- хотира (шахсий тажриба);
- шахсий манбаалар (дўстлар ва оила);
- мустақил манбаалар (истеъмомлчилар гуруҳлари);
- маркетинг манбаалари (тижорат ходимлари ва реклама);
- экспериментал манбаалар.

Маълумотларни тўплагандан сўнг истеъмомлчи ахборотни таҳлил қилади, сервис хизмат кўрсатиш (хизматнинг бажарувчиси) корхоналарнинг бир қанчасини танлайди, улар ичидан танлов амалга оширилади.

Танлов жараёнида истеъмомлчи хизмат кўрсатишнинг мазмунини таҳлил қилади ва хизматлар мақсадларга мувофиқлигини баҳолаш меъзонларини танлайди. Ушбу босқичда истеъмомлчи томонидан сарфланган вақт фарқланади ва эҳтиёжлар табиатига боғлиқ бўлади. Масалан: кўчмас мулк ҳаридорлари жуда кўп вақтни коттеж ёки хонадонларни, кўчмас мулкни сотиш билан шуғулланувчи агентликларни қидиришга сарфлайдилар. Лекин палтони тозалаш ёки оёқ кийимини тузатиш зарур бўлган истеъмомлчи кимёвий тозалаш ёки таъмирлаш бўйича устaxonани танлаш бўйича унча кўп ўйламайди.

Истеъмомлчилар хизматлар тўплами ва уларнинг бажарувчиларини қулай танлашни шакллантириш, ахборотни қайта ишлаш учун вақт ва меҳнат ҳаражатларини чегаралаш имконини берадиган хизматлар танловининг

меъзонларини аниқлашадилар. Хизматларнинг оптимал тўпламини тўлиқ муқобил тўплам деб номлаш мумкин. Хизматни танлаш меъзонини, баҳолаш меъзони деб аталади. Хизматларни танлашда фойдаланган баҳолаш меъзонларига мисол бўлиб, баҳо, сифат, қулайлик, хизмат кўрсатадиган ходимларнинг дўстоналиги ва хизматлар бажарувчисининг имиджи ҳисобланади.

Хизматларни танлашдаги тўлиқ муқобил тўплами одатда, товарларни танлашга қараганда кам бўлади, чунки ишлаб чиқариш корхоналари ва улардаги савдо маркаларининг сони хизматлар бажарувчиларига қараганда анча кўпдир. Ундан ташқари хизматлар ассортименти бажарувчининг ихтисослашуви билан чегараланади. Айрим сервис фирмалари турли жойларда ўз филиалларига эга. Бундай ҳолатда агарда фирма танланса муаммо бўлиб, қулай жойда жойлашган филиални танлаш ҳисобланади. Хизматларнинг тўлиқ тўплами чегараланишининг кейинги сабаби бўлиб шу нарса ҳисобланадики, ушбу географик нуқтада талабни қўллаб қуватлайдиган хизматлар бажарувчиларининг кам сони мавжуд ва шу сабабли истеъмолчи ўзи хоҳлаган хизматларни бажарувчи муқобил хизмат кўрсатувчиларнинг катта сонини топиши кам эҳтимоллидир.

Истеъмолчи хизматлар бажарувчиларни ўрганади, хизматларни тоифаларга бўлади, сифат даражасига баҳо беради, максимал фойдали самара кутилиши мумкин бўлган хизматлар ва унинг бажарувчисини танлайди ва буюртма беради.

Кўпчилик хизматларни англаш қийин, хизмат бўйича ахборотни фақат уни истеъмол қилиш тажрибаси беради. Янги хизмат истеъмолчиларда хавф- хатар туйғусини уйғотиши мумкин, у ўз навбатида хизматга бўлган қизиқишни камайтиради. Хавф - хатар ҳиссиёти хизматнинг сифат кафолатининг бўлмаслиги ва хизматнинг салбий натижасини тузатишининг мумкин бўлмаганлигига асосланиши мумкин. Шу сабабларга кўра истеъмолчилар сервис бўйича иш сифатлари маълум бўлган бир фирма, бир мутахассис хизматларидан фойдаланишга ҳаракат қилишадилар.

Тўртинчи давр. Хизмат кўрсатиш жараёнида эҳтиёжларни қондиришни яқунлаш ёки хизмат натижасини истеъмол қилиш.

Хизмат тўғрисидаги тасаввурнинг аниқлигидан хизмат кўрсатиш вақти боғлиқ бўлади. Сервис бўйича мутахассис истеъмолчига хизматлар мазмунини тушинтириши, уни тавсифлаши ва натижасини кўрсатиши лозим. Агарда хизмат истеъмолчи тасаввурларига тўғри келса, у буюртма беради.

Шу билан бирга истеъмолчи ўз онгида хизматлар натижасига эгалик қилиш тўғрисида аниқ тасаввур шакллантиради, ўз ҳолатини инобатга олган ҳолда натижани моделлаштиради. Масалан ўз хонадонига шароит ва жойлашишни, рангни инобатга олган ҳолда буюртма қилинган мебел тўғрисида тасаввурга эга бўлади.

Хизмат кўрсатиш жараёнида истеъмолчи унинг сифатига баҳо беради. Лекин хизмат кўрсатиш ва жами хизматлар тўғрисидаги якуний ҳулосага истеъмолчида хизмат натижасини олгандан сўнг ва хизматлар сифати тўғрисидаги дастлабки тасаввурларни ҳақиқий натижалар билан таққосланганлигидан сўнг қилинади.

Агарда истеъмолчини қондирадиган бўлса, унда хизматлар бажарувчисига нисбатан ижобий муносабат вужудга келади ва унинг хизматларидан яна фойдаланишга хоҳиш пайдо бўлади. Истеъмолчи талабларини қондирмайдиган хизматлар, унинг бажарувчисига нисбатан ноҳуш муносабатларни вужудга келтиради ва унинг хизматидадан воз кечишга олиб келади.

4.3. Истеъмолчиларга хизмат кўрсатишнинг асосий қоидалари.

Сервис ташкилотлари (бажарувчи) истеъмолчига (буюртмачига) хизмат кўрсатиш (ишларни бажариш) шартномасига асосан хизмат кўрсатади. Ушбу шартнома ёзма шаклда (квитанция ёки бошқа ҳужжат) расмийлаштирилади.

Шартномада (квитанцияда) қуйидаги маълумотлар кўрсатилади:

- хизматларни бажарувчи ташкилотнинг (якка тартибдаги тадбиркор учун фамилия, исми, шарифи, давлат рўйхатидан ўтказилганлиги тўғрисида маълумот) фирмали номланиши (номланиши) ва жойлашиши (юримдик манзили);

- хизмат тури;

- хизмат баҳоси;

- материаллар (буюмлар)нинг аниқ номи, таърифи ва баҳоси. Бу шундай ҳолатда содир бўладики, агарда хизмат бажарувчи материалларидан ёки истеъмолчи материалларидан (буюмидан) тайёрланадиган бўлса;

- истеъмолчи томонидан хизматлар баҳосини тўлиқ тўланганлиги тўғрисида белги ёки ҳужжатларни расмийлаштириш пайтида олдиндан қисман тўлаш (аванс);

- қабул қилиш ва буюртмани бажариш муддатлари;

- иш натижаларига кафолатланган муддатлар;

- кўрсатилган хизматларнинг ўзига хослиги билан боғлиқ бўлган қолган зарурий маълумотлар;

- буюртмани қабул қилган шахснинг амали, унинг имзоси, шунингдек буюртмани топширган истеъмолчининг имзоси.

Шартноманинг бир нусхаси хизмат бажарувчиси томонидан истеъмолчига берилади.

Истеъмолчининг қатнашган ҳолдаги бажарган хизмат кўрсатиш тўғрисидаги шартнома касса чеки, чиптаси ва ҳоказолар йўли билан расмийлаштирилиши мумкин.

Хизматлар кўрсатиш тўғрисидаги шартномани тасдиқловчи ҳужжат йўқолган бўлса, истеъмолчининг шахсини тасдиқловчи паспорт ёки бошқа ҳужжат тақдим этилиши, ва у томонидан ёзилган ёзма ариза асосида хизматлар кўрсатилади.

Хизматларни кўрсатиш учун олдиндан берилган буюртма ҳужжатини тузиш (буюртма ёки квитанция) орқали расмийлаштирилади. Олдиндан

берилган буюртмалар сервис ташкилоти ходими томонидан шахсан истеъмолчидан, телефон бўйича, почта ва электрон почта орқали қабул қилинади.

Сервис ташкилоти (бажарувчи) хизматни шартнома шартларига таалукли равишда бажаради. Хизмат сифати шартномада кўрсатилган сифатга мос келиши лозим. Агарда шартномада хизмат сифати кўрилмайдиган бўлса, сервис фирмаси ушбу мақсадларга тўғри келадиган ва одатда фойдаланиладиган ушбу турдаги хизматни кўрсатишга мажбур. Агарда истеъмолчи шартномани тузиш пайтида бажарувчига хизмат кўрсатишнинг аниқ мақсадлари ҳақида хабардор қилса, бажарувчи ушбу мақсадларга мос келадиган хизматларни бажаришга мажбур. Агарда Ўзбекистон Республикаси қонуни ёки норматив, ҳуқуқий ҳужжатларда хизмат сифатига мажбурий талаблар кўзда тутилган бўлса, унда тақдим қилинаётган хизмат ушбу талабларга мос келиши лозим.

Сервис ташкилоти (бажарувчи) хизматни истеъмолчисига у билан келишган вақтда кўрсатишга мажбур.

Хизматни бажариш муддатлари шартномада кўрсатилган муддатларга мос келиши лозим. Шартномада хизмат кўрсатишнинг ҳақиқий муддати ҳақида белги қўйилади. Истеъмолчининг уйида хизмат кўрсатишда, сервис ташкилоти ўзининг сервис бўйича мутахассисини истеъмолчи билан келишилган вақтда келишини таъминлайди. Буюртмани бажариш учун материаллар белгиланган талабларга мос келиши лозим ва у таалукли ҳужжат билан (сертификат, мос келиш декларацияси) тасдиқланиши лозим.

Қуйидагилар аниқланган ҳолатларда сервис (хизмат бажарувчиси) истеъмолчини огоҳлантириши зарур ва хизмат кўрсатишни унинг кўрсатмаларигача тўхтатишга мажбур:

- истеъмолчи томонидан бажарувчига берилган материаллар, асбоб ускуна, техник ҳужжатлар ёки қайта ишлаш учун буюмнинг яроқсизлиги ва паст сифатли бўлганида;

- ишлар (хизмат кўрсатиш) ни бажариш услуги тўғрисида истеъмолчи кўрсатмаларидан кейин ҳам, унинг учун мумкин бўлган нохушликлар вужудга келган бўлса;

- бажарилаётган ишнинг натижасига салбий таъсир кўрсатадиган ёки уни ўз вақтида тугаллашга имкон бермайдиган, бажарувчига боғлиқ бўлмаган бошқа шароитларнинг мавжудлигида.

Агарда истеъмолчи, ўз вақтида ва асосланган огоҳлантиришларга қарамасдан, яроқли бўлмаган ва паст сифатли материалларни, асбоб-ускуналарни, техник ҳужжатларни ёки бажарувчига берилган буюмни алмаштирмаса, ишларни бажариш (хизмат кўрсатиш) усули бўйича кўрсатмаларни ўзгартирмаса, ундан ташқари буюм яроқлилигининг бузилишига олиб келиши мумкин бўлган ҳолатларни бартараф этиш учун зарурий чора-тадбирларни қўлламаса, сервис ташкилоти (бажарувчи) ишларни бажариш (хизмат кўрсатиш) шартномасини бекор қилиши ва уни бекор қилишда унга етказилган зарарни қоплашни талаб қилиши мумкин.

Агарда иш тўлиқ ёки қисман истеъмолчи материалида бажарилган бўлса, бажарувчи ушбу материалнинг (буюмнинг) сақланишига ва ундан тўғри фойдаланишга жавоб беради. Иш тугагандан сўнг, бажарувчи истеъмолчига материал ҳаражатлари тўғрисида ҳисобот бериши ва қолган материални қайтариши лозим, ёки истеъмолчининг розилиги билан бажарувчида қолган фойдаланилмаган материал ҳисобига иш баҳосини камайтириши мумкин.

Агарда истеъмолчидан қабул қилинган материал (буюм) тўлиқ ёки қисман йўқотилган ёки бузилган бўлса, сервис ташкилоти (бажарувчи) уч кунлик муддат ичида худди шундай сифатдаги ва ўхшаш материалга (буюмга) алмаштириши ва истеъмолчининг хохишига кўра ўхшаш материал (буюм) дан керакли муддатда маҳсулот тайёрлаши лозим. Худди шундай сифатдаги ва ўхшаш материал (буюм) бўлмаган тақдирда, истеъмолчига йўқотилган (бузилган) материал (буюм) нинг икки баробар баҳосини тўлаши, шунингдек истеъмолчи кўрган зарарларни қоплаши лозим. Бажарувчи

истеъмолчидан қабул қилиб олган материал (буюм) нинг тўлиқ ёки қисман йўқотилиши (бузилиши) учун жавобгарликдан озод бўлади, қачонки тўлиқ ёки қисман (бузилиш) йўқотишга олиб келиши мумкин бўлган материалнинг (буюмнинг) алоҳида хусусиятлари тўғрисида истеъмолчини огоҳлантирган бўлса. Истеъмолчи томонидан материалнинг (буюмнинг) ўзига хос хусусиятларини билмаслиги, уни жавобгарликдан озод қилмайди.

Истеъмолчи унга ишни топширилганга қадар хоҳлаган пайтда ишларни бажариш тўғрисидаги шартноманинг бажарилишидан воз кечиши мумкин. Бундай ҳолатда у сервис ташкилотига белгиланган баҳонинг бир қисмини тўлайди, яъни муносиб равишда шартноманинг бажарилишини тўхтатиш бўйича хабар бергунча берилган ишларнинг қисми учун.

Истеъмолчи шунингдек бажарувчига шартномани бажариш мақсадида ушбу пайтгача қилинган ҳаражатларни қоплаши лозим, агарда улар бажарилган иш баҳосининг кўрсатилган қисмига кирмаса.

Истеъмолчи хизматлар кўрсатиш бўйича шартноманинг бажарилишидан воз кечиши мумкин, қачонки у бажарувчига ҳақиқий етказилган ҳаражатларни тўлаган бўлса.

Истеъмолчи шартномада кўрсатилган муддатларда бажарувчининг иштирокида бажарилган ишни (унинг натижасини) кўздан кечиришга мажбур. Иш натижасини ёмонлаштирадиган ёки ишдаги қолган камчиликлар туфайли шартномадан четланиш ҳолати аниқланганда, истеъмолчи зудлик билан бу ҳақида бажарувчига билдириши лозим. Акс эттирилган камчиликлар акт ёки бошқа қабул қилишни тасдиқлайдиган ҳужжатларда ёзилиши лозим.

Истеъмолчи томонидан бажарилган иш (хизмат) натижаларини олишга келмаслик ёки қабул қилишдан бош тортиши ҳолатларида, сервис ташкилоти истеъмолчини ёзма равишда огоҳлантириши ва ушбу огоҳлантиришдан икки ой ўтгач иш натижасини қулай нархда сотиши мумкин. Бажарувчи томонидан барча тўловларни ажратиб ташлаган ҳолдаги,

сотишдан келиб тушган маблағлар Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик Кодексида кўзда тутилган тартибда депозит рақамига ўтказилади.

Хизматлар кўрсатиш (ишларни бажариш) бўйича шартномадаги мажбуриятларни бажармаслик ёки керакли даражада бажармаслик учун сервис ташкилоти Ўзбекистон Республикаси қонунчилигида ва шартномада кўзда тутилган жавобгарликка эгадир.

Кўрсатилган хизматларда камчиликлар аниқланган ҳолатларда истеъмолчи ўз хохишига кўра сервис ташкилотидан қуйидагиларни талаб қилишга ҳақлидир:

- кўрсатилган хизматлардаги камчиликларни пулсиз бартараф этишни;
- кўрсатилган хизмат баҳосини таалуқли равишда камайтириш;
- ўхшаш материалдан ва бир хил сифатдаги бошқа буюмни пулсиз тайёрлашни ёки ишни қайтадан бошлашни. Шу билан бирга истеъмолчи бажарувчи томонидан унга берилган буюмни қайтаришга мажбур;
- кўрсатилган хизматлардаги камчиликларни ўз кучи билан ёки учинчи шахс томонидан бартараф этиш учун сарфланган ҳаражатларнинг қопланишини.

Истеъмолчи хизмат кўрсатиш бўйича шартномани бузишга ва етказилган зарарни тўлиқ қоплашни талаб қилишга ҳақли, қачонки сервис ташкилоти ишловчилари томонидан шартномада кўрсатилган муддатда камчиликлар бартараф этилган бўлмаса.

Истеъмолчи хизмат кўрсатиш бўйича шартномани бузиши мумкин, агарда у томонидан кўрсатилган хизматда жиддий камчиликлар бўлса ёки шартнома шартларидан жиддий четланиш аниқланган бўлса. Ундан ташқари истеъмолчи кўрсатилган хизматдаги камчиликлар орқали етказилган зарарларни тўлиқ қопланишини талаб қилиш ҳуқуқига эга.

Зарарлар истеъмолчининг таалуқли талабларини қондириш учун белгиланган муддатларда қопланади.

Истемочи ишни қабул қилгандан сўнг, шартномадан четланиш ёки оддий қабул қилиш услубида (яширин камчиликлар) аниқлаш имкони бўлмаган, шу жумладан бажарувчи томонидан атайин яширилган четланишларни аниқласа, бу ҳақда бажарувчини хабардор қилиши лозим.

Истеъмолчи кўрсатилган хизматдаги камчиликлар билан боғлиқ бўлган талабларни кафолат муддати давомида талаб қилиши мумкин. Агарда ушбу кафолат бўлмаса, кўрсатилган хизматлар қабул қилинган кундан бошлаб, икки йил давомида. Ушбу камчиликлар қурилиш ёки бошқа кўчмас мулкда аниқланса, беш йил давомида талаб қилиш мумкин.

Сервис ташкилоти кафолат муддати белгиланмаган хизматдаги камчиликлар учун жавоб беради, қачонки ушбу камчиликлар у томонидан хизматни қабул қилишгача вужудга келганини ва бошқа сабабларни исботлай олса.

Кафолат муддати ўрнатилган хизматларга нисбатан сервис ташкилоти (бажарувчи) унинг камчиликлари учун жавоб беради, агарда истеъмолчи томонидан хизмат натижасида фойдаланиш қоидаларини бузиш натижасида ушбу камчиликлар хизмат қабул қилингандан сўнг содир бўлганлигини ва учинчи шахслар ҳаракатлари борлигини исботлай олмаса.

Агарда кафолат муддати икки йилдан (кўчмас мулк учун беш йил) кам муддатни ташкил этса ва истеъмолчи томонидан хизматлар камчилиги кафолат муддатидан кейин, лекин икки йил (кўчмас мулк учун беш йил) доирасида аниқланган бўлса, истеъмолчи сервис ташкилотига даво талабларини қўйишга ҳақлидир, агарда исботласа, ушбу камчиликлар у томонидан хизмат натижасини қабул қилгангача вужудга келганлигини ёки ушбу пайтгача пайдо бўлган бошқа сабабларни.

Агарда сервис ташкилоти (бажарувчи) хизматлар кўрсатиш муддатларини бузса, ёки хизмат ўз вақтида кўрсатилмаслиги аниқ бўлса, истеъмолчи ўз хохишига кўра бажарувчига янги муддат белгилаши, тўғри келадиган нархларда хизмат кўрсатишни учинчи шахсларга топшириши, уни ўз кучи билан бажариши ва бажарувчидан етказилган зарарнинг

қопланишини талаб қилишга ёки хизмат кўрсатиш бўйича шартномани бекор қилишга ҳақлидир.

Истеъмолчи шунингдек хизмат кўрсатиш муддатларининг бузилиши сабабли унга етказилган зарарларнинг тўлиқ қопланишини талаб қилишга ҳақли. Хизмат кўрсатиш белгиланган муддатларининг ёки истеъмолчи томонидан белгиланган янги муддатларнинг бузилиши ҳолатида, сервис ташкилоти (бажарувчи) истеъмолчига ҳар бир ўтиб кетган кун (соат, агарда муддат соатда белгиланган бўлса) учун хизмат кўрсатиш баҳосининг уч фоизи, агарда хизмат кўрсатиш баҳоси шартномада белгиланмаган бўлса, буюртма умумий баҳосининг уч фоизи миқдорида жарима тўлайди.

Истеъмолчи ва бажарувчи ўртасида хизматлар кўрсатиш бўйича тузиладиган шартномада жариманинг юқори фоизи белгиланиши мумкин.

Хизмат кўрсатиш бўйича шартнома бекор қилинганда, бажарувчи хизмат кўрсатиш жараёнида вужудга келган ўз ҳаражатларининг қопланишини, шунингдек кўрсатилган хизматлар учун тўловни талаб қилишга ҳақли эмас, истесно сифатида фақат шундай ҳолатдаки, агарда истеъмолчи кўрсатилган хизматларни қабул қилса.

Ўз материалидан фойдаланилган ҳолда хизматларни бажарувчи сервис ташкилоти (бажарувчи) унинг сифати учун фуқаролик қонунчилигига тааллуқли равишда, керакли даражада сифати бўлмаган товарлар учун сотувчи жавобгарлиги қоидалари бўйича жавоб беради. Бажарувчи томонидан истеъмолчи талабларини қондиришнинг тартиби ва муддатлари, шунингдек ушбу муддатларнинг бузилиши бўйича жавобгарлик Ўзбекистон Республикасининг «Истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида» ги қонуни билан тартибга солинади.

Истеъмолчи сервис ташкилоти (бажарувчи) билан келишилган муддатлар ва тартибларда кўрсатилган хизматларга ҳақ тўлашга мажбур.

Кўрсатилган хизматлар учун истеъмолчи билан ҳисоб - китобларда бажарувчи истеъмолчига уларнинг тўловини тасдиқловчи ҳужжат беради (касса чеки, счет ва бошқалар).

Ўзбекистон Республикасида хизматларни тақдим этиш қоидалари ва уларга талаблар Ўзбекистон Республикасининг «Истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида» ги қонунида, алоҳида хизмат турларини кўрсатиш қоидалари хизмат турлари учун стандартлар ва бошқаларда акс эттирилади.

Такрорлаш учун саволлар.

1.Истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш учун асос бўлиб қайси ҳужжат ҳисобланади? Ушбу ҳужжатда қайси маълумот бўлиши керак?

2.Хизматларни (ишларни) бажариш учун шартноманинг тўхтатилиш ҳолатларини таъкидланг.

3.Шартнома шартларининг бажарилиши учун хизмат бажарувчиси қандай жавобгарликка эга?

4.Хизмат бажарувчиси айби билан шартноманинг бузилган ҳолатида зарарлар қандай ва қайси тартибда қопланади? Кўрсатиладиган хизматдаги камчиликлар билан боғлиқ талабларни истеъмолчи қайси муддатларда тақдим этиш ҳуқуқига эга?

5.Истеъмолчи ташаббусига кўра шартнома тўхтатилса ёки унинг бажарилган иш натижасига келмаган пайтида бажарувчига зарарлар қандай ва қайси тартибда қопланади?

6.Хизматни бажариш учун олинган материалнинг (буюмнинг) йўқотилиши ёки бузилиши учун зарарни бажарувчи қандай ва қайси тартибда қоплайди? Қайси ҳолатларда бажарувчи жавобгарликдан озод бўлади?

7.Истеъмолчи томонидан хизматга ҳақ тўлаш қандай амалга оширилади?

Таянч иборалар

Хизмат кўрсатиш соҳасининг хусусиятлари

Хизматлар асартименти

Хизматлар сифати

Эҳтиёжларни функционал белгиланиши

Шахсий эҳтиёжлар

Умумий оилавий эҳтиёжлар

Қондириладиган эҳтиёжлар

Хизмат кўрсатишнинг контакт зонаси

Хизмат кўрсатиш сценарийси

Сервис имиджи

Хизмат кўрсатиш шартномаси

Квитанция

Олдиндан ҳақ тўлаш

Буюртма

Кафолот муддати

5. БОБ. СЕРВИС ТИЗИМИ ХИЗМАТЛАРИ СИФАТИ ВА КОРХОНАНИНГ СЕРВИС ФАОЛИЯТИ САМАРАДОРЛИГИ.

5.1. Сервис тизими хизматларининг сифати.

Истеъмолчининг хизматдан қониқиш даражаси хизмат сифати, бажарилиши ва хизмат натижасига боғлиқ бўлади.

Хизмат сифати - бу истеъмолчининг белгиланган ва кўзда тутилаётган эҳтиёжларини қондириш имкониятларини аниқловчи хизматларнинг тавсифлари йиғиндисидир.

Хизмат сифати кўпчилик ҳолатларда истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш сифатига боғлиқ.

Хизмат кўрсатиш сифати - бу истеъмолчининг белгиланган ва кўзда тутилаётган эҳтиёжларининг қондирилишини таъминлайдиган жараён ва хизмат кўрсатиш шароитларининг тавсифлари йиғиндисидир.

Хизматлар истеъмолчига хизматнинг бажарувчиси ва истеъмолчиси ўртасида тузиладиган пудрат шартномаси (моддий хизматлар учун) ва хизмат кўрсатиш шартномаси (ижтимоий - маданий хизматлар учун) асосида тақдим қилинади. Хизматлар сифатига шартнома шартларига риоя қилиш (бажарилган ишлар номенклатураси, муддатлар, ишлар сифатига талаблар) орқали баҳо бериш мумкин.

Барча тақдим этилаётган хизматлар норматив талабларга мос келиши лозим. Хизматлар бажарувчиси давлат стандартлари технологик регламентлар, санитар, ёнғинга қарши қоидалар ва бошқа норматив ҳужжатларда белгиланган хизматлар сифати уларнинг ҳаёт, инсонлар соғлиғи, атроф - муҳит ва мулкка хатарсизлиги бўйича мажбурий талабларга риоя қилиши шарт.

Хизматлар сифати уларнинг истеъмол хусусиятлари орқали аниқланади ва товарлар сифатига қараганда қийин категория бўлиб ҳисобланади, чунки истеъмолчи нафақат хизмат натижасини ўзлаштиради, балки қатор ҳолатларда уни кўрсатиш иштирокчиси бўлиб ҳам ҳисобланади. Ундан ташқари, кўпчилик товарлар бир андозада ва истеъмолнинг стандарт шароитларига мўлжалланган ҳисобланади, хизматлар эса истеъмолчининг шахсий ҳолатини инобатга олган ҳолда яқка тартибда кўрсатилади.

Хизмат (хизмат кўрсатиш) хусусиятлари - бу хизматнинг (хизмат кўрсатишнинг) объектив хусусиятларидир. У уни кўрсатиш ва истеъмолида (хизмат кўрсатишни амалга оширишда) намоён бўлади.

Хизматлар ва хизматнинг кўрсаткичлари сифати, сифат кўрсаткичлари билан тавсифланади.

Хизмат (хизмат кўрсатиш) сифат кўрсаткичи – бу уларнинг сифатини ташкил этувчи хизматнинг (хизмат кўрсатишнинг) бир ёки бир неча хусусиятларининг сон тавсифидир.

Хизматлар сифати кўрсаткичлари қуйидагиларда фойдаланилади:

- стандартлар ва техник регламентларда ўхшаш хизматлар гуруҳлари (турлари) хизматлар кўрсатиш жараёнлари, сервис корхоналари, ходимлари ва сифатни бошқариш бўйича сифат кўрсаткичлари номенклатурасини шакллантиришда;
- хизматлар таалукчилига (сервис корхонаси ходимларининг хизмат кўрсатиш жараёни), ўлчаш (назорат, баҳолаш) параметри ва уларнинг метрологик таъминланганлигининг таалукчилигини баҳолаш бўйича қоида ва таклифларни ишлаб чиқишда;

- хизмат натижаларини қадоқлаш, ўраш, юклаш - тушириш ва сақлаш қоидаларини ишлаб чиқишда;
- хизмат натижалари ва хизмат кўрсатиш жараёнига эксплуатация, таъминлаш, рекламациялар тақдим қилиш қоидаларини ишлаб чиқишда.

Ундан ташқари, сифат кўрсаткичларидан контрактларда (шартномаларда), сифат кўрсаткичлари номенклатурасини тузишда фойдаланилади.

Сифат кўрсаткичларининг асосий функцияси бўлиб, хизматлар сифатини, корхона ходимларининг хизмат кўрсатиши, иши ва бошқаларни назорат қилиш ҳисобланади. Сифат кўрсаткичлари асосида сифатни назорат қилиш ва баҳолаш амалга оширилади.

Хизматни бажариш сифати хизмат бажарувчисининг касбий маҳоратига боғлиқ бўлади.

Хизмат натижасининг сифати ишлаб чиқариш жараёнида фойдаланган материаллар ва хом - ашёлар, хизмат кўрсатиш технологияларини такомиллаштириш, истеъмолчиларга хизмат кўрсатувчи мутахассислар маҳорати ва уста - технологлар касбий малакаларига боғлиқ бўлади. Маҳсулотларни таъмирлаш ва тайёрлаш, кимёвий тозалаш ва маҳсулотларни бўяш бўйича моддий ҳаражатлар натижалари сифатини таъмирланган, бўялган ва тайёрланган маҳсулотлар сифатлари кўрсаткичлари асосида ҳисоб - китоб усуллари орқали баҳолаш мумкин. Қолган турдаги хизматларни бажариш натижасининг сифатини, сон жиҳатидан баҳолаш қийин ҳисобланади. Баҳолаш субъектив ва ноаниқ тавсифга эга бўлади. Шу сабабли хизмат натижасининг иқтисодий самарадорлигини баҳолашни амалга ошириш мумкин.

Хизматлар сифати кўрсаткичларининг номенклатураси бир неча гуруҳ кўрсаткичларидан ташкил топади: белгиланиш, хавфсизлик, ишончлилиқ, ходимларнинг касбий даражаси, ижтимоий белгиланиш, эстетик кўрсаткичлар ва ахборотлаштириш кўрсаткичлари.

Хизматлар сифати даражасига баҳо беришда хизмат баҳоси, уни яратиш ва тақдим этиш ҳаракатлари каби иқтисодий кўрсаткичларни ҳам инобатга олиш лозим.

Хизматнинг белгиланиш кўрсаткичлари функцияларнинг бажарилиш сифатини аниқлашга мўлжалланган, хизмат хусусиятлари тўпламини тавсифлайди.

Белгиланиш кўрсаткичлари тўртта кичик гуруҳларга бўлинади:

1. Қўлланилиш кўрсаткичлари.
2. Бир бирига мослик кўрсаткичлари.
3. Корхона кўрсаткичлари.
4. Алоҳида хизмат турларига хос бўлган ўзига хос кўрсаткичлар.

Қўлланилиш кўрсаткичлари уларнинг бажарилишига мўлжалланган ва уларни тарқатиш соҳасини асослайдиган, асосий функцияларни аниқлайдиган хизматнинг хусусиятларини тавсифлайди.

Қўлланилиш соҳасини асословчи кўрсаткичлар бўлиб, шунингдек маҳсулотнинг бир бирига мослиги кўрсаткичлари хизмат қилади. Яъни моддий хизматлар натижасини қолган маҳсулотлар билан мослиги ёки бир хизматни тақдим қилиш жараёнининг бошқа хизмат кўрсатиш жараёнига мос келиши.

Мос келишнинг қуйидаги турлари мавжуд:

- функционал (бошқа хизматни бажаришга тўсиқларнинг бўлмаслиги);
- геометрик (мавжуд хизматнинг қолган ҳамкорликда фойдаланиладиган маҳсулотлар билан қўшилиши ёки кенглик размерлари, шакллари бўйича мос келиши);
- биологик (турли хил дорилар ёки муолажалар, озиқ- овқат маҳсулотлари, косметика воситаларининг, тиббий хизмат кўрсатишда ёки овқатланишда аллергия реакциялари бўлмаслиги билан мос келиши);

- электромагнит (хизмат натижаси бўйича ҳамкорликдаги иш ва қолган маҳсулотларнинг ўзаро электромагнит тўсиқларининг бўлмаслиги бўйича мос келиш имконияти);
- электрик (хизматлар натижасини электр токи, қувватларига улаш имконияти);
- дастурли (ҳамкорликда фойдаланиладиган хизмат натижалари ва бошқа маҳсулотлар учун ягона дастурлар ва дастурлаштириш тилларидан фойдаланиш имкониятлари билан аниқланади);
- технологик (хизматни тақдим этиш жараёнида ёки унинг натижасида, қолган ҳамкорликда фойдаланиладиган объектлардаги технологияларга мос келмасликнинг бўлмагани билан аниқланади);
- метрологик (ҳамкорликда фойдаланиладиган хизмат натижаси ва бошқа маҳсулотларнинг нормалар ва параметрларга ўзаро тўғри келиши, ўлчаш воситаларининг кичик хатоликларининг мос келиши);
- ахборот (тақдим этилаётган ахборотнинг ҳажми, тури ва шакллариининг истеъмолчи ёки ҳамкорликда фойдаланиладиган объектлар талабларига мос келиши).

Хизмат кўрсатиш бўйича унинг асосий имкониятларини тавсифловчи хизмат соҳаси корхонасининг сифати кўрсаткичларига қуйидагилар киради: корхонанинг моддий техника базаси, истеъмолчиларга хизмат кўрсатишнинг санитария покизалик ва эргономик шароитлари, муомала этикаси ва қўшимча хизматлар олиш имкониятлари, кутиш ёки истеъмолчига хизмат кўрсатишнинг ўртача вақти, муаян вақт бирлигида хизмат кўрсатилган истеъмолчиларнинг ўртача сони, шунингдек хизмат кўрсатиш қоидаларида маълум устувор категориядаги истеъмолчиларга (болалар, ногиронлар, қариялар ва бошқалар) хизмат кўрсатишнинг мавжудлиги.

Моддий техника базаси қуйидагилар билан тавсифланади:

- фойдаланиладиган сотиш ва хизмат кўрсатиш усуллари, кўрсатиладиган хизматлар ассортиментиини инобатга олган ҳолдаги маълум

турлар ва моделлар, размерлар, шакллар ва белгиланишдаги технологик асбоб - ускуна, анжомнинг рационал тўпламининг мавжудлиги;

- хизмат кўрсатиш жараёни ва истеъмолчиларнинг рационал ҳаракатини ташкил этиш учун зарурий биноларнинг мавжудлиги, уларнинг рационал жойлашиши, қўйилган маҳсулот намуналарининг максимал кўриниши, хизматларнинг тарифланиши;

- ахборотни қайта ишлаш учун техник воситаларнинг мавжудлиги.

Сервис ташкилотларининг хизматлари юқори малакали ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш ходимлари томонидан юқори қулайлилик ва моддий- техник таъминланганлик шароитида тақдим этилиши лозим.

Истеъмолчиларга хизмат кўрсатишнинг эргонометрик шароитлари, хизмат кўрсатиш шароитларининг истеъмолчиларнинг гигиеник, психофизиологик хусусиятларига мос келишини тавсифлайди.

Эргономика талабларига риоя қилиш қулайликни таъминлайди ва истеъмолчиларнинг соғлиғи ва меҳнат қобилиятларининг сақланишига имконият яратади.

Хизмат кўрсатишнинг эргономик шароитлари тавсифланади:

- истеъмолчиларнинг физиологик ва психологик хусусиятларига мос келиши билан;

- хизматни бажаришда истеъмолчиларга қулайлик яратиш билан ушбу қулайликларга: товарларни савдо залларига, истеъмолчиларни салонларда, кириш, чиқишларда, секцияларда, буюртмани қабул қилиш пунктларида қулай жойлаштириш ва бошқалар киради;

- санитария- покизалик кўрсаткичлари билан (микроиклим, хизмат кўрсатиш зали ва асбоб - ускуналарнинг тозалиги, ходимлар ташқи кўриниши ва кийимларининг тозалиги, шовқин даражаси ва бошқалар).

Ташриф буюрувчиларга хизмат кўрсатиш салонининг ташқи қиёфасининг безатилиши ва жойлашувини режалаштириш, мебел ва асбоб-ускунани жойлаштириш, ходимларнинг ташқи кўриниши, истеъмолчиларда шаклланган психологик қабул қилиш, ташкилотнинг ихтисоси ва фирмали

услугага мос келиши лозим. Хизмат кўрсатиш залидаги муҳит унинг ранг, ёруғлик ва товушли жиҳозланиши, истеъмолчиларда ижобий таъсурот қолдириши лозим.

Хизматларнинг инсоннинг физиологик ва психологик хусусиятларига мос келиши, истеъмолчига қулайлик, шинамлик туйғусини таъминлаши лозим.

Қулай шароит ва шинамликни ташкил этишда муҳим ролни истеъмолчилар билан муомала этикаси ўйнайди.

Истеъмолчилар билан муомала этикаси сервис ташкилоти хизмат кўрсатиш ходимларининг маданияти ва ушбу этик қоидаларга риоя қилинишига асосланади.

Қутиш ва хизмат кўрсатишнинг ўртача вақти хизматларни ижро этишнинг муддати ва давомийлиги дақиқаларда, соатларда, календар кунларида ва бошқаларда ўлчанади. Хизмат кўрсатишнинг давомийлиги ва хизмат кўрсатиш вақти хизмат тури ва иш тавсифига боғлиқ. Масалан, сартарошхонада узок қабулни қутиш, ҳаво транспортида узок вақт учиш, узок қурилиш ва таъмирлаш истеъмолчилар томонидан салбий баҳоланади ва аксинча космитолог- визажист, сотувчи маслаҳати ижобий баҳоланади.

Қўпчилик ҳолатларда хизматлар бажарилишининг давомийлиги қанча кам бўлса, унинг истеъмолчига қимматлилиги юқори бўлади ва рақобатбардошлиги ошади.

Хизмат истеъмолчи томонидан белгиланган аниқ вақтда бажарилиши лозим, акс ҳолда у ўз қимматини йўқотиши мумкин. Масалан автомобилни таъмирлаш муддатининг чўзилиши иш қобилиятининг йўқолишига олиб келадиган дам олиш ва иш учрашувига боришни бекор қилиш билан йўқотилган вақт, тиббий хизмат кўрсатишни бекор қилиш каби қопланиб бўлмайдиган йўқотишларни вужудга келтиради.

Хизмат кўрсатиш вақти деганда истеъмолчининг бевосита хизмат бажарувчиси билан ўзаро ҳаракати давомидаги давр тушинилади.

Норматив кўрсаткич сифатида хизматни бажаришнинг давомийлиги кўрсаткичидан фойдаланилади, яъни хизматни бажариш учун белгиланган норматив вақтидан.

Хизматни бажариш муддати - бу хизмат бажарилиши мумкин бўлган календар санадир. Хизматни бажариш муддати шартномада акс эттирилади. Хизматни бажариш муддатининг бузилиши, хизматлар сифатини камайтиради ва сервис ташкилоти учун нохуш оқибатларга олиб келади.

Жумладан оммавий овқатланиш хизматларини кўрсатиш бўйича коидаларда қуйидагилар таъкидланади «Хизматлар кўрсатиш бўйича олдиндан берилган буюртмаларни бажариш муддатлари бузилса, кўрсатилаётган хизматларда камчиликлар аниқланган бўлса, истеъмолчи ўз хохишига кўра қуйидагиларга ҳақлидир:

- бажарувчига янги муддат белгилаши, ушбу муддат давомида бажарувчи хизматни кўрсатишга киришиши ёки уни тугатиши, ва кўрсатиладиган хизмат баҳосини камайтишини талаб қилиши;
- кўрсатилаётган хизмат баҳосининг камайтирилишини талаб қилиши;
- истеъмолчи томонидан белгиланган муддатда камчиликларнинг беғараз бартараф этилишини ёки таалукли сифатдаги ўхшаш озиқ- овқат маҳсулотининг тайёрланишини ёки уни бошқа маҳсулотга алмаштирилишни талаб қилиши;
- хизматдан воз кечиши».

Истеъмолчи шунингдек хизмат кўрсатиш бошланиш ва тугатиш муддатларини бузилишига боғлиқ ҳолда, унга етказилган зарарларнинг тўлиқ қопланишини талаб қилишга ҳақлидир.

Хизматлар ташкилотнинг иш режими таалукли равишда кўрсатилади.

Давлат ташкилотларидаги иш режими маҳаллий ҳокимият органлари томонидан белгиланади, қолган мулк шаклларидаги корхоналар ва якка

тартибдаги тадбиркорлар учун иш режими, улар томонидан мустақил равишда белгиланади.

Хизматларни вақтинчалик тўхтатиш ҳолатларида (режали санитар кунларини ўтказиш, таъмирлаш ва бошқа ҳолатларда) бажарувчи истеъмолчига ўз фаолиятини тўхтатиш санаси ва муддатлари тўғрисида ўз вақтида ахборот бериши лозим.

Хавфсизлик кўрсаткичлари хизматлар тақдим этиш натижаси ва жараёнининг фуқаролар ҳаёти, соғлиғи, мулкига ва атроф муҳитга хавфсизлигини тавсифлайди.

Хизматлар ва уларни тақдим этиш шароитлари истеъмолчилар ҳаёти ва соғлиғига хатарсиз бўлиши ва уларнинг мулкларининг сақланиши ва атроф муҳитни қўриқлашни таъминлаши лозим.

Истеъмолчи учун хизмат хатарсизлиги - бу шундай ҳолатни, унда зарар ва йўқотишлар хавф - хатари мумкин бўлган даража билан чегараланади.

Хавфсизлик хизмат кўрсатиш жараёни ҳамда хизматнинг моддий натижасини истеъмол қилишда таъминланиши лозим.

Хизматларни тақдим қилишда, уларни ишлаб чиқаришда тақдим қилинадиган хом - ашё ва материалларнинг хавфсизлиги таъминланиши лозим.

Хизматни тақдим этиш, истеъмол қилишга хизмат кўрсатиш ва уни ташкил этиш, ишларни бажариш, маҳсулотларни сақлаш шароитлари, маҳсулотларнинг таалуқли норматив- техник ҳужжатлаштириш нормалари, санитар норма ва қоидаларга, санитар - гигиеник, микробиологик ва тиббий-биологик кўрсаткичлар талабларига жавоб бериши лозим.

Сервис ташкилотининг ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш ходимлари таалуқли махсус тайёргарликга эга бўлишлари ва санитария, шахсий покизалик талабларига риоя қилишлари лозим.

Хавфсизлик кўрсаткичлари уч кичик гуруҳга бўлинади:

1. Фуқароларнинг ҳаёти, соғлиғи ва мулклари хатарсизлиги кўрсаткичлари.

2. Атроф муҳит учун хавфсизлик кўрсаткичлари.

3. Мол-мулк ва ахборотнинг сақланиши кўрсаткичлари.

Фуқароларнинг ҳаёти, соғлиғи ва мулки хавфсизлиги хизматни тақдим этиш натижалари ва жараёнларининг, хавфли ва зарарли таъсир турларининг барча талабларига мос келишини ақс эттиради.

Қуйидаги кўрсаткичлар асосий бўлиб ҳисобланади:

- электр хавфсизлиги;
- ёнғин хавфсизлиги;
- портлаш хавфсизлиги.
- радиация хавфсизлиги;
- кимёвий ва ифлослантирувчи моддалар таъсири хавфсизлиги;
- машиналар ва асбоб - ускуналардан фойдаланиш хавфсизлиги;
- химоя воситалари ва чора - тадбирлар ҳисобига хавфсизлик;
- акустик (шовқинлар, ултра товуш сигналлари), иссиқлик (инфра қизил) тармоқли (шу жумладан лазер) нурланишлар таъсиридан хавфсизлик;
- хизмат кўрсатиш жараёнида технологик муҳитлар ва бошқа омиллар таъсиридан хавфсизлик.

Атроф муҳит учун хавфсизлик кўрсаткичлари (экологик хавфсизлик) ўраб турган табиий муҳитнинг хизматни тақдим этиш натижаси ёки жараёнидан химояланиш даражасини ақс эттиради.

Атроф муҳитни қўриқлаш, ҳудуднинг атроф муҳитини қўриқлаш бўйича белгиланган талабларга риоя қилиш, биноларнинг техник ҳолати, вентилизация, сув таъминоти, сув оқова ва бошқа омилларга боғлиқ бўлади.

Санитария нормалари ва қоидалари, қурилиш нормалари ва қоидалари, меҳнат хавфсизлиги тизимининг давлат стандартларига таалуқли равишда атроф муҳитга зарарли таъсир кўрсатадиган моддаларнинг мавжудлиги хизматни тақдим этишнинг ишлаб чиқариш жараёнида, ҳамда хизматни истеъмол қилишда кузатилмаслиги лозим.

Атроф муҳит хавфсизлигининг ушбу кўрсаткичлари хизмат натижасини ишлаб чиқаришда, сақлашда, юклаш - туширишда, эксплуатацияда (қўлланишда), утилизация қилишда ва хизмат кўрсатиш жараёнида флора, фауна, ҳаво ва сув бассейнларига, тупроққа, ионосферага ва бошқаларга таъсирини инобатга олади.

Экологик хавфсизлик кўрсаткичлари ўз ичига қуйидагиларни олади:

- атроф муҳитга мумкин бўлган (даража ва вақт бўйича) кимёвий, механик, радиацион, электромагнит, иссиқлик, биологик таъсир;
- хизмат натижасининг барча ҳаётий циклларида (утиллаштиришни қўшган ҳолда) ёки уни кўрсатиш жараёнида (чиқитларни қўмишни қўшган ҳолда), атроф муҳитга тушадиган ифлослантирадиган, захарли ва хавфли моддаларнинг барқарорлиги (зарарли ва хавфли таъсир вақти)

Фуқаролар мулки сақланиши ёки ахборот сақланиши (конфиденциаллик) кўрсаткичлари хизмат кўрсатиш жараёнида таалукли химоя даражасини акс эттиради.

Фуқаролар мулкининг сақланиши кўрсаткичлари кафолат (зарарни компенсация қилиш) орқали акс эттирилиши ёки суғурталаш шароитлари орқали аниқланиши мумкин.

Ахборот сақланиши кўрсаткичлари хизмат истеъмолчисининг барча турдаги интеллектуал мулкига боғлиқ барча турдаги хизматларга ўрнатилади. Хавфсизлик кафолати истеъмолчининг ҳам моддий, ҳам маънавий зарарига таалуклидир. Ахборот конфиденциаллигини сақлаш кўрсаткичлари компьютер тизимларига санкцияланмаган киришлар ва маълумотни бузиб кўрсатиш кабиларнинг бўлмаслиги кафолати билан акс эттирилади.

Ишончлилиқ кўрсаткичлари хизматлар натижасининг ташқи таъсирларга ишончлилиги ва чидамлилигини, хизмат кўрсатиш натижаси ва жараёнининг тўсиқлардан химояланганлигини, истеъмолчига хизматларни тақдим этишнинг ишончлилигининг хусусиятларини тавсифлайди.

Хизматлар ишончилиги кўрсаткичлари режимлар ва фойдаланиш шароитлари, техник хизмат кўрсатиш, сақлаш, юклаш - туширишларга мос келган ҳолда белгиланган параметрлар ва чегараларда сервис ташкилотининг хизматни бажариш ва истеъмолчига хизмат натижасининг сақланиш (таъмирланган ёки буюртма бўйича ишлаб чиқарилган товарнинг иш қобилияти) тўғрисида истеъмолчига кафолат бера олиш имкониятлари орқали аниқланади.

Ишончилик кўрсаткичлари тўрт кичик гуруҳларга бўлинади:

1. Хизмат натижасининг ишончилиги.
2. Хизмат натижасининг ташқи омиллар таъсирига чидамлилиги.
3. Тўсиқлардан химояланиш.
4. Хизматни тақдим этиш ишончилиги.

Хизмат натижаси ишончилиги кўрсаткичлари улар томонидан ўз функцияларини бажаришни (сақланишини) акс эттиради. Ушбу кўрсаткичлар маҳсулот ишончилигининг комплекс кўрсаткичларининг сон жиҳатлари ёки унинг тўхтамасдан ишлаш, узоқ муддатли ишлаш, таъмирлашга яроқлилиги ва сақланиши каби бир марталик кўрсаткичларда акс эттирилиши мумкин.

Хизмат натижасининг ташқи омилларга чидамлилиги кўрсаткичлари объектлар ва табиат муҳитининг таъсири натижасида иш қобилияти сақланишининг таъминланишини акс эттиради ва улар жумласига қуйидагиларни киритиш мумкин:

- механик таъсирлар (силкинишли, зарбали, айлантирувчи, шамолли ва ҳоказолар);
- иқлимий таъсирлар (ҳарорат, намлик ва атмосфера босими, қуёш радиацияси, атмосфера ёғинлари, чанг, сув ва ҳоказоларнинг ўзгариб туриши);
- махсус таъсирлар (биологик, радиация, кимёвий, шу жумладан агрессив газларнинг, ювиш воситалари, ёқилғи, ёғлар ва ҳоказоларнинг

электромагнит майдонлари, дезактивлаштириш, дегазлаштириш, дезинфекциялаш ва ҳоказолар).

Тўсиқлардан ҳимояланиш кўрсаткичлари хизмат натижаси ёки уни амалга ошириш жараёнида электромагнит ва ионлаштирилган нурланишларнинг таъсир даражаси ва тўсиқларнинг атроф муҳитга таъсирида, ўз функцияларини (хусусиятларини) таъминлаш (сақлаш) даражасини акс эттиради.

Хизматни тақдим этиш ишончлилиги кўрсаткичлари муддатлар, ҳажмлар, шартнома (контракт) позицияси ва номенклатураси каби параметрлар бўйича ўз вақтида ва буюртманинг аниқ бажарилишини акс эттиради.

Ўз вақтида кўрсатилиш ҳам хизмат сифати ва рақобатбардошлигининг муҳим кўрсаткичидир.

Айрим хизматлар фақат маълум вақт мобайнида истеъмол қийматига эга бўлади.

Хизмат натижаси қиймати камайиши мумкин. Масалан соч олдириш истеъмолчига самара беради ва бир неча ҳафта давом этади, ушбу давр давомида самара вақт бўйича камайиб боради.

Ижтимоий - маданий хизматлар қиймати истеъмолчи томонидан фақат уларни кўрсатиш чоғида қабул қилинади. Ижтимоий - маданий хизматлар натижаси моддий шаклда сақланиб қолмайди, балки яхши ўтказилган вақт тўғрисида ҳотирада қолади ёки инсон организмнинг физиологик ёки психологик ҳолатини тиклашда намоён бўлади.

Корхона (хизматлар бажарувчиси) ходимларининг касбий даражаси кўрсаткичлари уч кичик гуруҳларга бўлинади:

- касбий тайёргарлик ва малака ошириш даражаси, шу жумладан назарий билимлар ва уларни амалиётга қўллай олиш тажрибаси;
- раҳбарликга қобилият (корхона раҳбарлари, менежерлари, метрдотеллар ва бошқалар учун);
- ўзини тутишнинг касбий этикасини билиш ва уларга риоя қилиш.

Ходимларнинг касбий тайёргарлиги ва малакаси даражаси кўрсаткичлари қуйидаги параметрлар бўйича баҳоланишни ўз ичига олади:

- ўқув юртининг даражаси (рейтинги);
- ходимларнинг умумий ва ихтисослаштирилган тайёргарлиги (махсус тайёргарликнинг бўлмаслиги, коллеж, олий ўқув юрти ва олий ўқув юртидан кейинги тайёргарлик ва қўшимча таълим);
- умумий кўникмалар (категория, класс, иш стажи) ва қийин ишларни бажариш кўникмалари, шу жумладан қандайдир касбий маҳорат танловларида қатнашиш натижалари бўйича;
- касбий фаолиятга таалукли бўлган ҳужжатлар талабларини билиш ва уларга риоя қилиш, шу жумладан санитария, шахсий покизалик ва иш жойи покизалиги талабларига риоя қилиш бўйича ҳам;
- ёнғин ва хавфсизликнинг бошқа турлари, меҳнатни муҳофаза қилиш қоидаларини;
- хизматлар учун норматив ҳужжатларни.

Раҳбарликга қобилият кўрсаткичлари қуйидаги параметрлар бўйича баҳоланишни ўз ичига олади:

- меҳнат қонунчилиги, касбий фаолиятга таалукли бўлган тармоқ ҳужжатларини билиш ва уларга риоя қилиш;
- ходимлар ишини ташкил эта олиш тажрибаси, уларнинг ўз вазифаларига риоя қилишларини назорат қилиш;
- иқтисодий, молиявий ва бухгалтерлик соҳаларидаги қонунчилик ва меъёрий ҳужжатларни билиш ва уларга риоя қилиш;
- корхонада хайрихоҳ муҳитни таъминлаш тажрибаси, устивор категориядаги истеъмолчиларга ўз вақтида ва сифатли хизмат кўрсатиш, ёнғинга қарши воситалар ва қолган турдаги химоя воситалари ва сигнализациядан тўғри фойдаланиш, экстремал ҳолатларда истеъмолчиларни аниқ эвакуация қилиш ва уларга зарурий ёрдам кўрсатиш.

Ўзини тутишнинг касбий этикасини билиш ва уларга риоя қилиш кўрсаткичлари қуйидагиларни акс эттиради:

- якка тартибдаги хусусиятлар, улар қаторига этикалик, хайрихохлик, хушмуомалалик, чиқишимлилик ва ҳоказолар, шунингдек ташқи маълумотлар киради;

- ўзларининг амал доирасида истеъмолчиларга нисбатан эътиборлилик ва огоҳлантирувчанлик;

- меҳмондўстлик муҳитини яратиш маҳорати, чидамлилик, ўзини тута билиш ва можороли ҳолатлардан чиқа олиш қобилиятига эга бўлиш.

Юқорида қайд қилинган хизматлар сифати кўрсаткичларидан ташқари, ижтимоий белгиланишдаги кўрсаткичлар, эстетик кўрсаткичлар ва ахборотлаштириш кўрсаткичлари ҳам белгиланиши мумкин.

Хизматларнинг ижтимоий белгиланиш кўрсаткичлари:

- хизматларнинг ижтимоий манзиллиги;
- аҳолининг ушбу турдаги хизматлар билан таъминланганлиги;
- хизмат сифати даражасининг унинг чакана баҳосига мос келиши.

Хизматларнинг ижтимоий манзиллиги, яъни хизматларнинг истеъмолчиларнинг турли ижтимоий гуруҳлари талабларига мос келишидир, шу жумладан ногиронларнинг ҳам. У сервис ташкилотининг бино ва қурилмаларини лойиҳалаштиришда, иш режимини ўрнатишда, хизмат кўрсатиш усулини танлашда, ассортиментни шакллантиришда инобатга олинади.

Масалан сотиладиган товарлар турлари ва баҳоларига боғлиқ ҳолда товарларни сотиш бўйича чакана савдо хизматлари турли ижтимоий манзилликга эга. Обрўли маркалардаги қиммат молларни сотувчи савдо шаҳобчалари, моддий жиҳатдан таъминланган истеъмолчиларнинг ижтимоий эҳтиёжларини қондиради, товарларни паст нархларда сотувчи иқтисодий классдаги савдо шаҳобчалари ва фахрийлар учун савдо шаҳобчалари, қулай нархлардаги кундалик эҳтиёж молларига бўлган эҳтиёжни қодиришга мўлжалланган. «Second Hand» савдо шаҳобчалари камбағалларга мўлжалланган бўлиб, паст сервис хизмати асосида уларнинг эҳтиёжларини қондиришга, шунингдек аҳолининг ижтимоий жиҳатдан ҳимояланмаган

катламларини қўллаб қувватлаш бўйича ижтимоий эҳтиёжларга мўлжалланган.

Ижтимоий манзиллик кўрсаткичлари сон жиҳатдан ўлчанилмайди.

Хизматларнинг эстетик кўрсаткичлари ўзаро монандлик, мода ва услуб талабларига мос келиш, композиция яхлитлиги ва бадиий маънодорликни ўз ичига олади:

- ташкилот хоналари, хизмат кўрсатиш зали, интерери, бинонинг олди кўриниши, витриналар, савдо асбоб - ускуналарида товарларни жойлаштириш кабилар бўйича меъёрий- режали қарорлар;
- иш жойлари ва хизмат кўрсатиш ходимларининг ташқи кўриниши, реклама материаллари, фирма белгиларини тайёрлаш ва ҳоказолар;
- оммавий овқатланиш ташкилотлари залида столларни сервировка қилиш, кулинар маҳсулотни безатиш ва тортиш;
- истеъмолчиларнинг якка тартибдаги буюртмалари бўйича тайёрланадиган маҳсулотлар;
- хизмат кўрсатиш сценарийси.

Хизматларнинг эстетик хусусиятлари, сервис тизими ташкилотининг фирмали услубига мос келиши лозим.

Сервис ташкилотлари хоналарининг жиҳозланиши турли хилдаги бадиий - маъноли воситалар, мебел ва бошқалардан фойдаланишни тақозо этади.

Эстетик жиҳозлантириш контакт зонасининг муҳитини шакллантиради. Мебел (иш столи) ва асбоб - ускуна ранги, биноларнинг умумий кўринишига мос келиши лозим.

Сервис бўйича мутахассиснинг ташқи кўриниши контакт зонаси муҳитини шакллантирувчи элементлар бўлиб ҳисобланади ва истеъмолчида таъсир қолдириш орқали унда ишонч уйғотади. Сервис бўйича мутахассиснинг ташқи кўриниши кийим, оёқ кийими, соч таралиши, пардоз,

қиёфа, ўзини тутиш ва бошқалар орқали шаклланади. Иш кийимининг модели ва ранги хизмат кўрсатаётган ташкилот турига боғлиқ бўлади.

Сервис тизими ташкилотининг эстетик жиҳозланиши Ўзбекистон Республикасида аҳолига маиший хизмат кўрсатиш қоидалари ва бошқа норматив ҳужжатлар талабларига жавоб бериши шарт.

Хизматлар ахборотлаштирилиши кўрсаткичлари. Улар қуйидагилар билан тавсифланади:

- хизматлар ассортименти, бажарувчилар, хизмат кўрсатишнинг қоидалари ва истеъмолчилар ҳуқуқлари ҳақида зарурий, ҳаққоний ахборотнинг мавжудлиги;
- ходимларнинг ўз касбий белгиланишига мос келиши, шу жумладан билимдонлиги ва ҳаридорларга керакли ахборотни тақдим этиш қобилияти.

Хизматлар ахборотлаштирилишига талаблар Ўзбекистон Республикасининг норматив ҳужжатларида акс эттирилган. Аҳолига маиший хизмат кўрсатиш қоидаларига кўра сервис ташкилоти (бажарувчи) истеъмолчига ўз ташкилотининг фирмали номланишини, унинг жойлашган жойини, юридик манзилини, тури, класси, иш режими ҳақида маълумот етказиши лозим. Одатда кўрсатилган ахборот эълонлар тахтасида жойлашади. Сервис ташкилоти (бажарувчи) истеъмолчига давлат рўйхатидан ўтиш ва у ким томонидан амалга оширилганлиги ҳақида ахборот беришга мажбур. Агарда ижрочи томонидан амалга оширилаётган фаолият тури лицензиялаштирилиши лозим бўлса, истеъмолчига лицензия рақами, унинг ҳаракат муддати, шунингдек лицензия берган орган тўғрисида истеъмолчига зарурий ахборот тақдим этилиши шарт.

Сервис ташкилоти истеъмолчига хизматлар (ишлар) тўғрисида керакли ва ишончли ахборотни ўз вақтида тақдим этиши лозим ва у қуйидагиларни мажбурий тартибда акс эттириши керак:

-кўрсатилаётган хизматлар (бажарилаётган ишлар) турлари ва уларни тақдим этиш шакллари;

- хизматлар (ишлар) мажбурий талабларга мос келиши лозим бўлган стандартларни кўрсатиш;

- хизматлар кўрсатиш (ишларни бажариш) муддатлари;
- кафолат муддатларини кўрсатиш;
- кўрсатилаётган хизматлар (бажарилаётган ишлар) баҳоси ва ҳақ тўлаш тартиби ва шакллари ҳақида маълумотлар;

- хизматларнинг (ишларнинг) мос келишини тасдиқловчи маълумотлар (таалуклилик сертификати рақами, унинг муддати, уни берган орган);

Танишиш учун истеъмолчига қуйидагилар тақдим этилиши лозим:

- хизматлар кўрсатиш қоидалари;
- истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш маҳаллий органининг манзили ва телефони;

- хизмат кўрсатиш (ишларни бажариш) бўйича шартномалар (квитанциялар ва бошқа ҳужжатлар) намуналари;

- тайёрланаётган маҳсулотлар намуналари (моделлари), маҳсулот моделлари билан албом ва журналлар ва ҳоказолар;

- имтиёزلарни олиш ҳуқуқига эга бўлган истеъмолчилар категорияларининг сони.

Ахборот яхши кўринадиган ва қулай жойда бўлиши лозим.

Хизматлар бажарувчиси тақризлар ва таклифлар китобига эга бўлиши лозим ва у истеъмолчига унинг талабига кўра тақдим этилиши керак.

Ахборотлаштириш истеъмолчини таклиф этилаётган хизмат кўрсатиш ва хизматлар тўғрисида тўлиқ, ишончли ва ўз вақтидаги ахборот билан таъминлашни кўзда тутди. Кулинар маҳсулотининг озуқавий ва энергетик қиймати тўғрисида ўз вақтидаги ва ишончли ахборот, истеъмолчига ёш хусусиятлари ва соғлиғини инобатга олган ҳолда керакли таом ва кулинар маҳсулотини тўғри танлаш имконини беради.

Сифат кўрсаткичлари бўйича хизматлар ва хизмат кўрсатишнинг назорати амалга оширилади.

Сифатнинг таъминланиши сифат назорати тизимидан боғлиқ бўлади.

Сифат назорати тизими - бу хизматлар сифати устидан умумий раҳбарликни амалга оширишни таъминлайдиган муолажа, жараёнлар ва ресурслар мажмуидир.

Назорат сифати сервис тизими ташкилоти мутахассислари томонидан технологик жараённинг барча босқичларида амалга оширилади. Назорат ташриф буюрувчиларга хизмат кўрсатиш жараёни ва ишлаб чиқариш технологик операциялар, оммавий овқатланиш хизматларини кўрсатишда озиқ- овқат маҳсулотлари, янги маҳсулотлар ва таъмирлаш ва тикланишдан ўтган маҳсулотлар бўйича ўтказилади.

Маҳсулотлар сифати ташқи кўриниш, размери, конструктив қарорлар ва бадий жихозланиш норматив талабларга мос келиши лозим, шунингдек шартномада кўрсатилган хизматлар истеъмолчисининг якка тартибдаги хусусиятларини ҳам инобатга олиши лозим.

Якка тартибдаги буюртма бўйича таъмирланган ва тайёрланган маҳсулотларнинг қабул қилиш назорати техник назорат ва ташкилот томонидан тайинланган шахс томонидан амалга оширилади.

Қабул қилиш назоратида буюртмачи билан келишилган иш кўламини инобатга олган ҳолда, ҳаракатдаги норматив ҳужжатлар талабларига маҳсулотларнинг мос келиши текширилади. Агарда қабул қилиш назорати натижасида ҳеч бўлмаганда бир кўрсаткичнинг норматив ҳужжатларга ёки буюртмачи билан келишувнинг бир пункти бўйича мос келмаслик (камчилик) бартараф этилгунча маҳсулот қайтарилади.

Хизмат кўрсатиш сифатини назорат қилиш қийин ва субъективдир. Чунки хизматлар сифати бўйича аниқ сон кўрсаткичлари мавжуд эмас.

Сервис ташкилоти рақобатбардошлигини ошириш хизматлар сифатини ошириш бўйича чора - тадбирларга боғлиқ бўлади. Хизмат кўрсатиш стандартларига истеъмол талаблари доимо ошиб бормоқда ва шу сабабли хизматларнинг юқори сифатига эришиш, сервис тизими ташкилотларининг асосий вазифаси бўлиб бормоқда.

Турли давлатлар олимлари хизматлар сифатини аниқловчи омилларни ажратиш масалалари билан шуғулланишмоқдалар. Хизматлар сифатини аниқловчи ушбу асосий омилларнинг ҳисоби, сервис ташкилотларининг биринчи даражали вазифаси бўлиб ҳисобланади, чунки ундан уларнинг ривожланиши ва молиявий аҳволи бевосита боғлиқ бўлади.

Хизматлар сифатини ошириш борасида долзарб йўналиш бўлиб, истеъмолчиларга хизматлар сифати тўғрисида объектив маълумот тақдим этиш, хизматлар таснифига сифат категорияларини жорий этиш ҳисобланади.

Ушбу муаммони ҳал этиш учун муҳим бўлиб қуйидаги вазифалар ҳисобланади:

- техник тартибга солиш объектларини аниқлаштириш;
- сервис хизмат кўрсатиш тизими ташкилотларининг ихтиёрий равишда стандартлаштириш ва сертификатлаштириш тизимини яратиш ва жорий этиш;
- стандартлаштириш ва сертификатлаштириш орқали тадбиркорларнинг ҳалоллик билан рақобатлашишлари ва истеъмолчиларнинг хизматлар сифати тўғрисида ахборот билан таъминланишларига шароитлар яратиш.

Хизматлар сифатини назорат қилиш ва хизматлар сифати кўрсаткичларига баҳо бериш, турли усуллардан фойдаланиш орқали амалга оширилади, ва улар қуйидаги белгилар бўйича таснифлаштирилади:

1. қўлланилиш мақсади;
2. физик- статистик белгилар ва тартиблар;
3. натижаларни шакллантириш усуллари.



Расм – 1. Хизматлар сифатининг гуруҳли кўрсаткичла

Қўлланилиш мақсадлари бўйича назорат усуллари ва хизматлар сифатини баҳолаш уч гуруҳга бўлинади:

1. хизмат учун стандартларни (хизмат тақдим этиш жараёни, корхона, ходимлар) шакллантиришда, хизматлар ва сифат тизимларига мос келишни баҳолашда, хизматлар сифатининг норматив ҳужжатлар ёки истеъмолчининг талабларига мос келишини аниқлаш.

2. сифатни бошқаришда, хизматлар сифатининг талаб қилинган даражасига эришишга имконият яратадиган омилларнинг (шароитларнинг) белгиланиши.

3. бир ҳил хизматларнинг турли хил корхоналар томонидан бажарилиш сифатининг таққосланган баҳоси (бараварлаштириш).

Физик- статистик белгилар ва тартиблар бўйича назорат усуллари ва хизматлар сифатини баҳолаш кўрсаткичлари беш гуруҳга бўлинади:

1. жиҳозли - таалуқли ўлчанишлар натижаси шаклида;

2. оргонолептик - назоратчининг сезиш органлари реакцияси орқали. Баҳолаш натижаси сифат (муқобил ёки изчил баҳоланиш) ёки сон тавсифида бўлади;

3. модели –ҳисоб - китобли. Баҳоланаётган сифат кўрсаткичининг қолган усуллар (детерминаллашган) ёки сифат кўрсаткичининг тахминий шакллантириш жараёнини моделлаштириш (стохастик) орқали аниқланадиган боғлиқликдан фойдаланиш;

4. эксперт - экспертларнинг мулоҳазалари (сон ва сифат баҳолари) таҳлили асосида;

5. социологик - социологик тадқиқотлар ва олинган маълумотларни таҳлил қилиш.

Назорат натижаларини шакллантириш усуллари ва сифат кўрсаткичларини баҳолаш усуллари икки гуруҳга бўлинади:

1. сифатнинг айрим кўрсаткичларидаги фарқларни аниқлаш:

- аҳамиятларнинг детерминаллашган фарқи ёки бир онли фарқи;

- статистик тавсифлардаги (математик кутиш, дисперсия) фарқлар;

- белгиланган вақт учун кўрсаткичнинг прогноз аҳамиятидаги фарқ, ёки ушбу кўрсаткични математик кутишнинг ўлчаниш тезлиги (тренд) бўйича фарқ.

2. умумлашган кўрсаткичларни шакллантириш:

- квалиметрия усули - эксперт йўли билан «вазнларни» аниқлаш орқали айрим кўрсаткичларни муаллақ қўшишдан фойдаланиш;

- асосий кўрсаткични танлаш усули. Унга кўра белгиланган талабларга мос келиши хизматни сифатли деб тан олишнинг асосий шарти ҳисобланади. Қолган кўрсаткичларнинг кичик четланишлари муҳим эмас деб тан олинади. Бу ерда асосий кўрсаткич сифатида хавфсизлик кўрсаткичи тавсия этилади;

- асосий кўрсаткич сифатида юқори тезликда ўлчаниш усули танланиши.

Усулларнинг ушбу гуруҳларидан сифат кўрсаткичларининг аҳамиятларини олишнинг барча услубларидан фойдаланилади.

5.2. Ташкилотнинг сервис фаолияти самарадорлиги кўрсаткичлари.

Сервис тизими ташкилотининг доимий равишда ўзгариб боровчи бозор муносабатлари шароитларида барқарор иқтисодий ривожланиши сервис фаолиятининг самарадорлиги таҳлилига асосланади.

Сервис тизими фаолияти кўрсаткичларини системали таҳлил қилиш қуйидагиларга имкон беради:

- ташкилотнинг сервис фаолияти натижавийлигини тезда баҳолаш;
- конкрет турдаги тақдим этилаётган хизматлар бўйича олинadиган фойдага таъсир этувчи омилларни ўз вақтида аниқлаш;

- харажатларни (муомала харажатларини) ва уларнинг тенденцияларини аниқлаш. У ўз навбатида хизматлар баҳосини аниқлаш ва рентабелликни ҳисоблаш учун зарур;

- сервис тизими фаолияти самарадорлигини ошириш ва фойда олишнинг оптимал йўллари топиш.

Сервис ташкилоти иши самарадорлигининг муҳим кўрсаткичи бўлиб фойда ҳисобланади. У сервис ташкилоти фаолият натижалари бўлган тақдим этилаётган хизматлар ҳажми структураси, меҳнат унумдорлиги, харажатлар даражаси, ноишлаб чиқариш харажатлари ва йўқотишларнинг мавжудлиги ва ҳоказоларни акс эттиради. Олинган фойданинг миқдоридан асосий фондлар ва айланма маблағларнинг кўпайиши, ишловчиларни моддий рағбатлантириш, солиқлар тўлаш ва бошқалар боғлиқ бўлади. Фойданинг мавжудлиги шундан далолат берадики, сервис ташкилотлари харажатлари истеъмолчиларга хизмат кўрсатишдан олинган даромадлар ҳисобига тўлиқ қопланади. Сервис ташкилотининг фойдаси унинг барча даромадлари ва харажатлари ўртасидаги фарқ тарзида ҳисобланади. Хизматлар кўрсатишдан олинadиган фойда (операцион ёки ялпи фойда) солиқ тўлашгача ва солиқ тўлангандан кейин (соф фойда) фарқланади.

Солиқ тўлашдан кейинги фойда (соф фойда) бошқа режалаштирилмаган фойда ва харажатларни инобатга олган ҳолда ҳисобланади. Режалаштирилган харажатларга солиқ тўловлари, режалаштирилмаган харажатларга шартларнинг бузилганлиги учун тўланadиган жарималар, пеня ва неустойкалар, ҳамда оператив фойда суммасини камайтирадиган умидсиз қарзлардан кечиш бўйича харажатлар ва бошқа харажатлар киради. Режалаштирилмаган даромадларга турли ташкилотлардан олинган жарималар, пенялар ва неустойкалар, товар-моддий қийматлар қолдиқлари, даво муддати ўтганлиги сабабли кредитор қарзлардан кечиш ва бошқалар киради.

Хизмат кўрсатишдан олинган фойда истеъмолчиларга хизмат кўрсатишдан олинган тушум ва ушбу хизматлар таннарни ўртасидаги фарк тарзида аниқланади.

$$\Phi_x = T_{\text{ш } x} - T_{\text{н } x}$$

бу ерда Φ_x - хизмат кўрсатишдан олинган фойда;

$T_{\text{ш } x}$ - хизмат кўрсатишдан тушум суммаси;

$T_{\text{н } x}$ - хизматлар таннари.

Хизматлар кўрсатишдан олинган фойда турли омиллар таъсирида бўлади. Улар жумласига: кўрсатилаётган хизматлар ҳажмининг ўзгариши, кўрсатилаётган хизматлар структурасининг (турларининг) ўзгариши, хизматлар баҳоларининг ўзгариши, материаллар, тарифлар, ишчи кучи баҳоларининг ўзгариши ва ҳоказолар киради.

Фойданинг умумий ўзгариши:

$$\Delta \Phi_x = \Phi_{x_1} - \Phi_{x_0},$$

бу ерда Φ_{x_1} - ҳисобот йилида хизматлар кўрсатишдан олинган фойда;

Φ_{x_0} - ўтган даврда хизматлар кўрсатишдан олинган фойда.

Кўрсатилаётган хизматлар баҳолари ўзгаришининг фойдага таъсири ҳисоб - китоблари:

$$\Delta \Phi_{\text{хб}} = \sum (B_1 \times K_{x_1}) - \sum (B_0 \times K_{x_1})$$

бу ерда $\Delta \Phi_{\text{хб}}$ - кўрсатилаётган хизматлар баҳолари ўзгариши ҳисобига фойда ҳажмининг ўзгариши;

B_1 - ҳисобот йилидаги хизматлар баҳоси;

B_0 - ўтган йилдаги хизматлар баҳоси;

K_{x_1} - ҳисобот даврида кўрсатилган хизматлар сони.

$\Sigma (B_1 \times K_{x1})$ - ҳисобот йилида ҳисобот баҳолари бўйича хизматлар кўрсатиш;

$\Sigma(B_0 \times K_{x1})$ -ҳисобот йилида ўтган давр (базис) баҳолари бўйича хизмат кўрсатиш.

Кўрсатилаётган хизматлар ҳажмидаги ўзгаришнинг фойдага таъсири ҳисоб - китоблари:

$$\Delta F_{xk} = F_{x0} \times K_1 - F_{x0} = F_{x0} (K_1 - 1),$$

бу ерда ΔF_{xk} - фойда миқдорининг кўрсатилаётган хизматлар сони (ҳажми) ҳисобига ўзгариши;

K_1 - кўрсатилаётган хизматлар ҳажмининг ошиш коэффициенти;

$$K_1 = \frac{T_{x1}}{T_{x0}},$$

бу ерда T_{x1} - жорий даврда кўрсатилган хизматлар таннари ўтган (базис) даври баҳолари бўйича;

T_{x0} - ўтган даврда кўрсатилган хизматлар таннари ўтган (базис) даври баҳолари бўйича.

Кўрсатилаётган хизматлар структурасидаги ўзгаришларнинг фойдага таъсири ҳисоб - китоблари :

$$\Delta F_{x.c.} = F_{x.o.} \times (K_2 - K_1)$$

бу ерда $\Delta F_{x.c.}$ - фойда миқдорининг кўрсатилаётган хизматлар структурасининг ўзгариши ҳисобига ўзгариши;

K_2 - сотиш нархларида баҳолаш бўйича кўрсатилаётган хизматлар ҳажмининг ошиш коэффи-

циенти.

$$K_2 = \frac{T_{x_1}}{T_{x_0}}$$

бу ерда T_{x_1} - ўтган (базис) нархларидаги ҳақиқий тушум;
 T_{x_0} - ўтган (базис) давридаги тушум.

Кўрсатилаётган хизматлар таннархини камайтириш ҳисобига тежамнинг фойдага таъсири ҳисоб-китоблари:

$$\Delta \Phi_{x.t.} = T_{x_1} - T_{x_0}$$

бу ерда $\Delta \Phi_{x.t.}$ - фойда ҳажмининг кўрсатилаётган хизматлар таннархини камайтириш ҳисобига ўзгариши.

Худди шу йўл билан фойдага материаллар, меҳнат ресурслари ва бошқа баҳоларнинг таъсирини ҳисоблаш мумкин.

Фойданинг умумий ўзгариши турли омиллар таъсири натижасида фойдадаги ўзгаришлардан ташкил топади.

$$\Delta \Phi_x = \Delta \Phi_{x.b.} + \Delta \Phi_{x.x.} + \Delta \Phi_{x.c.} + \Delta \Phi_{x.t.} + \dots + \Delta \Phi_{x.o_i}.$$

бу ерда $\Delta \Phi_{x.o_i}$ - i омилининг таъсири ҳисобига фойданинг ўзгариши.

Рентабеллик кўрсаткичлари ташкилотнинг умумий ҳолдаги иш самарадорлигини, фаолиятнинг турли йўналишларининг (ишлаб чиқариш, тадбиркорлик, сармоя) даромадлилигини тавсифлайди. У фойдага қараганда ташкилотнинг ҳисобот йилида фаолиятнинг охириги натижаларини тўлароқ акс эттиради, чунки уларнинг даражалари самаранинг мавжуд ёки фойдаланилаётган ресурсларга нисбатини кўрсатади.

Рентабеллик кўрсаткичлари бир неча гуруҳлар бўйича ҳисобланади:

1. Хизматлар кўрсатиш учун харажатларнинг қопланишини тавсифловчи кўрсаткичлар.

2. Сотиш фойдалилигини тавсифловчи кўрсаткичлар.

3. Капитал даромадлилигини тавсифловчи кўрсаткичлар.

Ишлаб чиқариш фаолияти рентабеллиги (харажатларнинг қопланиши) - яппи (хизматларни сотишдан олинган фойда), соф фойда ёки тушумнинг, кўрсатилган хизматлар бўйича харажатлар суммасига нисбати:

$$R_x = \frac{\Phi_x}{T_x} \quad \text{ёки} \quad R_x = \frac{CF}{T_x}$$

бу ерда R_x - харажатлар рентабеллиги

CF - соф фойда.

У хизматлар кўрсатишга сарфланган ҳар бир сўмдан ташкилот қанча фойда олишини кўрсатади.

Ушбу кўрсаткич сервис ташкилоти бўйича умумий ҳолда, шунингдек унинг алоҳида структурали бўлимлари ва кўрсатилаётган хизмат турлари бўйича ҳам ҳисоблаш мумкин.

Сотиш (оборот) рентабеллиги - хизматни сотишдан олинган фойда ёки соф фойданинг олинган тушум суммасига нисбати

$$R_c = \frac{\Phi_x}{\text{Туш.х}} \quad \text{ёки} \quad R_c = \frac{CF}{\text{Туш.х}}$$

бу ерда R_c - сотиш рентабеллиги.

Ушбу кўрсаткич тадбиркорлик фаолиятининг самарадорлигини тавсифлайди, яъни сервис ташкилоти ҳар бир сўмлик сотишдан қанча фойда

олади. У жами ташкилот бўйича ва алоҳида хизмат турлари бўйича ҳисобланиши мумкин.

Капитал рентабеллиги (даромадлилиги) - солиқ тўлашга қадар фойданинг (ялпи, соф) капиталнинг ўрта йиллик қийматига ёки унинг таркибий қисмларига (хусусий, қарзга олинган, асосий оборот капитали) нисбати.

$$R_k = \frac{\Phi_x}{K} \quad \text{ёки} \quad R_k = \frac{CF}{K} \quad \text{ёки} \quad R_k = \frac{F_{с.т.}}{K}$$

Бу ерда - R_k - капитал рентабеллиги

$F_{с.т.}$ - солиқ тўлагунча фойда

K - капиталнинг (асосий, айланма, унинг алоҳида элементлари) ўрта йиллик қиймати.

Ушбу кўсаткичлар ҳар бир сўмлик капитал қийматидан олинадиган фойда миқдорини тавсифлайди.

Сервис тизими ташкилоти иш самарадорлигини оширишнинг муҳим омилларидан бири бўлиб, уларнинг керакли ҳажмларда ва ассортиментдаги асосий фондлар билан таъминланганлиги, уларнинг айланишини тезлаштириш ва улардан тўлиқ фойдаланиш ҳисобланади.

Сервис ташкилотларида асосий фондлар самарадорлигини аниқловчи кўрсаткичлар жумласига қуйидагилар киради:

Фондлар қайдими - асосий ишлаб чиқариш фондларидан фойдаланишнинг умумлаштирилган кўрсаткичи. У кўрсатилган хизмат қийматининг асосий ишлаб чиқариш фондларининг ўрта йиллик қийматига (асосий капитал рентабеллиги) нисбати сифатида аниқланади.

$$\Phi_k = \frac{\text{Туш.х}}{\text{Каф}}$$

бу ерда Φ_k - фондлар қайтими;

Каф - асосий ишлаб чиқариш фондларининг ўрта йиллик қиймати.

Фондлар қайтимининг ошиши сервис ташкилоти молиявий натижаларининг яхшиланишидан далолат беради ва асосий капиталга нисбатан сиёсат тўғри йўналишда олиб борилаётганлигини кўрсатади. Фондлар қайтимининг ошиши асосий ишлаб чиқариш фондларининг нисбий тежамига ва кўрсатилаётган хизматлар ҳажмининг ошишига олиб келади.

Асосий фондлардан фойдаланиш самарали бўлиб ҳисобланади, қачонки кўрсатилаётган хизматлар ёки фойданинг нисбий қўшимча ўсиши, таҳлил қилинаётган даврда асосий фондлар қийматининг нисбатан қўшимча ўсишидан юқори бўлса.

Кўрсатилаётган хизматларнинг фондлар қайтими ошиши ҳисобига қўшимча ўсиш ҳиссаси қўйидагича аниқланади:

$$\Delta X = (\Phi_{K_1} - \Phi_{K_0}) * Каф_1$$

бу ерда ΔX - хизматларнинг қўшимча ўсиши.

Φ_{K_1} - ҳисобот давридаги фондлар қайтими.

Φ_{K_0} - ўтган даврдаги фондлар қайтими.

$Каф_1$ - асосий ишлаб чиқариш фондларининг жорий даврдаги ўрта йиллик қиймати.

Фондлар сиғими - фондлар қайтимининг тескари кўрсаткичи, ҳар бир сўмлик тушумга тўғри келадиган асосий фондлар миқдорини тавсифлайди:

$$\Phi C = \frac{Каф}{Туш.х}$$

Фондлар билан қуролланиш - сервис ташкилотида ишловчи ҳар бир одамга тўғри келадиган асосий фондлар миқдорини тавсифловчи кўрсаткич.

$$\Phi K = \frac{Каф}{Ис}$$

Бу ерда Ис - ташкилотнинг ўрта йиллик ишловчилар сони.

Сервис ташкилоти капиталининг кейинги асосий таркибий қисмларидан бири бўлиб, айланма капитал ёки айланма воситалар ҳисобланади. Айланма маблағлардан фойдаланиш самарадорлиги, уларнинг айланиш тезлигига тўғри мутаносибдир. Айланишнинг тезланиши, сервис ташкилотига қўшимча хизматларни амалга ошириш учун оборотдан маблағларнинг бир қисмини бўшатиш имконини беради, тўлов қобиляти ва молиявий барқарорликни оширади.

Айланма маблағларнинг айланиш тезлиги айланиш коэффиценти, айланишда маблағлар загрузкаси (капитал сиғими) коэффиценти, бир айланишнинг давомийлиги кўрсаткичлари билан тавсифланади.

Айланиш коэффиценти (оборот капиталининг рентабеллиги) кўйидаги формула бўйича ҳисобланади:

$$\text{Кай} = \frac{\text{Туш.х}}{\text{Кав}}$$

бу ерда Кай - айланиш коэффиценти.

Кав - айланма воситаларининг ўрта йиллик қиймати.

Оборот капитали айланиш коэффицентиغا тескари кўрсаткич бўлиб, капитал сиғими коэффиценти ҳисобланади.

$$\text{Кс} = \frac{\text{Кав}}{\text{Туш.х}}$$

бу ерда Кс - айланишда маблағлар загрузкаси (капитал сиғими)

Барча айланма маблағларнинг бир айланиши давомийлиги қўйидаги формула бўйича аниқланади:

$$A_d = \frac{K}{K_{ay}} \quad \text{ёки} \quad A_d = \frac{K_{av} * K}{T_{sh.x}}$$

бу ерда A_d - капитал айланиши давомийлиги, кунларда.

K - таҳлил қилинаётган даврдаги календар кунларининг сони (йил- 360 кун, квартал- 90 кун, ой- 30 кун)

Худди шундай формула бўйича айланма маблағларнинг алоҳида элеменлари ва гуруҳлари бўйича айланиши ҳисобланади. Яъни жами айланма маблағлар ҳажми ўрнига айланма маблағлар алоҳида элементларининг (материаллар, тугалланмаган қурилиш, пул маблағлари ва ҳоказолар) дебиторлик ва кредиторлик қарзлар ҳажмларидан фойдаланилади.

Кўрсатилаётган хизматлар ҳажмининг, айланишнинг кўпайиши ҳисобига қўшимча ўсишини аниқлаш учун қўйидаги формуладан фойдаланиш мумкин.

$$\Delta X = \Delta K_{ay} * \Delta K_{av_1} = (K_{ay_1} - K_{ay_0}) * K_{av_1},$$

ёки

$$\Delta K_{ay} * \Delta K_{av}$$

$$\Delta X = \Delta K_{ay} * \Delta K_{av_0} + \frac{\Delta K_{ay} * \Delta K_{av_1} - \Delta K_{ay} * \Delta K_{av_0}}{2} = (\Delta K_{ay_1} - \Delta K_{ay_0}) * \frac{K_{av_1} + K_{av_0}}{2}$$

$$+ (\Delta K_{av_1} - \Delta K_{av_0}) * \frac{K_{ay_1} + K_{ay_0}}{2}$$

$$* \Delta K_{av_0} + \frac{\Delta K_{av_1} * K_{ay_1} - \Delta K_{av_0} * K_{ay_0}}{2}$$

бу ерда ΔX - хизматларнинг қўшимча ўсиши.

$K_{ай1}$ - ҳисобот йилида айланиш коэффициенти.

$K_{ай0}$ - ўтган даврда айланиш коэффициенти.

$K_{ав1}$ - ҳисобот йилида айланма маблағларнинг ўрта

. йиллик қиймати

$K_{ав0}$ - ўтган даврда айланма маблағларнинг ўрта
йиллик қиймати.

Ҳар бир сервис ташкилоти истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш учун ишлаб чиқариш ҳаражатларидан фойдаланиш самарадорлиги кўрсаткичларини синчиклаб ўрганиши лозим. Бундай кўрсаткичлар жумласига: ишлаб чиқариш ва тўлиқ таннарх, уларнинг хизмат баҳосидаги ҳиссаси, бир сўмлик ҳаражатга тўғри келадиган кўрсатилган хизматлар сони, бир сўмлик кўрсатилган хизматга ҳаражатлар миқдори кабилар киради.

Тўлиқ таннарх пул аксидаги ишлаб чиқаришга сарфланган барча ресурсларни ўз ичига олади. У ҳаражатлар учети объектига тўғри ҳаражатлар суммаси ва хизматга кирувчи қия ҳаражатларнинг мутаносиб ҳиссасидан иборат.

Қисман ҳаражатлар (ишлаб чиқариш таннархи) бўйича таннархни баҳолаш, тўғри ҳаражатларни қоплашга мўлжалланган. Ушбу системанинг мохияти шундан иборатки: тўғри ҳаражатлар кўрсатилаётган хизматлар таннархига қўшилади, қия ҳаражатлар даврнинг умумий молиявий натижаларига тўлиқ таалуклидир.

Бир сўмлик кўрсатилган хизматларга ҳаражатлар миқдори қуйидагича аниқланади.

Тан.х

$$ХМ = \frac{\text{-----}}{\text{-----}}$$

Туш.х

бу ерда ХМ - ҳаражатлар миқдори.

Сервис ташкилотларида ишчи кучидан фойдаланиш самарадорлиги меҳнат унумдорлиги, меҳнат қайдими ва меҳнат сиғими каби кўрсаткичлар ёрдамида аниқланади.

Меҳнат унумдорлиги (меҳнат ресурсларининг рентабеллиги) бир ишчи томонидан қанча сонли хизматлар кўрсатилганлигини кўрсатади.

Туш.х

$$МУ = \frac{\text{-----}}{\text{-----}}$$

Сўр

бу ерда МУ - меҳнат унумдорлиги

Сўр - ишловчиларнинг ўрта йиллик сони.

Меҳнат қайтими бир сўмлик иш ҳақиға тўғри келадиган кўрсатилган хизматлар сонини тавсифлайди.

Туш.х

$$Мқ = \frac{\text{-----}}{\text{-----}}$$

МХФ

бу ерда Мқ - меҳнат қайдими.

МХФ - меҳнатга ҳақ тўлаш фонди.

Меҳнат сифими меҳнат қайтимининг тескари кўрсаткичи бўлиб, ҳар бир сўмлик тушумга тўғри келадиган меҳнат ҳақи миқдорини тавсифлайди.

МХФ

МС = -----

Туш.х

бу ерда МС - меҳнат сифими.

Сервис ташкилотлари фаолиятлари самарадорлигини таҳлил қилишда инобатга олинадиган кўрсаткичлардан бири бўлиб, тақдим этилаётган хизматлар ассортименти ҳисобланади. Хизматлар ассортименти сервис ташкилотларининг ихтисосига таалуқли равишда белгиланади ва ассортимент рўйхатида акс эттирилади. Сервис ташкилотлари тақдим этиладиган хизматлар рўйхатини мустақил равишда белгилайдилар. Хизматлар рўйхати сервис ташкилотининг ихтисослашуви, унинг жойлашиши, хизмат кўрсатилаётган истеъмолчилар контингентининг ўзига хос хусусиятлари ва кўрсатиладиган хизматларнинг мос келиши асосида шаклланади.

Ассортиментни тавсифловчи кўрсаткичлар бўлиб, структура, тўлиқлик, кенглик ва ассортиментнинг янгиланиш коэффициенти ҳисобланади.

Сервис тизими фаолиятининг сифат кўрсаткичлари ва самарадорлик кўрсаткичлари асосида сервис даражасининг интеграл баҳоланиши амалга оширилади.

Сервиснинг конкрет турлари ва шакллари ишлаб чиқарилаётган маҳсулот хусусиятлари ва уни эксплуатация қилиш хусусиятлари асосида аниқланиши лозим.

Асосий маҳсулотга (хизматга) йўлдош бўлган сервис даражасига баҳо беришда, унинг икки таркибини инобатга олиш тақлиф этилади:

- истеъмолчи билан биргаликда ҳаракат қилишда, уларга хизматлар ёки хизматлар комплексини тақдим этиш жараёни сифатида сервиснинг функционал сифати;
- истеъмолчи нима олади ва нима билан қолади натижасидаги сервиснинг технологик сифати.

Чизма 2 да маҳсулот (хизмат) сервисининг даражасини баҳолаш тўрт гуруҳ параметри бўйича: ҳаммабоблиги, хизматлар ассортименти, барқарорлиги ва аниқлиги, хизмат кўрсатиш баҳоси уч турдаги сервис бўйича: ахборот, молиявий ва техник - технологик кўринишларда тақдим этилган.

Хизматлар ҳаммабоблиги параметрлари хизмат кўрсатилаётган маҳсулотларга селекция усулидан фойдаланишни кўзда тутди.

Селекция усули - бу ушбу тармоқ маҳсулотини корхона (ташкилот) сервиси билан қамраб олиниши. қамраб олиш даражаси қанча юқори бўлса ва сервис ишлари ихтисослаштириш даражаси паст бўлсада, сервис танланадиган ҳисобланади.

Хизматлар ассортименти параметрлари истеъмолчилар томонидан сервисга талабни ва ишлаб чиқарувчи томонидан сервиснинг таклифини баланслаштирувчи чегара бўлиб ҳисобланади.

Хизматлар ассортименти структураси хизматлар тўплами қийматидаги сервис турлари ўртасидаги нисбатдан ташкил топади. Хизматлар ассортименти бўйича таъкидланган параметрлари, сервис таклифининг хизмат кўрсатиш стандартларига мос келиши ҳақида ҳулоса қилиш имконини беради. Шу билан бирга хизматлар ассортиментининг барқарорлиги, параметрлар кенглиги ва тўлиқлигининг ўзгаришлар даражасини акс эттиради ва уларнинг тавсифини аниқлаш имкониятларини вужудга келтиради. Хизматлар ассортиментининг янгиланиши, янги хизматлар эвазига тўлдириш ва эскиларини чиқариш натижасида хизматлар тўпламини «ёшартириш» тезлигини тавсифлайди. Ушбу параметрнинг

баҳоланиши ушбу хизматлар истеъмолчилари бозордаги сервис хизматининг ҳаёт цикли давомийлиги билан аниқланиши мумкин.

Иқтисодий параметрлар сервис хизматлари тўпламининг қийматини дисконтлаштиришни кўзда тутди, яъни истеъмолчиларнинг сервис учун харажатларини вақт бўйича тақсимланишини, шунингдек улар хизматининг тўлиқ қийматидаги (асосий ва сервис) ҳиссасини, сотиш баҳоларининг қўшимча ўсишини ва пул воситаларининг қўшимча ўсиш миқдорини.

Сервис фаолияти самарадорлигининг таҳлили ва сервис даражасининг интеграл даражасига баҳо бериш, раҳбарнинг сервис ташкилоти ишлашини назорат қилиш тизимининг асосини ташкил этади. Олинган натижалар ташкилот ходимлари ва раҳбарлари ҳаракатларининг тўғрилиги индикаторлари ҳисобланади ва камчиликларни бартараф этиш учун ўз вақтидаги қарорларни қабул қилиш ва сервис ташкилоти фаолияти самарадорлигини оширишга олиб келади.

Чизма 2



Расм 2. Сервис даражасини баҳолаш тизими.

5.3. Сервис тизими фаолиятининг самарали ишлашини ташkil қилишнинг чет эл тажрибаси.

Республикаимиз иқтисодиётида сервис тизими шаклланиб бораётган бир пайтда, ушбу соҳага оид масалалар ривожланган бозор иқтисодиётли давлатларда қандай амалга оширилаётганлигини, уларда бу борадаги иш тажрибаси тўғрисида керакли даражада тасаввурга эга бўлиш, тадбиркорларга сервис тизими соҳасида мувоффақияти фаолият юритишларига имконият яратиши шубҳасиздир

Ривожланган давлатлар иқтисодчиларининг фикрига кўра, ҳозирги кунда моддий ишлаб чиқариш соҳасида кескин ўсишга эришиш бир қатор омиллар туфайли мумкин эмас экан. Бунинг асосий сабаби, бирламчи тармоқлар маҳсулотларига талабнинг камайиб бориши ҳисобланади. Натижада меҳнат ва капиталнинг моддий тармоқлардан хизмат кўрсатиш соҳасига ўтиши вужудга кела бошланди.

Ҳозирги кунда АҚШ да иқтисодиётнинг учламчи сектори (хизмат кўрсатиш соҳаси) ялпи миллий маҳсулотнинг 73% дан кўпроғини таъминлайди, Европа Ҳамкорлиги давлатларида 63% ялпи миллий маҳсулот ва 62% банд бўлганлар сонидан, Японияда ушбу кўрсаткичлар таалуқли равишда 59% ва 56% ни ташkil этади.

90 йилларнинг охирига келиб, ривожланган давлатларда хизмат кўрсатишнинг ижтимоий ишлаб чиқаришдаги ҳиссаси 62-64% ни, сервис тизимида банд бўлганлар, умумий банд бўлганларнинг 63-75% ни, ушбу соҳага капитал қуйилмалар умумий инвестицияларнинг 50% дан ошди.

Ушбу давлатлардаги хизматлар динамикасининг ўзгариши бир қатор ижтимоий-иқтисодий ривожланишнинг узок муддатли асосий омилларининг таъсири натижасида вужудга келди. Яъни ижтимоий меҳнатнинг бўлиниши, хизматларни ишлаб чиқаришга ихтисослашган секторнинг активлашиши,

ишлаб чиқаришнинг моддий ва номоддий элементларининг интеграллашуви, иқтисодий ўсиш тавсифидаги ўзгаришлар (илмий билим манбаалари, инсон омили, номоддий жамғарилишларнинг кўпайиши) асосида вужудга келади. Шу сабабли сервис институтида инсоннинг ўзини такомиллаштириш, унинг интеллектуал ва жисмоний имкониятларини такомиллаштириш йўналишидаги ўзгаришлар сабаб бўлди.

Ривожланган давлатлар иқтисодиётларининг ижтимоий йўналтирилиши, ижтимоий ишлаб чиқаришнинг инсон омилидан бевосита боғлиқлиги, ушбу давлатларнинг бир қатор хизматларни ривожлантириш учун, биринчи навбатда ижтимоий хизматлар тавсифларини сезиларли даражада оширишга мажбур қилди.

АҚШ да истеъмол хизматларини амалга оширувчи корхоналар ичида кенг тарқалгани бўлиб, маиший хизмат кўрсатиш корхоналари ҳисобланади. Улар умумий сони бўйича оммавий овқатланиш корхоналари, соғлиқни сақлаш, дам олиш ва ҳордиқ чиқариш (кинотеатрларни қўшган ҳолда) корхоналаридан ҳам кўпдир. Ушбу корхоналар АҚШ да фаолият юритувчи корхоналар ичида энг кичиклари ҳисобланадилар. Ушбу корхоналар «сичқонлар» деб ном олишганлар. Ҳозирги кунда бундай корхоналар сони 6 млн. га яқин ва уларда банд бўлганлар сони ўртача 3-4 кишини ташкил этади. Ушбу корхоналар жумласига дорихоналар, гаражлар, сартарошхоналар, савдо шаҳобчалари, таъмирлаш устахоналари ва бошқалар киради. Таъмирлаш корхоналарининг айримларида асосий ишчи кучи-тадбиркорнинг ўзи ҳисобланади. Жумладан соат ва заргарлик маҳсулотларини таъмирлашда ҳар 10 корхонага 4, оёқ кийимни таъмирлашда 7, электр асбоб-ускуналарини таъмирлашда 8 ёлланма ишчи тўғри келади. Ўртача бир корхонага шахсий хизмат кўрсатиш учун 2,9 таъмирлаш хизматларини кўрсатиш учун эса 3,8 банд бўлган ходимлар тўғри келади. Жами корхоналарнинг 75% даги йиллик айланиш ҳажми 1 млн. долларга етмайди. Шунга қарамасдан маиший хизмат кўрсатишнинг бирор бир ўта йирик

корхонаси таалуқли хизматларнинг умуммиллий бозорининг 2-3% дан юқорисини назорат қилмайди.

Корхоналарнинг кичиклиги ва маиший хизмат кўрсатишдаги оддий ишлаб чиқариш шакллариининг мавжудлиги, авваламбор уларни вақт, хизмат кўрсатиш жойи, талабнинг якка тартибдаги хусусиятларини инобатга олган ҳолда, хизматларни ишлаб чиқаришни якка тартибдаги истеъмолчига яқинлаштириш зарурияти билан асосланади. Натижада сервис хизмат кўрсатиш корхоналари мумкин бўлган миқдорнинг ортидан ҳамма жойга эргашиб боради. Ушбу жойлар жумласига: турар жойлар, савдо марказлари, шаҳарнинг ишчан қисми, меҳмонхоналар, шифохоналар, йирик автомагистраллар атрофи ва бошқа ижтимоий жойлар киради.

АҚШ да тадбиркорлар ассоциациялари ишининг диққатга сазовор тажрибаси мавжуд. Бундай ташкилотлар асосан кичик ва ўта кичик, шу жумладан хизмат соҳасида ҳам, фаолият юритишадилар.

Тадбиркорлар ассоциациялари хизматларнинг стандарт тўпламларини ишлаб чиқишадилар, уларнинг сифат даражаларини белгилайдилар ва назорат қиладилар. Регламентлаштириш тизимида марказий ўринни у ёки бу шаклда баҳоларни ўрнатиш эгаллайди. Ассоциациялаштирилган тадбиркорлар, ҳар бир касб бўйича мавжуд бўлган этика кодекси талабларига риоя қилишига мажбур бўлишадилар, унинг бузилиши жазоланишга олиб келади, ҳатто ушбу фаолият тури билан шуғулланиш рухсатини олиб қўйишгача.

Хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналарининг эгалари ишчи кучидан фойдаланишнинг қисман банд бўлиш шаклларида кенг фойдаланишмоқдалар. Умумий ҳолда хизматлар соҳасида бундай шароитда барча банд бўлганларнинг 80% дан кўпроғи ишлашадилар. Уларда иш ҳафтасининг ўртача давомийлиги 19 соатни ташкил этади. Қисман банд бўлиш фойдалиликни, давомийликнинг камайиши ҳисобига меҳнат интенсивлигини ошириш орқали кўпайтириш имконини беради.

Охирги йиллар мобайнида АҚШ да авваллари жозибали ва обрўли меҳнат ҳисобланмаган хизмат кўрсатиш соҳаларига ишчи кучи оқимининг барқарор келиши ҳолати тавсифлидир. Ишчи кучи бозоридаги кучли рақобат, ҳар қандай ишга ижобий ва жиддий ёндошишни тақозо этади.

Давлат тадбиркорликка нисбатан икки вазифани қўяди: кичик тадбиркорлик структуралари сонининг ўсиши, шунингдек ушбу фирмаларнинг кўпчилик қисми мамлакат ичида ўзларининг ҳиссалари ва аҳамиятларини ошириш учун зарурий шарт-шароитларни ташкил этишдир. Масалан, Англияда ҳукумат томонидан кичик тадбиркорликни қўллаб-қувватлашнинг уч даражаси мавжуд:

1. Бизнесни ташкил этиш ва унинг гуллаб яшнаши учун қулай муҳитни яратиш (кенг доираларда лорд Янгнинг сиёсати деб танилган).
2. Янгидан ташкил этилган корхоналарни кенг молиявий қўллаб-қувватлаш (тадбиркорларни субсидиялаш дастури). У ўз ичига бизнесни олиб бориш санъатига ўргатиш ва келгусида маслаҳат бериб туришни олади. Бизнесни олиб боришни ўргатувчи курсларнинг оммавий равишда ривожланиши янги ташкил этилган корхоналарнинг яшовчанлигига имкон яратди. Яъни ушбу курсларни тамомлаган бизнесменлар ўзлари ташкил этган корхоналарда биринчи уч йилда яшовчанлик кўрсаткичи 90% бўлган.
3. Ҳаракат қилаётган корхоналарда маслаҳатлар ва ёрдам бериш. Корхона раҳбарларининг кўпчилиги паст молиявий база ёки раҳбарлик тажрибасининг бўлмаслиги туфайли корхонанинг ўсишини режалаштирмайдилар. Шу билан бирга 1 дан 19 тагача банд бўлганлардан иборат тадбиркорлик тузилмалари, асосий иш жойларини ташкил этувчилар ҳисобланадилар ва ёрдамга жуда муҳтож ҳисобланишадилар.

Масалан Японияда ҳар қандай тадбиркор ижтимоий маслаҳат марказлари хизматларидан фойдаланиши мумкин. Бу ерда уларга бизнес-режани тузишга ёрдам беришадилар, асосий масалалар бўйича маслаҳат

беришадилар, шериклар ва янги технологияларни кидиришда ёрдам кўрсатишадилар.

Ривожланган бозор иқтисодиётли давлатларнинг 30-40 йиллик тажрибаси шуни кўрсатадики, тадбиркорликнинг кичик шакллари давлат томонидан қўллаб - қувватлашнинг тизими яратилиши лозим. Йирик корхоналар одатда молиявий мустаҳкамликнинг маълум захираларига эгадирлар. Улар ташқи алоқалар ҳисобига иқтисодий барқарор ҳисобланишадилар. Улар ихтиёрида кучли менежмент ва маркетинг бўлимлари, лизинг, стратегик ва контроллинг марказлари мавжуд. Шу сабабли хавф-хатарни суғурталанишнинг кенг ва ишончли имкониятларига эгадирлар. Кичик бизнес корхоналари кўпчилик ҳолатларда бундай имкониятларга эга эмаслар. Шунинг учун кўпчилик ривожланган давлатларда махсус давлат, ярим давлат, тижорат, жамоатчилик структуралари ташкил этилган. Улар кичик бизнесни турли йўналишлар ва турли шаклларда (махсус давлат ва ҳудудий дастурлар доирасида сармоялаштиришдан, тадбиркорлар ва менежерларни ўқитишгача) қўллаб-қувватлашни амалга оширмоқдалар.

Ушбу мақсадларда турли хилдаги халқаро ташкилотларнинг кенг тарқалган шаҳобчалари ҳам ҳаракат қилишмоқдалар. Улар жумласига кичик ва ўрта корхоналарнинг халқаро ассоциациясидан тортиб, то Европа ва бошқа ҳудудий қўллаб - қувватлаш ва ўқитиш фондларини киритиш мумкин.

АҚШ президенти ва конгресси қошидаги кичик бизнес ассоциацияси, ўз марказий аппаратида, штатлар ва округларда, марказлар ва институтларда, университетлардаги ходимлар сонининг штати 5 минг кишини ташкил этади. Унинг бюджети 1 млрд. долларга яқинни ташкил этади. Ушбу бюджет кичик бизнесни ривожлантиришнинг ҳудудий дастурларини қўллаб-қувватлашга, кичик бизнес соҳасидаги илмий тадқиқотларни молиялаштиришга, тадбиркорлар ва менежерларни тайёрлашга, семинар ва конференцияларни ўтказишга, халқаро ташкилотлар ва ривожланаётган давлатларга кичик

бизнес ва хусусий тадбиркорликни шакллантириш ва консалтинг марказларининг фаолият юритишлари учун сарфланади.

Кўпчилик давлатларда давлат структураларидан ташқари кичик бизнес учун махсус марказий ва маҳаллий хусусий банклар, фондлар, савдо палаталари, марказлар «ишлашадилар».

Сервис ташкилотларининг самарали фаолият юритишлари учун зарурий шарт-шароитларни инфратузилма ташкил этади. Ривожланган бозор иқтисодиётли давлатларда хизмат кўрсатиш соҳаси инфратузилмаси, давлат томонидан қўллаб - қувватлашнинг объекти бўлиб ҳисобланади, хусусан катта ижтимоий аҳамият касб этадиган хизматлар бўлса. Ушбу хизматлар жумласига транспорт ва алоқа хизматларини келтириш мумкин. Жумладан Японияда интернет хизматлари ва уяли телефон алоқаси давлат томонидан дотациялаштирилади, йўллар ва темир йўл магистралларини қуриш бюджет маблағлари ҳисобига амалга оширилади.

Ривожланган давлатлардаги хизмат кўрсатиш соҳасида фаолият юритаётган корхоналар самарадорлигининг яна бир рецепти шундан иборатки, уларда юқори малакали мутахассислардан кўпроқ фойдаланиш ҳисобланади. Ушбу давлатларда сервис тизими соҳасида меҳнат ресурсларини рационал жалб қилиш масалалари доимий равишда менежерларнинг диққат эътиборида бўлиб келган, охириги йилларда улар ўта долзарб ҳисоблана бошланди. Агарда таққослайдиган бўлсак, Ўзбекистонда хизмат кўрсатиш соҳасида ишловчиларнинг катта қисми ёки кам малакалидир, ёки ихтисослаштирилган билимлар, иш тажрибаси ва ҳоказоларга эга бўлмаган, халқ хўжалигининг бошқа соҳаларидан ўтган ходимлар ҳисобланишадилар.

Тадқиқотлар натижасида шу нарсани аниқландики, ходимлар сифати масалалари сервис ташкилотининг тури ва унинг иши конкрет мазмунига боғлиқ бўлади. Ривожланган давлатларда сервис тизими корхоналари одатда қуйидагича таснифлаштирилади:

- номоддий сектор.

- хизматларни сотиш.
- ноу-хау.

Хизматларни сотиш ва ноу-хау корхоналари турли меҳнат сиғими, капитал сиғими билан тавсифланиши ва ходимлар малакасининг турли даражаларини талаб қилиши мумкин. Айрим хизматлар, масалан компютерлаштирилган банк хизматлари ёки ҳаво қатновлари жуда катта капитал қуйилмаларни талаб қилади. Қолганлари эса, жумладан тиббий хизмат кўрсатиш ёки бошқарув бўйича маслаҳат капиталнинг жуда кичик ҳажмини талаб қиладилар ёки умуман талаб қилмайдилар, лекин ишловчилар профессионализмининг юқори даражаси бўлиб фарқланади. .

Такрорлаш учун саволлар.

1. «Хизмат сифати», «Хизмат кўрсатиш сифати», «Хизмат (хизмат кўрсатиш) хусусиятлари», «Хизмат (хизмат кўрсатиш) сифати» кўрсаткичлари тушунчаларига таъриф беринг.
- 2.Хизматлар сифати кўрсаткичлари қайси мақсадларда қўлланилади?
- 3.Бажарилиш сифати ва хизмат натижаси нимага боғлиқ?
- 4.Хизматлар сифати кўрсаткичлари гуруҳини санаб ўтинг ва унинг умумий тавсифини беринг.
- 5.Хизматларнинг белгиланиши кўрсаткичларини санаб ўтинг ва тавсиф беринг.
- 6.Хизматлар хавфсизлигини кўрсаткичларини санаб ўтинг ва тавсиф беринг.
- 7.Хизматлар ишончилиги кўрсаткичларини санаб ўтинг ва тавсиф беринг.
- 8.Хизматлар касбий даражаси кўрсаткичларини санаб ўтинг ва тавсиф беринг.

- 9.Хизматлар эстетик хусусиятлари кўрсаткичларини санаб ўтинг ва тавсиф беринг.
- 10.Сервис тизими фаолияти кўрсаткичларининг моҳияти ва системали таҳлил қилишнинг мақсади нимада?
11. Сервис корхонаси фаолият самарадорлигининг қайси кўрсаткичлари таҳлил қилинади? Уларнинг қайси бирлари таҳлил ва ахборотлилиқ нуктаи назаридан муҳим аҳамият касб этади?
- 12.Фойда ва унинг баҳолар, кўрсатилаётган хизматлар ҳажми, ҳаражатлар камайишининг тежами ҳисобига ўзгариши қандай ҳисобланади?
- 13.Қайси гуруҳ кўрсаткичлари рентабелликни тавсифлайди ва улар қандай ҳисобланади?
- 14.Хизмалар ассортиментини тавсифловчи кўрсаткичларни санаб ўтинг. Қандай қилиб, ассортимент сервис ташкилоти фаолияти самарадорлигига таъсир кўрсатади?
- 15.Қандай ва қайси кўрсаткичлар бўйича сервис даражасининг интеграл баҳоланиши амалга оширилади.
- 16.Хизматларга талабнинг ошиши омилларини санаб ўтинг.
- 17.Сотишдан кейинги истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш товарларга талабга қандай таъсир кўрсатади?
- 18.Ходимлар малакаси сервис ташкилоти иши сифатига қандай таъсир кўрсатади?

Таянч иборалар

Хизмат кўрсатиш сифати
Хизмат кўрсатиш хусусиятлари
Стандартлар
Хизматлар таллуқлилиги
Хизмат натижалари
Сифат кўрсаткичлари
Моддий - техника базаси
Муомила этикаси

Эргоналик шароитлар
Санитария шароитлари
Хизмат кўрсатиш зонаси
Хизмат кўрсатиш вақти
Иш тартиби
Хавсизлик кўрсаткичлари
Ахборат конфеденциаллиги
Истеъмол қиймати
Хизматларнинг ижтимоий манзиллиги
Сифат назорат тизими
Хизматлар рақобатбардошлиги
Самарадорлик
Фойда
Хизмат кўрсатишдан олинган тушум
Рентабеллик
Сотиш рентабеллиги
Фондлар қайтими
Фондлар сиғими
Фондлар билан қуролланиш
Айланиш коэффиценти
Айланиш давомийлиги
Тўлиқ таннаrx
Меҳнат унимдорлиги
Меҳнат қайтими
Меҳнат сиғими

6.БОБ. АСОСИЙ ТУРДАГИ СЕРВИС ХИЗМАТЛАРИНИНГ ТАСНИФИ ВА ТАВСИФИ

6.1. Хизматлар турларининг таснифи.

Жахон тажрибасида хизмат соҳаси тармоқларини таснифлаштиришни ишлаб чиқариш-техник ва функционал ёндошишларнинг бир бирига қўшиш асосида ўтказиш қабул қилинган.

Ишлаб чиқариш ёндошиши хизматлар соҳасидаги тармоқ йўналишларининг ишлаб чиқариш-техник ва технологик умумийлиги тамойилларидан келиб чиқади. Функционал ёндошиш турли хил кўринишли йўналишларни амалга оширади. Ушбу йўналишлар жумласига ишлаб чиқаришга, жамиятга, уй хўжалигига хизмат кўрсатиш, шахсга хизмат кўрсатишгача тақсимлаш, сақлаш, ресурслар ва товарлар билан таъминлаш функциялари киради. Ушбу тамойилга кўра хизматлар қуйидаги гуруҳларга бўлинади:

- савдо хизматлари;
- озиқ- овқат билан таъминлаш ва яшаш бўйича хизматлар (меҳмонхоналар, оммавий овқатланиш корхоналари ва ҳоказолар);
- транспорт хизматлари;
- алоқа хизматлари ва ахборот хизмат кўрсатилиши;
- таъминот, тайёрлов ва моддий-техник ресурсларни сақлаш бўйича хизматлар;
- бозорнинг ҳаракат қилишини (кредит, молия ва суғурта, кўчмас мулк бўйича олди-сотдилар ва бошқалар) таъминлаш бўйича хизматлар;
- таълим, маданият ва санъат хизматлари;
- фан ва фан хизматлари;

- соғлиқни сақлаш, жисмоний тарбия ва спортни қўшган ҳолдаги хизматлар;
- уй хўжалигига хизмат кўрсатиш бўйича хизматлар (уй хўжалигини сақлаш ва таъмирлаш, ишлаб чиқариш-маиший ва коммунал хизматлар);
- шахсий тавсифдаги хизматлар (ноишлаб чиқариш, маиший хизматлар, сартарошхоналар, фотоателе, оёқ кийимини таъмирлаш ва ҳоказолар);
- давлат бошқаруви хизматлари.

Ҳозирги кунда иқтисодий адабиётда ва классификаторларда турли янги меъзонлар ва уларга таалукли равишда хизматларнинг турли хил таснифланиши таклиф этилмоқда. Жумладан қуйидаги хизматлар таснифлари: моддий даражаси бўйича инсонларнинг шахсий алоқалари даражаси, хизматлар меҳнат сиғими, хизмат соҳасида ижтимоий ва шахсий боғланишлар нисбати бўйича. Ҳар бир таснифлаштириш тармоқни маълум мақсадда ўрганишга мўлжалланган.

Хизматлардаги фарқ уларнинг таснифи, мақсадли белгиланиши, тақдим этиш шакллари ва ҳақ тўлаш усулидан келиб чиқади.

Таснифи бўйича кўрсатилаётган хизматлар аниқ ифодаланган тармоқ йўналишига эгадир:

- маиший машиналар ва асбоб-ускуналарни таъмирлаш, янги маҳсулотни ишлаб чиқариш;
- қишлоқ хўжалиги, гигиеник тавсифдаги хизматлар;
- транспорт, савдо, ахборот, ижарага бериш хизматлари;
- қурилиш, уйларни таъмирлаш, бадий ишлар ва халқ ижоди маҳсулотларини ишлаб чиқариш;
- таълим, тиббий ва бошқалар.

Мақсадли белгиланиш бўйича хизматлар қуйидаги гуруҳларга бўлинади:

- маиший белгиланишдаги предметларнинг истеъмол хусусиятларини таъминлаш мақсадида аҳоли буюмларини таъмирлаш ва қараш хизматлари (кийим-кечакни, оёқ кийимини таъмирлаш, кимёвий тозалаш ва буюмларни бўяш ва бошқа хизматлар);

- аҳоли буюмлари бўйича янги маҳсулотни тайёрлаш, яъни янги истеъмол қийматларини яратиш (кийим-кечакни тикиш, трикотаж маҳсулотларини тикиш, мебел тайёрлаш, уй қуриш ва ҳоказолар);

- турмушда қулайликларни яратиш бўйича хизматлар, жисмоний шахс сифатида инсоннинг эҳтиёжларини қондириш, шунингдек уй хўжалигини юритиш билан боғлиқ хизматлар (сартарошхоналар, санитар-гигиеник ва тиббий хизматлар, маданий-маиший белгиланишдаги буюмларни ижарага бериш ва ҳоказолар);

- маълумот-ахборот ва воситачилик, сайёҳлик ва бошқа хизматлар;

- шахс сифатида инсоннинг эҳтиёжни қондириш бўйича (таълим, маданий) хизматлар.

Хизматларни пуллик, бепул ва аралашларга бўлиш алоҳида аҳамиятга эга.

Ушбу тасниф қабул қилинган иқтисодий кенгликни иқтисодиётнинг хусусий (бозор) ва ижтимоий (нобозор) секторларига бўлинишларига асосланади.

Бепул хизматлардан фарқли равишда пуллик хизматлар қуйидаги хусусиятларга эга:

- истеъмолнинг якка тартибдаги тавсифи, бўлиниш ва сайланиш билан;

- рақобатлилиқ, монопол ҳолатнинг бўлмаслиги билан.

Тўлаш услуби билан хизматларни қуйидаги гуруҳларга бўлиш мумкин:

- олдин ва тўлиқ тартибда тўланадиган ёки буюртмани қабул қилишда қисман олдиндан тўланадиган ва буюртма топширилишида охириги ҳисоб-китобларни амалга ошириш тартибдаги хизматлари;

- аҳолига бепул кўрсатилган хизматлар (маиший белгиланишдаги машина ва аппаратларни кафолатланган таъмирлаш);
- кечиктирилиб тўланадиган хизматлар, яъни кредитга бериладиган.

Хизматлар йўналтирилган фаолиятнинг турлари бўйича функционал таснифлаштириш, хизматларни беш гуруҳга бўлишни кўзда тутлади:

- ишлаб чиқариш - лизинг, инжиниринг, ишлаб чиқариш асбоб-ускуналарига техник хизмат кўсатиш, техник коммуникацияларни таъмирлаш ва ҳоказолар;
- истеъмол - уй хўжалигига мўлжаллаштирилган оммавий хизматлар (турар жой ва унда мавжуд бўлган узоқ муддатли фойдаланишдаги буюмларни нормал ҳолатда сақлаш);
- профессионал - суғурта, молия, банк, реклама, маслаҳат;
- таксимот -транспорт, алоқа, савдо хизматлари;
- шахсий тавсифдаги ноишлаб чиқариш (сартарошхоналар, фотоателе ва ҳоказолар) хизматлари.

Хизматларнинг системалироқ таснифи уларни буюмлаштирилган тамойил бўйича бир неча классларга бўлади:

- товарлар ва бошқа физик объектларга йўналтирилган ҳис этиладиган ҳаракатлар (кимёвий тозалаш, асбоб-ускуналарни сақлаш ва таъмирлаш, қўриқлаш ва бошқа хизматлар);
- инсон танасига йўналтирилган ҳис этиладиган ҳаракатлар (фитнес марказлар, ресторанлар ва кафелар, гўзаллик салонлари);
- инсоннинг онгига йўналтирилган ҳис этилмайдиган ҳаракатлар (таълим, театрлар, музейлар, ахборот хизматлари).

Компекслик бўйича хизматлар оддий ва қийинларга (комплекс хизмат кўрсатиш) бўлинади. Кўпчилик хизматлар комплекс тавсифга эга. Масалан, меҳмонхоналар хизматлари - бу нафақат турар жойни тақдим этиш, балки овқатланиш, маиший хизмат кўрсатиш, истеъмолчилар ходиғини чиқаришни тақдим этиш бўйича хизматлар ҳамдир. Уларни қанақанги

тавсифлаштиришдан фойдаланилмасин, бирор бир аниқ кичик гуруҳга киритиш қийин.

Аралаш хизмат товар-моддий бойликларга ҳамроҳлик қилади, уларнинг айланишини енгиллаштиради ва уларни истеъмолчи учун жозибадор қилиб кўрсатади. Ушбу хизмат жумласига товар олди-сотдисига ҳамроҳ бўладиган сотишдан олдинги ва сотишдан кейинги сервисни келтириш мумкин.

6.2. Сервис тизими фаолиятининг турлари ва шакллари.

Сервис тизими фаолиятининг турлари асосан айрим нормаларни кўзда тутлади. Улар жумласига қуйидагилар киради:

- сервиснинг қулайлиги (хизматлар ўз вақтида, истеъмолчиларга маъқул бўладиган ва керакли жойда тақдим этилиши лозим);
- ишлаб чиқаришнинг сервисга кафолатланган мос келиши (яъни истеъмолчи «ўз ўзинга ўзинг хизмат кўрсат» шароитига қўйилмаслиги лозим);
- сервиснинг ахборот қайтими (сервис ахборотига корхона раҳбарлари, менежерлари, маркетинглар дикқат билан қулоқ солишлари лозим).

Сервис тизимининг функционал белгиланишидан келиб чиққан ҳолда қуйидаги вазифаларни ифодалаш мумкин:

- мумкин бўлган истеъмолчиларни улар томонидан ушбу корхона маҳсулотларини харид қилишларидан олдин маслаҳат ўтказиш. Бу истеъмолчиларнинг онгли равишдаги танловини енгиллаштиради;
- истеъмолчини у томонидан харид қиладиган маҳсулотларини самарали ва беҳатар эксплуатация қилишга тайёрлаш;
- истеъмолчига маҳсулотдан тўғри фойдаланишга ёрдам берадиган зарурий техник ҳужжатларни бериш;

- мумкин бўлган истеъмолчига маҳсулотни намойиш қилиш пайтида, у томонидан воз кечишнинг олдини олиш мақсадида, маҳсулотни сотишдан олдин тайёрлаш;
- йўлда бузилишнинг минимал эҳтимолида маҳсулотни эксплуатация жойига етказиш;
- маҳсулотни эксплуатация жойида иш ҳолатига келтириш ва истеъмолчига унинг ҳаракатини намойиш этиш;
- маҳсулотнинг истеъмолчи ихтиёрида бўлинадиган тўлиқ муддати давомида эксплуатацияга тўлиқ тайёргарлигини таъминлаш;
- эҳтиёт қисмларни оператив равишда таъминлаш, уларни ишлаб чиқарувчилар билан яқин алоқаларни ўрнатиш;
- маҳсулотларни истеъмолчилар томонидан эксплуатация қилиниши тўғрисида (уларнинг мулоҳазалари, таклифлари, шикоятлари) маълумот тўплаш ва уни системалаштириш;
- тўпланган маълумотлар таҳлили натижалари бўйича истеъмол қилинаётган маҳсулотларни такомиллаштириш ва модернизация қилишда қатнашиш;
- рақобатчиларнинг сервис фаолиятлари тўғрисида маълумот тўплаш ва уларни системалаштириш;
- корхона маркетинг хизматига бозорлар, истеъмолчилар ва товарларни таҳлил қилиш ва баҳолашда ёрдам бериш;
- «сиз бизнинг товарни харид қиласиз ва ундан фойдаланасиз, биз қолган барча нарсаларни қиламиз» тамойили бўйича доимий истеъмолчилар сегментини шакллантириш.

Сервис хизмат кўрсатиш бўйича фаолият мазмунига кўра интеллектуал хизматлар кенг тарқалиб бормоқда. Бу ўз навбатида сервисни бир неча турларга бўлишни асослади:

- дағал сервис. У ўз ичига товар ҳаракатининг белгиланган параметрлар, тўхтамасдан ишлаши ва иш қобилиятини қўллаб-қувватлашга боғлиқ бўлган барча хизматларни олади;

- юмшоқ сервис. Якка тартиблаштириш билан боғлиқ бўлган интеллектуал хизматларнинг барча комплексларини ўз ичига олади, яъни истеъмолчида конкрет шароитда бўлган товарни самарали эксплуатация қилиш ёки товарнинг фойдалилик соҳаларини кенгайтириш;

- тўғри сервис - ҳарид қилинган товарни эксплуатация қилиш билан бевосита боғлиқ бўлган хизматлар комплекси;

- қия (билвосита) сервис - ҳарид қилинган товарга бевосита алоқаси бўлмаган, лекин ҳариддорнинг хизмат кўрсатувчи фирмага бўлган ишончини ўрнатишга имконият яратади. Бу ўз навбатида фирмага мувоффақият келтиради;

- диллерлик сервиси. Чет эл фирмаси-ишлаб чиқарувчиси билан маиший техникага кафолатланган техник хизмат кўрсатиш ва ушбу типдаги (моделдаги) маиший техникани таъмирлаш бўйича маълум доирадаги хизматларни бажариш учун тузилган тўғри шартнома. Шу тариқа сервис маркази билан шартномага қўл қўйиб, фирма-ишлаб чиқарувчи унга маиший техникага тез ва сифатли хизмат кўрсатиш учун барча зарурий нарсаларни тақдим этади:

- норматив-техник ҳужжатларнинг қисқача тавсифини, ҳаракат тамойилни, синов методикасини ва ҳоказоларни;

- махсус технологик асбоб-ускуна ва диагностик назорат-ўлчов ускуналарни таъминланаётган техниканинг барча турлари учун эҳтиёт қисмларини;

- ишлаб чиқарилаётган ва таъминланаётган маиший техниканинг янги, замонавий типлари ва моделларини ўзлаштириш ва техник хизмат кўрсатиш учун сервис марказлари мутахассисларини ўқитиш, қайта тайёрлаш ва малака оширишини ўтказди.

Ҳозирги кунда Ўзбекистоннинг катта шаҳарларида диллерлик сервиси юқори потенциалга, кўпроқ ривожланиш истикболларига эга, чунки у оддий истеъмолчи талаби ва таклифига яхши мўлжалланган.

6.3. Сервис хизматларининг асосий турлари тавсифи.

Ушбу бўлимда моддий ва ижтимоий-маданий хизматлар айрим турларининг тавсифи келтирилган.

6.3.1. Моддий хизматлар.

Ўзбекистонда аҳолига тақдим этилаётган маиший хизматлар қуйидаги гуруҳларга бўлинади:

- оёқ кийимини таъмирлаш ва тайёрлаш;
- тўқув, мўйна ва чарм маҳсулотлари, бош кийими ва тўқимачилик атторлик маҳсулотларини таъмирлаш ва тайёрлаш, трикотаж маҳсулотларини таъмирлаш ва тайёрлаш (тўқиш);
- турар жойларни (хонадонларни) аҳолининг буюртмаси бўйича таъмирлаш ва қуриш;
- маиший техника ва ускуналарни, соатларни таъмирлаш, заргарлик маҳсулотларини таъмирлаш ва тайёрлаш, радиоэлектрон аппаратура, компьютерлар, телевизорлар, магнитофонлар, мусиқа товарларини таъмирлаш ва уларга техник хизмат кўрсатиш;
- фуқароларга тегишли бўлган транспорт воситаларини (енгил машиналар, мотоцикллар ва ҳокозолар) таъмирлаш ва техник хизмат кўрсатиш;
- мебелни тайёрлаш ва таъмирлаш;
- кимёвий тозалаш ва бўйаш;

- қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ва хом-ашёсини қайта ишлаш хизматлари, қолган қишлоқ хўжалиги хизматлари;

- фотоателье ва фотолаборатория хизматлари, шунингдек овоз ёзиш хизматлари;

- сартарошхоналар хизматлари.

Ҳозирги кунда маиший хизматлар кўрсатиш бўйича фаолият Ўзбекистон Республикасида аҳолига маиший хизмат кўрсатиш қоидалари билан тартибга солинади.

Истеъмолчиларнинг яқка тартибдаги буюртмаларини таъмирлаш, техник хизмат кўрсатиш, тайёрлаш бўйича хизматлар ўз ичига қуйидагиларни олади:

- кийим-кечак ва оёқ кийимини таъмирлаш ва тайёрлаш;
- метал ва заргарлик маҳсулотларини таъмирлаш ва тайёрлаш;
- мебелни таъмирлаш ва реставрация қилиш;
- техника, бино ва қурилмаларни таъмирлаш ва техник хизмат кўрсатиш.

Таъмирлаш бўйича хизматлар замонавий техник воситалардан фойдаланилган ҳолда бажарилади. Улар жумласига:

- ихтисослаштирилган ишлаб чиқариш-асбоб-ускуна ва жиҳозлар;
- маҳсулот носозликлари ва камчиликларини аниқловчи диагностика воситалари;

- сифат назоратининг техник воситалари;

Ишлаб чиқариш - технологик жараён таъминланади:

- малакали ходимлар билан;

- хом-ашё материаллари ва ярим фабрикатлар билан;
- ёқилғи-мойлаш материаллари билан;
- таъмирлаш, эҳтиёт қисмлари, ускуна ва агрегат қисмлари учун керакли материаллар билан.

Истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш ва таъмирлаш ишлари учун корхоналар эгалик қиладилар:

- маъмурий бинолар;
- ташриф буюрувчиларни қабул қилиш учун бино (салонлар);
- таъмирлаш ишлари учун бинолар (таъмирлаш бўйича цехлар);
- ёқилғи материаллари, эҳтиёт қисмлари, таъмирланган ва таъмирлашга келиб тушган маҳсулотларни сақлаш учун омборлар;
- гараж ва ҳоказолар.

Таъмирлаш - бу товарнинг ишлаш қобилияти ва хусусиятларини тиклаш бўйича операциялар комплекси.

Техник хизмат кўрсатиш - бу товарнинг белгиланиши бўйича фойдаланишда унинг иш қобилияти ва созлигини қўллаб қувватлаш бўйича операция ёки операциялар комплекси.

Маҳсулотни якка тартибдаги буюртма бўйича тайёрлаш - бу буюртманинг якка тартибдаги эҳтиёжи асосида маҳсулотни яратиш бўйича операциялар комплекси.

Маҳсулотни таъмирлаш турлар, тавсифи ва кўрсатилиш муддатлари бўйича тавсифлаштирилади.

Савдо олди таъмирланиши - бу сотувчидаги асбоблар иш қобилиятини тиклаш бўйича чора-тадбирлар комплекси.

Ишлаб чиқарувчи ёки унинг функциясини бажарувчи корхона томонидан белгиланган кафолат муддатида таъмирлаш - бу ишлаб чиқарувчи томонидан ўрнатилган муддатда асбобни таъмирлаш. Ушбу даврда таъмирлаш корхонаси кафолат мажбуриятларини бажаради.

Қайта тикланувчи таъмирлаш - бу истеъмолчининг айбисиз ва ишлаб чиқариш томонидан белгиланган кафолат муддатида иш қобилиятини йўқотган ва сотувчига қайтарилган асбобнинг таъмирланиши.

Хизмат муддати давомида таъмирлаш-бу маҳсулот учун норматив ҳужжатларда белгиланган муддат давомида, ёки агарда у ўрнатилган

бўлмаса, асбобни эксплуатация қилиш бошидан 10 йил давомида асбобни таъмирлаш.

Белгиланган хизмат муддати тугагандан кейин таъмирлаш - норматив ҳужжатларда белгиланган муддатлар тугагандан кейин, агарда хизмат муддати белгиланмаган бўлса, маҳсулотни сотишдан бошлаб 10 йил давомида асбобларни таъмирлаш.

Истеъмолчиларга хизмат кўрсатишнинг асосий шакллари бўлиб, стационар ва кўчма хизмат кўрсатиш ҳисобланади.

Стационар хизмат кўрсатишни бажариш учун истеъмолчилардан буюртмаларни моделлар уйлари, мода уйлари, ателе ва устахоналарда қабул қилишга асосланган.

Кўчма хизмат кўрсатиш буюртмаларни қабул қилиш ва уларни эгаларига беришни истеъмолчи кўрсатган жойларда беришни, маҳсулотларни таъмирлаш ва тикишни-стационар шароитда амалга оширишни кўзда тутди.

6.3.1.1. Кийим-кечак ва оёқ кийимини таъмирлаш ва тайёрлаш бўйича хизматлар.

Сервис ташкилотлари ташриф буюрувчиларни қабул қилиш учун бинолар ва ишлаб чиқариш биноларига эгадирлар. Улар жумласига:

- матоларни бичиш цехлари;
- тикиш ва таъмирлаш бўйича цех;
- хом-ашё ва матолар, таъмирланган ва тикилган матоларни сақлаш

учун омборлар.

Ташриф буюрувчиларни қабул қилиш учун бино-бу буюртмаларни қабул қилиш ва тайёр маҳсулотларни ўлчаш салониدير. Ушбу салон витриналар, маҳсулот намуналари ва ўлчаш кабиналари билан жиҳозланган бўлиши лозим.

Маҳсулотларни таъмирлаш ва тикиш учун ихтисослаштирилган ишлаб чиқариш-технологик асбоб-ускуна ва жиҳозлардан фойдаланади. Улар жумласига, тикув машиналари, тўқув машиналари, матоларни бичиш учун столлар, қайчилар, ўлчаш жиҳозлари, кийим-кечакни лойиҳалаштириш дастурига эга бўлган шахсий компьютерлар, дазмоллаш машиналари ва ҳоказолар киради.

Кийим-кечак оёқ кийимини тайёрлаш учун буюртмачи билан келишилган ҳолда буюртмачининг ёки хизмат бажарувчисининг материалларидан фойдаланилади.

Истеъмолчи ёки хизмат бажарувчиси материали бўлиб ҳисобланган табиий мўйналарни таъмирлаш ёки ундан маҳсулот тикиш бўйича ишларни бажариш тўғрисида шартнома имзоланишида, мўйна ярим фабрикатлар ва териларга корхона ва буюртмачи вакилининг иштирокида белги қўйилади.

Сервис фаолияти ўз ичига қуйидагиларни олади:

- истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш (маҳсулотларни тайёрлаш ёки уни таъмирлашга буюртма олиш, ярим фабрикатлар ва буюртмаларни ўлчаш, буюртмани бериш, истеъмолчи билан ҳисоб-китоб қилиш);
- хизматни бажариш (кийим-кечак ва оёқ кийимини тайёрлаш, тикиш, тўқишнинг технологик жараёни).

Маҳсулотларни таъмирлаш бўйича хизматлар истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш ва маҳсулотларни тадқиқот қилишни ўз ичига олади.

Кийим-кечак ва оёқ кийимини таъмирлашга қабул қилишда қабул қилувчи маҳсулотнинг нуқсонларини кўздан кечиради, нуқсонлар сабабларини таҳлил қилади ва шартнома (квитанция) тузади. Унда маҳсулот номи ва нуқсонлари қайд этилади. Кейин маҳсулот таъмирлаш цехига тушади, нуқсонлар бартараф этилгандан сўнг таъмирланган маҳсулот истеъмолчига берилади.

Истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш жумладан, кийим-кечак ва оёқ кийимини тикиш бўйича буюртмаларни қабул қилувчи амалга оширади. У

буюртмачи эҳтиёжи, бўлғуси маҳсулотни эксплуатация қилиш тавсифи ва шароитларини ўрганади.

Моделлар уйи, модалар уйлари каби олий разряддаги ателеларда истеъмолчилар билан юқори малакали бўлган ходимлар-дипломли рассом-моделерлар ишлашади. Улар истеъмолчиларга маҳсулот модели ва материалларини танлаш бўйича керакли маслаҳатлар беришади.

Контакт зонасида истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш ўз ичига нусхаларни тақдим этиш, албом ва журналлардаги моделларни намойиш этиш, кийим-кечак ва оёқ кийимини намойиш этишларини олади. Истеъмолчиларнинг хоҳишларига кўра моделларга ўзгартиришлар киритилади. Истеъмолчилар буюртмаларига кўра якка тартибдаги маҳсулотларни лойиҳалаштиришда кийим-кечак ва оёқ кийимини лойиҳалаштиришнинг амалий дастурни шахсий компьютерлардан фойдаланилади. Тайёрлангандан кейин тайёр маҳсулотлар сифат назоратига тутилади ва ўлчанишдан ўтилади. Агарда маҳсулот сифат талабларига, шартнома шартларига ва истеъмолчи талабларига мос келадиган бўлса, хизматларга ҳақ тўланади ва истеъмолчига берилади.

Тайёр маҳсулот ташқи кўриниши, қоматга ўтириши, размерга, инструктор қарорлар ва бадий безатилиши бўйича шартномада кўрсатилган истеъмолчининг якка тартибдаги хусусиятларига, унинг хоҳишларига мос келиши шарт.

Истеъмолчига топширилиши лозим бўлган тайёр маҳсулотлар этикетка ва маркировка ленталарига эга бўлиши лозим. Этикеткада бажарувчининг фирмали номи ва юридик манзили акс эттирилган бўлиши керак.

Ўлчаб кўриш назоратида шартномада кўрсатилган, истеъмолчиларнинг талабларини инобатга олган ҳолда тикилган ва таъмирланган маҳсулотларнинг норматив ҳужжатлар талабларига мос келиши текширилади. Агарда ушбу назоратда алоҳида кўрсаткичларнинг норматив ҳужжатлар талабига мос келмаслиги аниқланса, мос келмасликлар бартараф этилиши учун маҳсулот қайтарилади.

6.3.1.2. Фуқароларга тегишли бўлган транспорт воситаларини таъмирлаш ва хизмат кўрсатиш.

Ушбу хизматлар фуқароларга тегишли бўлган транспорт воситаларини (енгил автомобиллар ва мотоцикллар ва ҳоказолар) сервис марказларида, транспорт воситаларига техник хизмат кўрсатиш ва таъмирлаш станцияларида амалга оширилади. Сервис марказлари ва станциялари таъмирлаш ва транспорт воситалари ишини диагностика қилиш учун асбоб-ускуналар билан жиҳозланмоқдалар.

Республикамиз дунёда автомобил ишлаб чиқарувчи давлатлар қаторидан жой эгаллаганлиги туфайли, турли русумдаги ишлаб чиқарилаётган автомобиллар сони йил сайин ортиб бормоқда ва ушбу турдаги хизматлар сони ва турлари ҳам кенгайиб бормоқда

Транспорт воситаларини таъмирлаш ва техник хизмат кўрсатиш бўйича сервис тизими фаолияти наряд-буюртма, квитанция ва шартномалар асосида амалга оширилади.

Транспорт воситаларини таъмирлаш ва техник хизмат кўрсатиш пайтида истеъмолчиларга қулайликларни таъминловчи қўшимча хизмат сифатида, айрим сервис ташкилотлари оммавий овқатланиш хизматлари ва дам олиш хоналарини таклиф этишадилар.

Эҳтиёт қисмлар ва комплекслаштирувчи деталларга ҳақ тўлаш, томонларнинг келишуви ҳолда шартнома шартларига мос равишда амалга оширилади. Яъни тўлиқ ёки қисман (қисмларга бўлиб, тўлиқ ёки кредит). Хизматлар кўрсатишга ҳаражатлар сметаси ҳам тузилиши мумкин.

Таъмирлаш ва техник хизмат кўрсатиш объекти бўлиб, истеъмолчининг автотранспорт воситаси ҳисобланади.

Сервис тизими фаолияти қуйидагиларни ўз ичига олади:

- истеъмолчига хизмат кўрсатиш (транспорт воситасини қабул қилиш ва расмийлаштириш, таъмирланган транспорт воситасини истеъмолчига бериш, истеъмолчилар билан ҳисоб-китоб қилиш);

- хизматни бажаришнинг технологик жараёни (таъмирлаш ва технологик ҳисоб-китоб бўйича ишларни бажариш ёки маҳсулотни тайёрлаш).

Автотранспорт воситаларини таъмирлаш ва техник хизмат кўрсатиш бўйича хизматларнинг бевосита ижроچиси бўлиб, таъмирлаш бўйича усталар (автомеханиклар, автослесарлар, электриклар), бўёқчилар ҳисобланишадилар.

Сервис ташкилотлари ташриф буюрувчиларни қабул қилиш учун салон, маъмурий бўлинмалар учун бинолар ва автосервиснинг асосий майдонини эгаллайдиган ишлаб чиқариш биноларига эгалик қилишадилар.

Ишлаб чиқариш бинолари таркибига қуйидагилар киради:

- кузов ишлари цехи;
 - бўяш ишлари цехи;
 - кузовни коррозияга қарши қайта ишлаш цехи;
 - электр таъминотини таъмирлаш бўйича цехи;
 - двигателларни таъмирлаш бўйича цех;
 - автомобилларнинг юриш қисмини таъмирлаш цехи;
 - вулканизация ва ғилдираклар шиналарини ўрнатиш бўйича цех;
 - носозликларни диагностика қилиш бўйича лаборатория;
 - автомобилларни ювиш жойи;
 - ёқилғи қуйиш (колонкалари) шаҳобчалари.

Хизмат кўрсатиш зонаси қуйидагилардан ташкил топади:

- ташриф буюрувчиларни қабул қилиш салони;
- кутиш хонаси ва кафе;
- эҳтиёт қисмлари билан савдо қиладиган савдо шаҳобчаси.

6.3.1.3. Маиший машиналар ва асбоблар, соатлар, радио аппаратуралар, телевизорлар, магнитофонлар, музика марказлари, маҳсулотларни тамирлаш ва техник хизмат кўрсатиш.

Ушбу хизматлар истеъмолчиларга истеъмолда бўлган маҳсулотларнинг истеъмол хусусиятларини тиклаш имкониятлари таъминлайди ёки уларнинг яқка тартибдаги буютмаси бўйича яратилган янги маҳсулотларни харид қилиш имконини беради.

Хизматлар сервис технологик марказлари ва таъмирлаш бўйича устахоналарда кўрсатилади Маиший асбоблар, соатлар, радио электрон аппаратураларни техник хизмат кўрсатиш бўйича сервис марказлари ва устахоналар ташриф буюрувчиларни қабул қилиш учун бинолар, тамирлаш ва техник хизмат кўрсатиш бўйича цехлар ва таъмирланган маҳсулотлар, эҳтиёт қисмлар ва деталларни сақлаш омбори, маъмурий биноларга эгадирлар.

Истеъмолчиларга хизмат кўрсатишни қабул қилувчи бажаради. У талабномани расмийлаштиради ва маҳсулотни таъмирлаш учун қабул қилади. Ундан ташқари қабул қилиш хизматлари ҳам телефон, интернет ва почта орқали буюртма олишадилар.

Таъмирлаш бўйича хизматлар, таъмирлаш усталари томонидан истеъмолчи уйига бориш ёки стационар шаклида бажарилади. Маҳсулотларни таъминлаш жойларига етказишини истеъмолчилар мустақил равишда амалга оширишлари ёки сервис марказининг етказиш бўйича хизматларидан фойдаланишлари мумкин.

Маҳсулотларни қабул қилишда асбоб носозлиги қайд қилинади, таъмирлаш ва хизмат кўрсатишга шартнома тузилади, буюртмани бажариш муддатлари аниқлаштирилади.

Агарда хизмат кўрсатиш истеъмоличининг уйида амалга оширилса, шартномани расмийлаштириш ва хизматни таъмирлаш бўйича уста бажаради. У асбобнинг диагностикасини ўтказди, асосий носозликларни ва уларнинг вужудга келиш сабабларини аниқлайди. Диагностика натижаларига кўра таъмирлаш тури белгиланади.

Агарда таъмирлаш носоз деталларни алмаштириш ва эскирганларини қайта тиклашни ўз ичига олса, алмаштириш учун компонентлар асбоб-ускуна учун норматив хужжатлаштиришда кўзда тутилиши лозим. Улар сертификатлаштирилган бўлиши керак.

Технологик асбоб-ускуна аттестациядан ўтказилиши, ўлчов асбоб-ускуналари ва жиҳозлари текширилиши шарт.

Йирик сервис корхоналари бир қанча цехларга эга (масалан маиший машиналарни ва асбобларни таъмирлаш бўйича цех, трансформаторларни таъмирлаш бўйича цех). Цехлар бир қанча ишлаб чиқариш бўлинмаларига эга. Улар жумласига қисмларга ажратиш - камчиликларни аниқлаш, механик-таъмирлаш, чулғалаш, қуриштириш, бутлаш, синов станцияси, шунингдек турли хилдаги ишлар амалга ошириладиган алоҳида участкалар. Уларда асосан маиший машиналарнинг таъмирланиши амалга оширилади.

Қисмларга ажратиш - камчиликларни аниқлаш бўлимида таъмирланаётган товарлар чангдан тозаланади, таъмирлашдан олдинги синов ўтказилади, электр асбоб-ускуна қисмларга бўлинади, камчиликлар аниқланади (алоҳида қисмларнинг ҳолати ва эскириш даражаси, шунингдек амалга оширилиши лозим бўлган таъмирлаш ҳажми аниқланади, камчиликлар қайдномаси ва таъмирлашнинг маршрут ҳаритаси расмийлаштирилади, таъмирланиши лозим бўлган деталларга маркировка биркалари осилади, электр асбоб-ускуналарининг тузатилган қисмларини сақлаш бўйича чора-тадбирлар ишлаб чиқилади), носоз қисмларни таъмирлаш участкаларига, созларини эса бутловчи ёки йиғиш цехларига ўтказилади.

Қисмларга ажратиш - камчиликларни аниқлаш бўлими кўтаргич-транспорт воситалари, синаш асбоб-ускуналари ва стендлар, ювиш ванналари, таъмирланаётган маиший машиналар ва асбобларни қисмларга ажратиш учун зарур бўлган мослама ва жиҳозлар билан таъминланиши лозим.

Механик-таъмирлаш бўлимида маиший машиналар ва асбобларни таъмирлаш амалга оширилади, зарурият туғилганда уларга янги деталлар тайёрланади. Ушбу бўлим кўтаргич - транспорт воситалари, метални қайта ишловчи дастгоҳлар, пресслар, пайвандлаш аппаратлари ва махсус мосламалар ва жиҳозлар билан жиҳозланган бўлади.

Юқорида қайд қилинган асбоб-ускуналар билан бир қаторда механик-таъмирлаш бўлимида деталлар ва жиҳозларни сақлаш учун стеллажлар ва шкафлар мавжуд бўлади.

Чулғалаш бўлимида электрик машиналар ва асбоблар, электрик аппаратларнинг трансформаторлари ва сим ғалтакларининг (катушкаларининг) шикастланган жойлари таъмирланади (изоляцияси қайта тикланади) ва янги чулғалар тайёрланади.

Бўлим чулғалар ва катушкаларни ўраш дастгоҳлари, изоляцияланган материалларни кесиш қайчилари, чулғалардаги симларни пайвандлайдиган ва қалайлайдиган жиҳозлар, тайёрланадиган чулғуларнинг изоляциясини назорат қиладиган мослама, шунингдек чулғулар схемасидаги уланмаларнинг тўғрилигини назорат қилувчи аппаратлар билан жиҳозланади.

Қуриштиш бўлими тайёрланган чулғаларни қуриштиш учун хизмат қилади. Ундаги асбоб-ускуналар таркибига сингдирувчи ванналар, сингдирилган чулғаларни қуриштиш печкалари, катта ҳажмдаги чулғаларни юклаш-тушириш учун кўтаргич-транспорт воситалари киради. Буғлар, лак ва эриткичларнинг учиб юрадиган заррачаларининг зарарли эканлигини, уларнинг катта ёнғин ва портлаш хавфи борлигини инобатга олган ҳолда

ушбу бўлимнинг бинолари вентиляция мосламалари ва ёнғинни ўчириш воситалари билан жиҳозланиши лозим.

Бутловчи бўлим барча таъмирланган, шунингдек таъмирланаётган асбоб-ускуналарнинг соз ва янги йиғма бирликлари, деталлари етказиладиган жой ҳисобланади. Тўлиқ бутланган электрик асбоб-ускуналари кейинчалик йиғиш бўлимига узатилади. Йиғиш бўлимида таъмирланаётган асбоб-ускунанинг умумий йиғилиши амалга оширилади. У йиғиш жиҳозлари ва мосламалари, стеллажлар, электр машиналарининг роторлари ва якорларининг статик ва динамик баланслаштириш учун мосламалар, таъмирлашдан кейинги синовларнинг барча комплексини бажариш учун синов стендлари билан жиҳозланади.

Синаш станцияси алоҳида бинода жойлашади ва юқори қувватли синовчи электр мосламалари, стендлар, турли хил асбоблар ва ҳимоя воситаларига эга бўлади.

Маиший машиналар ва асбобларни таъмирлаш бўйича устанинг иш жойини ташкил этиш ўз хусусиятларига эга.

Маиший машиналар ва асбобларни таъмирлаш бўйича хизматларни бажариш учун сервис ташкилотлари асосий ва қўшимча асбоб-ускуналардан (дастгоҳлар, механизмлар) технологик жиҳозлар, мосламалар ва керакли анжомлардан (столлар, стеллажлар, шкафлар) фойдаланадилар.

Иш жойларини ташкил этиш сервис бўйича мутахассислар, электр слесарлари ишларнинг хавфсизлик шароитларига риоя қилишлари лозим.

Таъмирлаш тури хил даражадаги қийинчиликга эгадир. Қийинчилик даражаси асосий йиғма бирликлар ва деталларни, шу жумладан корпус ва электр двигателини очиш ёки алмаштириш зарурияти билан аниқланади. Масалан маиший радиоэлектрон аппаратурани таъмирлаш қуйидагиларга бўлинади:

- аппаратуранинг асосий элементлари бўлган кинескоп ва бошқа элементларини очиш ва алмаштиришга боғлиқ бўлган таъмирлашнинг блок усули;
- асосий йиғма бирликларни очмасдан ва алмаштирмасдан ўтказиладиган таъмирлаш.

Маиший асбобларни таъмирлаш ва техник хизмат кўрсатиш таъмирлаш технологиялари орқали таъминланади. Ушбу технологиялар норматив ҳужжатлар билан (технологик ҳариталар, техник шароитлар, стандартлар, қоидалар ва нормалар) тартибга солинади.

Буюртмачи таъмирлашдан тўлиқ ҳажмда воз кечиши мумкин.

Бундай ҳолатда сервис ташкилоти буюртмачига асбоб параметрларининг стандарт талабларига мос келишини фақат бажарилган таъмирлаш ҳажмидагина беради ҳолос. қабул қилувчи бу ҳақда таъмирлаш учун кузатиловчи ҳужжатда белги қўяди.

Сервис ташкилотлари асбоблар ва аппаратларни таъмирлашга қабул қилишмайдилар (шу жумладан хизмат муддати тугагандан сўнг ҳам), агарда буюртмачи хавфсизлик талабларининг бузилишига олиб келувчи носозликларни бартараф этишдан воз кечса. Таъмирлаш жараёнида хавфсизлик билан боғлиқ носозликлар аниқланган тақдирда, сервис ташкилоти бу ҳақда буюртмачини хабардор қилиши ва қўшимча ишлар ҳажмини инобатга олган ҳолда буюртмани қайта тузиши лозим. Буюртмачи қўшимча хизматлардан воз кечса, асбоб ёки аппаратура эксплуатация учун яроқсиз деган белги қабул қилувчи ҳужжатда қўйилади ва буюртмачи ва бажарувчи имзолари билан тасдиқланади.

Таъмирлашдан сўнг сервис ташкилотининг техник назорат хизмати ёки назорат функцияси юклатилган шахслар, таъмирланган асбобларнинг сифати назоратини амалга оширадилар.

Таъмирланган асбоблар конкрет турдаги янги маиший асбоб учун норматив ҳужжатларда кўзда тутилган барча режимларда ишлаши лозим. Таъмирланган маиший асбобларнинг хизмат муддати давомидаги

эксплуатация кўрсаткичларининг четланиши, янги асбобларга қараганда 20% дан ошмаслиги лозим.

Хизмат муддати тугагандан сўнг кўрсаткичлар маиший асбобларни таъмирлашга қабул қилишда буюртмачи билан келишилган ҳолда ўрнатилади.

Таъмирланган асбоблар хавфсизлик талабларига мос келиши лозим. Таъмирланган маиший асбобларнинг хизмат муддати давомида ва ундан кейин хавфсизлик кўрсаткичларининг пасайишига йўл қўйиб бўлмайди.

Таъмирлашдан ўтган маиший радиоэлектрон аппаратура муҳрлаштирилиши лозим.

Аппаратурани эксплуатацияга беришда буюртмачига бериладиган кузатувчи ҳужжатларда техник қабул қилиш ва аппаратура хавфсизлигини тасдиқловчи белги қўйилади.

Таъмирланган радиоэлектрон аппаратура, маиший машиналар ва асбобларни беришда сервис корхонаси ишловчиси аппаратурани кўздан кечиради ва унинг ишини намоён қилади.

Таъмирлашдан сўнг буюртмачига кўрсатилган таъмирлаш ва таъминланган аппаратни тасдиқловчи ва кузатувчи ҳужжат берилади.

Таъмирлаш ва техник хизмат кўрсатиш хизматлари билан шуғулланувчи сервис корхоналари таъмирланган асбобнинг стандарт талабларига мос келиши тўғрисидаги қаноатли беришадилар.

Маиший асбоблар ва машиналарни таъмирлашдан қабул қилишда, буюртмачи бажарилган ишларнинг буюртмада кўрсатилган нуқсонлар сонига мос келишини тешириш ҳуқуқига эга. Асбобни эксплуатацияга беришда буюртмачига берилган кузатувчи ҳужжатда техник қабул қилиш ва асбоб хавфсизлигини тасдиқловчи белги қўйилади.

Таъмирланган маиший машиналар ва асбобларга қуйидаги қаноат муддатлари ўрнатилади:

- 6 ой - биринчи гуруҳ қийинчиликларига таълуқли таъмирлаш ишларини бажаришда;

- 12 ой - иккинчи гуруҳ қийинчиликларига таълуқли таъмирлаш ишларини бажаришда.

Ишлаб чиқаришдан 10 йил олдин олинган ва улар учун эҳтиёт қисмлар чиқариш тўхтатилган асбоблар учун кафолат муддати 3 ойдан кам бўлмаган муддатга ўрнатилади.

Таъмирланган радиоэлектрон аппаратурага куйидаги кафолат муддатлари ўрнатилади:

- стационарда таъмирлашни амалга оширишда: рангли тасвирдаги телевизорлар, видеомагнитофонлар ва олий даражада қийин гуруҳдаги аппаратураларга - 3 ойдан кам бўлмаган, қолган аппаратурага 4- ойдан кам бўлмаган;

- эксплуатация жойида таъмирлашни амалга оширишда: рангли тасвирдаги телевизорлар, видеомагнитофонлар ва олий даражада қийин гуруҳдаги аппаратураларга - 1 ойдан кам бўлмаган, қолганларига 2 - ойдан кам бўлмаган.

Маиший асбоблар ва машиналарни таъмирлашда янги эҳтиёт қисмлар ўрнатилса, уларнинг кафолат муддати, ишлаб чиқарувчи корхона (сотувчи) томонидан ўрнатилган кафолат муддатига мос келиши лозим.

Кафолат муддати ишни (хизмат кўрсатишни) қабул қилган кундан бошланади. Ушбу муддат буюртмачи томонидан эксплуатация қоидаларига риоя қилинган тақдирда ҳақиқий деб ҳисобланади.

Сервис ташкилоти томонидан ўрнатилган кафолат муддати мобайнида, маиший асбоблар ва радиоэлектрон аппаратураларни қайта таъмирлаш, сервис корхонаси ҳисобига истесно сифатида амалга оширилади қачонки, аввалги таъмирлашдан алмаштирилмаган деталлар қиймати учун буюртмачи томонидан пул тўланса.

Сервис корхонаси томонидан ўрнатилган кафолат муддати давомида қайта таъмирлашлар бажарилаётганда, охириги кафолат муддати, сервис корхонасига мурожат қилинган муддатдан, ишларни (хизмат кўрсатишларни) қабул қилиб олинган муддатгача чўзилади. Яъни маиший асбоблар ва

радиоэлектрон аппаратурани таъмирлангандан сўнг эгаларига топшинган вақтгача.

Буюртмачига унинг хохишига кўра таъмирланган маиший машиналар ва радиоэлектрон аппаратураларни транспортировка қилиш бўйича хизматлар тақдим этилади.

Маиший машиналар ва асбобларни транспортировка қилиш ушбу асбобларнинг механик шикастлар ва атмосфера ёғинларидан сақлашни таъминловчи ёпиқ транспорт воситасида тик ҳолатда амалга оширилади.

Таъмирланган ва таъмирлашга қабул қилинган маиший асбобларни сақлаш омборда алоҳида куруқ хоналарда 5 С дан паст бўлмаган ҳароратда сақланилади. Ушбу хоналарда кислота буғлари ва бошқа зарарли моддалар бўлмаслиги керак. Асбобларни сақлашнинг қулай усули бўлиб, уларни стеллажларда сақлаш ҳисобланади. Тахлаш шароитлари механик шикаст етказишдан ҳимояланган бўлиши лозим.

6.3.1.4. Заргарлик буюмларини таъмирлаш.

Мавжуд хизматлар ушбу маҳсулотларнинг конструкциялари ва истеъмол хусусиятларининг тикланишини таъминлайди. Истеъмолчиларга заргарлик буюмларини таъмирлаш ва тайёрлаш бўйича хизматлар заргарлик маҳсулотлари билан савдо қилувчи савдо шаҳобчаларида ёки заргарлик устахоналарида кўрсатилади.

Таъмирлаш ва тайёрлаш бўйича хизматларнинг бевосита бажарувчиси бўлиб, уста заргар ҳисобланади.

Заргарлик маҳсулотларини таъмирлашда ва тайёрлашда ўлчайдиган, кесувчи жиҳозлар, қайириш ва текислаш учун жиҳозлар, қалайлаш учун жиҳозлардан фойдаланилади.

Маҳсулотларни таъмирлашга қабул қилишни маълумот ва тажрибага эга бўлган уста заргар қабул қилувчи бажаради. Қабул қилишда у маҳсулотни ўрганади, нуқсонларни ва тайёрлаш материалларини аниқлайди ва ишларни бажариш учун шартнома (квитанция ёки бошқа турдаги ҳужжат) тузади. Ушбу шартномада ишлар (истеъмолчи имзоси билан нусха иловаси) ва шакли, размери, оғирлиги, ранги ва нуқсонлар кўрсатилган ҳолдаги қимматбаҳо тошлар тарифланади.

Истеъмолчига таалукли бўлган қимматбаҳо металлдан заргарлик маҳсулотларини тайёрлаш ва таъмирлашга қабул қилиш ҳолатида, бажарувчи реактивлар ёрдамида қимматбаҳо металлнинг пробасини аниқлашни амалга оширади.

Қимматбаҳо материаллардан тайёрланган заргарлик маҳсулотлари Ўзбекистон Республикаси қонунчилигига мос тарзда белгиланган пробаларга мос келиши лозим.

6.3.1.5. Мебени тайрлаш ва таъмирлаш

Ушбу хизматлар истеъмолчиларга эски, фойдаланишда бўлган мебелни қайта тиклаш ёки яқка тартибдаги буюртма бўйича бажарилган мебел маҳсулотларини ҳарид қилиш имкониятларини таъминлайди.

Мебел фойдаланиш жараёнида конструкция мустаҳкамлигини пасайтирувчи механик ва физик-кимёвий таъсирга учрайди. Бу ўз навбатида ундаги элементларнинг бузилишига олиб келади. Вақт ўтган сари унинг ташқи тарафида турли хилдаги бузилишлар ва шикастланишлар вужудга келади. Ундан ташқари мебелнинг эстетик хусусиятлари маънавий жиҳатдан эскириши мумкин.

Мебелни таъмирлаш ва тайёрлаш бўйича хизматлар, мебел тайёрловчи ташкилотлар, дурадгорлик устахоналари ва мебелни таъмирлаш устахоналари томонидан тақдим этилади.

Мебелни таъмирлаш ва тайёрлаш бўйича буюртмаларни қабул қилиш пунктлари устахоналар ёки мебел савдоси билан шуғулланувчи чакана савдо шаҳобчалари қошида жойлашадилар. Мебелни тайёрлаш ва таъмирлаш бўйича буюртмалар, уларнинг дастлабки тўлиқ қийматини тўлаш ёки қисман тиклаш шаклида қабул қилинади.

Мебелни истеъмолчининг якка тартибдаги буюртмаси бўйича тайёрлаш буюртмачи томонидан тайёрланган эскиз ва чизмалар асосида ёки бажарувчи томонидан буюртмачи билан келишилган ҳолда амалга оширилади.

Мебелни таъмирлаш ва реставрация қилиш фотосуратлар, ўхшаш намуналар бўйича қайта тикланаётган мебелнинг материаллари ва конструкциясининг таҳлили асосида амалга оширилади.

Мебелни таъмирлаш бўйича хизматлар қийинчилигига боғлиқ ҳолда истеъмолчининг уйида ёки стационар шароитларда сервис ташкилотларининг цехларида бажарилади.

Истеъмолчининг уйида таъмирлашнинг оддий турлари амалга оширилади.

Стационар шароитларда дастгоҳ асбоб-ускунасидан фойдаланишни талаб қиладиган таъмирлаш бажарилади. Жумладан таъмирланаётган мебелнинг алоҳида қисмлари ва деталларини тайёрлаш, синган оёқларини алмаштириш, каркасни мустаҳкамлаш орқали мебелнинг юмшоқ қисмини таъмирлаш, пружиналарини, ташқи қоплама материалларини алмаштириш (қайта тиклаш ишлари ва эски шаклни янгилаш, маҳсулотлар конструкциясини ўзгартириш).

Мебелни таъмирлаш бўйича хизматлар ўз ичига истеъмол хусусиятларини тиклаш, конструкцияни, шаклни ўзгартириш, эски мебелга янги эстетик хусусиятлар ва замонавий дизайнни киритиш кабиларни олади.

Мебелни реставрация қилиш бўйича хизматлар истеъмолчиларга мебелнинг тарихий ва бадиий қадриятга эга бўлган антикварлигини қайта тиклаш имконини беради.

Ишларни бошлашдан олдин реставраторлар, реставрация қилиниши лозим бўлган объектни тўлиқ ўрганишадилар, ўзига хос аломатларни аниқлашадилар (санъат асарининг аслиги ва муаллифини аниқлаш, агарда бунинг имкони бўлмаса, яратилган мактаб, давлат ва яратилган вақтни аниқлашадилар), сақланганлик даражаси ва аввалги реставрациялар туфайли бузилиш даражаси баҳоланади, маҳсулотнинг дастлабки шакли аниқланади. Кўздан кечириш асосида хизматлар бажарувчиси (реставратор) реставрация ишларининг ҳажми ва услубларини аниқлайди, реставрация методикасини ишлаб чиқади.

Реставрациянинг асосий услублари-консервация ва қайта тиклаш ҳисобланади.

Консервация - бу бизнинг давримизгача етиб келган маҳсулотларнинг бузилиш жараёнларини тўхтатишга, уларни мустаҳкамлашга йўналтирилган жараёнлар йиғиндисидир. Мебелнинг консервацияси ўз ичига маҳсулотни турли хил ифлосланишлардан тозалаш, дезинфекциялаш, предметнинг умумий ва айрим жойларининг мустаҳкамланиши, ташқи муҳит таъсиридан келгусида ҳимоя қилиш кабиларни олади.

Реконструкция қадимги мебелни қолган қолдиқлар, тасвирлар ва тасвирлаб беришлар орқали қайтадан яратилишига имконият яратади.

Реставрация ишларини бажариш чоғида реставраторлар мебелнинг асл деталлари, ташқи кўриниши ва безалишини сақлашга ҳаракат қилишадилар.

Мебелни тайёрлаш, таъмирлаш ва реставрация қилиш бўйича хизматларни бажариш чоғида қуйидагилардан фойдаланилади:

- дурадгорлик ишлари учун асбоб-ускуналар ва жиҳозлар;
- конструкцион, елимловчи материаллар, мебел матолари;
- мебелни етказиш учун транспорт воситалари.

Корхоналар кўрсатилаётган хизматлар ҳажми ва турларига боғлиқ ҳолда бир ёки бир неча дурадгорлик, пардозлаш, дезинфекция қилиш цехларига, материаллар ва тайёр маҳсулот омборларига эгадирлар.

Сервис ташкилотлари ташриф буюрувчиларни қабул қилиш учун мебелнинг зал-кўргазмаларига, маъмурий бино ва корхонанинг асосий майдонини эгалловчи ишлаб чиқариш зонасига эгалик қилишадилар.

Ишлаб чиқариш зонаси таъмирлаш ишларини олиб бориш ва мебелни тайёрлашга мўлжалланган жараёнлар бажарилаётган ишларнинг турларига қараб, бир қанча турли хилдаги босқичлардан иборат бўлади. Шу сабабли йирик сервис корхоналарининг устахоналари бир қанча цехларга эга бўлишадилар. Улар жумласига:

- мебелни дастлабки тобга келтириш, кўрикдан ўтказиш, қисмларга бўлиш ва ўлчаш цехи;
- дезинфекция, эски пардозлаш қопламаларини тозалаш цехи, дурадгорлик цехи;
- пардозлаш ва гулқоғоз цехи;
- материаллар ва тайёр маҳсулотлар цехи.

Цехларнинг бинолари катта ҳажмдаги мебеллар билан ишлаш учун имконият яратиш мақсадида, одатда юқори баландликка эга бўлади.

Мебелни қабул қилиш ва дастлабки кўрикдан ўтказиш биносида кичик маҳсулотларни кўздан кечириш, қисмларга ажратиш ва ўлчаш учун стол, ёрдамчи дурадгорлик ва слесарлик ишлари учун асбоблар, қисмларга ажратилган буюмларни сақлаш учун стеллажлар, жиҳозлар ва материалларни сақлаш учун шкафлар жойлашади.

Дезинфекция ишларини амалга ошириш цехи мажбурий вентиляция системаси билан жиҳозланади. Цехда қайта ишланган предметларни тобга келтириш учун стеллажлар, жиҳозлар, эриткичлар, кимёвий идишлар, лаборатория асбоб-ускуналарининг барчаси жойлашган стол жойлашади. Иш столлари турли хилдаги ёриткичлар билан жиҳозланади.

Дурадгорлик цехи табиий ва сунъий ёриткич асбоблари, материаллар, жиҳозлар ва мебелнинг турли тайёрланган деталларини сақлаш учун шкафлар ва стеллажлар билан жиҳозланади.

Пардозлаш цехи столлар, стеллажлар, деталларни тоблаш ва қуриштириш учун стеллажлар билан жиҳозланади.

Йирик сервис ташкилотлари пардозлаш цехида лак бўёқ материалларини суркаш учун мўлжалланган сачратадиган камерани ўрнатишадилар, мебел деталларини силлиқлаш, бўяш, грунтлаш, лаклаш ва ялтиратиш учун алоҳида хоналар ажратишадилар.

Гулбезак цехи мебелнинг юмшоқ элементларини қисмларга ажратиш, уларни дезинфекциялаш, тозалаш, сортларга ажратиш ва гулбезак ишларини бажариш учун хоналарни ўз ичига олади.

Йирик сервис корхоналари тайёрлов цехига эга бўлишадилар. Унда ёғоч материалларини қайта ишлаш амалга оширилади. Тайёрланган материалларни қайта ишлаш учун универсал, фрейзер ва токарлик дастгоҳларидан фойдаланилади.

Омборларда мебелни таъмирлаш учун қўлланиладиган материаллар жойлашади. Мабелни таъмирлаш жараёнида ушбу маҳсулотни тайёрлаш учун фойдаланиладиган тури ва сифатига мос келадиган материаллар қўлланилади. Мабелни реставрация қилишда эски тобланган ёки аввал фойдаланишда бўлган ёғочдан фойдаланилади.

Мабелни таъмирлаш ва тайёрлашда тайёрланадиган асосий материаллар бўлиб, ёғоч материаллари, елимланувчи материаллар, пардозлаш материаллари, мебелнинг юмшоқ элементларини таъмирлаш учун материаллар, мебел матолари ҳисобланади.

Сервис фаолияти ўз ичига қуйидагиларни олади:

- истеъмолчига хизмат кўрсатиш (махсулотни таъмирлашга ёки тайёрлаш учун буюртмани қабул қилиш, мебелни истеъмолчидан етказиб келиш, истеъмолчига таъмирланган мебелни етказиш ва топшириш);
- мебелни таъмирлаш ва тайёрлаш бўйича технологик операциялар.

Истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш ўз ичига мебелни тайёрлаш учун буюртмани қабул қилиш, эскиз ва чизмаларни тайёрлаш, шартномани расмийлаштириш, буюртмани бериш ва истеъмолчилар билан ҳисоб-китобларни олади.

Буюртмани қабул қилишда истеъмолчилар билан ишлаш бўйича мутахассис, истеъмолчига зарур бўлган мебелни, унинг конструктив бажарилиши, тайёрлаш материали, ташқи қопламаси ва бошқаларни аниқлайди. Эскиз ва чизмалар амалий компьютер дастурлари ёрдамида бажарилади ва истеъмолчилар билан келишилади. Ушбу дастурлар жумласига «Базис-Мебельщик», «Mebel K3», «Дизайн студия 3D» ва бошқалар киради.

Кейин хизматни бажариш шароитлари аниқлаштиради, жумладан хизмат бажариш муддатлари, ҳақ тўлаш шароитлари, истеъмолчи уйига мебелни етказиш ва териш зарурияти ва бошқа шароитлар.

Хизмат бажарилгандан сўнг мебел истеъмолчига берилади. Мебелни бериш пайтида мажбурий текширув ўтказилади. Истеъмолчи бажарилган ишларнинг шартномада кўрсатилган шартларга мос келганлигига ишонч ҳосил қилиши лозим.

Мебелни тайёрлаш бўйича хизматни бажариш ўз ичига: эскиз ва лойиҳани тузиш, ярим фабрикатларни тайёрлаш, пардоз ва сайқал бериш, сиртини қоплаш, фурнитураларни ўрнатиш ва териш кабиларни олади.

Мебелни таъмирлаш бўйича хизматлар ўз ичига: эски конструкцияларни замонавийларга ўзгартириш ва янгилаш, юмшоқ элементларни таъмирлаш (эски қопламаларни янгиларига алмаштириш),

мебелнинг конструктив элементларини таъмирлаш, бирлаштирадиган қисмларни мустаҳкамлаш ва қайта тиклаш, йирик ёғочдан қилинган деталлардаги механик носозликларни бартараф этиш, ташқи қопламаларни қайта тиклаш ёки алмаштириш, шиша, ойна ва бадий-декоратив элементларни таъмирлаш ва реставрация қилиш кабиларни ўз ичига олади.

Таъмирлаш ишлари бошланишдан олдин мебел дастлабки тайёргарликдан ўтади. Улар жумласига қуйидагилар киради:

- кўздан кечириш;
- қисмларга ажратиш;
- ёғочни дезинфекциялаш ва химоялаш;
- эски пардозли қопламаларни тозалаш.

Ёғочни дезинфекциялаш ва уни турли биологик зараркунандалар томонидан бузилишдан химоя қилиш махсус ихтисослаштирилган хоналарда амалга оширилади. Дезинфекциялаш учун таркибида хлор ва фтор бўлган препаратлардан фойдаланилади. Улар жумласига пентахлорфенол, натрийнинг пентахлорфеноляти, фторли натрийлар кабилар киради.

Мебелнинг юмшоқ элементлари (соч, газлама, тери) инсектицидли препаратлар ёрдамида дезинфекцияланади.

Ундан кейин эски пардозланган қопламалар олиб ташланади.

Мебелнинг конструкциясини қайта тиклаш ўз ичига қуйидагиларни олади:

- конструктив бирлаштирувчиларнинг мустаҳкамланиши;
- ташқи кўринишдаги ёриқлар ва бошқа камчиликларнинг тузатилиши;
- йўқолган конструктив элементларнинг тўлдирилиши;
- мебелнинг ташқи парدوزи, декоратив элементларнинг қайта тикланиши;
- юмшоқ элементларнинг таъмирланиши.

Таъмирланган мебелга асосий талаб бўлиб мустахкамлик, узоқ муддат фойдаланиш мумкинлиги, ички ва ташқи томонларида кўзга ташланадиган нуқсонларнинг бўлмаслиги ҳисобланади.

Тайёрланган мебел конкрет турдаги мебел учун стандартлар ва техник шароитлар талабларига мос келиши лозим.

Истеъмолчилар билан келишилган ҳолда сервис ташкилотлари юклаш тушириш ва уни истеъмолчининг уйида териш ишларини бажаришадилар.

Мебелни етказиш ёпиқ транспортда бажарилади. Мебелни сервис ташкилоти транспорти ёрдамида етказишда, истеъмолчи томонидан ҳақ тўлаш, мебелни қабул қилиш юклаш туширишдан кейин амалга оширилади.

6.3.1.6. Уйлар ва хонадонларни таъмирлаш, қуриш.

Ушбу хизматлар истеъмолчиларга таъмирлаш имкониятини, турар жой ва ер участкаларини эстетик жиҳатдан такомиллаштириш, шунингдек истеъмолчиларнинг якка тартибдаги талаблари асосида қурилишга бўлган талабларини қондиришни таминлайди.

Хизматлар ўз ичига турар жойни лойиҳалаштириш, қурилиш ишлари истеъмолчилар буюртмасига кўра бино ва қурилмаларини тамирлаш, эксплуатацияга коммуникацияларни (иссиқлик, электрик, газ, сув, сув оқова) ишга тушириш, маслаҳатларини олади.

Турар жойни қуриш ва тамирлаш бўйича хизматлар истеъмолчиларга ўз вақтида ва сифатли равишда бинолар, турар жойлар ва хўжалик қурилмаларни қуриш ва таъмирлаш имконини беради.

Истеъмолчиларга турар жойни таъмирлаш, уйлар ва хонадонларни моданинг замонавий тенденцияларига мос равишда меъморий-дизайнерлик жиҳозланиши бўйича хизматлар зарур.

Турар жойни қуриш ва таъмирлаш бўйича хизматларни кенг ассортиментдаги қурилиш ва пардозлаш ишларини амалга оширувчи

қурилиш-монтаж ва ишлаб чиқариш корхоналари, фирмалар ва усталар бригадалари томонидан кўрсатилади.

Турар жойни таъмирлаш ва қуриш бўйича хизматлар, буюртмачи манзилига бориш натижасида амалга оширади, лойиҳа-конструкторлик ишлари бевосита корхона офисида бажарилади.

Турар жойни таъмирлаш ва қуриш бўйича хизматлар таклиф этаётган сервис корхоналари, ташриф буюрувчиларни қабул қилиш учун бинолар, маъмурий ва омбор биноларига эгадирлар. Қурилиш ишларини бажариш қурилиш майдончаларида амалга оширилади.

Материаллар ва инвентарлар, қурилиш ишларини механизациялаштириш воситаларини жойлаштириш учун омбор бинолари ва гаражлардан фойдаланилади.

Қурилиш ишлари учун турли ишлаб чиқариш-технологик асбоб-ускуналар, вақтинчалик муҳандислик қурилмалари, қурилиш техникаси ва жиҳозлардан фойдаланилади.

Қурилиш ва таъмирлаш учун материаллар буюртмачи томонидан тақдим этилади ёки бажарувчи томонидан ҳарид қилинади. Қурилиш материалларини тайёрлаш учун дурадгорлик, слесарлик, пайвандлаш цехлари, қурилиш материалларини ишлаб чиқариш бўйича цехлардан фойдаланилади.

Қурилиш ишларида қўлланиладиган асосий материаллар бўлиб, цемент, тош, қурилиш ғишти, қоплама ва пардозлаш материаллари, лак бўёқ материаллари ҳисобланади.

Хизмат кўрсатиш буюртмачи билан ишлаш, лойиҳа-смета ҳужжатларини тузишни кўзда тутди. Ушбу ишларда меъморлар, муҳандис-лойиҳалаштирувчилар ва бошқалар иштирок этишадилар.

Таъмирлаш-қуриш ишлари, қурилиш мутахассисликларига эга бўлган малакали ишчилар (қурилиш бригадалари) томонидан бажарилади.

Қурилиш-таъмирлаш бригадалари таркибига қурилиш мутахассисликларига эга бўлган уста ғишт терувчи, бетон қуювчилар, электриклар, сувоқчилар, ёрдамчи ишчилар ва ҳоказолар киради.

Буюртмани қабул қилиш ва уни аниқлаштириш бўйича истеъмолчилар билан ишни менежер ва меъмор олиб боради.

Қурилиш ва таъмирлаш бўйича хизматлар кўрсатиш ҳозирги давр талаблари даражасига жавоб берадиган прогрессив технологиялар асосида амалга оширилиши лозим.

6.3.1.7. Уй-жой атрофини ободонлаштириш ва ландшафт дизайни.

Ушбу хизматлар қишлоқ хўжалиги майдонларига ишлов бериш, уй атрофини кўкаламлаштиришни таъминлайди, атрофдаги ҳудудни эстетик такомиллаштириш бўйича аҳоли эҳтиёжларини қондиради, томорқа хўжаликларида қишлоқ хўжалик маҳсулотларини етиштириш учун шароитлар яратади.

Қишлоқ хўжалик майдонларига ишлов бериш бўйича хизматлар ўз ичига ерни ағдариш, бороналаш, яганалаш, ўғитлаш, қишлоқ хўжалик ва декоратив экинларни экишларни олади.

Хизматларга эҳтиёжлар ҳудуднинг геоботаник шароитларига (маҳаллий шароитларга мослашган қишлоқ хўжалик маҳсулотларининг навларини етиштириш ва аҳолига таклиф этиш), манзара, табиий-иқлимий шароитлар, ҳудуднинг ижтимоий-маиший шароитларига (овқатланиш хусусиятлари, ҳаёт тарзи ва ҳоказолар) боғлиқ бўлади.

Қишлоқ хўжалик хизматларини кўрсатиш шартнома, акт, квитанция тарзида расмийлаштирилади.

Бундай хизматлар таклиф этувчи сервис корхоналари қуйидагиларга эга бўлишадилар:

- бошқарув ходимлари иши учун маъмурий бино;

- таширф буюрувчиларни қабул қилиш, ўсимликлар ва лойиҳаларни тақдим этиш учун кўрғазма салони;
- кўчатларни етиштириш учун иссиқхона;
- питомниклар;
- қишлоқ хўжалиги машиналари ва инвентарларини сақлаш учун бинолар;
- ўғитлар, ўсимликларни ҳимоя қилиш воситалари, заҳарли кимёвий моддалар омбори;
- қишлоқ хўжалик техникасига хизмат кўрсатиш ва таъмирлаш учун гараж, цех.

Қишлоқ хўжалик ишларини кичик механизациялаштириш воситалари бўлиб, ер ва юклаш - тушириш ишлари учун машиналар, тупрокни тайёрлаш учун машиналар, майсазор ва боғларга ишлов бериш учун машиналар ҳисобланади.

Сервис фаолияти ўз ичига истеъмолчининг томарқасига бориб ишлаш, стационар шароитда иссиқхоналарда ишлашларни олади;

- эҳтиёжни ўрганиш, буюртмани қабул қилиш ва расмийлаштириш;
- ер участкаларини ўрганиш (участкага бориш, унинг майдонини ўлчаш ва суръатга тушириш);
- ободонлаштириш ва кўкаламзорлаштириш лойиҳаси ва режасини тузиш;
- ерга ўтказиш материаллари ва ерга ишлов бериш воситаларини тайёрлаш;
- участкани ободонлаштириш ва кўкаламзорлаштириш бўйича хизматларни бажариш.

Сервис ташкилоти ходимлари таркибига меъморлар, флорачилар, флорачи дизайнерлар, ер бўйича мутахассислар, кичик механизация воситалари билан ишловчи мутахассислар ва оддий ишчилар киради.

Буюртмани қабул қилишда сервис ташкилотининг вакили (флорачи меъморлар) ер участкаси эгасининг талабларини таҳлил қилади, участканинг жойлашишини аниқлайди. Олинган маълумотлардан участкани режалаштиришда, материаллар танлашда, ўсимликлар кўчатларини танлашда фойдаланилади.

Мутахассиснинг участкасига бориши майдонни, участканинг геодезик суръатини туширишга имкон беради.

Участканинг дизайн-лойиҳаси геодезик режа асосида, ер ости коммуникациялари, тупроқнинг кимёвий таркиби таҳлили маълумотлари, тупроқ сувларининг даражаси маълумоти асосида тузилади.

Лойиҳалаштириш шахсий компьютерлар ва амалий компьютер дастурлари ёрдамида амалга ошириш. Ушбу дастурлар жумласига : «Landscape», « Deluxe Landescape Deluxe», « Terra Modeller» ва бошқалар киради. Улар жойнинг рельефини инобатга олган ҳолда лойиҳанинг аниқ тузилиш кафолатини беради.

Ерга ўтқазиладиган материалларини тайёрлаш бўйича ишлар доимий равишда олиб борилади. Уруғлик материал сотиб олинади, иссиқхоналарда ерга экишга тайёр бўлган кўчатлар етиштирилади, бошқа иқлимий зоналардан келтирилган ўсимликларни маҳаллий шароитларга мослаштириш ишлари амалга оширилади.

Участка майдонида ишлаш тупроқни тайёрлаш, ўсимликларни экиш, кўкаламзорларни ташкил этиш, йўлакчаларни ётқизишларни ўз ичига олади.

Ундан ташқари истеъмолчиларга боғларга қараш бўйича хизматлар ҳам таклиф этилади. Улар жумласига дарахтларни кесиш, тупроққа ишлов бериш, ўғитлар сепиш киради.

Майдонни тайёрлаш бўйича ишлар қуйидагиларни ўз ичига олади: участкани тозалаш, аҳлатни чиқариш, кўп йиллик ўтларни қўл ёки кимёвий йўл билан тозалаш, участкани текислаш, унумли тупроқни келтириш. Ундан кейин йўлакчалар ва майдончалар ясалади.

Хизмат кўрсатиш ўз ичига телефон бўйича ахборот маслаҳат хизматлари, боғ майдонларини назорат қилишга чиқишларни олади.

Уй атрофини ободонлаштириш ва ландшафт дизайни бўйича хизматларга сервис ташкилотлари бир йилдан беш йилгача кафолат беради.

6.3.1.8. Кимёвий тозалаш ва бўяш, кир ювиш хоналар хизматлари.

Ушбу хизматлар тўқимачилик-кийим маҳсулотлари, чарм ва мўйна маҳсулотлари, гилам маҳсулотлари ва бошқа маҳсулотларнинг эстетик хусусиятларини яхшилаш ва гигиеник хусусиятларини тиклашга қаратилган.

Яъни қайд қилинган маҳсулотларни сақлашда ва улардан фойдаланишда ташқи муҳитдан (чанг, бўёқ, ёғлар), терлаш, турли хил тузлар ва ёғламалар орқали ифлосланишлар тушади.

Ифлосланиш даражасига кўра буюмлар тўрт гуруҳга бўлинади:

1. кам ифлосланган (доғларсиз).
2. ўрта ифлосланган (доғлар билан)
3. кучли ифлосланган (жуда кўп сонли доғлар билан)
4. ўта ифлосланган (махсус кийим, ошпазлар ва тиббиёт ходимларининг махсус кийимлари ва ҳоказолар).

Истеъмолчилар буюмларни синтетик ювиш воситалари ва маиший кир ювиш машиналаридан фойдаланилган ҳолда уй шароитида мустақил равишда ювиш, оқартириш ва дазмоллаш ишларини бажаришадилар, шунингдек кимёвий тозалаш ва кир ювиш хона корхоналари хизматларидан фойдаланиладилар.

Кимёвий ва кир ювиш хоналар хизматлари якка тартибдаги истеъмолчилар ва корхоналарга тақдим этилади. Ушбу корхоналар хизматларига катта талаб, оммавий овқатланиш корхоналари, меҳмонхоналар, сартарошхоналар, мактабгача болалар муассасалари, ва бошқа ташкилотларда мавжуддир.

Кимёвий тозалаш-бу органик эритувчилар муҳитида маҳсулотлардан ифлосликларни тозалашни таъминловчи физик-механик жараёнлари комплекси.

Корхона хизматлари - бу ифлосланган буюмларни ювиш, оқартириш, крахмаллаштириш ва ҳоказо хизматлардир.

Кимёвий тозалаш корхоналари истеъмолчиларга қуйидагиларни таклиф этади:

- кийим-кечак, декоратив матолардан тайёрланган газламалар, жунли ва пахтали материаллар, гилам ва гилам материаллари, юмшоқ ўйинчоқларни тозалашни, мебел ва гиламларни уйда тозалашни;
- маҳсулотларни қўшимча қайта ишлашни: куяга қарши, антистатик, бактерияларга қарши, сув юқтирмайдиган, оқартириш, уй шароитларида ювилгандан сўнг эзилган трикотаж ва жун маҳсулотларининг шакли ва размерларини қайта тиклаш ва ҳоказолар;
- табиий ва сунъий толали газлама ва трикотаж маҳсулотларини, табиий ва сунъий мўйналар, терилар, пленка қопламали матоларни бўяш.

Кир ювиш хоналар истеъмолчиларга қуйидагиларни таклиф этади:

- кир ювиш хоналар ходимлари иштирокида ўз ўзига хизмат кўрсатиш асосида истеъмолчи томонидан мустақил тарзда кир ювиш.

Қўшимча равишда тақдим этилади:

- антистатик қайта ишлаш;
- дезодорация;
- кийимларни хушбўйлаштириш ва дезинфекциялаш.

Кимёвий тозалаш ва кир ювиш хоналар хизматларига топшириладиган буюмларга тикувчи белгиларни тайёрлаш, тугмаларни тикиш, маҳсулотларни жорий таъмирлаш, маҳсулотларни қуриштириш ва дазмоллаш кирази.

Ушбу корхоналар маъмурий бино, хизмат кўрсатиш салони ва ишлаб чиқариш биноларига эгалар.

Кимёвий тозалаш ва кир ювиш хоналарнинг бинолари маиший хизмат кўрсатиш комплекси майдонида алоҳида жойлашадилар. Буюмларни қабул

қилиш пунктлари ва буюртмаларни расмийлаштириш пунктлари ушбу корхоналар ичида ва ундан ташқарида жойлашиши мумкин. Масалан йирик чакана савдо шаҳобчалари қошида, аҳолига маиший хизмат кўрсатиш комплекслари қошида ва бошқа жойларда. Йирик кимёвий тозалаш ва кир ювиш хоналар бир неча қабул қилиш пунктларига эга.

Хизмат кўрсатиш салонлари, буюмларни қабул қилиш ва бериш пунктлари қабул қилиш столи, устуни, газламаларни ёритиш орқали кўриш мосламаси, ифлосланган газламаларни ўрганиш учун экспресс-лаборатория, кийимларни сақлаш ва уларни бериш жойларига етказиш учун конвейер-оскич, ташриф буюрувчиларни жойлаштириш учун креслолар ва ҳоказолар билан жиҳозланадилар.

Кимёвий тозалаш ва кир ювиш хоналарнинг технологик бинолари ўз ичига қуйидагиларни олади:

- кимёвий тозалаш ва доғларни чиқариш цехи;
- ювиш автоматлари мавжуд цех;
- дазмоллаш машиналари мавжуд цех;
- ювишга қабул қилинадиган ва ювилган буюмлар, ювиш воситалари ва асбоб-ускуналарни сақлаш омборлари.

Технологик биноларнинг деворлари намликдан шишиб кетмаслик мақсадида керамик плиткалар билан пардозланиши, поллари эса сув ўтказмаслиги учун каттиқ материаллардан (бетон ва керамик плиткалар) бўлиши, ҳамда сув тушадиган панжаралар билан таъминланиши лозим.

Кимёвий тозалаш корхоналари ва кир ювиш хоналар мажбурий вентиляция ва ёритишнинг ички манбаалари билан жиҳозланадилар.

Кимёвий тозалаш корхоналари ва кир ювиш хоналарда кимёвий тозалаш ва ювиш учун ярим автомат ва автоматик машиналардан (ювиш машиналари, доғларни кетказиш машиналари), маҳсулотларни бўйаш ва дазмоллаш учун машиналардан (дазмоллаш-текислагич машиналар, қуритиш машиналари, кийим-кечакларни тахлаш машиналари, уларни етказиб бериш системалари) фойдаланилади.

Ювиш машиналари бир қатор комплекс операцияларни амалга оширади. Улар жумласига ювиш, чайқаш, оқартириш, кийим-кечакларни крахмаллаштириш ва уларни сиқиш кабилар киради. Қуритиш барабанлари ва қуритиш шкафларидан кийим кечакни қуритиш мақсадида фойдаланилади. Қуритиш-дазмоллаш машиналаридан (каландрлар ва буғли текислагичлар) текис кийим кечакларни дазмоллаш мақсадида фойдаланилади.

Истеъмолчининг уйига бориб хизмат кўрсатишда ювиш машиналари ва чангютгичлар қўлланилади.

Сервис тизими фаолияти ўз ичига олади:

- истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш (маҳсулотни тозалашга, ювишга, бўяшга қабул қилиш, истеъмолчига буюмларни бериш);
- хизматни бажариш (буюмларни тозалаш, ювиш, бўяш ва бошқа қўшимча қайта ишлаш турлари).

Буюмларни тозалашга қабул қилишда қабул қилувчи хизмат кўрсатиш учун шартномани (квитанцияни) расмийлаштиради.

Хизмат кўрсатиш бўйича шартномада маҳсулот номи, унинг ранги, тола таркиби, комплектлиги, нуқсонлари (кимёвий тозалашда кетмайдиган), истеъмолчининг розилиги билан амалга оширилган қўшимча хизматлар акс эттирилади.

Маҳсулотларга қайта ишлов бериш (тозалаш, бўяш ва ҳоказолар) қабул қилиш, истеъмолчининг бўлган пайтида кўздан кечиришни тақазо этади.

Маҳсулотни кўздан кечириш тола таркиби, айрим доғларнинг вужудга келишини аниқлаш, у ёки бу турдаги қайта ишлов бериш маҳсулотга қандай таъсир кўрсатиши ва унинг оқибатлари, маҳсулот баҳосини тўғри аниқлаш мақсадида амалга оширилган текширув истеъмолчини кимёвий тозалаш, ювиш ёки бошқа турдаги қайта ишлашнинг мумкин бўлган оқибатлари тўғрисида огоҳлантириш имконини беради.

Қабул қилувчи квитанция рақамига мос келувчи белгини маҳсулотга тикади. Жуда эскирган буюмлар қабул қилинмайди.

Жуда эскирган ва тозалаш, ювиш ёки бўяш технологияси ишлаб чиқарилмаган толалардан тайёрланган буюмлар кимёвий тозалаш корхоналари ва кир ювиш хоналар томонидан қабул қилинмайди.

Табиий мўйналардан тайёрланган маҳсулотларни кимёвий тозалашга қабул қилишда ундаги чармнинг мустаҳкамлиги, мўйна қатламининг зичлиги, текислиги ва бошқа хусусиятлар аниқланади. Масалан қўй, қуён терилари ва улардан тайёрланган маҳсулотлар яхши ошланган бўлиши лозим, чунки кимёвий тозалаш жараёнида, хусусан бўяшда, ёмон ошланган чармлар қаттиқ ва тез ёриладиган бўлиб қолади ва натижада келгусида фойдаланиш учун яроқсизга айланади.

Кимёвий тозалашга табиий ва сунъий замшдан тайёрланган маҳсулотларни қабул қилиш чоғида уларнинг турли хилдаги эриткичлар таъсирига чидамлилигининг дастлабки текшируви амалга оширилади. Чунки сунъий замшларнинг кўпчилик турлари кимёвий тозалашда фойдаланиладиган эриткичлар таъсирида шаклини ўзгартиради.

Калаваларни бўяш учун қабул қилишда уларнинг узунлиги ва оғирлиги аниқланади. Бўяшга топшириладиган калава бўлақларининг узунлиги метрларда, оғирлиги тарозида ўлчанади.

Кимёвий тозалаш ва кийим кечакни ювишда ўз ўзига хизмат кўрсатиш бўйича буюртмаларни қабул қилишда квитанция бериш ўрнига касса қайдномасига ёзилади.

Кимёвий тозалашга бош кийимларни қабул қилишда квитанцияда уларнинг размерлари, умумий ҳолати ва қўшимча турдаги ишлар (ленталарни алмаштириш, астарларни алмаштириш ва бошқалар) кўрсатилади.

Маҳсулотларни кимёвий тозалаш ва бўяшга қабул қилиш оғирлиги, сони, майдони бўйича амалга оширилади.

Тюл маҳсулотлари ва мато бўлақлари сони ва узунлиги, гилам маҳсулотлари - сони ва m^2 майдони, калава иплари ўрамлари сони ва оғирлиги, кийимлар сони бўйича қабул қилинади.

Кимёвий тозалаш корхоналари тезкор кимёвий тозалашга узок муддатли қайта ишлашни ва қийин доғларни кетказиш операцияларини талаб қилувчи маҳсулотларни қабул қилишмайдилар. Бундай буюмлар фақат истеъмолчининг розилиги орқали тозалаш муддатини узайтириш ёки бажарилган хизматларга кафолат бермаслик шартидагина қабул қилинади.

Ушбу ҳолат квитанцияда қайд қилинади ва истеъмолчининг имзоси билан тасдиқланади.

Қийин тозаланадиган ифлосланишларга ўсимлик ёғлари, ширалар, лаклар, ёғли бўёқлар, занглар, қон ва вино, бўёқ доғлари, селикат елимлари ва бошқаларнинг таъсири натижасида анча вақтдан бери қотиб қолган доғларни келтириш мумкин.

Ушбу турдаги нуқсонлар аниқланганда буюмларни қабул қилишда, қабул қилувчи шахс истеъмолчини улар тўғрисида огоҳлантиради ва квитанцияга таалуқли ёзувни киритади. Ушбу ёзув остига истеъмолчи имзоси қўйилади. Бу ўз навбатида шу маънони англатадики, истеъмолчи оқибатлар қандай бўлиши мумкинлиги тўғрисида огоҳлантирилган, шунга қарамасдан буюмни қайта ишлашга розилик билдиради.

Кимёвий тозалаш ва бўяшга қабул қилинаётган буюмларнинг турли хилдаги химикатлар таъсирига бардошлилиги текширилади.

Буюмларни қайта ишлаш тури маҳсулотнинг маркировка лентасида кўрсатилган белгиларга кўра амалга оширилади, агарда ушбу белгилар бўлмаса-истеъмолчи билан келишилган ҳолда.

Кимёвий тозалаш ўз ичига маҳсулотларни қабул қилиш, маҳсулотларни сортларга ажратиш, ўзига хос ифлослантирувчиларни йўқотиш (кимёвий препаратларнинг доғларни вужудга келиш моддаларига таъсири натижасида маҳсулотлардан доғларни тозалаш), маҳсулотларни тозалаш, маҳсулотларни органик эритувчиларда қайта ишлаш, нам-иссиқлик ишлов бериш (парлаштириш, қуритиш, дазмоллаш), сифатни текширишни олади.

Кимёвий тозалаш жараёнида доғларни вужудга келтирувчи моддаларга, ифлосланишларини йўқотишга олиб келадиган кимёвий препаратларнинг

таъсири қўлланилади. Ушбу жараён доғларни кетказиш деб аталади ва жуда хам ифлосланган участкаларни тозалаш орқали амалга оширилади. Буюмларни тозалаш-бу органик эритувчилар томонидан қайта ишланишдан олдин буюмларнинг ифлосланган жойларини махсус кимёвий реагентлар билан ишлашдир. Зарурият туғилганда буюм керакли хусусиятларга келтирилиши учун махсус таркиблар билан сингдирилади.

Қабул ва маркировка қилингандан кейин буюм турлари, материаллар ва ифлосланиш даражасига кўра сортларга ажратилади. Катта даражада ифлосланган ва турли хилдаги кўп сонли доғлари мавжуд бўлган буюм доғни кетказиш столида турли хил доғ кетказувчилар ёрдамида қўлда тозаланади. Сувда эрийдиган ифлосланишлар буғ-ҳаво пистолетлари ёрдамида тозаланади. Буюмларнинг охириги ва тўлиқ ювилиши перхлорэтилен, трихлорэтилен, уайт-спирт, хладон каби эриткичлар ишлатилган ҳолда ювиш машиналарида амалга оширилади. Тозалашни амалга ошириш учун кенг дастурли автоматик машиналардан фойдаланилади. Замонавий кир ювиш машиналари экологик ҳимояланиш системалари билан жиҳозланган ва ёпиқ цикл тамойили бўйича ишлашадилар. Кир ювиш машиналарида тозалаш ва ювишдан сўнг, буюмлар диққат билан кўрикдан ўтказилади. Агар тозаланиши қийин бўлган доғлар кўзга ташланса, улар қайта ювиш учун машинага қўйилади.

Одатда ҳар бир маҳсулотни тозалаш жараёни қаттиқ ифлосланишларни сифатли тозалаш мақсадида уч-тўрт марта қайтарилади.

Кир ювиш хона хизматларини кўрсатишда ифлосланган буюмлар ювилади. Ювиш механик ишқалаш ва ювиш воситаларидан буюмга, физик-кимёвий таъсири натижасида амалга оширилади. Ювиш жараёни уч босқичга бўлинади:

- буюм юзасидан ёпишиб қолган лой, ифлосланиш бўлакларидан ажратилиши;
- алоҳида сувда эрийдиган зарраларни ювиш қоришмасига ўтказиш;

- ушбу зарраларни қоришмаларда тўлиқ кетгунча ушлаб туриш.

Ювиш жараёнига механик таъсир кўрсатишда нафақат бир буюмнинг иккинчисига ишқаланиши содир бўлади, балки газламанинг тез намланиши, юувчи қоришманинг бир текисда тақсимланиши ҳам содир бўлади. Буюмларнинг аралашуш интенсивлиги қанча юқори бўлса, ювиш давомийлиги шунча кам бўлади. Лекин газламага механик таъсирнинг ортиши билан унинг эскириши ошади.

Ювиш воситаларининг энг яхши ювилиш самараси $70-80^{\circ}\text{C}$ да вужудга келади, лекин ушбу ҳароратлар шойи ва жун газламалари учун юқори ҳисобланади. Яъни уларнинг мустаҳкамлиги хусусиятлари пасаяди. Юқорида қайд қилинган ҳароратда фақат пахта ва зикирпоя толасидан тайёрланган буюмлар ювилади. Рангли пахтали буюмлар $30-60^{\circ}\text{C}$ да (рангланиш мустаҳкамлигига боғлиқ ҳолда), жундан тайёрланганлари- 40°C даги қоришмаларда ювилади.

Ювиш жараёнида буюмлар бир неча марта иссиқ сувда, сўнгра совуқ сувда чайқалади. Шу билан бирга буюмлардаги ювиш воситалари қолдиқлари ва бошқа кичик ифлосланишлар тозаланади.

Ювилгандан кейинги буюмлар кўп даражадаги намликка эга бўлишадилар. Намлик центрифуга усули билан қисиш ва қуритиш орқали йўқотилади.

Буюмларни дазмоллаш буғ ва иссиқ ҳаво ёрдамида буғ маникенлари, дазмоллаш машиналари ва пресслар ёрдамида амалга оширилади.

Дазмоллангандан сўнг буюмлар зарурий шаклини олишадилар. Дазмоллаш сифати буғ ва иссиқ ҳавонинг берилиш сони ва вақтига боғлиқ бўлади. Манжет-ёқа пресси кўйлақларнинг ёқа ва манжетларига шакл беришда қўлланилади. Кийимларнинг охирги қайта ишланиши дазмоллаш столида амалга оширилади. Улар автоматик бошқарувга эга бўлиб, операцияларни, буғнинг ҳароратини, техник жиҳатдан ўз ўзини диагностика қилишни назорат қиладиган микропроцессор ёрдамида амалга оширилади. Дазмоллаш столларининг қопламалари 3-4 қатлам материаллардан иборат

бўлади. Дазмоллаш цехларида дазмол ва дазмоллаш машиналаридан фойдаланилади. Буюмлар дазмоллангандан сўнг, бир марталик кийим илгакларга илинади, сифат назоратидан ўтади, сортларга ажратилади ва ўралади.

Истеъмолчи маҳсулотни кимёвий тозалашдан олаётган пайтда дастлабки шаклнинг сақланганлиги, яхлитлиги, размери, ранги ва бошқаларни текшириши лозим.

Кимёвий тозалашдан ўтган маҳсулотлар тоза, доғларсиз, эритувчи ва доғларни кеткизувчи препаратлар ҳидларисиз, чангсиз бўлиши лозим.

Маҳсулотлар куруқ ва яхши дозмолланган бўлиши лозим.

Кимёвий тозалашдан ўтган маҳсулотларни сақлаш, маҳсулотларнинг сақланишини таъминлайдиган махсус жиҳозланган хонада махсус шароитларда амалга оширилади. Шакл ва конструкцияларни сақлаш мақсадида тўқимачилик ва мўйна маҳсулотлари кўчма илгакларда сақланади.

Трикотаж ва бошқа газлама галантерея маҳсулотлари, гилам маҳсулотлари, юмшоқ ўйинчоқлар стеллажларда сақланади.

Буюм истеъмолчига ўралган ҳолда топширилади, кимёвий тозалаш ва синтетик бўяш бўйича буюртма шартномада (квитанцияда) кўрсатилган вақтда сифатли бажарилиши лозим.

6.3.1.9. Фотосуратларни тайёрлаш

Ушбу хизматлар пленкаларни қайта ишлаш бўйича фотохизматлар ва бадий фотографияга бўлган талабни қондиради.

Хизматлар ассортименти фотография хизматлари ва фотоматериалларни кимёвий-фотография қайта ишлашларни олади.

Фотохизмат (фотомарказ) фотолабораториялар, экспресс фотографияларда бажарилади.

Фотохизматлар бажарувчи ва истеъмолчи бевосита ўзаро ҳаракатлари натижаси бўлиб ҳисобланади, шунингдек бажарувчининг, истеъмолчининг

(буюртмачининг) фотосуръатларга, фотоплёнкаларни кимёвий-фотографик қайта ишлашга, фото қоғозларга ва бошқа турли хилдаги маҳсулотларга бўлган яқка тартибдаги эҳтиёжларни кондиришга йўналтирилган фаолиятидир.

Сервис ташкилотлари ва яқка тартибдаги тадбиркорлар юқорида қайд қилинган хизматларнинг кўпчилигини бажаришадилар ёки қатор хизматларга буюртмалар қабул қилишадилар ва уларни махсус лабораторияларга юборишадилар, яъни фотохизматлар йирик ва ихтисослаштирилган таъминотчиларнинг қабул қилиш пунктлари бўлиб ҳисобланишадилар.

Бадий фото, реклама фотоси, мактаблар ва болалар боғчасидаги фотолар каби фотохизматларни ҳақиқатда яқка тартибдаги тарбиркорлар бўлиб ҳисобланган профессионал фотографлар кўрсатишадилар. Реклама агентликларининг кўпчилиги бундай «мини-лабораториялар» хизматларидан фойдаланишадилар.

Фотохизматлар бозори катта ҳисобланади ва фотохизматлар таъминотчилари ўзларининг ихтисослашишига қараб, ўзларининг «нишаларини» топишадилар.

Фотография хизматлари ва фототоварларни сотишга катта салбий таъсирини талабининг мавсумийлиги кўрсатади. Йил давомида фотохизматлар ва фототоварларни сотишга талабнинг ўсиши кўзда ташланади. Бу байрамлар ва ёзги дам олиш даврларига тўғри келади. Буюртмаларнинг кескин ошиши август ва сентябр ойларига бўлади. Чунки ушбу даврда ёшларнинг ўқув юртларига ҳужжат топширишлари бошланади.

Қатор фототоварларга талаб вақт бўйича фотосуратларни босиб чиқариш бўйича фотохизматлардан илдамлаб кетади, чунки фотоаппарат ва фотоплёнка аввалдан ҳарид қилинади. Қолган турдаги фототоварларни сотиш ҳажми (фотоалбомлар ва бошқалар) аксинча фотохизматларга талабнинг пасайишига қараб ошади.

Турли хил фотохизматларга талабнинг мавсумийлигини бараварлаштириш учун, корхоналарга иложи борица кўпроқ ассортиментдаги фотохизматларни кўрсатиш мақсадга мувофиқ ҳисобланади.

Фотосервисни ривожлантиришнинг истиқболли йўлларида бири бўлиб, қайта ишлаш ва тасвирни олишнинг рақамли технологияларини жорий этиш ҳисобланади.

Кучли рақобат мавжудлиги туфайли, ҳар бир корхона ўзининг ихтисослашига боғлиқ ҳолда қарийб бир хил сифатдаги хизматларнинг стандарт тўпламини кўрсатишадилар, шу сабабли келгуси ривожланиш учун ёки ўз хизматлари даражасини сақлаб туриш учун, корхоналар рақамли фотографик технологиялардан фойдалана бошладилар.

Фотолабораториялар ва фотомарказларда фототасвир, буюртмачиларнинг фотографик материалларини кимёвий-фотографик қайта ишлаш, босиб чиқариш амалга оширилади.

Экспресс-фотография хизматлари махсус жиҳозланган кабиналарда буюртмачининг иштирокида фотосуратларни бирданига олиниши таъминланади.

Фотолабораториялар ва фотомарказлар хизматлари истеъмолчиларни буюртмалар қабул қилиш пунктларида хизмат кўрсатишни ва фотомарказ лабораториясида фотоматериаллар билан ишлашни ўз ичига олади.

Фотография хизматлари қуйидагилардан иборат:

- инсонлар, меъморчилик объектлари, бинолар, қурилмалар, интерерларни фототасвирга тушириш (оддий ва компютер усулида);
- буюмлар ва манзараларни (манзарали фототасвир), ҳайвонларни, ўсимликларни, санъат асарларини, дизайн объектларини, рекламани ландшафтли тасвирга олиш, ундан ташқари хизматлар таркибига чизмалар, схемалар, ҳариталар ва ҳоказолардан нусха олиб кўпайтиришлар киради.

Қўшимча хизматлар таркибига қуйидагилар киради:

- нусха олиш хизматлари, муқовалаштириш ишлари, ламиналлаштириш;

- фототоварлар ва ҳамроҳ маҳсулотларни сотиш;
- фотосуратларни сотиш, шу жумладан Интернет орқали ҳам;
- фототасвирли маҳсулотларга дизайнлик ишлов бериш;
- маслаҳат хизматлари;
- открытка, календар, визиткаларни тайёрлаш.

Фотохизматлар кўрсатувчи сервис ташкилотининг ходимлари таркиби фототасвир соҳасида (фотосуратчилар, фоторассомлар) ва фотоматериалларни фото-кимёвий қайта ишловчи (мухандис-операторлар, фотолаборантлар, фотооператорлар, фоторетушерлар) махсус билимларга ва маҳорат даражасига эга бўлган юқори малакали мухандислардан ташкил топади.

Фототасвирга олиш ва фотонусхаларни тайёрлаш буюртмачининг иштирокида бажарилиши мумкин. Истеъмолчи фотоматериалларнинг кимёвий-фотография қайта ишланиши ва фототасвирлаш ўз ичига буюртмачилар фотоматериалларини рақамли қайта ишлаш, бадий қайта ишланиш, реставрация қилиш, фототасвирларни қайта тиклаш, фототасвирлардан нусхалар олиш, керамика маҳсулотларига фототасвирларни тушириш учун депозитив пластинкага ўтказиш, слайдли фотосуратлар, кейинчалик фототасвирга тушириш учун буюртмачи предметидаги тасвирни сканер қилиш, фототасвирнинг бадий усуллари, портретлар ишлаш, компьютер дастурларидан фойдаланилган ҳолдаги махсус фотомонтаж, тасвирни рақамлига ўтказиш кабиларни олади.

Фотомарказлар ва фотолабораториялар бир неча хоналарда жойлашадилар:

- маъмурият учун;
- ташиф буюрувчиларни қабул қилиш ва намуналарни намоиш қилиш, буюртмаларни расмийлаштириш, фотосуратларни бериш;
- буюртмачиларни суратга олиш учун;
- материалларни қайта ишлаш учун фотолаборатория.

Фотохизматларни кўрсатишда тасвирга олиш учун техник асбоб-ускуна ва фотографик материаллардан фойдаланилади. Улар жумласига: фотоаппарат, фотоёритгичлар, мини-фотолабораториялар, фотопринтерлар, видеокамералар, фотокамералар, филм-процессорлар, видеопринтерлар, шахсий компьютерлар, фотоплёнкалар, фотографик материаллар, фотоматериалларни қайта ишлаш учун кимёвий реактивлар.

Фототасвирлар бўйича хизматлар - бу фотоплёнкага маълум вақт нур тушириш жараёнидир, унинг натижасида ўхшаш ва рақамли тарқатувчида яширин фототасвир вужудга келади.

Фототасвирнинг ўхшаш тарқатувчилари - бу фотоплёнкалар, фотонусхалар, пластиналардир. Фототасвирнинг рақамли тарқатувчилари-бу дискеталар, компакт дисклар, хотира ҳариталари ва ҳоказолардир.

Фотохизматларга буюртмани олиш чоғида бажарувчи зарур бўлган фотосуратларнинг тури ва размери, суръатлар сони, тушириш жойи ва вақтини (агарда фототасвирчининг жойларга бориши талаб қилинса) аниқлаштиради.

Фототасвир ўхшаш тарқатувчили ойнали фотоаппаратлар ва рақамли тарқатувчили рақамли фотоаппаратлар ёрдамида амалга оширилади.

Фотохизматлар технологик белгиланишига кўра қуйидагиларга бўлинади:

- фототасвир (бадий, ҳужжатли, нусха кўпайтириш, махсус);
- фотографик пленкаларни кимёвий-фотографик қайта ишлаш (суръатни кўринадиган қилиш, ювиш, кайд қилиш, оқартириш, қуритиш ва ҳоказолар);
- тасвирни чиқариш (проекцияли, контактли);
- фототасвирларни реставрация қилиш ва тиклаш;
- фототасвирларни бадий қайта ишлаш;
- қолган хизматлар (хамроҳ товарларни таклиф этиш).

Истеъмолчиларга хизмат кўрсатишнинг асосий шакллари бўлиб, бир зумда хизмат кўрсатиш, комплекс хизмат кўрсатиш, жойларга бориш бўйича хизматлар кўрсатиш ҳисобланади

Бир зумда хизмат кўрсатиш буюртмани қабул қилиш, хизматни бажариш ва буюртмани хизмат истеъмолчисининг иштирокида буюртмани бериш.

Комплекс хизмат кўрсатиш қабул қилиш, хизматни бажариш ва буюртмани стационар шароитларда, хизмат бажарувчисининг биносида бериш.

Жойларга бориш бўйича хизмат кўрсатиш буюртмани истеъмолчидан қабул қилиш ва беришни бажарувчининг биноларида амалга оширишни, хизматларнинг бажаришни эса истеъмолчи кўрсатган жойларда бажаришни кўзда тутди.

Хизмат кўрсатиш даражаси бўйича (ташкилот турини ҳисобга олган ҳолда) фотохизматлар қуйидагиларга бўлинади:

- олий категориядаги фотомарказ, олий категориядаги фотография (бадий студия), олий категориядаги лаборатория хизматлари;
- фотомарказ, фотография, фотолаборатория, фотокабина хизматлари.

Фотохизматлар сифати фототасвирлар ва фотосуратлар сифатига боғлиқ бўлади. Фототасвир ва фотосуратлар, фотоматериалдаги аслга қайта даражада мос келиши мумкин. Фототасвирлар доғларсиз, сарғайтирилмаган ҳолда, тирналмаган, тўғри бўлмаган қирраларсиз ва негативга мос келиши лозим. Истеъмолчиларнинг хоҳишларига ва махсус фойдаланиладиган асбоб-ускуналарнинг турига боғлиқ ҳолда фототасвирлар оқ майдонларсиз тайёрланиши мумкин.

Асосий талаблар ҳужжатлар учун фототасвирларга қўйилади. Шахсий фотосуратлар қора-оқ ёки рангли тасвирда тайёрланиши мумкин. Улар химояланган ломинациялаштирилган пленка ёки усиз бўлиши мумкин.

Истеъмолчилар талабига кўра конкрет турдаги хизматларга

ҳаракатдаги норматив ҳужжатларда кўзда тутилмаган размерларда ҳужжатлар учун фотосуръатлар тайёрланиши мумкин.

Стандарт талабларига мос келмайдиган қоғоздаги ёки турли маҳсулотдаги фотосуръатлар қайта тасвирлаш учун қайтарилади.

Агарда кимёвий, фотографик қайта ишлаш чоғида буюртмачи фототасмасида носозликлар вужудга келса, сервис ташкилоти буюртмачига фотографик материал ва уни қайта ишлаш харажатларини қоплайди.

Агарда фототасмани кимёвий-фотографик қайта ишлаш жараёнида буюртмачининг айбига кўра вужудга келган яширин носозликлар пайдо бўлса, сервис ташкилоти истеъмолчига фототасвирларнинг тўлиқ бўлмаган комплектини беришга ҳақли.

Тайёр фотосуръатлар, фотоплёнкалар, уларнинг размерларига мос равишда ўралган ҳолда истеъмолчиларга берилади.

6.3.1.10. Сартарошхоналар хизматлари.

Мавжуд хизматлар инсонларнинг эстетик ва гигиеник эҳтиёжларини қондиради, чиройли турмаклаш ва тирноқлар, юз териси ва баданни косметология парвариш этиш йўли билан инсоннинг кўркем ташқи кўринишини шакллантиради.

Хизмат стационар шароитда сартарошханаларда ёки истеъмолчининг уйига бориш орқали кўрсатилади.

Сартарошлик хизматлари сартарошхоналар, салонлар-сартарошхоналар, шунингдек яқка тартибдаги тадбиркорлар томонидан кўрсатилади.

Сартарошхона хизматларининг истеъмолчилари бўлиб, шахсий эҳтиёжлари учун сартарошлик хизматларини оловчи, буюрувчи ёки хизматларни олиш ёки буюриш ниятида бўлган инсон ҳисобланади.

Сартарошхона хизматлари технологик белгиланишга кўра беш гуруҳга бўлинади;

- сочларни парвариш этиш бўйича хизматлари;
- юз териси ва танани парвариш этиш бўйича хизматлар;
- тирноқларга парвариш бўйича хизматлар (манекюр, педекюр);
- юзни ва бўйинни массаж қилиш;
- постижер ишлари.

Сартарошханаларда хизмат кўрсатишнинг технологик жараёни-бу ушбу турдаги хизматларга технологик ҳужжатларга мос равишда бажариладиган инсонларнинг эстетик ва гигиеник эҳтиёжларини қондириш бўйича операциялар йиғиндисидир. Технологик жараёнда хизматларнинг ҳар бир гуруҳи учун мажбурий бўлган операциялар мавжуд. Ҳар бир янги истеъмолчи билан иш бошлашдан олдин, хизмат кўрсатишни сартарош ёки косметолог, қўлини совунлав ювиши шарт. Сартарошлик хизматларини муддатга мос келишини текшириш лозим.

Сартарошлар ва косметологлар материаллардан фойдаланишда, истеъмолчиларнинг якка тартибдаги хусусиятларини инобатга олишлари зарур. Жумладан, сочларни, қошларни, киприкларни бўйяшдан олдин хизматни бажарувчи, ушбу турдаги хизматлар технологияларига мос равишда, фойдаланилаётган материалларга истеъмолчи терисини сезгирлигини текшириб кўриш лозим.

Ультрабинафша нурлар ва юқори ҳароратдан фойдаланган ҳолда хизматлар, даволовчи ҳаким рухсати билангина амалга ошириш мумкин.

Анжомлар ва мосламалар иш бошланишидан олдин дезинфекцияланиши, мижоз билан ишлашдан олдин сартарош чойшабларга санитария ишловини берилиши лозим. Ҳар бир истеъмолчи билан ишлашда сартарош чойшабни алмаштириши лозим. Уни қайта қўллашга йўл қўйилмайди.

Сартарошлик ва косметологик хизматларни кўрсатишда фойдаланадиган сувнинг ҳарорати 38°C дан паст ва 50°C дан юқори

бўлмаслиги лозим, қолган турдаги сартарошлик хизмати учун сувнинг харорати ушбу турдаги хизматлар технологиялари бўйича ўрнатилади.

Якка тартибдаги рецептлар бўйича тайёрланадиган материаллар гигиеник ҳулосага эга бўлиши лозим.

Сартарошхоналарнинг асосий хизмати-сочларни парвариш қилиш бўйича хизмат ҳисобланади. У инсоннинг эстетик ва гигиеник эҳтиёжларини кондириш мақсадида соч ёки бош терисига физик ва кимёвий таъсир кўрсатишдан иборатдир.

Сочларни парвариш қилиш сочларни тараш, ювиш, олиш, жингалак қилиш, ётқизиш, бўяш каби операцияларни олади.

Сочларни тараш, унга ишлов бериш билан боғлиқ бўлган ҳар қандай операцияларнинг дастлабки босқичи бўлиб ҳисобланади.

Сочларни ювиш, унинг устидаги ифлосликларни кетказиш операцияси ҳисобланади. Сочларни ювиш уларни келгуси операцияларга тайёрлайди. У шампун, совун, хна, эмулсия, литициндан фойдаланиш орқали бажарилади.

Сочларни ётқизиш ва жингалаклаштириш истеъмолчи турмаклари элементларини шакиллантиради.

Сочларни ётқизишнинг асосий услублари бўлиб қуйидагилар ҳисобланади:

- совуқ услуб билан («қўл билан ётқизиш») - сартарош ётқизиш учун зарур бўлган нарсаларни суртгандан сўнг тароқ ёрдамида турмакни ётқизади;
- бигуди ва қисқичларни қўллаган ҳолда сочни ётқизиш;
- ҳаво оқими (фен) ёрдамида сочни ётқизиш.

Сочни олиш турмакнинг асосини ташкил этувчи операция ҳисобланади. Сартарошхоналар томонидан ташкил этилаётган соч олишларнинг ассортименти жуда катта.

Соч олишнинг асосий турлари бўлиб кескин фарқли (силлуэтли) ва кескин фарқланмайдиган (бир текисда) ҳисобланади.

Сочни олишда сартарош электр ва қўл машиналари, қайчи, хавфли ва хавфсиз устаралардан фойдаланади.

Сочларни иссиқлик орқали жингалаклаштириш хизматлари кенг тарқалган ҳисобланади. Сартарошхоналарда парли ва электр ёрдамида жингалаклаштириш горизонтал ва вертикал ҳолда бажарилади.

Сочларни бўяш хизмати истеъмолчиларда катта талабга эга ҳисобланади. У соч рангига турли хилга ўзгартиришни кўзда тутди.

Кескин фарқладиган соч олиш, сочларнинг узунлигидаги кескин ўзгаришлар билан, яъни бошдаги ўсадиган сочларнинг турли жойларини текис бўлмаган кескин қисқартириш билан тавсифланади.

Бир текисдаги соч олиш бошдаги ўсадиган сочларнинг турли жойларидаги соч узунлигидаги кескин фарқнинг бўлмаслигини кўзда тутди.

Соч олиш тури соч қатламининг турли жойларини қайта ишлаш бўйича алоҳида операциялардан иборат бўлади. Конкрет модага (фасонга) боғлиқ ҳолда сартарош сочни олишда турли операцияларни қўллайди. Улар жумласига сочни тўлиқ олиш, бармоқларда ёки машинкада соч олишлар киради.

Сочларни бўяш учун тўрт гуруҳдаги бўягичлардан фойдаланилади:

- ялтиратувчи ва оқартирувчи водород перекиси, гидроперит, «блондеран-супра», «блондеран-Виктория», пергидрол ва нашатир спирти;
- «Велла», «Л Ореал», «Аллен Мак» ва бошқа фирмаларнинг суюқ ва пастасимон кимёвий бўягичлари. Кўпинча «Лондоколор», «Поликолор», «Импессия», «Легенда», «Регитал», «Силк-н-колор», «Поликолор», «Лонда» крем бўёғи, «Реол», «Гамма» бўёқлари қўлланилади;
- нозик фарқли ранг берувчи воситалар;
- табиий ўсимлик (кўк сандалнинг экстракти, индиго, ренг, сумах, катеху «япон ери» ва ошланган ёнғоқчалар), хна.

Турмакни моделлаштириш сартарошлик хизматларининг бир қисми бўлиб ҳисобланади. Турмаклар эркаклар ва аёлларга ихчам, чиройли ва жозибадор кўринишни вужудга келтириш учун яратилади. Турмаклар

эркаклар ва аёллар, маиший (кундалик) кечқурунги, тўй, тантанали ва расмий чора тадбирлар учун ва бошқаларга бўлинади.

Турмак фасони ва шаклини танлашда сартарош томонидан инсоннинг ташқи кўриниш хусусиятлари (бўйи, тўлиқлиги, юз тузилишининг шакли ва хусусиятлари бошқалар), инсоннинг ёш ва якка тартибдаги хусусиятлари, мода йўналиши, иш тавсифи ва бошқалар инобатга олинади. Турмак шундай моделлаштириладики, инсоннинг табиий юз фазилатлари таъкидлансин, камчиликлари яширилсин.

Чизиқнинг йўналиши бўйича барча турмаклар беш турга бўлинади: тескари (соч чизиқлари юздан гарданга йўналтирилган), ацентрик (соч чизиқлари маълум бир марказдан сочнинг ўсишига қараб, турли томонларга йўналтирилган), концентрик (чизиқлар юздан, чаккадан, гардандан бошнинг қоқ ўртасига йўналтирилган), фронтал (соч чизиқлари гардандан юзга йўналтирилган), якка тартибдаги (истеъмолчининг якка тартибдаги хусусиятларини инобатга олган ҳолда бажарилган).

Турмакларни моделлаштиришда компьютер технологияларидан фойдаланилади. Рақамли камера ёрдамида истеъмолчи юзининг тасвири берилади ва шахсий компьютер дастурига киритилади. Амалий дастур турмакларнинг турли вариантларини моделлаштириш ва истеъмолчига тўғри келган вариантни танлаш имконини беради.

Сочни олишдан ташқари истеъмолчиларга соч-соқолни олиш хизматлари ҳам тақдим этилади.

Соқол олишнинг технологик жараёни қуйидагиларни ўз ичига олади:

- тайёрлов ишлари (жиҳозларни дезинфекциялаш, қўлларни ювиш, истеъмолчини чойшаб билан ўраш, совун кўпигини тайёрлаш);
- соқол олиш жараёни (юз ва бошга кўпикни суртиш, сочнинг ўсиш йўналишига қараб олиш, кўпикни иккинчи маротаба суртиш, сочнинг ўсиш йўналишига тескари соқол олиш);
- якунловчи ишлар (совун кўпиги қолдиқларини тозалаш, чойшабни олиш, атир сепиш).

Мўйлов ва соқолни қирқиш жозибадорлик ва стилни сақлаш, юздаги нуқсонларни яшириш имконини беради. Узун, қисқа ва қоматли мўйлов ва соқолларни қирқиш технологиялари фарқланади. Мўйлов ва соқолни қирқишда юз, буруннинг шакли, лабнинг тўлалиги ва шакли, кўзнинг тури, инсоннинг бўйи ва бошқалар инобатга олинади.

Юз териси ва танани парвариш қилиш бўйича хизматлар (косметик хизмат) - бу ёшартириш мақсадида инсон юз терисига ва танасига физикавий ва кимёвий таъсир кўрсатишдир, шунингдек модага мос равишда инсоннинг эстетик эҳтиёжларни қондириш мақсадида, декоратив косметика воситаларидан фойдаланган ҳолда юзга яқка тартибдаги маънодорлик беришдир. Юз териси ва танани парвариш қилиш бўйича хизматларнинг бажарувчилари ўрта махсусдан кам бўлмаган махсус касбий ва тиббий маълумотларга эга бўлишлари лозим.

Юз терисини парвариш қилиш учун маскалардан фойдаланилади. Маскалардан фойдаланиш тери турини, унинг сезгирлигини ва инсоннинг физиологик хусусиятларини дастлабки ўрганилишини талаб қилади. Косметологлар томонидан маскалар фақат улардан фойдаланиш йўриқномаларга мос келган ҳолдагина қўлланилади.

Тирноқларни парвариш қилиш бўйича хизматлар (манекюр, педекюр)- бу инсонларнинг гигиеник ва эстетик эҳтиёжларини қондириш мақсадларида тирноқлар ва қўл бармоқлари терисига, оёқ қафтига уларни соғломлаштириш ва ҳимоялаш учун физик ва кимёвий таъсирдир. Ушбу турдаги хизматлар санатория-покизалик нормативларига (қонни тўхтатувчи дорилар, стерелизаторлар ва ҳоказолар) мос келиши шарт.

Сарторошлик хизматларидан бири сифатида истеъмолчиларга массаж таклиф этилади. Массаж-бу истеъмолчи юзи, бўйнини ёшартириш учун физик таъсирдир. Сартарошлик хизматларини бажариш пайтида бошни массаж қилиш бўйича хизмат бажарилиши мумкин. Массаж чарчоқ ва бош оғриғини қолдиради.

Юз ва бўйин массажи, косметология хизматлари инсонларнинг якка тартибдаги хусусиятларини инобатга олиб йўриқномаларга қатъий риоя қилинган ҳолда амалга ошириш мумкин.

Постижер хизматлар сочи тез тўкилаётган ва умуман тўкилишдан изтироб чекаётган истеъмолчиларга, бошни ташқи таъсирлардан сақлаш ва соч толалари йўқлигини сунъий сочлар билан яшириш имконини беради. Постижер ишлари - бу ясама сочлар, ярим ясама сочлар, мўловларни тайёрлаш ва таъмирлашдир.

Сочни тайёрлаш сифатида аёлларнинг узун сочларидан фойдаланилади. Ундан ташқари ҳайвонлар жунларидан ҳам фойдаланилади. Асосан ангор эчкиси ва як жунларидан, шунингдек целлюлоза ва полиамид толаларидан.

Постижер хизматлари норматив ҳужжатларга мос келадиган табиий ва синтетик материалдан (сочдан) тайёрланган техник тасвирлар ва намуналар, моделлар бўйича бажарилади. Сочларни тайёрлаш учун материаллар сифатида аёлларнинг кесилган таралган узун сочларидан фойдаланилади. Сифатли бўлиб кесилган сочлар ҳисобланади. 46 дан 80 сантиметргача узунликдаги сочлар, ўрама соч ва узун сочли париклар учун ишлатилади, 15 дан 45 сантиметргача узунликдагиси париклар ва сунъий сочлардаги маҳсулотларга турли қўшимчалар сифатида, 15 сантиметрдан узун бўлмаган сочлар эса турли хилдаги уламалар учун ишлатилади.

Ундан ташқари ҳайвонлар сочи, асосан ангор эчкиси ва яқлар жунлари, шунингдек целлюлоза ва полиамид толаларидан сунъий сочлар ишлатилади. Полиамид толалар инсон сочига қараганда арзон баҳога эга, лекин нотабиий ялтирашга эга, мустаҳкамлиги ва таранглилиги паст ҳисобланади.

Постижер хизматларининг турларидан бири бўлиб, шинонлар тайёрлаш ҳисобланади. Шинонлар асосининг шакли, размери, сочлар узунлиги, тузилишининг конструктив хусусиятлари билан фарқланадилар.

Постижер хизматлари ўз ичига табиий ва сунъий сочлардан тайёрланган маҳсулотларга қараш, жумладан ювиш, бўйаш, кимёвий

жингалаклаштириш, кесиш, ётқизиш, турмакга безак бериш кабиларни олади.

Истеъмолчиларга хизматлар комплекс тарзда ҳам кўрсатилиши мумкин. Жумладан технологик жиҳатдан бир бирига мос келадиган хизматлар бўлган соч олиш, космитологик хизматлар, манекюр, педекюрларни.

Сартарошхоналарнинг қўшимча хизматлари ўз ичига истеъмолчиларга салқин ичимликларни, кофе ва бошқаларни таклиф этиш, маслаҳат хизматларини кўрсатиш ва ҳамроҳ товарлар, косметик воситаларни сотиш кабиларни олади.

6.3.1.11. Транспорт хизматлари.

Ушбу хизматлар (автотранспорт хизматлари багаж ва юкларни транспортда ташиш бўйича хизматлар, ахборот-маълумот хизмат кўрсатиш) йўловчилар, уларнинг багажлари, юкларни узоқ ва яқин масофаларга ташиш бўйича аҳолининг эҳтиёжларини қондиради.

Транспорт хизматлари моддий-техника базаси асосида кўрсатилади. Унинг таркибига транспорт воситалари, транспортга хизмат кўрсатиш воситалари, таъмирлаш бўйича асбоб-ускуна, транспорт воситаларининг туриши ва таъмирланиши учун бинолар киради.

Транспорт хизматларининг бевосита бажарувчилари бўлиб ҳайдаш, йўловчилар ва юкларни ташиш ҳуқуқига эга бўлган шахслар, транспорт ва асбоб-ускуналарга хизмат кўрсатиш ва таъмирлаш бўйича мастерлар (усталар) ҳисобланишадилар.

Транспорт хизматларини кўрсатиш олдиндан берилган буюртма (ёки усиз) бўйича хизмат кўрсатишга шартномани расмийлаштириш орқали амалга оширилади. Юкларни ташиш бўйича хизматлар транспорт экспедицияси шартномаси асосида расмийлаштиради.

Транспорт хизмати-белгиланган нормалар ва талабларга мос келган ҳолда йўловчи, юк жўнатувчи ва юк қабул қилувчиларнинг ташишга бўлган эҳтиёжларини қондириш бўйича транспорт хизмати бажарувчисининг фаолият натижаси.

Транспорт хизматлари гуруҳлари ва турларга таснифлаштирилади.

Транспорт хизматлари уч гуруҳга бўлинади;

- Йўловчи транспорт хизматлари;
- Юк транспорти хизматлари;
- Транспорт экспедицияси хизматлари.

Транспорт хизмат кўрсатиши-белгиланган норма ва талабларга мос келган ҳолда истеъмолчиларга транспорт хизматлари тақдим этиш жараёнидир.

Транспорт сервис-юкларни ва йўловчиларни ташишда тақдим этиладиган транспорт хизматларининг тўплами.

Асосий транспорт хизматларидан ташқари ҳамроҳ хизматлар ҳам тақдим этилади.

Ҳамроҳ хизматлар - йўловчи, юк жўнатувчи ёки юк қабул қилувчиларга транспорт комплекси ташкилотлари ёки тадбиркор фуқаролар томонидан, ташиш билан бевосита боғлиқ бўлмаган, тақдим этилаётган хизмат, масалан овқатланиш ва алоқа хизматлари.

Транспорт хизматлари йўловчи ва юкларни ташишни таъминловчи умумий фойдаланишдаги транспортдан (темир йўл, хаво, денгиз, автомобил, дарё транспорти) фойдаланиш ва транспорт экспедициялари хизматларидан фойдаланиш ёрдамида амалга оширилади.

Транспорт хизматининг бажарувчиси-хизмат кўрсатувчи, ташиш шартномасининг иштирокчиси бўлган жисмоний ва юридик шахс.

Транспорт хизматининг истеъмолчиси-хизматни истеъмол қилувчи ташиш шартномаси қатнашчиси бўлган жисмоний ва юридик шахс.

Йўловчи транспортининг хизматлари олти турга бўлинади;

- йўловчи темир йўл транспорти хизматлари;

- йўловчи дарё транспорти хизматлари;
- йўловчи денгиз транспорти хизматлари;
- йўловчи хаво транспорти хизматлари;
- йўловчи автомобил транспорти хизматлари;
- йўловчи шаҳар электр транспорти хизматлари.

Йўловчи ташишлар йўловчилар ташишнинг хавфсизлиги ўз вақтидалиги, ва қулайлиги шунингдек улар багажларининг сақланиши билан боғлиқ бўлган йўловчиларни ташиш бўйича транспорт хизматлари.

Транспорт воситалари ёрдамида ҳаракат қилувчи инсонлар йўловчилар бўлиб ҳисобланадилар. Йўловчи-ташиш шартномасига (чиптага) эга бўлган жисмоний шахс.

Транспорт хизматларининг иккинчи гуруҳи юк транспорти. Бундай хизматлар беш гуруҳга бўлинади:

- темир йўл транспорти хизматлари;
- дарё транспорти хизматлари;
- денгиз транспорти хизматлари;
- хаво транспорти хизматлари;
- автомобил транспорти хизматлари.

Юк ташишлар - бу сақланиш ва ўз вақтида етказиш билан боғлиқ бўлган моддий бойликларнинг ҳаракати бўйича транспорт хизматлари.

Юк ташишлар бўйича хизматларни кўрсатишда юкни жўнатувчи ва қабул қилувчи томонлар мавжуд бўлади.

Юк жўнатувчиси - ташиш шартномасида жўнатувчи сифатида кўрсатилган ва ташишга юкни топширган транспорт хизматларининг истеъмолчиси.

Юкни қабул қилувчи-ташиш шартномасида қабул қилувчи сифатида кўрсатилган, ташишдан сўнг юкни қабул қилувчи транспорт хизматларининг истеъмолчиси.

Транспорт хизматлари ташиш шартномаси асосида кўрсатилади. Ташиш шартномаси - транспорт хизматларининг бажарувчиси ва

истеъмолчиси ўртасидаги ҳужжат (келишув). Унда ташиш бўйича томонларнинг ўзаро мажбуриятлари ва жавобгарликлари регламентлаштирилади.

Транспорт хизматларининг учинчи гуруҳи-транспорт экспедициясидир.

Транспорт экспедицияси-бу юкни жўнатиш ва қабул қилиш жараёнини ташкил қилиш билан боғлиқ бўлган транспорт хизмати, шунингдек шартномага мос равишда ташишга боғлиқ бўлган қолган ишларнинг ҳам ташкил этилиши.

Транспорт экспедициясининг асосий турларига қуйидагилар киради:

- ахборот хизматлари;
- юкларни ҳужжатлаштириш бўйича хизматлар;
- юкларни қайта ишлаш хизматлари;
- транспорт эксплуатациясининг қолган хизматлари.

Юкларни ташишда транспорт хизматларини ташкил этишга ва тақдим этувчи корхона ёки мутахассис экспедитор деб номланади.

Йўловчи автомобил транспорти хизматлари қуйидагиларга бўлинади:

- автотранспорт воситаларидан фойдаланилган ҳолда йўловчилар ва улар багажларининг бевосита ҳаракати бўйича хизматлар;
- автотранспорт воситаларидан фойдаланилган ҳолда йўловчилар ва уларнинг багажларининг ҳаракатига боғлиқ бўлмаган, лекин ташишга бевосита алоқаси бўлган хизматлар.

Ташиш хизматларни амалга ошириш мунтазамлиги бўйича мунтазам ва номунтазам (бир марталик) бўлиши мумкин.

Ташиш параметрларини ўрнатишда йўловчининг қатнашиш даражасига боғлиқ ҳолда, хизматлар қуйидагиларга бўлиниши мумкин:

- йўловчи маршрут тўхташ жойи ва жўнаш вақтини аниқлайди;
- йўловчи тўхташ жойини аниқлайди, маршрут ва ҳаракат жадвали эса олдиндан ўрнатилган;
- йўловчи ташиш параметрларини аниқлашда қатнашмайди, чунки улар олдиндан ўрнатилган.

Йўл катнови турига боғлиқ ҳолда ташишлар шаҳар ичида, шаҳардан ташқарида, шаҳарлараро ва давлатлараро бўлиши мумкин.

Белгиланишига кўра ташиш бўйича хизматлар умумий фойдаланишдаги ташишлар ва махсус ташишларга (махсус ташкил этилган инсонлар гуруҳларини) бўлинади.

Фойдаланилаётган транспорт воситаларининг турларига боғлиқ ҳолда ташиш бўйича хизматлар қуйидагиларга бўлинади:

- автобуслар билан ташишлар;
- енгил автомобиллар билан ташишлар;
- йўловчиларни ташишга махсус жиҳозланган юк автомобиллари билан ташишлар.

Автотранспорт воситаларидан фойдаланилган ҳолда йўловчилар ва улар багажларининг ҳаракатлари билан боғлиқ бўлмаган, лекин ташишга бевосита алоқаси бор хизматлар ўз ичига қуйидагиларни олади:

- транспортда юриш ҳужжатларини сотиш бўйича хизматлар (транспортда юриш ҳужжатларини сотиш ва қабул қилиш, жойларни резервлаштириш, кўрсатилган манзилга чипталарни етказиш ва ҳоказолар);
- ахборот хизматлари (автотранспорт воситаларининг жўнаш жойи ва вақти, ҳаракат жадвали, тарифлар, ташиш қоидалари ва бошқалар тўғрисида кўринадиган ва товушли ахборот тақдим этиш);
- тиббий пунктлар, она ва бола хоналари, йўловчиларнинг дам олиш хоналарида ва бошқа жойларда хизматлар кўрсатиш;
- санитар-гигиеник хизматлар кўрсатиш;
- багажни сақлаш бўйича ҳаракатлар (багажни ўраш, сақлаш камералари хизматлари, ташувчилар хизматлари ва ҳоказолар).

Йўловчи автотранспортига умумий талаблар қуйидагиларни ўз ичига олади:

- хизмат кўрсатиш жараёнини бошқаришга талаблар;
- хизмат кўрсатиш жараёнига талаблар;
- хизмат кўрсатиш натижасига талаблар.

Транспорт хизматларини кўрсатувчи корхона ходимлари таркибига қуйидаги мутахассислар киради:

- хизматларни кўрсатишда йўл ҳаракати хавфсизлиги бўйича;
- ташишларни тақдим этиш бўйича;
- автотранспорт воситаларини техник жиҳатдан соз ҳолатда ушлаб туриш, ходимларнинг касбий яроқлилигини таъминлаш, йўл ҳаракати хавфсизлигини таъминлаш бўйича чора-тадбирларни тақдим этиш бўйича;
- хайдовчилар;
- диспетчерлар, колонна механиклари (мастерлари), техник назорат бўлимлари ва ҳоказолар.

Хизматларни кўрсатишда йўл ҳаракати хавфсизлигини таъминлаш билан боғлиқ бўлган раҳбарлар ва мутахассислар, автомобил соҳаси бўйича олий ва ўрта махсус маълумотга эга бўлишлари лозим ёки белгиланган тартибдаги махсус малака тайёргарлигини ўтказишлари, шунингдек амалга мос келишлик аттестациясидан ўтганликни тасдиқловчи ҳужжатга эга бўлишлари лозим.

Ходимларнинг (хайдовчиларнинг) тайёргарлиги махсус ўқитиш, йўриқномалар, малака оширишлар, малака имтиҳонлари, аттестациялар, соғлиқ ҳолатини назорат қилиш асосида амалга оширилади.

Автотранспорт хизматларини тақдим этиш бўйича сервис фаолияти, автотранспорт воситаларини сақлаш, уларга техник хизмат кўрсатиш ва таъмирлаш, давлат техник кўрикларини ўз вақтида ўтказиш, рейсдан олдинги ва рейсдан кейинги техник кўриклар, эҳтиёт қисмлар ва материалларни харид қилиш, ахборот таъминоти ва бошқалар учун ташкилий-технологик имкониятларни талаб қилади.

Техник воситалар ва хизматларнинг ҳужжатли таъминланиши ўз ичига қуйидагиларни олади:

- автотранспорт воситалари;
- ёқилғи-мойлаш материаллари;

- автотранспорт воситаларини таъмирлаш ва техник хизмат кўрсатиш учун воситалар;
- диспетчерлик алоқа воситалари, асбоб-ускуналар, жиҳозланиш ва ҳужжатлар (йўл варақалари, ҳайдовчиларнинг иш графиклари);
- ҳайдовчиларнинг кўрсатма ва тиббий кўрикдан ўтганликлари, автотранспорт воситаларининг техник кўриклари, автотранспорт воситаларининг линиядан чиқишларининг ҳисоби ва таҳлили, ҳаракатни ташкил қилишда аниқланган камчиликлар ҳисоби ва йўллар, кўчалар ҳолатининг журналлари;
- маршрутларни керакли қурилмалар билан жиҳозлаш ва уларнинг ахборот таъминланганлиги.

Сервис фаолияти ўз ичига олади:

- рейсдан олдинги (рейсдан кейинги) хизмат кўрсатиш;
- йўловчиларни чиқариш (тушириш) ва бағажни юклашни (тушириш)ни;
- йўловчилар ва бағажни ташишни.

Рейсдан олдинги (рейсдан кейинги) хизмат кўрсатиш, йўловчиларга (истеъмолчиларга) ўз вақтидаги ахборот хизмат кўрсатиш ишларни автотранспорт воситаларини жўнаш (келиш) вақти ва жойлари юриш маршрутлари ва ҳоказолар тўғрисидаги ахборотларни, ташиш шартномаларини тузиш, юриш ҳужжатларини ҳарид қилиш ва жойларни резервлаштириш қулайликларни ташкил этишни кўзда тутди.

Йўловчи автомобил транспорти хизматлари ўз ичига йўловчиларнинг автовокзаллар ва йўловчи автотўхташ жойларида бўлишлари учун қулайликларни яратишни ўз ичига олади. Йўловчиларга кутиш зали, дам олиш хоналари, бағажни сақлаш камералари, тиббий хизмат кўрсатиш пунктларидан фойдаланиш имкониятлари тақдим этилади. Ундан ташқари йўловчиларга оммавий овқатланиш хизматлари ҳам тақдим этилади.

Автотранспорт воситалари белгиланиши ва бажарилиш турига кўра, ташиш турларига, йўл ва табиий-иқлимий шароитларга мос келиши лозим.

Йўловчиларни ташишни амалга оширадиган ҳайдовчилар таалукли категориядаги автотранспорт воситаларини бошқариш ҳуқуқини берувчи ҳайдов гувоҳномасига, белгиланган муддатларда тиббий кўрикдан ўтганликни тасдиқловчи ҳужжатга, рейсдан олдинги тиббий кўрикдан ўтганлиги белгиси қўйилган йўл варақасига, автотранспорт воситасининг рейсдан олдинги кўригига, ҳамда алоҳида турдаги ташишларни амалга ошириш учун зарур бўлган қолган ҳужжатларга (ҳаракат графигига, хавфли участкаларни кўрсатган ҳолдаги маршрут схемаси ва бошқаларга) эга бўлишлари лозим.

Хизмат сифати ўз вақтидалик ва тезлик, қулайлик, этика ва эстетика, комплекслик, ахборотлилик ва ишончлилик, ҳаммабоплиги, багажнинг сақланиши, хавфсизлиги, экологиялиги билан тавсифланади.

Ўз вақтидалик ва тезлик ташиш шартномасида кўзда тутилган жадвал, автотранспорт воситаларининг вақти ва тезлиги бўйича қолган талабларга мос равишда ташишни амалга оширишни таъминлайди.

Қулайлик, этика ва эстетика йўловчиларнинг автотранспорт воситаларида, шунингдек ҳаракатнинг дастлабки, ўрта ва охириги пунктларида бўладиган вақтларида хизмат кўрсатиш шароитларига бўлган талабларга риоя қилиш орқали таъминланади. Ушбу талаблар жумласига қуйидагилар киради:

- автотранспорт воситасидаги йўловчилар сони ташиш шартномасида белгиланганига, шунингдек автотранспорт воситасининг техник тавсифида кўзда тутилган жойлашиш нормаларига мос келиши лозим;
- ташиш бўйича хизматлар бажарувчи ходимлар умумий қабул қилинган ўзларини тутиш қоидаларига (хушмуомалалик, хайрихоҳлик, сўз маданияти, ташқи кўриниш) риоя қилишлари шарт;
- автотранспорт воситаларининг салонлари, тўхташ пунктлари, автовокзаллар ва йўловчи автостанциялари бинолари тоза, эстетик, ёритилган бўлиши лозим. Йўловчилар соғлиғи ва мулкига зарар етказиши мумкин бўлган носозликларга йўл қўймаслиги лозим;

- автотранспорт воситаларининг, тўхташ пунктларининг, автовокзаллар ва йўловчи автостанцияларнинг жиҳозланиши ва мазмуни, ходимларнинг ташқи кўриниши умумий қабул қилинган нормалар ва бажарувчининг фирмали услубига мос келиши лозим;

- автотранспорт воситасининг салони ва бошқа жойларидаги ҳарорат, ҳаво таркиби ва шовқин даражаси белгиланган нормативларга мос келиши лозим.

Хизматни кўрсатишдаги комплекслилик, хизматнинг технологик мазмунини ташкил этувчилар барчасининг бажарилишини таъминлайди, шунингдек ташиш шартномасида белгиланган ҳамроҳ хизматларни ҳам кўрсатади.

Ахборотлилик ва ишончлилик хизмат кўрсатиш жараёнида йўловчиларга автотранспорт воситаларининг жўнаши (келиши), транспортда юриш ва бағажни ташиш қоидалари, маршрут, ўт ўчиргич ва дори қутичаларининг жойлари, авария ҳолатида чиқиш жойлари ва уларни очиш йўллари тўғрисида керакли ва ишончли маълумотларни тақдим этиш орқали таъминланади.

Ҳаммабоплик (доступность) хизматнинг тегишли ижтимоий, иқтисодий ва техник тавсифлари ҳисобига истеъмолчиларнинг (йўловчиларнинг) турли гуруҳларининг хизматлардан унинг белгиланишига мос равишда фойдаланишга рухсат бериш орқали таъминланади.

Бағажнинг сақланиши унинг белгиланган пунктга ўз вақтида йўқотишларсиз ва шикастлантормасдан етказиш орқали таъминланади.

Хавфсизлик талаблари ташкилий-функционал структурага ва ходимларга, раҳбарларга ва оператив бошқарувга, ресурслар ҳолатига, ташишга талаблар комплексига риоя қилиш ҳисобига таъминланади.

Экологикликга ўрнатилган экологик норма ва нормаларга (атмосферани ифлослантирувчи заҳарли моддалар, шовқин таъсири ва бошқалар) риоя қилиш ҳисобига эришилади.

Сервис ташкилотлари экологик паспортга, атмосфера ва сувни ифлослантиришнинг рухсат берилган чегараси учун рухсатга эга бўлишлари зарур.

6.3.1.12. Биоларни тозалаш бўйича хизматлар.

Мавжуд хизматлар ўз ичига қуйидагиларни олади:

- бино ва қурилмаларни, улар атрофидаги майдонларни тозалаш (ичкари ва ташқари) бўйича хизматлар;
- оргтехника, компьютерлар, мебеллар, поллар, бино ва қурилмаларнинг ички ва ташқи пардози деталларига қараш бўйича хизматлар.

Хизматлар истеъмолчиларнинг доимий талабига эга, чунки биоларнинг нормал санитария-гигиеник ҳолатининг тикланишини таъминлайди. Биоларни тозалаш корхона, ташкилот ва якка тартибдаги истеъмолчиларнинг кундалик эҳтиёжи бўлиб ҳисобланади.

Тозалаш бўйича хизмат - бу ифлосланиш даражасига боғлиқ ҳолда, тури, белгиланиши ва материаллари билан фарқланадиган юзаларнинг тоза ҳолатини ва эксплуатация хусусиятларини сақлаш мақсадида ўтказиладиган операциялар.

Қараш бўйича хизмат-бу бино юзаларининг эскиришдан ҳимоялаш ва шикастланишдан сақлаш билан боғлиқ бўлган, юзаларнинг ташқи кўриниши ва эксплуатация хусусиятларини тиклаш бўйича чора-тадбирлар.

Қолган хизматлар бу бевосита тозалаш ва қарашга боғлиқ бўлмаган хизматлар (биоларни зараркунандаларга қарши воситалар билан дорилаш, майдонни кўкаламлаштириш бўйича ишлар, ландшафт меъморчилиги).

Тозалаш ва қараш бўйича жараёнлар комплекси технологик асбоб-ускуна, кимёвий воситалар ва йиғиштириш анжомларидан (кимё, тўқимачилик, дағал жун-шетка, целлюлоза-қоғоз ва бошқа ишлаб чиқариш товарлари, шунингдек металдан тайёрланган маҳсулотлар) фойдаланиш орқали амалга оширилади.

Технологик белгиланишига кўра тозалаш ва қараш хизматлари қуйидагиларга бўлинади:

- юзалар, предметлар, бинолар ва қурилмалар (ички ва ташқи), майдонларнинг (ахлатларни супуриш ва тозалаш, ташқи тараф ва буюмларни артиш, намли тозалаш, доғларни чиқариш, дезинфекция, йўлаклар, йўлакчаларни ахлат, қордан тозалаш бўйича ишлар) ташқи кўриниши ва эксплуатация хусусиятларини сақлаш бўйича хизматлар;

- эксплуатация хизматлари ва ташқи кўринишни тиклаш ва предметлар, хоналар, уй ва қурилмаларнинг ички ва ташқи томонидан эскиришдан ҳимоя қилиш бўйича хизматлар (сайқаллаштириш, кимёвий тозалаш, лаклаштириш, кристаллаштириш, консервация);

- қолган хизматлар (биноларни дезинфекциялаш, кўкаламлаштириш ва бошқалар).

Тозаланадиган объектлар турига кўра хизматлар қуйидагиларга бўлинади:

- турар жой объектларини (ички ва ташқи) тозалаш бўйича хизматлар;

- саноат, маданий ва ижтимоий объектларни (ички ва ташқи) тозалаш бўйича хизматлар;

- атрофдаги майдонларни тозалаш бўйича хизматлар.

Даврийлик бўйича хизматлар қуйидагича бўлинади:

- дастлабки комплекс тозалаш;
- кундалик комплекс тозалаш ва қаров;
- хафталик комплекс тозалаш ва қаров;
- асосий (генеральный) тозалаш ва қаров.

Тозалаш ва қараш бўйича хизматларга буюртмани қабул қилиш ва расмийлаштириш, бир ёки бир неча тозалаш операцияларини бажаришга ёки хизмат истеъмолчисининг талабларига мос равишда қараш бўйича операциялар учун тузилган сертификациялар асосида амалга оширилади. Тозалаш бўйича хизматларни бажариш учун мажбурий шартлар бўлиб қуйидагилар ҳисобланади:

- бажарувчининг касбий маҳороти ва у томонидан хавфсизлик талаблари, хизмат кўрсатиш қоидалари ва санитар нормаларини билиш;
- технологик асбоб-ускуна, тозалаш анжومي, кимёвий воситаларнинг мавжудлиги;
- тозалаш бўйича кўрсатиладиган хизматларга норматив ва технологик ҳужжатларнинг мавжудлиги.

Тозалаш бўйича хизмат кўрсатишда фойдаланиладиган махсус технологик асбоб-ускуна ва тозалаш анжومي, тозалаш технологиясига мос равишда танланади. Мажбурий сертификацияланишдан ўтилиши лозим бўлган технологик асбоб-ускуналар таалуқлилиқ сертификатига эга бўлиши лозим.

Тозалаш бўйича хизматларни кўрсатиш учун асбоб-ускуна ва анжом сифатида қуриқ ва нам тозалаш, чанг ютқичлар, артиш материали, шеткалар, швабралар, юмшоқ губкалар, ювиш машиналари ишлатилади. Ундан ташқари кимёвий ювиш воситалари, сайқал берувчи воситалар, доғларни чиқарувчи воситалар, дезинфекция қилувчи воситалар, шампунлар, лаклар, химоялаш таркибларидан фойдаланилади.

Меҳмонхоналардаги паркет полларни тозалаш учун маиший электр пол артқичларидан фойдаланилади. Ёрдамчи материал сифатида нарвонлар ва аравачалардан фойдаланилади.

Фойдаланилган тозалаш анжومي хизматлар бажарилгандан сўнг дезинфекцияланиши лозим. Саноат бинолари ва хоналарини тозалашда қўлланиладиган тўқимачилиқ материалларидан бир марта фойдаланиши лозим.

Биолар ичидаги дастлабки комплекс тозалаш ўз ичига поллар, деворлар, шифтлар, ойна ромлари, радиаторлардаги чангларни тозалаш, шунингдек ойналарни, сантехникани, асбоб-ускуналарни ювиш кабиларни олади. Бино ва қурилмаларнинг ташқарисида эшик блоклари, ойналар, ойна деворлар, фасадлар ювилади.

Биолар ичидаги кундалик комплекс тозалаш ва қараш баландлиги 2 метрдан ошмаган мебел, токчалар ва бошқа юзаликларнинг устини артиш, ойналар, ойнали қопламалар устини тозалаш, турли оргтехникаларнинг чангини тозалаш, ахлат ташланадиган саватчаларни чиқариш, кулдонларни тозалаш, кресло ва стулларнинг чангини тозалаш, полларни тозалаш, батарея ва радиаторларни артиш, 1 метрдан баланд бўлмаган кафел қопламаларини, кафел деворларини тозалаш ва дезинфекциялаш, савдо механик асбоб-ускуналарини дезодорация қилиш ва ювиш кабиларни олади.

Биолар ичидаги хафталик комплекс йиғиштириш ўз ичига мебел, декоратив сунъий ўсимликларга қараш ва тозалаш, хоналар ва ахлат саватчаларини дезинфекциялаш, кафелдан қилинган деворларни ялтиратиш ва кундалик операцияларни ўз ичига олади.

Биолар ичидаги бош (генерал) тозалаш ва қараш кундалик ва хафталик тозалаш операцияларини олади, шунингдек 3 метрдан юқори бўлмаган баландликдаги девордаги ва шифтдаги ёриткичларни тозалаш, вентиляция панжалари, шифт ва деворлардаги чангни тозалаш, оргтехника, юмшоқ мебел, гилам қопламаларини тозалаш, ошхона асбоб-ускуналарини тозалаш ва дезинфекциялашлар киради.

Турли юзаликлардаги ифлосланишларни тозалаш, очиқ юзаликлардаги, зиналардаги, қирра ва бурчаклардаги ва бошқа олиниши қийин бўлган жойлардаги ифлосланишларни тозалашга имкон берадиган тозалашнинг таалуқли услубини қўллаш орқали амалга оширилади.

Тозалаш ва қараш бўйича чора-тадбирлар нафақат бино ичида, балки унинг ташқариси ва яқин майдонларни тозалашни ҳам ўз ичига олади.

Биоларни кимёвий воситалардан фойдаланган ҳолда тозалашда, тозаланиши шарт бўлмаган предметлар ҳимоялантирилиши лозим.

Қаттиқ ва ярим қаттиқ полларни нам ҳолда тозалашда, жароҳат олиш хавфини камайтириш мақсадида, совун ва порошок шаклидаги сунъий ювиш воситаларидан фойдаланиш тақиқланади.

Ойналарни ювиш, кўзгу ва кўзгули қолган юзаларни тозалаш бўйича операцияларни бажаришда порошок шаклидаги сунъий ювиш воситалари ва абразив тозалаш воситаларидан фойдаланиш тақиқланади. Пардозланган ва кўзгули юзалар тайёрловчининг йўриқномаларига мос равишда тозаланади.

Паркетдан ташқари поллар кристаллаштириш, грунтлаштириш, локлаштириш ва мастикаларни суртишдан олдин, катта сингиш имкониятлари ва эриш самарасига эга бўлган кимёвий воситаларнинг қўлланилиши ёрдамида тозаланади.

Қаттиқ ва ярим қаттиқ поллар, оёқ кийими тагчарми ёки машина ғилдирақларининг сирғанишга қарши самаранинг ошиши ва мустаҳкамлигининг кўпайиши мақсадида ҳимояли консервациялаштирадиган воситалар билан қопланади.

Гилам ва гилам маҳсулотларини тозалаш бўйича хизматларни кўрсатишда, доғларни тозалаш учун, уларни кетказувчи воситалардан чекланган ҳолда фойдаланишга йўл қўйилади.

Юмшоқ полларга (гилам ёки гилам материаллари) қарашда, шундай тозалаш усулини танлаш лозимки, у максимал чуқурликда тозалаш ва эксплуатация пайтигача қуриши таъминлансин.

Гилам ва гилам қопламалари, юмшоқ мебелга доимий равишда қараш, ётиб қолган жун толаларининг тикланиши, ҳар қандай даражадаги ифлосланишларнинг тозаланишини кўзда тутиши лозим.

Оргтехника, компьютерлар, радиоэлектрон аппаратларнинг ташқи корпусини тозалашда махсус антистатик тозаловчилардан фойдаланилади.

Био ва қурилмалар витриналари, ойналари, ташқи кўринишларини ювиш 0° С дан паст бўлмаган ҳароратда амалга оширилиши лозим.

Тозалаш ва қараш бўйича хизматлар истеъмолчиларга ноқулайликлар келтирмайдиган пайтда амалга оширилиши лозим.

Тозалашда фойдаланилаётган кимёвий воситаларнинг (ювувчи, тозаловчи, дезинфекцияловчи, ҳимояловчи) сифати ва хавфсизлиги норматив ҳужжатлар талабларига мос келиши шарт. Ушбу воситалар гигиеник ҳулосага, препаратлар эса таалуқлилик сертификатларига эга бўлиши лозим.

Турли зарарли моддаларнинг вужудга келишининг олдини олиш мақсадида, бир вақтда ишлатишда бир неча тозалаш воситаларининг аралаштирилишига йўл қўйилмайди.

Электр розеткалари ва ёритиш аппаратуралари тозалаш бошлангунча ёпилиши лозим. Улар ичига нам тушишига йўл қўйиб бўлмайди.

Махсус белгиланишдаги биноларни тозалашда, хизмат бажарувчиси тиббий китобчага эга бўлиши шарт.

Тозалаш бўйича хизматлар турли хилдаги ишлар комплексида иборатдир. Ишларни олиб бориш учун биноларга тўхтовсиз хизмат кўрсатиш графиги, кунузги ва кечки ишлар рўйхати тузилади.

Кундузги ва кечки ишлар бир бирларидан фарқланади. Масалан кундузи кулдонлар тозаланади, токчалардаги чанглар артилади, мебел ва асбоб-ускуналар чангдан тозаланади, гилам ва гилам қопламалари чанг ютгич билан тозаланади, корридор ва хоналарнинг полларининг тозалиги сақланади.

Эрталабки, кечки ва оқшом пайтларида кундузи одамлар бўлмаган жойлардаги поллар ва хоналар йиғиштирилади.

Тозалаш бўйича ишлар тугагандан сўнг, истеъмолчига тозаланган хоналарнинг келгусида тоза сақланиши бўйича таклифлар берилади.

Тозалаш сифати кўрсаткичлар комплекси ёрдамида аниқланади.

Бинолар, қурилмалар, майдонларнинг юқори қисми тоза, кир, доғлар, чанг ва мебел бурчакларида ахлатларнинг, шунингдек артиш материаллари толаларининг бўлмаслиги лозим.

6.3.1.13.Оммавий овқатланиш хизматлари.

Оммавий овқатланиш корхоналари томонидан тақдим этилаётган асосий хизматлар бўлиб, пазандалик маҳсулотларини тайёрлаш бўйича хизматлар, уларни харид ва истеъмол қилиш учун шароитлар яратиш ҳисобланади.

Оммавий овқатланиш хизматларини тақдим этиш бўйича фаолият, оммавий овқатланиш хизматларини кўрсатиш қоидалари билан тартибга солинади.

Оммавий овқатланиш корхоналари типлар ва классларга бўлинади. Оммавий овқатланиш корхонаси типи сотиладиган маҳсулот ассортименти, унинг турли хиллиги ва тайёрланиш қийинчилиги, технологик таъминланганлик (моддий база, муҳандис-техник жиҳозланиш ва асбоб-ускуна, бинолар таркиби, меъморий-режалаштириш қарорлари ва ҳоказолар), хизмат кўрсатиш усуллари ва ходимлар малакаси, тақдим этилаётган хизматлар сифати (қулайлилик, муомала этикаси, эстетика ва ҳоказолар) ва номенклатураси бўйича аниқланади.

Оммавий овқатланиш корхонаси типи-бу хизмат кўрсатишнинг тавсифли хусусиятлари, сотиладиган маҳсулотнинг ассортименти ва истеъмолчиларга тақдим этилаётган хизматлар номенклатурасига эга бўлган корхона тури.

Оммавий овқатланиш корхонаси классификацияси-бу тақдим этилаётган хизматлар сифати, хизмат кўрсатиш даражаси ва шароитларини тавсифловчи маълум типдаги корхонанинг фарқланувчи белгиларининг мажмуидир.

Таклиф этилаётган хизматларга боғлиқ ҳолда ресторан, бар, кафе, ошхона, тамаддихоналарда, чойхоналарда овқатланиш хизматлари билан фарқланади.

Ресторан қийин тайёрланадиган таомларнинг (буюртмали ва фирменный таомлар, ароқ, тамаки, қандолат маҳсулотларини қўшган ҳолда)

кенг ассортименти, дам олиш билан қўшилган ҳолда хизмат кўрсатишнинг юқори даражали оммавий овқатланиш корхонаси.

Ресторанлар фарқланади:

- сотиладиган маҳсулот ассортименти бўйича (миллий ва чет эл таомлари);
- жойлашиш жойи бўйича (меҳмонхона, вокзал, дам олиш зонаси қошидаги ресторан, вагон-ресторан ва ҳоказолар).

Хизмат кўрсатиш даражаси ва тақдим этилаётган хизматлар номенклатураси бўйича ресторан ва барлар уч классга бўлинади: люкс, олий ва биринчи.

Турли классдаги ресторан ва барлар қуйидаги талабларга мос келиши лозим:

- «люкс»-ички кўринишининг нозик дидлиги, қулайлиликнинг юқори даражаси, хизматларнинг кенг танлови, оригинал, нозик дидли буюртмали ва фирменный таомлар, маҳсулотларнинг ассортименти-ресторанлар учун, буюртмали ва фирменный ичимликлар ва коктейлларнинг кенг танлови-барлар учун;
- «олий» - ички кўринишнинг оригиналлиги, хизматлар танлови, қулайлилик, оригинал, нозик дидли буюртмали ва фирменный таомлар маҳсулотларининг ассортименти-ресторанлар учун, буюртмали ва фирменный ичимликлар ва коктейлларнинг кенг танлови-барлар учун;
- «биринчи» - ички кўринишнинг монандлиги, қулайлик ва хизматлар танлови, фирмали таомларнинг турли хил ассортименти, қийин тайёрланадиган маҳсулотлар ва ичимликлар-ресторанлар учун, қийин тайёрланмайдиган ичимликлар ва коктейллар, шу жумладан буюртмали ва фирменный-барлар учун.

Ресторанда овқатланиш хизмати-бу юқори қулайлилик шароитида дам олишни ташкил этиш билан боғлиқ ҳолда малакали ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш ходимлари томонидан кўрсатилаётган, турли хил хом-ашё ва ҳарид қилинган товарлардан тайёрланган кенг ассортиментдаги таомлар ва

қийин тайёрланишга эга бўлган маҳсулотларни тайёрлаш, сотиш ва ташкил этиш бўйича хизмат.

Бар-кучли алкогольли, кучсиз алкогольли ва алкогольсиз ичимликлар, тамаддилар, кандолатчилик ва булочка маҳсулотлари, харид қилинган товарларни аралаш сотувчи бар устунига эга бўлган оммавий овқатланиш корхонаси.

Барлар қуйидагича фарқланади:

- сотиладиган маҳсулот ассортименти ва тайёрланиш услуби бўйича (сутли, пиволи, виноли, кофели, коктейл-бар, грилл-бар);
- истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш хусусияти бўйича (видео-бар, варете-бар ва бошқалар).

Америка барларининг дастлабки шакллари бир неча турларга ўзгариб борди. Ҳозирги пайтда улардан кенг тарқалганлари бўлиб қуйидагилар ҳисобланади:

- америка коктейл бари;
- отел қошидаги бар;
- ресторан қошидаги бар;
- кундузги бар;
- рақс тушиш бари;
- бар-эспрессо;
- музқаймоқ бари, қор бари;
- пляж бари;
- пул (pool) бари.

Америка коктейл бари - бу барларнинг жуда эски ва кенг тарқалган шакли ҳисобланади. Америка барларининг асосини маҳсулотларнинг асосий қисми, тўпланган баротека ташкил этади. Эски барлардан фарқли равишда асбоб-ускуналарга қулай кресло ва столчалар қўшилади. Барлар ассортиментидаги катта ҳиссани коктейллар эгаллайди. Айрим овқатланиш хизматлари ҳам таклиф этилади (оддий таомлар, тамаддилар ва кичик ҳамроҳ товарлар).

Отеллар қошидаги барлар отелларда яшайдиган инсонларга ўзаро мулоқат қилиш учун имконият яратади. Бундай барларда ичимликлар ва тамаддиларнинг кенг ассортименти сотилади, айрим ҳолларда мусиқа автоматлари ўрнатилади. Отеллар қошидаги барлар дизайни кўпинча америка барлари дизайнига ўхшаш бўлади.

Ресторанлар қошидаги барлар ичимликлар ва жуда кўп сонли коктейлларнинг сотилишини таъминлайди. Бар устунига ташриф буюрувчиларига столлардаги ташриф буюрувчиларга қараганда тезроқ ичимликлар, меню такдим этилади. Ичимликларни истеъмол қила туриб, ташриф буюрувчилар асосий буюртма беришадилар.

Кундузги барлар фақат кундузги вақт давомида ишлайдилар. Бундай барларда ишбилармон кишиларнинг учрашувлари ўтади. Кундузги барлар Англия ва Америкада кенг тарқалган ва коммуникация марказлари бўлиб ҳисобланадилар. Кундузги барларда мусиқа бўлмайди.

Рақс тушиш барлари бар хизматлари ва рақс тушиш бўйича дам олишни ўтказиш бўйича хизматларни таъминлайди. Уларнинг замонавий шакли бўлиб, дискотекалар ҳисобланади. Дискотекаларда роҳатбахш ва алкоғолсиз ичимликлар, шунингдек енгил мева ҳидли алкоғолли ичимликлар (алкопопслар) такдим этилади.

Бар-эспрессолар Италия ва Францияда вужудга келган. Улар ташриф буюрувчиларнинг тез алмашилишига мўлжалланган. Барларнинг мебел билан таъминланиши ичимликларни турган ҳолда истеъмол қилинишини кўзда тутди, ўтирадиган жойлар сони чегараланган. Ассортиментдаги катта ҳиссани кофе турлари (кофе-эспрессо) ва оперетивлар эгаллайди. Таомлар сони чекланган.

Музқаймоқ барлари ва қор барлари қишки спорт турлари билан шуғулланувчи инсонлар бор жойларда жуда кўп бўлади. У ерларда барлар учун бинолар айрим ҳолларда қор ва муздан қурилади. Бундай барларда иссиқ ичимликларга буюртма берилади (глинтвейн, грог, чой, кофе).

Пляж барлари пляжларда бар хизматларини таъминлайдилар. Жуда кўп сонли алкогольсиз ва енгил алкогольли ичимликлар таклиф этилади.

Пул барлари сузиш хавзалари ёнида жойлашадилар. Ичимликлар ассортименти экзотик коктейллардан иборат бўлади.

Барда овқатланиш хизмати-бу кенг ассортиментидаги ичимликлар, тамаддилар, қандолат маҳсулотлари ҳарид қилинган товарларнинг тайёрлаш ва сотиш ва уларни бар устини ёки залда истеъмол қилиш учун шароитлар яратиб бериш бўйича хизмат.

Кафе ресторанга қараганда чекланган ассортиментдаги маҳсулотларнинг тақдим этиш орқали истеъмолчиларга овқатланиш ва дам олишни таъминлайди. Кафеда фирменный, буюртмали таомлар, маҳсулотлар ва ичимликлар сотилади.

Кафелар қуйидагича фарқланади:

- сотиладиган маҳсулотлар ассортименти бўйича (музқаймоқ-кафе, қандолат-кафе, сут-кафе);
- контингент бўйича (ёшлар, болалар ва ҳоказалар);

Кафе овқатланиш хизмати-бу асосан қийин бўлмаган таёрланишдаги, қолган типдаги ташкилотларга қараганда чекланган ассортиментдаги пазандалик маҳсулотлари ва ҳарид қилинган товарларни тайёрлаш ва сотиш шунингдек уларни ҳарид қилиш учун шароитларни яратиш бўйича хизмат.

Ошхона ҳафта кунлари бўйича тузилган турли хил менюларга мос ҳолда таомларни тайёрловчи ва сотувчи ҳаммабоб ёки маълум контингентдаги истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш оммавий овқатланиш ташкилоти.

Ошхоналар қуйидагилар билан фарқ қилади:

- сотилган маҳсулот ассортименти бўйича (умумий турдаги парҳезлик);
- хизмат кўрсатилаётган контингент бўйича (мактаб, талабалар ва ҳоказо);

- жойлашиш жойи бўйича (ўқиш, иш жойи бўйича умумий ҳамма боб).

Ошхонада овқатланиш хизмати-бу турли хил паззандачилик маҳсулотларини хафтанинг кунлари бўйича ёки турли гуруҳлардаги хизмат кўрсатиш контингенти (ишчилар, мактаб ўқувчилари, талабалар) учун махсус рациондаги овқатларни тайёрлаш бўйича хизмат, шунингдек корхонада уларни сотиш ва истеъмол қилишни ташкил этиш учун шароитлар яратиш ҳисобланади.

Таммаддихонада истеъмолчиларга тез хизмат кўрсатишга мўлжалланган, маълум турдаги хом ашёдан қийин бўлмайдиган товар таёрлайдиган, чекланган ассортиментли оммавий овқатланиш корхонаси. Таммаддихоналар умумий типдаги маҳсулотни сотиш ассортименти ва махсусларга (сосискахоналар, чучварахоналар, сомсахоналар, пончик хоналар, пирожнихоналар, шашликхоналар, пиццерия, гамбургерхоналар ва ҳоказолар).

Тамаддихонада овқатланиш хизмати-бу тор ассортимендаги пазандалик маҳсулотларини тайёрлаш бўйича хизмат, шу жумладан белгиланган турдаги хом-ашёдан, шунингдек уни сотиш ва истеъмол қилиш учун шароитлар яратиш ҳисобланади.

Чойхоналар миллий таомларни тайёрлашга мўлжалланган оммавий овқатланиш корхонаси ҳисобланади. Уларнинг вужудга келиш тарихи қадим замонларга бориб қадалади. Чойхоналар асосан маҳаллалар қошида ташкил этилган бўлиб, уларнинг қурилиши маҳаллий бюджет, маҳалла фуқаролари томонидан ёки айрим тадбиркорларнинг маблағлари ҳисобига амалга оширилади.

Чойхона хизмати-бу нафақат чой ва миллий таомларни истеъмол қилиш жойи, балки маҳалла аъзолари ва бошқа фуқароларнинг маданий дам олиш, турли хилдаги тўй ва бошқа маросимларни ўтказиш жойларига айланиб бормоқда. Масалан, Фарғона водийсида меҳмонларни кутиб олиш асосан чойхоналарда (самовар ҳам дейилади) бўлади. Яъни олиб келинган

массаллиқлардан юқори малакали ошпазлар, халқимизнинг севимли таоми бўлиб ҳисобланган паловни қойилмақом тарзда тайёрлашадилар.

Кафелар, ошхоналар, тамаддихоналар ва чойхоналар классларга бўлинмайди.

Ресторанлар, кафелар, барлар, чойхоналар маҳсулотларни тайёрлаш, сотиш ва истеъмолни истеъмолчиларнинг дам олиши ва хордиқ чиқаришлари билан биргаликда ташкил этишадилар.

Пазандалик ва қандолат маҳсулотларини тайёрлаш бўйича хизматлар қуйидагиларни ўз ичига олади:

- оммавий овқатланиш корхоналарида истеъмолчиларнинг буюртмаларига асосан пазандалик ва қандолат маҳсулотларини тайёрлаш, шу жумладан қийин бажарилишда ва қўшимча безалган ҳолдаги;

- корхонада буюртмачининг хом-ашёсидан таомлар тайёрлаш;

- ошпаз, қандолатчининг уйида таомлар, пазандалик ва қандолатчилик маҳсулотларини тайёрлаш бўйича хизматлари.

Маҳсулотларни истеъмол қилишни ташкил этиш ва хизмат кўрсатиш бўйича хизматлар ўз ичига қуйидагиларни олади:

- тантаналар, оилавий овқатланиш, конференциялар, семинарлар, мажлислар, дам олиш зоналарида маданий-оммавий чора-тадбирларни ташкил этади ва хизмат кўрсатади;

- уйга хизмат кўрсатиш бўйича официант (бармен) хизмати;

- пазандалик ва қандолатчилик маҳсулотларини истеъмолчилар буюртмаларига кўра етказиш;

- оммавий овқатланиш корхонаси залида жойларни бронлаштириш;

- комплектланган рационлар бўйича хизмат кўрсатишга талонлар ва абониментларни сотиш;

- рационал комплекс овқатланишни ташкил этиш.

Пазандачилик маҳсулотларини сотиш бўйича хизматлар қуйидагиларни ўз ичига олади:

- пазандачилик ва қандолатчилик маҳсулотларини савдо шаҳобчалари ва ташкилотдан ташқаридаги бўлимлар орқали сотиш;
- пазандачилик маҳсулотларини ташкилотдан ташқарида сотиш;
- таомларни уйга етказиш;
- пазандачилик маҳсулотлари тўпламини йўлга комплектлаш, шу жумладан сайёҳлар учун, мустақил равишда пазандачилик маҳсулотларини тайёрлаш учун (майда чакана савдо шаҳобчаларига).

Дам олишни ташкил этиш бўйича хизматлар ўз ичига қуйидагиларни олади:

- муסיқали хизмат кўрсатиш, концертларни, варете ва видео дастурларни ўтказишни ташкил этиш;
- газеталар, журналлар, ўйин автоматлари, билиардни тақдим этиш.

Ахборот- маслаҳат хизматлари ўз ичига қуйидагиларни олади:

- пазандачилик ва қандолатчилик маҳсулотларини тайёрлаш ва жиҳозлаш, дастурхонни тузаш бўйича мутахассислар маслаҳатлари, турли хил касалликларда пазандачилик маҳсулотларидан фойдаланиш бўйича парҳез ҳамширалари маслаҳатлари (парҳез бўлимларда ва ошхоналарда);
- пазандачилик маҳоратига ўргатиш.

Оммавий овқатланиш корхоналари томонидан кўрсатилаётган қолган хизматлар турли хилдир, масалан, маросимларни ўтказиш учун ошхона идиш-товоқларини, анжомларини фойдаланишга бериш. Бундай хизматлардан одатда аҳоли ёки байрам ўтказишни мўлжаллаган корхона ва ташкилотлар фойдаланишадилар.

Қўшимча хизматларга ташриф буюрувчилар ўзлари билан олиб келмоқчи бўлган пазандачилик маҳсулотларини ўраш хизматлари киради. Овқатланиш пунктларидаги юқори қулайлилик телефон алоқасининг мавжудлиги билан таъминланади, хусусан магистрал йўллар ва қишлоқ жойларида.

Агарда ташриф буюрувчи автомашинада келган бўлса, унга корхонанинг автотўхташ жойига қўйиш бўйича хизматлар, агарда пиёда келган бўлса, такси чақириш бўйича хизмат тақдим этилиши мумкин.

Оммавий овқатланиш корхоналари ходимлари таркибига таомни тайёрлаш хизматларини бажарувчи мутахассислар (ошпазлар ва пазандалар) ва ташриф буюрувчиларга хизмат кўрсатувчи сервис бўйича мутахассислар (официантлар, барменлар, бошқарувчилар, метродотеллар) киради. Ушбу ишловчилар махсус касбий тайёргарликка эгалар ва норматив ҳужжатларнинг мажбурий талабларига мос равишда тиббий кўрикдан ўтишадилар.

Оммавий овқатланиш корхонаси бинолари таркибига хизмат кўрсатиш зонаси (контакт зонаси) ва бошқарув, ишлаб чиқариш зоналари киради.

Ташриф буюрувчиларга хизмат кўрсатиш зонаси овқатланиш зали, вестебюл, кийим осадиган жой, хожатхона ва бошқалардан иборат. Зал овқатни истеъмол қилиш учун мебел, таомларни етказиш мебеллари ва мосламалари, ичимликларни қўйиш воситалари билан комплекслаштирилади. Ички қиёфа ташкилотнинг фирмали стилига мос келган ҳолда жиҳозланади.

Одатда ресторан залларида мусиқа ансамбли учун жой, рақс учун майдонча кўзда тутилади.

Ресторан заллари қошида банкет заллари ҳам мавжуд бўлиб, улар ёки алоҳида, ёки умумий майдондан тўсиқлар орқали ёпилиши мумкин.

Корхона иши самарадорлигини ошириш учун, ишлаб чиқариш биноларини жойлаштиришда, ўз маҳсулотларини ишлаб чиқаришнинг технологик жараёни босқичларини ва ташриф буюрувчиларга хизмат кўрсатишни изчиллик билан амалга ошириш тамойилларига риоя қилинади.

Ишлаб чиқариш цехларига асбоб-ускуналарни танлашда, оммавий овқатланиш корхоналарини қувватлар ва корхона типига боғлиқ ҳолда

технологик, совитиш ва бошқа турдаги асбоб-ускуна билан жиҳозлашнинг қабул қилинган нормалари инобатга олинади.

Ошхонанинг ишлаб чиқариш цехларида технологик жараённинг тавсифига мос равишда турли хил асбоб-ускуналар жойлашади.

Овқатланиш маҳсулотлари тайёрланадиган технологик хоналар ўз ичига қуйидагиларни олади:

- совуқ тамаддиларни тайёрлаш бўйича цех;
- иссиқ таомларни тайёрлаш бўйича цех;
- гўшт цехи;
- балиқ цехи;
- сабзавот цехи;
- қандолатчилик цехи ва нонвойхона;
- газланган сувлар ва ичимликлар ишлаб чиқариш;
- ювиш хонаси;
- сервис хонаси;
- кийим ва тўшанчиқ хонаси;
- омборхоналари (овқатланиш маҳсулотларини сақлаш учун

музлаткич омбори, асбоб-ускуна омбори).

Совуқ тамаддилар тайёрлаш бўйича цехда гўшт, балиқ ва сабзавотлардан совуқ таомлар, шунингдек ширин таомлар ва бутербродлар тайёрланади. Цехда амалга оширишнинг асосий операциялари-маҳсулотларни кесиш, уларни порцияларга бўлиш, совуқ таомлар ва тамаддиларни безаш. Цех музлаткич шкаф, паст ҳароратли пештахта, тарқатиш устуни билан жиҳозланади.

Иссиқ таомлар тайёрлаш бўйича цехда, овқатни тайёрлашнинг якунловчи технологик жараён операциялари бажарилади, маҳсулотларни иссиқлик қайта ишланиши амалга оширилади, ярим фабрикатлар тайёрлик ҳолатига етказилади, биринчи ва иккинчи таомлар тайёрланади, совуқ таомлар учун маҳсулотлар тайёрланади. Цех плиталар, овқат қайнатиш

козонлари, электр товарлар, музлатиш шкафлари, стеллажлар, ишлаб чиқариш столлари билан жиҳозланади.

Гўшт цехида турли хил хайвон ва парранда гўштлиридан ярим фабрикатлар ишлаб чиқариш бўйича операциялар бажарилади.

Балиқ цехида балиқни биринчи қайта ишлаш ва балиқ ярим фабрикатлари тайёрлаш бўйича операциялар бажарилади.

Сабзавот цехида сабзавотларни биринчи қайта ишлаш ва ўзларида ишлаб чиқариш учун сабзавот ярим фабрикатларини тайёрлаш операциялари бажарилади. Сабзавот цехида картошка ва бошқа сабзавотларни сортларга ажратувчи калибровка машиналари, картошка тозаловчилар, сабзавот кесувчилар, универсал ошхона комбайнлари жойлашади.

Қандолатчилик цехининг ва нонвойхонада турли хил унли қандолатчилик ва пазандалик маҳсулотларини ишлаб чиқаришни таъминловчи операциялар бажарилади.

Тарқатиш хонаси истеъмолчиларга тайёр овқат маҳсулотларини вақтинчалик сақлаш ва узатишни таъминлайди.

Ошхона идишларини ювиш хонаси иссиқ цех ёнида жойлашиши мумкин. Унда ювиш учун келиб тушган идишлар тахланадиган подтоварниклар, овқат чиқитлари учун тара, ванналар, ювилган идишларни қуритиш учун стеллажлар жойлашади. Ундан ташқари ювиш хонаси идиш ювиш машиналари билан жиҳозланади.

Сервис хонаси фарфор, шиша, металдан қилинган ошхона идишлари ва анжомларни сақлаш ва официантларга бериш учун хизмат қилади.

Омборхоналар тез бузиладиган маҳсулотлар ва ярим фабрикатлар учун совитиш камералари ва қуруқ маҳсулотлар, сабзавотлар учун совутилмайдиган хоналар, инвентар, ошхона кийимлари ва тўшанчиқлар ва бошқа моддий-техника жиҳозлари ва предметларини сақлаш учун хоналардан иборат бўлади.

Ташриф буюрувчиларга хизмат кўрсатиш технологияси корхонанинг типи ва классига боғлиқ. Ресторан ва кафеларда хизмат кўрсатишни

официантлар амалга оширишадилар. Ошхоналар ўз ўзига хизмат кўрсатиш усулида ишлашадилар. Барларда хизмат кўрсатишни бармен бажаради, айрим ҳолларда столларга хизмат кўрсатишни официантлар бажаришадилар.

Ресторанда истеъмолчига хизмат кўрсатиш ўз ичига истеъмолчини кутиб олиш, овқатлантириш хизматларини таклиф этиш, стулга ўтқазиш, буюртмани қабул қилиш, таомни беришларни олади.

Таомлар танлангандан сўнг буюртмани қабул қилишда ёки хизмат кўрсатишдан сўнг официант буюртмага нақт ёки нақтсиз ҳисоб-китоб бўйича ҳақ олади, бу хизмат кўрсатиш шаклига боғлиқ бўлади.

Столларда ўтирган ташриф буюрувчиларга хизмат кўрсатишни официантлар бажаришадилар.

Хизмат кўрсатиш дастлабки операцияларни ўз ичига олади: стол ва стулларни ўз жойларига жойлаштириш, столларни дастурхонлар билан ёпиш, стол тузашни амалга ошириш. Официантлар ишининг асосий босқичлари стол атрофида ўтирган ташриф буюрувчиларга менюни бериш, буюртмани қабул қилиш, тайёр ичимликларни тортиқ қилиш, сўнгра нон, совуқ тамаддилар, салатлар, биринчи иссиқ ва иккинчи иссиқ таомлар ва десертни тортиқ қилишдан иборатдир. Заруриятга қараб, официант бўшаган идишларни олади. Ташриф буюрувчининг илтимосига кўра, официант счет такдим этади, пулни қабул қилади ва чекни беради. Ташриф буюрувчи кетгандан сўнг, официант столдаги идишларни йиғиштиради, дастурхонни алмаштиради, келгуси ташриф буюрувчилар учун столни тузайди.

Барда ташриф буюрувчиларга хизмат кўрсатиш ўз хусусиятларига эга. Бардаги ташриф буюрувчиларга хизмат кўрсатишдан олдин бармен бар учун столчаларнинг тайёргарлигини амалга оширади: кулдонлар, чипсылар, ёнғоқчалар ва бошқа тамаддиларни столчаларга қўйиш, ичимликларни тайёрлаш.

Бар устуни ёнида ташриф буюрувчиларга хизмат кўрсатиш бармен ёки барбой томонидан бажарилади. Бармен буюртмани қабул қилади, ичимликларни тайёрлайди, ичимликлар ажралмас таркибий қисмларини

аралаштиради, зарурият туғилганда уларни миксерда чайқаштиради, кассада буюртмани расмийлаштиради, буюрилган ичимлик бокаллари ва стаканлари остига қўйиладиган тагликларни ўрнатади, бар устунни ёнида истеъмолчи жойини тузайди, истеъмолчига унинг илтимосига кўра счет такдим этади ва у билан ҳисоб-китоб қилади, сўнгра ташриф буюрувчилар билан хайрлашади, бар устунини ювади ва тамаддилар (ёнғоқчалар ва чипсылар) турадиган вазачаларни янгилайди.

Буюртмадан сўнг истеъмолчи хоҳлаган вақтда ўз томонидан буюрилган буюртмалардан воз кечиши мумкин, фақат шу шарт биланки, бажарувчига ҳақиқий етказилган зарарларни тўласа.

Истеъмолчиларга хизмат кўрсатишда оммавий овқатланиш корхонаси истеъмолчиларга таклиф этилаётган маҳсулотларнинг оғирлиги ва ҳажмини текшириб кўриш учун имконият яратиши лозим.

Ташриф буюрувчиларга хизмат кўрсатишда таркиб ва таомларни тортиқ қилиш меню орқали тартибга солинади.

Меню (француз тилида *menu*, лотин тилида *menu*-кичик қисмларга бўламан)- бу оммавий овқатланиш корхоналарида, нонушта, кундузги ва кечки овқатланишга тортиқ қилинган таомлар ва ичимликлар рўйхатидир.

Кундалик асосий меню бир неча таом турларидан иборат бўлади. Бу оммавий овқатланиш корхонасининг тури ва ҳажмига боғлиқдир.

Бош ошпаз ва диета ҳамшираси менюга талаб, миллий хусусиятлар, ташриф буюрувчиларнинг ёши ва дини, овқатланишнинг замонавий шакллари, маҳсулотларнинг каллориялиги, ҳаммабоблиги, шунингдек таъм сифатларига кўра ўзгартиришлар киритишадилар.

Менюни тузишда ошхона майдонига боғлиқ ҳолда ишлаб чиқариш имкониятлари, вентиляция, асбоб ва машиналар, идишлар, ёрдамчи ва махсус материалларнинг мавжудлиги инобатга олинади. Менюни тастиклашда иқтисодий кўрсаткичлар (калкуляция, таннарх, баҳолар, хом-ашё ресурсларининг мавжудлиги) таҳлил қилинади.

Овқатланиш хизматлари билан бир қаторда ташриф буюрувчиларга қолган хизматлар ҳам таклиф этилиши мумкин. Агарда қўшимча хизматлар оммавий овқатланиш хизматларидан ташқари алоҳида кўрсатилса, бажарувчи уни зўрлаб таклиф қилишга ҳаққи йўқ. Истеъмолчи бевосита оммавий овқатланиш хизматлари билан боғлиқ бўлмаган, таклиф этилаётган хизматлардан воз кечишга ҳақлидир.

6.3.1.14. Чакана ва улгуржи савдо хизматлари.

Савдо-бу товарларнинг олди-сотдиси ва харидорларга хизмат кўрсатиш билан боғлиқ бўлган тадбиркорлик фаолиятидир. Савдо фаолияти юритиш шаклларига кўра улгуржи ва чаканаларга бўлинади.

Улгуржи савдо - бу товарларни кейинчалик сотиш ёки улардан профессионал фойдаланиш мақсадида ташкил этилган товарлар савдоси.

Улгуржи савдо хизмати-улгуржи сотувчининг буюртмалар бўйича шакллантирилган, истеъмолчиларнинг товар партияларига эҳтиёжларини қондириш мақсадидаги фаолияти, улгуржи ва чакана сотувчиларнинг ўзаро ҳаракатлари натижасидир.

Улгуржи савдо хизматлари улгуржи савдо корхоналари томонидан тақдим этилади.

Улгуржи савдо корхонаси - бу кейинчалик қайта сотиш мақсадида товарларнинг олди-сотдисини амалга оширувчи, шунингдек товарларнинг улгуржи айланишини ташкил этиш бўйича хизмат кўрсатувчи савдо корхонасидир.

Улгуржи савдонинг асосий хизмати-улгуржи харидорларга товарларни сотишдир.

Улгуржи савдонинг қўшимча хизматлари жумласига: товарларга буюртмалар ва талабномаларни қабул қилиш, товарларни сотишдан олдин тайёрлаш (товарларни сифат бўйича сортларга ажратиш, товар партияларини комплекшлаш, қадоқлаш, ювиш, тозалаш, дезинфекциялаш, ўраш, маркировкалаш), товарларни бериш, ахборот хизматлари, истеъмолчига

товарни етказиш, қайтарилган товарларни қабул қилиш ва сақлаш, чиқитларни қайтариш ва утилизация қилиш, чиқитларни қайта ишлашлар киради.

Чакана савдо-бу тадбиркорлик фаолияти билан боғлиқ бўлмаган шахсий, оила ва уйда фойдаланиш учун товарлар савдоси ва харидорларга хизматлар кўрсатишдир.

Чакана савдо хизмати-бу чакана сотувчининг истеъмолчи билан ўзаро ҳаракатларининг натижаси, шунингдек чакана сотувчининг, истеъмолчининг якка нусхадаги товарлар ёки комплекс ўралган бирликлар эҳтиёжларини кондириш бўйича фаолиятидир.

Чакана савдо хизматларини чакана савдо корхоналари кўрсатишадилар.

Чакана савдо корхонаси-бу товарлар олди-сотдисини амалга оширувчи шахсий, оилавий уйда фойдаланиш мақсадида ишларни бажарувчи ва хизмат кўрсатувчи савдо корхонаси.

Чакана савдонинг асосий хизмати бўлиб, истеъмолчиларга товарларни сотиш ҳисобланади. Чакана савдо шаҳобчалари аҳолига зарур бўлган товарлар савдо ассортиментларини шакллантиришадилар ва товарларни танлаш ва харид қилиш учун шароитлар яратишадилар. Савдо шаҳобчаларига ташриф буюрувчиларга қулайликни ташкил этиш мақсадида ахборот-маслаҳат хизматлари, харид қилиш чоғида ёки ундан фойдаланишда ёрдам кўрсатиш бўйича хизматлар каби қўшимча хизматлар ҳам кўрсатилади.

Чакана савдо шаҳобчасининг иши тижорат фаолиятига ва ассортиментни шакллантириш, товарларни қабул қилиш, уларнинг сақланишини таъминлаш, товарларни сотишдан олдин тайёрлаш ва пештахталарга қўйиш, харидорларга товарларни таклиф этиш, харидор билан ҳисоб-китоб қилиш, товарларни бериш кабиларни ўз ичига олган савдо-технологик жараёнга асосланади.

Товарларни сотиш савдо шаҳобчаларида ёки ундан ташқарида амалга оширилади. Товарларни савдо шаҳобчаларида сотиш қуйидагиларни олади:

- товарларни универмагда сотиш;
- товарларни универсамда (супермаркетда) сотиш;
- товарларни гипермаркетда сотиш;
- товарларни савдо шаҳобчаси-омборда сотиш;
- товарларни кундалик эҳтиёж моллари шаҳобчасида сотиш;
- товарларни ихтисослаштирилган (ёки ихтисослаштирилмаган)

озик- овқат шаҳобчасида сотиш;

- товарларни ихтисослаштирилган (ёки ихтисослаштирилмаган)

ноозик-овқат шаҳобчасида сотиш;

- оммавий овқатланиш корхоналари маҳсулотларини турли типдаги савдо шаҳобчаларида сотиш.

Майда чакана стационар шаҳобчаларда (киосklar, павилионлар) товарларни сотиш, ўз ичига алоҳида оммавий овқатланиш ва ноозик овқат товарлари турларининг чекланган ассортиментдаги сотишни олади. Киоск ва павилионлар орқали ноозик овқат товарлари бўлган даврий нашриётлар, девонхона товарлари, сувинирлар, тамаки маҳсулотлари, шунингдек оммавий овқатланиш маҳсулотлари ҳисобланган музқаймоқ, шарбатлар, газланган сувлар сотилади.

Майда чакана ҳаракатдаги шаҳобчаларда (палаткалар, авто савдо шаҳобчалари, автолавкалар, автодўконлар, цистерналар ва бошқалар) товарларни сотиш, савдо шаҳобчалари сони чекланган узоқ аҳоли пунктларида жойлашган ҳаридорларга, савдо хизматларини тақдим этишнинг самарали шаклларида ҳисобланади. Ундан ташқари ҳаракатдаги чакана савдо шаҳобчаларидан, ярмаркалар ва бозорлардан ҳам фойдаланилади.

Савдо агентлари орқали товарларни сотиш истеъмолчилар учун қўлай ҳисобланади. Одатда, савдо агентлари томонидан товарларни сотишда катта эътибор ахборот- маслаҳат ишига, товар хусусиятларини истеъмолчиларга намойиш қилишга қаратилади.

Товарларни почта (жўнатма) савдоси орқали сотиш, истеъмолчиларга савдо шаҳобчасига ташриф буюрмасдан товарларни ҳарид қилиш, ушбу шаҳар ёки туманда сотилмайдиган товарларга буюртма беришларига имкон яратади. Посилка савдоси орқали асосан ноозиқ- овқат маҳсулотлари сотилади. Товарларни сотиш бўйича эълонлар реклама-ахборот ва даврий нашриётларда чоп қилинади. Савдо шаҳобчалардан узоқда жойлашган истеъмолчилар, товарларни ҳарид қилиш бўйича талабномаларни тўлдиришадилар, ва уларни почта орқали таъминотчига юборишадилар. Савдо шаҳобчаси почта орқали истеъмолчиларга юборади.

Товарларни савдо автоматлари орқали сотиш, истеъмолчиларга қўшимча қулайликларни яратади. Чунки ушбу автоматларни шаҳарнинг турли жойларида жойлаштириш мумкин (авто бекатларда, вокзалларда, станцияларда, бинолар ёнида). Автоматларда чекланган ассортиментдаги товарлар сотилади.

Улар жумласига сигаретлар, газлаштирилган сув, қандолатчилик маҳсулотлари, даврий нашриётлар ва ҳоказолар.

Телесавдо шаҳобчалари ва Интернет тизимидаги электрон савдо шаҳобчалари, истеъмолчиларнинг савдо шаҳобчаларига бориш ва товар ҳарид қилиш учун сарфланадиган вақтларини тежашадилар. Электрон савдо шаҳобчалари ва телесавдо шаҳобчалари истеъмолчилар учун жуда қулайдир. Истеъмолчилар томонидан товарларни ўрганиш телвизорда махсус реклама-ахборот телекўрсатуви ёки Интернет тизимидаги электрон савдо шаҳобчаси сайти ёрдамида амалга оширилади. Товарлар буюртмаси телефон ёки Интернет тармоғи савдо шаҳобчасининг сайти ёрдамида амалга оширилади. Товарларни етказиш ва ҳарид қилиш, истеъмолчи учун қулай бўлган хохлаган жойда ва у билан келишилган вақтда амалга оширилади.

Ҳарид қилишда ва ундан фойдаланишда ёрдам кўрсатиш бўйича хизматлар кўрсатишга қуйидагилар киради:

- товарларга буюртмаларни қабул қилиш ва бажариш (телефон бўйича бевосита савдо ташкилотларида ёки ундан ташқарида буюрмаларни

қабул қилиш ва расмийлаштириш, буюртмаларни комплектлаштириш, уларни қадоклаш, товарларни бевосита савдо корхоналари орқали бериш ёки уйга етказиб бериш);

- товарларни етказишни ташкил қилиш;
- савдо шаҳобчасида ҳарид қилинган товарларни ўраш;
- мавжуд товарлардан совға комплектларини тузиш ва ўраш.

Комиссион савдо шаҳобчалари буюмларни комиссияга қабул қилиш ва баҳолашни комитентнинг уйида амалга оширадилар.

Заргарлик ва антиквар савдо шаҳобчалари ушбу турдаги буюмларнинг баҳоланишини уйларда амалга оширадилар.

Озиқ- овқат маҳсулотлари савдоси билан шуғулланувчи савдо шаҳобчалари, истеъмолчилардан шиша идишлари ва бошқа турдаги қайтариладиган тараларни қабул қилишадилар.

Техник қийин товарлар ва мебел истеъмолчилари учун муҳим аҳамиятни, сотишдан кейинги истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш эгаллайди. Ушбу хизмат кўрсатиш ўз ичига маҳсулотларни териш ва ўрнатишни олади. Қурилиш маҳсулотлари билан савдо қулувчи савдо шаҳобчалари истеъмолчиларга, савдо шаҳобчасидан ҳарид қилинган товарлардан фойдаланилган ҳолда қурилиш-таъмирлаш ва монтаж ишларини бажариш бўйича хизматларни таклиф этишлари ва буюртмаларни қабул қилишлари мумкин.

Ихтисослаштирилган савдо шаҳобчалари, супермаркетлар, гипермаркетлар, истеъмолчиларга аудио ва видео товарларни сотишда, аудио кассеталарни ва компакт дискларни эшитиш, видеокасеталарни кўриш, шунингдек фотоаппаратларни зарядка қилиш учун махсус кабиналар ва эшитиш автоматларини таклиф этишадилар.

Ахборот-маслаҳат хизматларига: товарлар ва уларни ишлаб чиқарувчилар ва савдо шаҳобчаси томонидан кўрсатиладиган хизматлар тўғрисида маълумот тақдим этиш киради. Ушбу турдаги хизматлар аудио ва видео воситалар ёрдамида ва товарлар бўйича мутахассислар ёрдамида

тақдим этилади. Бундай хизматлар электр маиший товарлар, аудио ва видео техника, спорт товарлари, автомобиллар ва қурилиш молларини сотиш билан шуғулланувчи савдо шаҳобчаларда кенг тарқала бошланди.

Савдо шаҳобчалари ходимлари таркибига маслаҳатчилар, сотувчи-маслаҳатчилар киради. Улар истеъмолчиларнинг илтимосига кўра эксплуатация имкониятлари, товарларни харид қилиш шароитлари бўйича маслаҳат беришадилар, товардан фойдаланиш бўйича тавсиялар берадилар.

Янги товарларни сотишда, савдо шаҳобчаларида реклама тақдимотлари (товарларни кўрсатиш, озиқ-овқат маҳсулотларини дегустация қилиш) ўтказилади. Ушбу фаолият тури ҳам ахборот - маслаҳат хизматларига киради. Хизматлар чакана савдо шаҳобчалари базасида, ишлаб чиқарувчи-корхоналар ва дистрибьютерлар томонидан тақдим этилади.

Истеъмолчига қулайлик яратиш бўйича хизматларга, дам олиш жойларини тақдим этиш ва яратиш, она ва бола хонаси, хизматларни тақдим этиш, харид қилинган товарларни кафолатланган сақлаш, харидорлар буюмларини қабул қилиш ва сақлаш, харидорларга овқатланишни тақдим этиш, савдо шаҳобчаси ёнида харидорларнинг шахсий автомобилларини кўйиш бўйича хизматлар киради. Ушбу хизматлар катта савдо майдонларига эга бўлган шаҳобчалар ҳисобланадиган-супермаркет ва гипермаркетларда тақдим этилади, чунки уларда товарларни кўриш ва харид қилиш учун харидорнинг кўп вақти сарфланади.

6.3.1.15. Коммунал хизматлар

Ушбу хизматлар бино ва қурилмалар, сув оқова ва сув таъминоти тизимлари, иссиқлик ва энергия таъминотининг нормал ҳолатда бўлишлигини таъминлайди.

Ушбу турдаги хизматларни тақдим этиш, коммунал хизматларни тақдим этиш бўйича қоидалар билан тартибга солинади.

Коммунал хизматларнинг бажарувчилари бўлиб ҳисобланадилар:

- ўзларининг мулки сифатида, тўлиқ хўжалик ихтиёрида ва оператив бошқарувида бўлган турар жой ва мухандислик инфратузилмалар мавжуд ташкилотлар ва муассасалар. Улар давлат (маҳкама), ижтимоий уйларда яшайдиган инсонларга коммунал хизматларни кўрсатиш билан шуғулланишадилар;

- истеъмолчига коммунал хизматлар тақдим этивчи корхона (хусусий турар жой фондида яшайдиган истеъмолчилар учун);

- кондоминиумлар, ўртоқликлар ва мулкдорларнинг бошқа бирлашмалари уларга кўп хонали уйларни бошқариш топширилади. Улар хизмат кўрсатиш ва коммунал хизматлар тақдим этиш бўйича (жамоа мулкига эга бўлган турар жой фондида яшовчи истеъмолчи) учун шартномалар тузишадилар.

Коммунал хизматлар истеъмолчиси-бажарувчи билан ёллаш, ижара ёки турар жой биноларига хизмат кўрсатиш бўйича тузилган шартнома асосида хўжалик-маиший эҳтиёжлар учун хизматдан фойдаланувчи ва фойдаланиш ниятида бўлган фуқаро.

Истеъмолчиларга тақдим этилаётган хизматлар таркиби, турар жой ва хонадонларнинг ободонлаштириш даражасига боғлиқ бўлади.

Коммунал хизматларнинг асосий гуруҳлари:

- сув таъминоти бўйича хизматлар;
- иссиқ сув таъминоти бўйича хизматлар;
- электр таъминоти бўйича хизматлар;
- иситиш бўйича хизматлар;
- йўл хўжалиги ва мухандис ҳимояси хизматлари;
- кўкаламлаштириш ва декоратив гулчилик хизматлари;
- шаҳар ва ҳудудлар майдонларини санитария-покизалик тозалаш бўйича хизматлар.

Коммунал хизматлар давлат, ижтимоий биноларда яшовчи фуқароларга ёллаш ёки ижара шартномасига таалукли равишда тақдим этилади, шунингдек давлат, ва ижтимоий турар жой биноларида. Турар жой

бинолари мулкдорлари томонидан хизмат кўрсатиш шартномасига мос равишда амалга оширилади.

6.3.2. Ижтимоий-маданий хизматлар.

Ижтимоий-маданий хизматлар ўз ичига жуда кўп сонли хизматларни олади, улар ичида асосий ўринни сайёҳлик ва экскурсион, санитария-соғломлаштириш хизматлари эгаллайди.

6.3.2.1. Сайёҳлик ва экскурсион хизматлар.

Сайёҳлик ва экскурсион хизматлари кўрсатиш бўйича сервис хизматлари, жозибador геоиклимий шароитлари мавжуд бўлган жойлар ва сайёҳат жараёнида истеъмолчиларга дам олишлари учун имкониятлар билан таъминлайди.

Сайёҳлик-бу фуқароларнинг ўзларининг доимий яшаш жойларидан, соғломлаштириш, ўрганиш, касбий иш юзасидан, спорт ёки бошқа мақсадларда вақтинчалик чиқишларидир (сайёҳатлари).

Сайёҳ бўлиб соғломлаштириш, ўрганиш, касбий иш юзасидан, спорт ёки бошқа мақсадларда давлатга (жойга) вақтинчалик (24 соатдан 6 ойгача ёки бир оқшом тунаш) ташриф буюрувчи фуқаро ҳисобланади.

Экскурсия-бу фуқароларнинг ўзларининг доимий яшаш жойларидан, соғломлаштириш, ўрганиш, касбий иш юзасидан, спорт ёки бошқа мақсадларда, вақтинчалик ташриф буюриладиган давлатда (жойда) 24 соатдан кам ва тунашсиз давр мобайнида вақтинчалик чиқишлари (сайёҳатлари).

Экскурсант бўлиб соғломлаштириш, ўрганиш, касбий иш юзасидан, спорт ёки бошқа мақсадларда 24 соатдан кам ва тунашсиз давлатга (жойга) вақтинчалик ташриф буюрувчи фуқаро ҳисобланади.

Сайёҳлик хизматлари истеъмолчиларга турли хилдаги турларни таклиф этади:

- соғломлаштириш (курортда дам олиш ва даволаниш тавсифидаги соғломлаштириш гуруҳлари);
- ўрганиш (экскурсия дастурли турлар-музейларга ташриф буюриш, диққатга сазовор жойларни кўриш, маданий чора-тадбирларда иштирок этиш);
- касбий-иш (мажлислар, конференциялар, конгресслар, савдо ярмаркалари ва кўргазмалар ишларида қатнашиш, концерт, маърузаларда чиқиш қилиш, касбий чора-тадбирларда қатнашиш, шартномаларни тузиш бўйича музокараларда иштирок этиш, ўрганиш ва тадқиқот фаолиятларида, махсус курсларда қатнашиш ва ҳоказолар);
- спорт турлари (нопрофессионал спорт турлари бўлиб ҳисобланган пиёда, от, сув, чанғи, велосипед, сув ости сузиш ва бошқа сув спорти, балиқ овлаш, ов ва бошқаларда, шунингдек спорт мусобақаларида қатнашиш мақсадида тақдим этилган турлар);
- диний (ҳаж мақсадларида, диний тадбирларда иштирок этиш, азиз жойларга ташриф буюриш маршрутлари).

Фойдаланиладиган транспорт воситаларига боғлиқ ҳолда сайёҳлик шакллари авиасайёҳлик, автобус, темир йўл, автомобил ва денгиз сайёҳлигига бўлинади.

Йилнинг вақтига боғлиқ ҳолда қишки ва ёзги сайёҳлик фарқланади. Сайёҳлик хизматларига талаб, йил давомидаги мавсумий ўзгаришларга боғлиқ. Максимал даражада ташрифлар амалга ошириладиган вақт сайёҳлик мавсуми деб аталади, ташриф буюришлар камайган давр эса мавсум ўртаси деб номланади. Турли ҳудудлардаги сайёҳлик мавсуми бир бирига мос келмайди.

Халқаро сайёҳликда сайёҳни жўнатувчи ва уни қабул қилувчи томонлар мавжуд.

Жўнатувчи томон-бу сайёҳ ва қабул қилувчи томон билан тузилган шартномалар асосида ҳаракат қиладиган сайёҳларни уларнинг вақтинчалик ташриф буюрадиган давлатга (жойга) йўналтириладиган ташкилот ёки якка тартибдаги тадбиркор.

Қабул қилувчи томон-бу сайёҳ ва жўнатувчи томон билан тузилган шартномалар асосида, давлатга (жойга) вақтинчалик ташриф буюрувчи сайёҳларни қабул қилувчи ташкилот ёки якка тартибдаги тадбиркор.

Сайёҳлик ички, кировчи, чиқувчи, мустақилларга бўлинади.

Ички сайёҳлик - бу ушбу давлатда доимий равишда яшовчи шахсларнинг, давлат ҳудудидаги сайёҳатлари.

Кировчи сайёҳлик - бу шахсларнинг бошқа давлатга сайёҳатлари.

Чиқувчи сайёҳлик - бу ушбу давлатда доимий равишда яшамайдиган шахсларнинг давлат ҳудудидаги сайёҳатлари.

Мустақил сайёҳлик - бу сайёҳлар томонидан тақдим этилган, ҳаракатнинг актив усулларида фойдаланилган сайёҳатлар.

Сервис фаолияти доирасида ташкилотлар сайёҳлик-экскурсион хизмат кўрсатишни таклиф этишадилар. Улар аҳоли ва чет эл фуқароларининг сайёҳлик ва экскурсион хизматларга бўлган талабларининг қондирилишига йўналтирилган.

Истеъмолчиларга таклиф этилаётган хизматлар комплекси сайёҳлик маҳсулоти деб номланади. Сайёҳлик маҳсулоти сифатида сайёҳлик тури намоён бўлади. Сайёҳлик маҳсулотини истеъмолчиларга туроператорлар ва турагентлар сотишадилар.

Сервис фаолияти қуйидаги турдаги хизматларни кўрсатишни ўз ичига олади:

- туроператорнинг ички, кировчи, чиқувчи сайёҳликни тақдим этиш бўйича хизматлари;
- турагент хизматлари;
- мустақил сайёҳликдаги хизматлар;
- экскурсион хизматлар.

Сайёҳлик хизмати - бу ташкилотлар ёки якка тартибдаги тадбиркорларнинг, сайёҳларнинг турни ёки унинг алоҳида таркибларини тақдим этиш ва амалга ошириш эҳтиёжларини қондириш бўйича фаолиятларининг натижасидир.

Экскурсион хизмат - бу экскурсион хизмат ёки алоҳида экскурсияларнинг дастурларини ишлаб чиқариш ва жорий этиш, экскурсияларни тақдим этиш ва амалга оширишни қўшган ҳолда, сайёҳларнинг (экскурсантларнинг) ўрганишга қизиқишларини қондириш бўйича сайёҳлик хизмати.

Сайёҳлик ва экскурсион хизматларни амалга ошириш бўйича фаолиятни туроператорлар ва турагентлар бажарадилар.

Туроператор - бу лицензия асосида турни шакллантириш, силжитиш ва амалга ошириш бўйича фаолиятни олиб боровчи ташкилот ёки якка тартибдаги тадбиркор.

Турагент - бу лицензия асосида турни силжитиш ва сотиш бўйича фаолиятни амалга оширувчи ташкилот ёки якка тартибдаги тадбиркор.

Сайёҳлик сайёҳатлари ва экскурсиялар, сайёҳат маршрути бўйича тақдим этилади, унга мос келган ҳолда сайёҳлар турли географик пунктлар ва жойларга ташриф буюришадилар.

Сайёҳлик сайёҳатлари, хизматлар турлари ва хизмат кўрсатиш шароитлари, сайёҳат дастурида кўрсатилади. Сайёҳат маршрутида сайёҳга тақдим этиладиган хизматлар, уларнинг вақти тўғрисида батафсил ахборотни ўз ичига олади.

Сайёҳлик хизматлари туроператор ёки турагент билан сайёҳ ўртасида тузиладиган шартнома асосида кўрсатилади. Турга ҳақ тўлашни тасдиқловчи ҳужжат бўлиб сайёҳлик путевкаси ҳисобланади. Тур таркибига кирувчи хизматлардан сайёҳнинг фойдаланиш ҳуқуқини ўрнатувчи ва уларнинг кўрсатилганлигини тасдиқловчи ҳужжат бўлиб, сайёҳлик ваучери ҳисобланади.

Туроператор ва турагентлар турли давомийликдаги турларни ташкил этишадилар.

Бир кунлик сайёҳатлар 3 соат, 3-5 соат, 6-8 соат, 9-11 соат, 12 ва ундан кўпроқ соат.

Бир кундан кўпроқ сайёҳатлар 1 дан 3 суткагача, 4 дан 7 суткагача, 8 дан 28 суткагача, 29 дан 91 суткагача, 92 дан 365 суткагача тақдим этилиши мумкин.

Узоқ давом этадиган сайёҳатлар, одатда транспорт ва экскурсия хизматлари билан қўшилади.

Туроператор ва турагентнинг алоҳида хизматлари қуйидагиларни қўшиши мумкин:

- сайёҳларнинг яшашини тақдим этиш бўйича хизматлар;
- сайёҳларга овқатланишни тақдим этиш бўйича хизматлар;
- сайёҳларни турли хил транспорт воситаларида ташишни тақдим этиш бўйича хизматлар;
- спорт, хордиқ чиқариш, ўрганиш, экскурсион соғломлаштириш ва бошқа чора-тадбирларни тақдим этиш бўйича хизматлар;
- гид таржимонлар хизматлари.

Мустақил сайёҳликдаги хизматлар ўз ичига қуйидагиларни қўшиши мумкин:

- ахборот материалларини, сайёҳлик схемаларини тақдим этиш, маршрутлар, табиий тўсиқлар, объектлар ва бошқаларнинг ёзилиши;
- сайёҳликни тақдим этиш, сайёҳлик маршрутларида хавфсизликни таъминлаш масалаларни ўз ичига оловчи консалтинг хизматлари;
- сайёҳлик маршрутларида хавфсизликни таъминлаш бўйича воситачилик хизматлари;
- сайёҳлик кўникмалари асосларига ўрганиш.

Экскурсион хизматлар экскурсияларни тақдим этиш ва экскурсоводлар хизматларини ўз ичига олиши мумкин.

Сайёҳларга хизмат кўрсатиш доирасида, уларга трансфер тақдим этилиши мумкин.

Трансфер-сайёҳни келадиган жойидан, вақтинчалик бўладиган жойга жойлаштириш ва ўз яшаш жойига етказиш учун ташиш бўйича хизмат, шунингдек сайёҳат дастурида кўзда тутиладиган вақтинчалик бўладиган давлат (жой) ҳудудидаги ҳар қандай қўшимча ташишлар. Ташувчи сифатида турли хил транспорт воситалари ёрдамида сайёҳларга ташиш бўйича хизматлар тақдим этувчи ташкилот ёки яқка тартибдаги тадбиркор бўлиши мумкин.

6.3.2.2. Санатория-соғломлаштириш хизматлари.

Санатория-соғломлаштириш хизматларини тақдим этиш бўйича сервис фаолияти истеъмолчиларга дунёнинг энг қулай рекреацион зоналарида дам олиш ва соғлиқларини тиклаш имкониятларини таъминлайди.

Санатория соғломлаштириш хизматларига эҳтиёж турлари ҳудудлардаги иқлимий шароитларнинг инсон соғлиғига ижобий таъсирини исботлаб берган тиббиётнинг ривожланиши орқали вужудга келади.

Курорт - бу иқлимий шифобахш ресурсларга эга бўлган инфратузилма объектларини қўшган ҳолда уларни эксплуатация қилиш учун зарур бўлган бино ва қурилмаларга эга бўлган, ўзлаштирилган ва даволаш-профилактика мақсадларида фойдаланиладиган алоҳида қўриқланадиган табиат ҳудуди.

Табиат-даволаш ресурсларига минерал сувлар, даволовчи балчиқлар, шифобахш иқлим, касалликларни даволаш ва олдини олишни ташкил қилиш, дам олишни ташкил этиш мақсадлари учун зарур бўлган, фойдаланилаётган қолган табиий объектлар ва шароитлар киради.

Санатория-соғломлаштириш хизматлар бир-бирларига ўзаро монанд хизматлар комплексида фойдаланилади:

- яшаш бўйича;

- санаторияларда даволаниш бўйича;
- санатория профилакторияларда;
- пансионатларда даволаниш билан;
- курорт поликлиникаларида;
- балнеологик даволаниш хоналарида;
- йил давомида фаолият юритадиган балчиқ билан даволаш жойларида.

Санатория соғломлаштириш хизматлари санаториялар, санатория-профилакторияларда, пансионатларда, балнеологик даволаш хоналарида тақдим этилади.

Санаторий - бу қўлай табиий шароитлардан фойдаланилган ҳолда, инсонларнинг даволанишлари ва дам олишлари учун муассаса.

Пансионат - бу инсонларнинг яшаш ва дам олишларига мўлжалланган муассаса (меҳмонхона).

Балнеологик даволаниш хона бу минерал табиий манбалардаги сувлардан фойдаланилган ҳолда инсонларнинг даволанишлари ва дам олишлари учун муассаса.

Санатория соғломлаштириш хизматларининг истеъмоли мавсумий таъсифга эга. Ушбу турдаги хизматларнинг истеъмолига катта таъсирини уларнинг баҳолари ва хизмат кўрсатиладиган жойгача йўл нархи кўрсатилади.

Санатория-соғломлаштириш хизматларини кўрсатувчи ташкилоти истеъмолчиларига қўшимча хизмат турлари билан ҳам таъминлашадилар улар жумласига:

- тиббий;
- транспорт;
- сарторошхона;
- тозалаш бўйича хизматлар;
- кимёвий тозалаш ва кир ювиш хоналар хизматлари;
- прокат ва ижара бўйича хизматлар;

- оммавий овқатланиш хизматлари.

Оммавий овқатланиш хизматлари санаторияларда ресторан ва ошхоналарда таклиф этилади. Кўпчилик санаторийлар, пансионатлар ва дам олиш уйларида чакана савдо хизматлари тақдим этилади. Ташриф буюрувчиларга кундалик эҳтиёж моллари, шахсий қулайлик ва покизалик учун товарлар, кийим, совғалар, китоблар ва даврий нашриёт маҳсулотлари таклиф этилади.

Дам олувчиларга таклиф этилаётган хизматлар турлари таркибига, ижтимоий-маданий хизматлар ҳам киради:

- видео филмларни кўриш;
- билиард, ўйин автоматлари хизмат турлари.

Санатория-соғломлаштириш хизматларини тақдим этиш путевкалар асосида амалга оширилади. Дам олиш давомийлиги 12 дан 24 суткагача ташкил этилади.

Меҳмонхона хизматлари иш хизмат сафарлари, дам олиш ва бошқа ҳолатларда инсонларнинг вақтинчалик яшашлари учун шароитлар яратади.

Асосий хизмат бўлиб, инсонларнинг вақтинчалик яшашларини таъминлаш бўйича хизмат ҳисобланади.

Меҳмонхона хизматлари меҳмонхона объектлари (меҳмонхоналар) базасида тақдим этилади. Яъни инсонларнинг вақтинчалик яшашлари учун махсус мослаштирилган турли типдаги ва турлардаги бинолар.

Меҳмонхона хизматларини тақдим этиш бўйича фаолият Ўзбекистон Республикасида меҳмонхона хизматларини тақдим этиш бўйича қоидалар билан тартибга солинади.

Белгиланишига кўра меҳмонхоналар 5 типга бўлинади:

- дам олувчилар учун меҳмонхоналар;
- шаҳар ташқарисидаги сайёҳлик меҳмонхоналари;
- курорт меҳмонхоналари;
- пансионатлар;
- мотеллар.

Дам олувчилар учун меҳмонхоналар дам олаётган инсонлар учун мўлжалланган. Бундай меҳмонхоналар, қулай тиббий шароитларга эга бўлган аҳоли пунктларида (денгиз, дарё, кўл, ўрмон массивлари) ёки меъморий-тарихий обидаларга, маданий марказлар мавжуд жойларда жойлашади.

Сайёҳлар учун меҳмонхоналар темир йўл ёки автомобилларда сайёҳат қилувчи инсонларга кундузги ва кечки вақтда дам олишлари ва вақтинчалик бўлишларини таъминлайди. Сайёҳлик меҳмонхоналари автотранспорт магистраллари, аэродромлар, темир йўл вокзаллари ёнида жойлашади.

Мотеллар сайёҳлар ва автосайёҳларнинг автотўхташлари ва вақтинчалик яшашларини таъминлайди. Мотелларда автосервис хизматлари кўрсатилиши мумкин. Мотел ўз ичига меҳмонхона ва автотўхташ жойини олади. Автотўхташ жойи размери, мотелнинг жойлаштириш имкониятларига боғлиқ бўлади.

Курорт меҳмонхоналари вақтинчалик яшашни таъминлайди ва санаторий-соғломлаштириш хизматларини таклиф этади. Меҳмонхоналар қулай табиий-иқлимий шароитларга эга бўлган курорт жойларда жойлашади.

Сервис тизими фаолияти муҳмонхона хизмат кўрсатиш технологиясига асосланади.

Меҳмонхона хизмат кўрсатиш технологияси-ташриф буюрувчиларга жойлаштириш хизматларини тақдим этиш бўйича операциялар ва жараёнлар йиғиндиси, меҳмонхоналар бинолари, қурилмалари, асбоб-ускуналаридан рационал фойдаланиш услубларининг тизимидир.

Меҳмонхона комплекси ва уларда яшовчи инсонларга хизмат кўрсатиш, турли мутахассисликлардаги малакали ходимларнинг мавжудлигини талаб қилади. Меҳмонхона комплекси ишни самарали ташкил этиш мақсадида, ходимлар номерларга хизмат кўрсатувчи, яшовчи инсонларга хизмат кўрсатувчи, маъмурий бошқарув, меҳмонхона хавфсизлигини таъминлаш, тиббий хизмат кўрсатиш, муҳандис-техник ишларни бажарувчи таркибий бўлинмаларга бирлашадилар.

Бўлинма таркиби ва улардаги яшовчилар сони, меҳмонхона категорияси ва ундаги яшаш учун жойлар сонига боғлиқ бўлади.

Замонавий меҳмонхона комплекси-бу замонавий асбоб-ускуна, анжом билан жиҳозланган бино.

Меҳмонхоналардаги асбоб-ускуна ва анжом ўз ичига қуйидагиларни олади:

- меҳмонхона номерларида жойлашадиган мебел, маиший асбоблар, аудио ва видео техника, алоқа воситалари (телефонлар);
- кўрпа-тўшак, ошхона дастурхонлари, сочиқлари, ойна ва эшик пардалари;
- микроиклимни сақлаб туриш учун технологик асбоб-ускуна;
- овқатни тайёрлаш учун асбоб-ускуна ва анжом;
- лифтлар;
- ташриф буюрувчиларни ҳисобга олиш ва рўйхатдан ўтказиш ва касса операцияларини расмийлаштириш учун техник воситалар;
- биноларни тозалаш, ювиш ва дазмоллаш воситалари.

Турар жой зонаси одатда меҳмонхонанинг юқори қаватларида жойлашади. Умумий зона эса биринчи ва иккинчи қаватларда бўлади. Умумий зонага кириш ва чиқиш жойлари, ташриф буюрувчиларни қабул қилиш, яшовчиларни расмийлаштириш ва жойлаштириш, уларнинг багажларини сақлаш, яшовчилар билан ҳисоб-китоб қилиш, маълумот бериш ва вестебюл биноларини ўз ичига олади.

Вестебюл бинолари ўз ичига вестебюлнинг ўзи, кийим сақлаш жойи, сақлаш камералари, навбатчи маъмур хонаси, меҳмонхона швейцари хонаси, ҳужжатларни сақлаш хонаси, икки-уч хизмат хоналари, алоқа бўлими, савдо шаҳобчалари, киосklar, барлар, айрим ҳолларда банк бўлимлари, хизмат кўрсатиш бюроси, ходимлар хоналари, телефон-автомат кабиналари, умумий хожатхоналар ва ювиниш хоналарини олади.

Меҳмонхоналар хизмат алоқаси учун зонага эга. У орқали хизмат кўрсатувчи ходимлар номерларда яшовчилар учун кўрпа-тўшак, идишлар, озиқ- овқат маҳсулотларини тахлашадилар.

Турар жой номерларининг структураси меҳмонхона типини инобатга олган ҳолда ўрнатилади. Масалан, дам олувчилар учун меҳмонхоналарда икки кишилик номерлар кўп бўлиши лозим, шаҳар меҳмонхоналарида эса бир кишилик номерлар сони кўп бўлиши керак. Меҳмонхона номери турар жой зонасининг асосий элементи бўлиб ҳисобланади. Меҳмонхона номерларининг сифати, унда яшаш қулайлигини аниқлайди. Номерлар турли майдон, меъморий-режали қарорлар, санитария-техник асбоб-ускуна ва мебелларга эга.

Замонавий нормативларда номерлар фондининг қуйидаги майдонлари кўзда тутилган:

- бир хонали бир жойлик номерларда;
 - 8 кв. м. Бир юлдузли ва икки юлдузли меҳмонхоналар учун;
 - 10 кв. м. Уч юлдузли меҳмонхоналар учун;
 - 12 (16) кв. м. Тўрт юлдузли меҳмонхоналар учун;
 - 14 (18) кв. м. Беш юлдузли меҳмонхоналар учун;
- бир хоналик икки жойлик номерларда:
- 12 кв. м. 14 кв. м., 14 (20) кв. м. Тўрт юлдузли меҳмонхоналар учун.

Катта сонли меҳмонларни қабул қилиш учун мўлжалланган номер, ҳар бир қўшимча жой учун 6 кв. м га белгиланган жойга эга бўлади. Норматив бир ёки икки юлдузли меҳмонхоналар учун ўрнатишга.

Меҳмонхоналар номерлари бир неча типларга бўлинади:

- бир кишига бир хоналик номерлар, икки кишига бир хоналик номерлар;
- талабларга боғлиқ ҳолда жойлаштиришни осон ўзгартириш имконига мўлжалланган «дубль» типдаги бир хонали номерлар;

- 3-4 кишига бир ёки икки хонали номерлар;
- 5 ва ундан зиёд кишига бир ёки икки хонали номерлар (ётоқхона номерлари);
- юқори қўлайликдаги икки-уч хонали, айрим ҳолларда ундан кўпроқ хонали номерлар, («люкс», «аппартамент») номерлар.

Бир ёки икки жойлик номерлар сони ва ҳиссаси меҳмонхона типи, қўлайлилик даражаси ва бошқаларга боғлиқ бўлади.

Ҳозирги шароитда мамлакатимиздаги меҳмонхоналардаги бир кишилик номерларнинг ҳиссаси 30-50%, чет эл меҳмонхоналари 60-80% ни, ташкил этади, саёҳлик ва курорт меҳмонхоналарида икки кишилик номерларнинг ҳиссаси 75-100% ни ташкил этади. Бунинг асосий сабаби, истеъмолчилар ичида икки уч кишидан иборат бўлган оилалар сонинг кўплиги ҳисобланади.

Номернинг қўлайлиги меёрий-режалаштирилган қарорлар номернинг шовқиндан ҳимояланиш хусусиятлари, ёритилиши, мебелли, санитар-техник асбоб-ускунаси, маиший техника, микро иқлимни сақлаш тизимлари, теле ва радиоаппаратуралар, алоқа воситалари билан жиҳозланишига боғлиқ бўлади. Яшаётган инсонларнинг ҳоҳишларига қўшимча ҳақ тўлаш эвазига номерга шахсий компьютер ёки факс, иккинчи телефон ўрнатилиши мумкин.

Замонавий меҳмонхона номерида одатда бир неча функционал зоналар ажралиб туради: уйқу учун зона, ишчи зонаси, кундузги дам олиш зонаси.

Турли типдаги ва категориядаги меҳмонхоналарда яшовчиларга оммавий овқатланиш хизматлари тақдим этилади. Бунинг учун меҳмонхоналарнинг биринчи ва иккинчи қаватларида ресторанлар, кафе (экспрес-кафе, кафе-шоу), барлар (виноли, пиволи, кечки) ошхоналар, буфетлар жойлашади.

Меҳмонхонада яшовчиларга кинозаллар, интернет-кафе хизматлар каби ижтимоий-маданий хизматлар, конференциялар, семинарлар, ташкил

этилиши бўйича хизматлар, дискотека, билиард, казино хизматлари тақдим этилади.

Маиший хизматлар меҳмонхона ходимлари томонидан маиший хизмат кўрсатиш марказларида ёки ўз-ўзига хизмат кўрсатиш йўли билан дазмоллаш хоналарида, кир ювиш хоналарида ва оёқ кийимини автоматлар ёрдамида тозалаш ва ҳоказолар шаклида тақдим этилади.

Меҳмонхонада тақдим этиладиган маиший хизматлар таркибига кимёвий тозалаш ва кир ювиш хоналари хизматлари, кийим кечак ва оёқ кийимни таъмирлаш ва фото хизматлар ҳам кириши мумкин.

Меҳмонхонанинг хизмат зонасига турар жой қаватларида жойлашган меҳмонхона номерларига хизмат кўрсатувчи ходимлар учун хоналар киради. Ушбу хоналар жумласига навбатчи ходим хонаси, дазмоллаш ва кийим тозалаш хонаси, тоза ва кир тўшакларни сақлаш хонаси, оқсочлар хонаси ва бошқлар киради.

Қаватда навбатчи маъмур столи жойлашади ва у қаватдаги номер фондини бошқариш бўйича операцияларни амалга оширади.

Хизмат хоналарига ресторан, кафе, барларнинг технологик хоналари киради.

Хоналарнинг алоҳида гуруҳларини хавфсизлик хизмати, микро иқлимни сақлаш тизими ишлари, иссиқлик ва энергия таъминоти, ёритиш ва алоқа учун жавоб берадиган муҳандис-техник бўлимлар эгаллашадилар.

Хизмат бажарувчисининг иш жойи ва хавфсизлик, ишлаб чиқариш санитарияси, эстетика ва эргономика талабларига жавоб берувчи асбоб-ускуналар, инструментлар, мосламалар комплектлари билан таъминланиши лозим.

Текшириш учун саволлар:

1. Моддий хизматларнинг асосий гуруҳларини санаб ўтинг ва уларга умумий тавсиф беринг.

2. Техникани таъмирлаш бўйича (хизмат кўрсатиш шакллари, истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш, асбоб-ускуна ва ходимлар, сифат назорати) моддий хизмат кўрсатиш хусусиятларини таъкидланг.

3. Турар жойларни қуриш ва таъмирлаш бўйича кўрсатилган хизматлар хусусиятларини таъкидланг.

4. Кимёвий тозалаш хизмат кўрсатиш хусусиятларини таъкидланг.

5. Сартарошхоналар хизмат кўрсатиш хусусиятларини таъкидланг.

6. Оммавий овқатланиш хизмат кўрсатиш, ресторан, бар, кафе, ошхоналар ўхшашлиги ва фарқини таъкидланг.

7. Улгуржи ва чакана савдонинг қўшимча хизматларни таърифланг.

8. Транспорт хизматлари хизмат кўрсатишини ташкил этиш хусусиятлари тавсифини беринг, жумладан, йўловчи автомобил транспортининг. Хизматлар сифати ва хавфсизлигига талабларни санаб ўтинг.

9. Асосий турдаги қишлоқ хўжалиги хизматлари ва ландшафт дизайни бўйича хизматларнинг асосий турларини санаб ўтинг.

10. «Сайёҳ», «Экскурсант», «Туроператор», «Турагент» тушунчаларига таъриф беринг.

11. Туризмнинг асосий турларини санаб ўтинг, асосий сайёҳлик ва экскурсион хизматларга тавсиф ва тасниф беринг.

12. Санатория — соғломлаштириш хизматларининг мамлакатнинг ижтимоий — иқтисодий ҳаётидаги ролини таъкидланг.

13. Санатория — соғломлаштириш комплекси таркибини санаб ўтинг. Санатория — соғломлаштириш хизматларини тақдим этувчи корхоналар типларига қисқача тавсиф беринг.

14. Меҳмонхона хизматларига тасниф ва тавсиф беринг. Меҳмонхона хизматларини кўрсатувчи корхоналар хусусиятларини таъкидланг.

15. Меҳмонхоналарда хизматларнинг вазифаларини, хусусиятларини. меҳмонхона объектлари таркиби структурасини тавсифланг.

Таянч иборалар

Савдо хизматлари

Транспорт хизматлари

Алоқа хизматлари

Кредит хизматлари

Молия ва суғирта хизматлари

Таълим ва маданият хизматлари

Саънат хизматлари

Фан хизматлари

Шахсий таснифдаги хизматлар

Давлат бошқарувидаги хизматлар

Класификатор

Тиббий хизматлар

Воситачилик хизматлари

Сайёхлик хизматлари

Даҳал сервис

Юмишоқ сервис

Тўғри сервис

Қия «билвосита»сервис

Диллерлик сервис

Таъмирлаш

Техник хизмат кўрсатиш

Хизмат муддати

Стационал хизмат кўчма хизмат

Реставрация
Консервация
Ланшафт дизайни
Кимиёвий тозалаш
Космитологик хизмат
Потижер хизматлари
Хамирох хизматлар
Диспечирлик хизматлар
Тозалаш хизмати
Оммавий овқатланиш хизмати
Тамадихона
Ресторан хизмати
Чакана савдо
Улгуржи савдо
Коммунал хизматлар
Саёх
Экускурция
Экискурсант
Ички саёхлик
Кирувчи саёхлик
Чиқувчи саёхлик
Мустақил саёхлик
Турагент
Трансфер
Курорт санаторий
Пансионат
Меҳмонхона
Мател

7 БОБ. СЕРВИС ТАДБИРКОРИ - СЕРВИС ИҚТИСОДИЁТИНИНГ ЯНГИ ИҚТИСОДИЙ АГЕНТИ.

7.1.Сервис корхоналари (сервис якка тартибдаги тадбиркорлари).

Маҳсулотларнинг якка тартиблаштиришнинг муаммоси. Замонавий иқтисодиётда маҳсулотларнинг диверсификацияси ва дифференциаллашуви шунчалик тез суръатларда амалга ошириладики, у «ассортимент портлаши» деган ном олишга улгурди. Ушбу «ассортимент портлаши» ишлаб чиқарилган товарлар номенклатурасини кескин оширади. Ривожланган иқтисодиётда 60 млн. га яқин маҳсулотлар ишлаб чиқарилмоқда. Ушбу соннинг ичида ўз ўрнини, масалан, резина сақичлари эгаллайди (уларнинг 1000 дан ортиқ сорти ишлаб чиқилади). Ниманидир чайнашни замонавий европалар майя хиндуларидан ўзлаштириб олганликлари аниқланган. Лекин Т. Адамс деган инсон 1871 йилда резинкали сақични ишлаб чиқарувчи машинани патентлаштирди ва унинг оммавий ишлаб чиқаришини ташкил этди.

Маҳсулот турлари сонининг кенгайиши ва уларнинг сифатини ошириш тенденцияси, ишлаб чиқаришни классик ташкил этилишини ўзгартириш заруриятига олиб келди. Ҳозирги шароитда янги маҳсулотни электрон моделлаштириш ва электрон «синаш» тизимлари актив равишда ишлаб чиқарилмоқда ва жорий қилинмоқда. Шу билан бирга янги маҳсулотни электрон моделлашнинг истиқболли тизимлари лойиҳалаштирилган маҳсулотни «қарйиб» реал шароитларда эксплуатация қилишни текшириш имконини беради (яъни кибермаконда виртуал ҳақиқатда). Ишлаб чиқаришга дастлаб маҳсулотни компьютер, телевизор экранда «яратиш», сўнгра вертуал ҳақиқатда «чиниқтириш» ва маҳсулотни мақуллашдан сўнг, унинг буюртмаси «симлар» орқали тайёрлаш учун завод-автоматга бериш имконини яратадиган реал воситалар ва имкониятлар жорий этилмоқда.

Сотишлар стратегиясидаги ўзгаришлар. Компания-гигантлар (монополиялар), мувоффақиятида маркетинг катта рол ўйнаган ва ўйнайди. Лекин унинг воситалари ёрдамида сотишларни рағбатлантириш соҳасидаги муоммолар амалий жиҳатдан ҳал этилмайдиган бўлиб бормоқда. Вужудга келган ҳолатдан чиқишнинг йўли бўлиб, ихтисослаштирилган корхоналар дистрибютерлар ва диллерларни яратишни ўз ичига оладиган маҳсулотларни тарқатишнинг қийин тизимларини тузиш ҳисобланади. Аммо ушбу корхоналар ҳамма вақт ҳам асосий фирма балансида бўлишлари ва бозорга фақат унинг маҳсулотларини силжитишларининг имкони бўлмайди. Ундан ташқари дистрибютерлар ва диллерлар танлаш «кенглиги» нуқтаи назаридан миқдорларнинг хоҳишларини максимал даражада қондириш мақсадида рақобатчи гигант компаниялар маҳсулотларини бир жойга тўплашадилар. Шунинг учун маҳсулотларни бозорга силжитиш учун ҳаракат қилинаётганда, компания жуда кўп сонли буғинларга суянишга мажбур бўлади. Ушбу буғинлар ичида асосий ўринни тадбиркор-сотувчи (қайта сотувчи тадбиркор) эгаллай бошлади.

Сервис тадбиркори. Маҳсулот ўзи ҳақида гапириши ёки сотишни рағбатлантириши мумкин эмас. Замонавий иқтисодиётнинг кўпчилик маҳсулотлари қийин таркиб ва ҳаракат тамойилларига эгадирлар. Бундай маҳсулотларни системага бирлаштириш, системали яхлитликка эришиш ва қўшимча иқтисодий самара олишга имкон беради. Тадбиркор-сотувчи дастлабки маҳсулот қийматини қўшимча оширади ва унинг асосида (масалан блок модуллар) конкрет фойдаланувчи учун конкрет системани қуради. Шу билан бирга сервис тадбиркори ўз малакаси орқали, буюртмачига ноёб хизматлар кўрсата бориб, бир фирма маҳсулотларига боғланиб қолмайди. Унинг ўз келгуси система учун, ҳатто бир нусхадаги алоҳида блок модулларини яратиши ва ишлаб чиқаришга буюртма бериши мумкин.

Шу нарсани таъкидлаш лозимки, маркетингда ҳар қандай товарга жойлашган хизмат сифатида қаралади. Истеъмолчи товарни унга эгалик қилиш мақсадида эмас, балки ундан самарали фойдаланиш мақсадида харид

килади. Лекин замонавий қийин маҳсулотдан турлича фойдаланиш мумкин. Мураккаб ҳисоблаш техникаларини ишлаб чиқарувчилар алам билан шундай ҳазиллашади: «Биз «лайнерлар» курамиз, улар эса (фойдаланувчилар) уларда картошка ташишади». Сервис тадбиркори ўз фаолиятини ушбу келишмовчиликларни бартараф этишга қаратиши лозим. Яъни у мақсадли йўналтирилган товарларнинг дастлабки тўплами асосида, конкрет шароитларда қўллаш орқали сезиларли самара олиш мумкин бўлган системани қуради. Бу ерда масала кўпчилик компаниялар меҳнати йўналтирилган абстракт истеъмолчига (мижозга, буюртмачига) эмас, балки конкрет истеъмолчининг (буюртмачининг, мижознинг) техник-иқтисодий самарадорлиги нуқтаи назаридан қўрилиши лозим.

Ҳозирги кунда истеъмолчи (мижоз, буюртмачи) кўпинча бор нарсага қониқади холос, бошқа нарсалар унга қийин ва самарасиз ва шу сабабли кераксиз кўринади. Мустақил воситачи-маслаҳатчи сифатида сервис тадбиркори, ўз касбий тажрибаси нуқтаи назаридан буюртмачи (мижоз, истеъмолчи) муаммоларини кўра олиши ва уларни самаралироқ ечиш йўллариини таклиф этиши лозим. Бу ерда ўта муҳим бўлиб, маҳсулотни фақат сотиш эмас, балки айнан мижознинг муоммоларини ечиш ҳисобланади.

Сервис иқтисодиёти жамият ва иқтисодиётнинг ривожланишидаги қонуният босқичи сифатида. Сервис иқтисодиёти диверсификацияга, ундан сўнг бир турдаги маҳсулотларни оммавий ишлаб чиқаришдан воз кечилганда маҳсулотнинг дифференциаллаштиришга ўтишнинг қонуният босқичига айланиб бормоқда. «Саҳнада» стандарт «тугалланмаган маҳсулот» пайдо бўлмоқда ва кенг жой эгалламоқда. Якка тартибдаги буюртма ва ижтимоий-этик маркетинг ишлаб чиқарувчи, истеъмолчи ва жамият манфаатлари монандлигининг асоси бўлиб бормоқда. Сервис иқтисодиётидаги ҳар қандай корхонанинг мазмуни-бу истеъмолчиларни яратишдир.

Замонавий иқтисодиётнинг иқтисодий парадигмаси - уч гуруҳ масалаларини ечиш учун стратегик маркетингга ўтишдир:

- ушбу бизнес (корхона) маҳсулотларининг (хизматларининг) истеъмолчиси ким?
- истеъмолчи учун маҳсулотлар (хизматлар) қадрлилиги нимада?
- конкрет истеъмолчи томонидан олинadиган маҳсулотлар (хизматлар) қадрлилиги вақт бўйича қандай ўзгаради?

Маҳсулот таклифи талабни вужудга келтириши мумкин, лекин энг асосийси, бундай таклифни қандай амалга ошириш лозим. Шу сабабли таклиф шундай шаклда тақдим этилиши лозимки, инсон унга муносабат билдиришни хоҳласин. Бунинг натижаси сифатида инсоннинг конкрет ҳолатда ўзини тутиш хусусиятларини билиш лозим. Эҳтимол тескарисини ҳам бўлиши мумкин, яъни талаб таклифни вужудга келтиради. Реал ҳаётда талаб ва таклифга ушбу икки ёндошиш бир вақтнинг ўзида ишлаши лозим.

Сервис тадбиркорларининг ҳозирги давр иқтисодиётидаги ўрни. Ҳозирги давр иқтисодиёти структурасидаги юқори «поғонани» катта монополия (корпорациялар, молия-саноат гуруҳлари, трансмиллий корпорациялар), пастгисини эса кичик тадбиркорлик (бизнес) корхоналари эгаллайдилар. Биринчиларнинг сони кўп эмас (маълум рейтингларда қайд этиладиган 1000 га яқин компаниялар). Кичик тадбиркорлик (бизнес) корхоналарининг сони, ривожланган давлатларда жуда катта рақамни ташкил этади (масалан АҚШда уларнинг сони 20 млн. га яқин). Шу билан бирга тавсифли хусусият кўзда ташланадики, давлатнинг ижтимоий-иқтисодий даражаси хўжалик юритувчи субъектлар сони билан тўғридан тўғри боғлиқдир. Бундай ҳолат стандарт маҳсулотнинг конкрет истеъмолчиларнинг талабларига самарали «мослашиши», истеъмолчилар вазифаларини самарали ечиш билан изоҳланади.

Юқорида қайд қилинганлардан шундай хулоса қилиш мумкинки, меҳнат тақсимооти ихтисослашиш самарасида намоён бўлмоқда.

7.2. Сервис тадбиркорларининг фирмали стили.

Фирмали стил тадбиркор (тадбиркорлик фирмаси) жозибадор имиджини (образини) яратишнинг муҳим омили бўлиб ҳисобланади. Адабиётда қўйидаги таъриф берилади: «фирмали стил – бу товарлар (хизматлар), фирмалардан чиқувчи барча маълумотлар, унинг ички ва ташқи жиҳозланишининг визуал ва маъноли бирлигини таъминловчи рангли, график, сўзлик, типографик, дизайнерлик доимий элементларнинг тўпламидир».

Фирмали стилни яратиш қуйидагиларга имкон яратади:

- бозорда рақобатчилар томонидан таклиф этилаётган ўхшаш маҳсулотлар (хизматлар) умумий туркумидан конкрет сервис тадбиркорнинг маҳсулотини (хизматини) ажратиш;
- кам ҳаражатлар билан бозорда сотиш учун маҳсулотларни таклиф этиш;
- истеъмолчиларга сервис тизими тадбиркори маҳсулотлари рекламасининг таъсирини кучайтириш.

Фирма стилининг асосий элементларига қуйидагилар киради:

- товар белгиси;
 - логатип (фирманинг шрифтли ёзуви);
 - слоган (фирманинг шиори);
 - фирмали ранг;
- фирманинг шрифтлар комплекти ва ҳоказо.

Жумладан фирма стилига фирма ичидаги стантандарлар комплекти киради. Масалан «Макдоналдс» овқатланиш корхоналари учун-бу хизмат кўрсатиш маданияти, шу жумладан ходимлар хушмуомалалиги, биноларнинг тозаллиги, таомларни олиш тезлиги ва ҳоказолар.

Тадбиркорнинг (тадбиркорлик фирмасининг) фирмали стилининг асосий элементи - бу савдо белгисидир. Унинг белгиланиши-мижозларнинг хотирасида корхонанинг шартли белгисини сақлаб қолишга ёрдам беришдир.

Ушбу белгилар кулай талаффус қилинадиган сўз ёки маъноли график ишорада бўлади. Тадбиркорлик фирмасининг савдо белгиси ўзининг маҳсулотлари (хизматлари) сифатининг ишончли кафолати бўлиб хизмат қилишга мўлжалланган ва ёдда қоладиган реклама ҳисобланади.

Савдо белгиси қонун билан ҳимояланади ва гувоҳнома билан тасдиқланади.

«Фирмали стил» ибораси билан бир қаторда ҳозирги шароитда синоним сифатида «бренд» (инглиз тилидан «brend» - тамға) иборасидан кенг фойдаланилмоқда. Буни шундай изоҳлаш мумкинки, сервис тадбиркори фаолиятидаги бренднинг асосий белгиланиши - қадимги даврлардагидек ҳунарманднинг шахсий тамғаси ролини бажаришдир.

Бренд фаннинг иштирокидаги хизматлар, ахборот технологияларини ишлаб чиқариш ва сотишда ҳам яқка тартибдаги истеъмолчилар, ҳам корпоратив буюртмачилар билан ишлашда муҳим ҳисобланади. Бренд-бу «ўраш машинасидир». Брендда тадбиркорлик ҳиссиёти, фаолият маданияти ва бошқалар бир жойда тўпланади.

Бренд ёрдамида ўз маҳсулотларига нисбатан мижозларнинг ишончи ва ҳурмати қозониш мумкин. Ҳозирги кунда бренд кўпчилик ҳолатларда тадбиркорнинг иш ҳаётини белгилайди. Кўпчилик ҳолатларда эса, фойдага қараганда муҳим аҳамиятга эга бўлади. Фойда тадбиркорлик фаолиятининг ноёб тавсифи бўлиб ҳисобланади. Ҳақиқатда, мижоз сервис тадбиркоридан маҳсулотни харид қилаётган пайтда, уни тадбиркор фойдаси умуман қизиқтирмаси керак.

Бозор муносабатлари шароитида айнан бренд (фарқланиш) рақобат афзалликларини беради. Брендни ишлаб чиқаришда тадбиркорлик фаолиятининг келажагини инобатга олиш лозим.

Тадбиркор ўз ишини кенгайтиришда бренддан фойдаланишни ўрганиши лозим. Бренд-бу бошқарув жиҳозидир ва ундан корхонани самарали бошқаришда фойдаланиш керак. Бренд ходимларнинг ақли ва юраги, туйғулари ва ҳиссиётларига таъсир кўрсатиши лозим. Бренд

кадриятларнинг рамзий маъносини ифодалайди, уларга инсонлар ишонади ва бу катта аҳамият касб этади. Ҳозирги шароитда сервис тадбиркори фақат янги, прогрессив технологиялардан фойдаланган ҳолда рақобатчилардан ўзиб кетиши мумкин. Интеллектуал мулк сифатидаги савдо белгисини ҳимоя қилиш учун тадбиркор кўйидагиларни билиши зарурдир:

1.тадбиркорлик субъекти фаолиятининг оригинал сўзли фирманинг номланишини;

2.эмблемани (тасвирий элементини);

3.логотипни (сўзини ва тасвирий элементлар комбинациясини);

4.комбинациянинг шиори бўлган слоганни (қисқача жумлани);

5.товарнинг оригинал ўралишини.

7.3. Замонавий маҳсулот хусусиятларининг ҳисобга олиниши.

Сервис тадбиркори ўз ишида замонавий маҳсулотларнинг хусусиятларини инобатга олади:

1. Маҳсулот (товарлар, хизматлар) нафақат ёлғиз (ўзгармайдиган) намуналарни, балки ўзаро боғлиқ ва ривожланаётган маҳсулотлар ишлаб чиқарувчи компаниялар тизимини ифодалайди;

2. Ушбу ўзаро боғлиқ маҳсулотлар-ассортиментлар (ёки маҳсулотлар-номенклатуралар) ҳам аппарат, ҳам дастурли воситалар учун тавсифлидир;

3. Янги ва қийин бўлган маҳсулотлар-ассортиментларни яратиш ва ишлаб чиқариш учун ҳаражатлар шунчалик аҳамиятлики, улар фақат дунё бозорларида сотилгандан сўнггина қопланиши мумкин.

Мисол тариқасида замонавий маҳсулотнинг муҳим турларидан бири бўлиб ҳисобланган замонавий ахборот технологиялари воситаларини яратиш ва қўллашнинг хусусиятлари ва динамикасини кўриб чиқиш мумкин. Замонавий ишлаб чиқаришларда қимматбаҳо асбоб-ускуналар ва малакали

ходимлардан максимал фойдаланишга мўлжалланган технологик жараёнлар, бошқарув системалари ва ахборот хизматларини ягона ишлаш қобилиятига эга бўлган механизм сифатида интеграллашув муаммоси ҳал этилмоқда. Қийин ахборот лойиҳаларини амалга ошириш, бир неча юзлаб компьютерлар, турли хил асбоб-ускуналарни, локал ва тақсимланган тизимларни яратишни, махсус дастурли таъминотни яратишни талаб қилади.

Конкрет турдаги корхоналар-фойдаланувчилар учун компьютер қарорларини ривожлантиришнинг қуйидаги беш босқичини ажратиш мумкин:

1. Маҳсулотларнинг турли таъминотчилари билан ҳамкорлик асосида компьютер техникасини тарқатиш каналларини шакллантириш;

2. Муҳимликка баҳо бериш ва амалий масалалар «пакетларни» аниқлаш. Ушбу ишларни малакали ихтисослаштирилган хизматларни тақдим этиш ҳисобига, системаларни яратиш бўйича корхоналар (интеграторлар), дистрибьюторлар, сервис тадбиркорлар-сотувчилар бажаришадилар;

3. Бир ёки бир неча бажарувчилар томонидан амалга ошириладиган, шунингдек консалтинг ва аудиторлик компаниялари малакали мутахассисларининг иштирокидаги катта комплекс ахборот лойиҳаларини яратишга ўтиш;

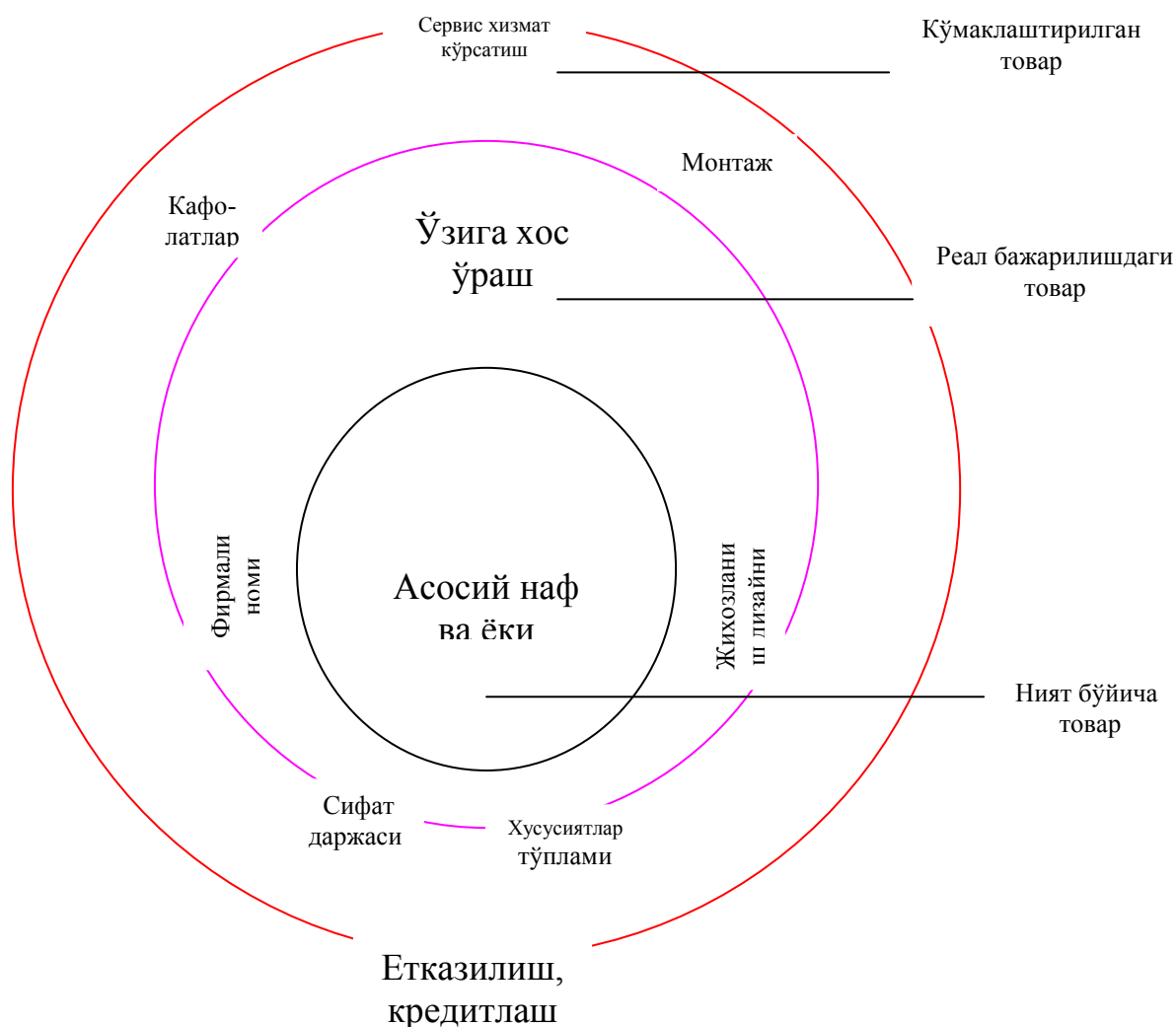
4. Оммавий ахборот сервисига (ёки ҳақиқий ахборот сервисига) ўтиш. Унда ахборот дастурли-аппарат комплексига жавоб берувчи тизим яратувчиси, шартномада белгиланган вақт мобайнида буюртмачидаги (мижоздаги) критик ҳолатлар ва ноқулайликларнинг барчасини бартараф этади;

5. Яқунловчи босқич корхонанинг ахборот муаммоларини ҳал қилишнинг шундай усули билан боғлиқки, қачонки у ахборот дастурли-аппарат комплекси ташвишларига боғланиб қолмайди, чунки ушбу комплекс тизимнинг яратувчиси (сервис тадбиркори) компанияси яратилади ва унинг «балансида» бўлади. Шу сабабли модернизация ва

қалтис вазиятларни бартараф этиш олдиндан келишилган регламент бўйича амалга оширилади.

Харидорнинг муоммога комплекс ёндошиши, унга таалукли харид орқали ҳал этишга имконият яратади. Ушбу комплексликни товарнинг уч даражаси очиб беради.

Расм 3 да товарнинг уч хил даражаси келтирилган.



Расм – 3. Товарнинг уч даражаси

Сервис хизмат кўрсатишнинг бундай усули инглиз тилида махсус ибора «outsourcing» билан белгиланади. У ахборот ресурсларини фойдаланувчи-компания бўйсунитишдан чиқаришни англатади. Бу ерда шуни таъкидлаш лозимки, бундай ёндошишда компания-махсулот ишлаб чиқаришни (у фойдаланувчи компания ҳамдир) ахборот комплексига, энергетик комплексга бўлгани қатори муносабатда бўлади, яъни уларга хизмат кўрсатишни малакали ташқаридаги ишловчига ишонади.

Тадбиркорнинг нияти бўйича товар-бу истеъмолчи ҳақиқатда сотилаётган ва харидор харид қиладиган нарса.

Реал бажаришдаги товар-истеъмолчи учун амалга ошириш ва аҳамиятли тушунчаларда акс эттириладиган товарнинг ғояси.

Кўмаклаштирилган товар «қўшимча фойдалилик» тамойилидан фойдаланилади. «Қўшимча фойдалилик» - бу харид қилинаётган товардан «ўзига хос наф».

Ҳозирги шароитда истеъмол белгиланишдаги товарларни харид қилишда, рационал танлов асосида фақат 20% харидлар амалга оширилади, қолган 80% харидлар эса ҳиссиёт, қўшимча фойдалилик тўғрисидаги фикрлашлар асосида амалга оширилади. Бу шуни кўрсатадики, ҳаёт даражасининг ошиши билан қўшимча фойдалиликнинг роли ошиб боради.

Товар сиёсати. Товар сиёсати-бу сифатни системали равишда яхшиланиши, товарлар модификацияси, диверсификацияси ва дифференциаллашувининг кенгайиши, товарларнинг янги бозорларга мослашуви, янги товарларни яратиш ва эскиларини ишлаб чиқаришдан олишдир.

Ҳозирги вақтда товарлар ассортиментдаги портлаш деган тушунча кўзга ташланмоқда ва бу икки тенденциянинг номоён бўлиши натижасидир:

- фан талаб инновацияларининг англаниши ва тижоратлашишининг кенгайиши;

- ўзларининг конкрет вазифаларнинг ҳал этиш учун ўзига хос товарларни олишни хоҳловчи инсонлар ва корхоналар эҳтиёжларининг юксалиши.

Товар сиёсатини амалга оширишда муҳим аҳамиятни товар стратегияси эгаллаб бормоқда. Бундай стратегиянинг мазмуни устувор йўналишларини ажратиш ҳисобланади. Ушбу устувор йўналишлардан, рақобатчилар томонидан тақдим этиладиганга қараганда, истеъмолчи учун кўпроқ наф келтириш мақсадида чекланган иқтисодий ресурсларнинг бир ерга тўпланиши рўй беради. Товар сиёсати ва стратегияси алоҳида товарларнинг товарлар-дастурларга, товар-системаларга ва товар-объектларга ўтишни инобатга олиш лозим.

Юқорида қайд қилинган хусусиятларга шуни қўшиш ва инобатга олиш лозимки, илғор компаниялар-ишлаб чиқарувчилардаги ўта юқори илмий-техник салоҳият ва даража мавжуддир. Бозорларда пешқадамлик стратегиясини амалга ошириб бориб, улар «биринчи яратдинг, яхши яратдинг - монопол фойдани ол» тамойилига риоя қилишадилар. Пешқадамнинг ортидан қувиш ва ундан ўзиб кетишга ҳаракат, замонавий ишлаб чиқаришнинг ривожланиш динамикасини ёритади. Янги иқтисодиётда умуман янги тенденцияларнинг куртаклари вужудга келади. Унинг маъноси шундан иборатки, ишлаб чиқарувчилар келажак учун нафақат бир-бирлари билан шавқатсиз рақобатлашадилар, балки тадбиркорлик альянсларига бирлашишмоқдалар, бизнес-ҳамкорлар клубларини ташкил этишмоқдалар. Бу уларга маҳсулотларнинг хилма-хиллигининг бойитилишига имконият яратади.

Дистрибютерлар ва сервис тадбиркорларнинг яқин ҳамкорлиги натижасида ушбу икки структуралар ўртасида кўпинча функцияларнинг қайта тақсимланиши вужудга келмоқда. Охирги пайтларда дистрибютерларнинг кўпчилик сони конкрет буюртмачилар учун системаларни териш билан шуғулланишмоқдалар. Бунинг учун улар одатда омбор майдонларида махсус марказлар ташкил этмоқдалар. Ушбу фаолият

сервис тадбиркорларини ташқи кўринишни ўзгартириш билан боғлиқ қийин ишлардан холос қилади, омбордаги захираларни сақлаш бўйича ташвишлардан озод қилади, ва умумий ҳолда жиҳоз билан муносабатларга диққат эътиборни қаратишга, янги буюртмалар ва хизмат кўрсатишларни кидиришга имконият яради. Шундай қилиб, бизнеснинг ҳозирги давр босқичидаги ривожланишида дистрибютерлар ўзларига авваллари ўзларининг мақомларига мос бўлмаган функцияларни олишмоқдалар. Шу йўл билан тор ихтисослаштирилган ёндашиш енгилмоқда.

Стандарт маҳсулотларнинг компаниялари-дистрибютерлари.

Оддий умумлашган «ишлаб чиқарувчи-дистрибютер-диллер-охирги фойдаланувчи» схемаси товар (хизмат) ишлаб чиқарувчисини ва унинг охирги истеъмолчисини боғлаб туради. Компаниялар-дистрибютерлар ҳақиқатда товарларни шаҳобча орқали кичик фирма-диллерларга тақсимлаб берадиган йирик улгуржи базалар ҳисобланадилар.

Мустақил бизнес тури сифатида дистрибуцияни (маҳсулотларни тақсимлашнинг) пайдо бўлиши ва ривожланишига, бир қатор сабаблар бор:

- йирик ишлаб чиқарувчилар сотиш каналларини кенгайтириш заруриятларини сезишмоқдалар, ва бу уларнинг бизнесига жуда кўп сонли сервис тадбиркорларини жалб қилишга олиб келади;
- кичикроқ ишлаб чиқарувчилар ўз хусусий сотиш шаҳобчаларини яратишга маблағларни инвестиция қилиши имкониятларига эга эмаслар;
- миқозларга омборлада кенг ассортиментдаги товарларга эга бўлган йирик таъминотчилар билан ишлаш қулай;
- йирик дистрибютерлар ўзларининг жиҳозларига ўрнатадиган баҳолар, одатда нафақат чакана баҳолардан паст бўлади, балки охирги истеъмолчилар бевосита ишлаб чиқарувчилардан тўғридан тўғри оладиганларидан ҳам паст бўлади.

Дистрибютернинг ўзи аниқлайди, қайси молиявий схема бўйича унга маҳсулотни сотиш қулай, унинг баҳо сиёсати қандай бўлиши мумкин ва қўшимча қиймат қандай бўлади. Таъминотнинг турли хил шароитларини

истеъмолчиларга таклиф эта туриб, дистрибютер у ёки бу стандарт маҳсулотни олишнинг қулай шароитларининг тақдим этилишини таъминлайди.

Ўз-ўзида сервис тадбиркори одатда маҳсулот ишлаб чиқарувчи билан эмас балки компаниялар-дистрибютерлар билан ўзаро муносабатда бўлади. Бундай компаниялар-дистрибютерлар икки асосий фаолият турига эга бўлишади: айрим дистрибютерлар маҳсулотни кўпчилик ишлаб чиқарувчилардан тўплашади ва миқдорга (сервис тадбиркорига) имкон қадар кўп кенг спектордаги турли хилдаги маҳсулотларни тақдим этишади. Қолганлари, яъни ҳамма дистрибютерлар бир ёки икки таниқли ишлаб чиқарувчилар маҳсулотларини тақдим этиш билан чегараналади.

Фирма-дистрибютер жуда кўп сонли бизнес операцияларни бажаради. Агарда дистрибуция тизими ва сервис тадбиркори бўлмаганда, уларни охириги истеъмолчининг ўзи бажаришига тўғри келади. Ушбу операциялар жумласига керакли маҳсулотларни ишлаб чиқарувчиларини танлаш, импорт маҳсулотни етказиш, жойлаштириш (тахлаш), молиялаштириш операциялари, товарни бозорга силжитиш, битимларни қўллаб қувватлашнинг турли кўринишларни ташкил этади, кафолатланган хизмат кўрсатиш, ишлаб чиқариш ва истеъмолчиларни тўхтовсиз ривожлантиришдан келиб чиқадиган қолган операциялар киради.

Ишчан ҳолатлар. Товарларни мувоффақиятли ишлаб чиқариш, мувоффақиятли тадбиркорлик стратегиялари ва уларнинг вақт бўйича ўзгариши тўғрисида бир неча ишчан ҳолатларни кўриб чиқиш мақсадга мувофиқ бўлиб ҳисобланади.

1 ишчан ҳолат. Буюк кашфиётчи ва тадбиркор Генри Форд ўз «фарзанди» - автомобилни, «ғолиб» имиджи билан боғлади. У етти йил давомида автомобил пойгаларида қатнашиб келди ва унда ғолиб чиқиш орқали ўз автомобили конструкциясини такомиллаштириб борди. Конструкция маромига етказилгандан, сўнг унда ишлаб чиқариш стратегияси тўғрисида савол пайдо бўлди. Акционерлар (Г. Форднинг фикрига

карамасдан) автомобил-бу бой одамлар учун ўйинчоқ, уларни буюртма бўйича келгуси эгасининг хохиши ва дидига кўра таёрлаш лозим деган фикрларни олға суришадилар. Ушбу стратегиянинг мустаҳкамлиги аниқ бўлганда (ўша даврда акционерлар ҳафсалалари пир бўлдилар) ўз акцияларини Фордга сотишдилар. Ўшандан сўнг Г. Форд ўзига абадий ном қолдирган стратегияни кўтариб чиқди: автомобил дабдаба эмас, балки ҳаракат воситасидир. Ўша пайтларда истеъмолчиларнинг кўпчилиги камбағал одамлар эди. Форд буни тушунган ҳолда стандарт ва арзон автомобиллар ишлаб чиқара бошлади.

Лекин стратегия қанчалик яхши бўлмасада доимий эмас. Г.Форд автомобиллар дунё бозорининг 51% ни эгаллади, лекин атрофдаги дунё ўзгарганини сезмади. Инсонлар турли хилдаги автомобилларни (ҳеч бўлмаганда ранги бўйича) хохлашадилар, лекин бу Форднинг ишлаб чиқариш режаларини бузар эди: яъни энг кам ҳаражатлар қора рангли автомобилларни ишлаб чиқаришда бўлади. Г.Форд ўз истеъмолчилари билан ҳазиллашади: «сиз мендан турли рангдаги автомобилларни сотиб олишингиз мумкин, шу шарт биланки, бу ранг қора бўлса».

Алфред Слоан кичик автомобил заводларини бирлаштириш натижасида истеъмолчига рангбаранг автомобилларни таклиф этиди, албатта уларнинг баҳоси қимматроқ эди. А. Слоан бошчилигидаги Женерал Моторс фирмаси қисқа муддат ичида автомобил саноатининг етакчиси бўлди.

2. Ишчан ҳолат. Иккинчи жаҳон урушидан сўнг Япония иқтисодий жиҳатдан кучсиз давлат эди. Унда бойларга мўлжалланган ҳашаматли савдо шаҳобчаларида (бутикларда) қолган товарлар билан бир қаторда телевизорлар ҳам сотиларди. Ушбу телевизорлар ташқи кўриниши бўйича санъат асарига ўхшарди ва давлатнинг кўпчилигини ташкил этадиган камбағалларга мўлжалланган эмасди. Тадбиркор К. Мацушита телевизорда ўйинчоқни эмас, балки «дунёга деразани» кўрди. У шундай хулосага келдики, камбағал ҳаридор қиммат ўйинчоқни ҳарид қилмайди, лекин ҳамма нарсадан тежаб, «дунёга деразани» сотиб олади.

Ушбу прогноз ва стратегиянинг натижаларини ҳозирги кунда ҳам ихтисослаштирилган электроника савдо шаҳобчаларида кўриш мумкин: бу «Panasonic» ва «National» маркали телевизорлар.

3. Ишчан ҳолат. International Business Machines (IBM) фирмаси асосчисининг миясига электро механик машиналарда турли хилдаги ҳисоб китобларни амалга ошириш учун, тикувчиларнинг мосламаларидан (тешикли перфокарталар) фойдаланиш каби омадли ғоя келади.

IBM фирмаси ишида айрим катта хатоликлар ҳам учраган. Жумладан унинг раҳбари олдида иккинчи жаҳон урушининг охирида электрон ҳисоблаш машиналарининг ихтирочилари келишганда, у «фан» бўйича ҳаракат қилди. Мутахассислар ва олимларнинг нуфузли комиссияси прогноз-тадқиқотларни ўтказишдилар ва IBM фирмаси раҳбарига ҳисобот тақдим этишдилар. Ушбу ҳисоботда янги маҳсулот тавсифи келтирилади, лекин тижорат қимматлилигига эга эмас: 20 электрон компьютерлар инсоният олдида турган барча вазифаларни ҳал этишадилар!!! Бу мумкин эмас деган хулоса берилади. Хафа бўлган электрон машиналари ихтирочилари ўз патентларини Univac фирмасига сотишдилар, у ўз навбатида муоффақиятли равишда компьютерларни ишлаб чиқаришни ва сотишни йўлга қўйди.

Озроқ вақт ўтгандан сўнг тадбиркорларнинг қолган гуруҳи IBM фирмасига яна стол устида турадиган (шахсий, персонал) электрон машиналарни таклиф этишдилар IBM фирмаси мутахассислари ушбу таклифни ҳам рад этишдилар. Уларнинг фикрича шахсий компьютер ҳеч кимга керак эмас экан.

Бундай фикрга шахсий компьютер ихтирочилар бўлиб ҳисобланган С.Джобс ва С.Вазняк қўшилишмадилар. Улар 1972 йилда Apple computers фирмасини ташкил этадилар. С.Джобс ва С.Вазняк мутахассисларга ишонишмадилар, ва фақат мактаб маълумотларига эга бўлишларига қарамасдан, дастлабки персонал компьютерларни яратишдилар. Шундан сўнг IBM фирмаси олдидаги кўнгилсизликлар бошланди. Яъни катта машиналарнинг нархи жуда баланд, паст унумли хизмат кўрсатиш ва

таъмирланиши қийин ҳисобланади. Беш йил давомида (1979-84 йиллар) персонал компютерларнинг йиллик сотиш бозори 15 миллиард долларга етди (катта компютерларга бунинг учун 30 йил вақт керак бўлди).

IBM фирмасининг мутахассислари бу мумкин эмас ва маъноси йўқ деб ўйлашгандилар. Лекин истеъмолчи бошқача ўйлар эди-«олмали компютер» унинг шахсий ҳисоблаш машинкасига айланиб борарди. Натижада IBM фирмасига бундай ҳолатга мослашишдан бошқа чора қолмаганлиги равшан бўлди. Сўнгра IBM фирмаси ушбу бозорда пешқадам бўлди (1983 йилдан бошлаб).

4. Ишчан ҳолат. Руҳоний олим Томас Малтуснинг жами инсониятга тегишли глобал прогнози жуда қадимги ва қизиқарли ҳисобланади. Унинг фикрига кўра сайёрамиз аҳолиси геометрик прогрессия бўйича ўсмоқда, ҳаётни таъминлаш воситаларини ишлаб чиқариш эса арифметик прогрессия бўйича. Малтус шуни таъкидлар эдики, инсонларнинг ортиқчалиги меҳнаткашларнинг камбағал ҳолати ва очликка олиб келади ва ҳоказолар.

200 йил мобайнида ҳолат ўзгарди, аҳоли сони 6 млрд кишига етди, инсон ҳаёти давомийлиги ошмоқда, атроф муҳитга таъсир хатарли бўлиб бормоқда. Лекин ҳар қандай муаммо пайдо бўлганда, уни ҳал этишни таклиф этувчи ташаббускор-тадбиркорлар мавжуд бўлади.

5. Ишчан ҳолат. Дунёда чакана савдонинг ўта йирик тизими бўлиб «Сирс, Робак» фирмаси ҳисобланади. У ўтган асрнинг охирига келиб изчиллик ва барқарор ривожланишини намойиш этмоқда. Диверсификацияни ривожлантира туриб, «Сирс, Робак» фирмаси ўзи сотадиган маҳсулотларни ишлаб чиқарувчиларнинг 60%ни назорат қилди. Савдонинг пешқадами бўлиши билан бир қаторда, ушбу фирма истеъмолда моданинг ҳам пешқадами бўлди. Истеъмолчиларнинг марказлаштиришни фирма дастлаб «Почта орқали товарлар» тамойили асосида амалга оширилади. Ҳаққоний ва мунтазам ахборот товар каталогини «ҳохишлар китобига» айлантирди.

XXI асрнинг бошида фирма бошқарувида ўзгаришлар амалга оширилди. Натижада янги стил вужудга келди. «Пулни орқага қайтариш ва ҳеч қандай саволларсиз». Шу тариқа минг йиллик бўлиб ҳисобланган «қара нимани сотиб олаяпсан» тамойили «қара нимани сотаяпсан» тамойилига алмашди. «Қондирилиш кафолатланади ёки пул орқага қайтарилади» шиори, фирмага ишончни яратди ва жуда катта сонли буютмалар билан таъминлади. Жуда кўп сонли ҳамкорлар-таъминотчилар нима сотиладиган бўлса ўшани ишлаб чиқара бошлашдилар. Ходимлар виждонан ҳалол ишлашлари учун фирма эгаси ҳар бир ходимга фойдадан сотиб олинган мулкнинг бир қисмини ажратди. Менежерлар бошқарув усулини танлашда эркинлик олишдилар лекин уларга натижалар учун тўлиқ жавобгарлик юклатилди.

Ҳаёт бир жойда турмаслиги туфайли қишлоқда ҳам ўзгаришлар содир бўлди. Яъни фермерлар ва шаҳар аҳолиси ҳаридлари ўртасидаги фарқ йўқола борди. Бундай ўзгаришларни сезган «Сирс, Робак» фирмаси жуда катта универсамларни, ривожланган автомобил тўхташ жойлари билан биргаликда кура бошлади. Қизиқарли ўзгаришлар доимо ривожланаётган фирмани тақиб қилиб келмоқда. Бошланғич пайтда сотувчи ҳаридор бўлди. Пудратчилар системаси орқали савдо шаҳобчаси ишлаб чиқарувчилардан шундай товарларга буюртма берди ва сотиб олди, кейинчалик уларнинг ўз истеъмолчиларига мувоффақият билан сота бошлади. Кейинчалик савдо шаҳобчаси йирик ахборот марказига, ўта янги товарларни лойиҳалаштириш марказига айланди. Ҳозирги кунда фирма мақсадли деб савдо шаҳобчаларини ҳаридорлар ҳаражатларига қараб бўлиш керак деб ҳисобламоқда. Яъни товар ассортиментини барабарлаштириш, сифатли хизмат қилиш ва хизматларнинг кенг спекторини жорий этиш. Ушбу фирманинг ҳозирги кундаги бош стратегияси-эртанги кунда оила қандай бўлишни олдиндан сезиш, келгусида товар (ишлаб чиқариш) сиёсатини тўғри ташкил этиш учун, бугунги кунда қандай стратегик қадамлар қўйишни бошлаш лозимлигини аниқлашдир.

7.4.Сервис тадбиркори ишининг технологияси.

Сервис тадбиркорининг махсулоти ва технологиялари. Тадбиркор, ишлаб чиқарувчи оддий яшаш матикидан келиб чиққан ҳолда ўз махсулотини содда ва универсал қилишга ҳаракат қилади. Таълуқли шакл ўзгартириш ва созлаш орқали, ушбу махсулот катта сонли истеъмолчилар учун фойдали бўлиб боради ва кўп сонли фойдаланувчиларни «қамраб олиш» имконини беради. Шубҳасиз харидор махсулотни ўзининг конкрет вазифаларини ҳал этиш учун харид қилади. Улар ўз навбатида турли хил бўлиши мумкин. Истеъмолчи одатда ўз ишлаб чиқариши учун воситаларни комплектлаштириш, созлаш, шакл ўзгартириш ва бошқаларини мустақил равишда амалга оширишни хохламайди, ва аксинча тўлиқ фойдаланишга тайёр бўлган «жихоз» (комплексни) олишни афзал кўради. Сервис тадбиркорлари айнан универсал махсулотларни шахсий манфаатларга яқка тартибдаги «мослаш» ишлари билан шуғулланишадилар, яъни улар бизнеснинг маълум соҳасида конкрет фойдаланувчининг конкрет вазифаларини ҳал этиш учун тизимларни яратишадилар. Ундан ташқари улар одатда келгусидаги қўллаб-қувватлаш ва сервисни таъминлашадилар. Қўшилган қиймат эса асбоб-ускуна баҳосининг ошиши ҳисобига эмас, балки асосини турли хилдаги хизматларини тақдим этиш ҳисобига намоён бўлади.

Дистрибютерлар ва сервис тадбиркорларининг яқин ҳамкорлигида, кўпинча айрим функцияларнинг ушбу икки структуралар ўртасидаги қайта тақсимланиши вужудга келади. Охирги пайтларда дистрибютерларнинг кўпчилиги конкрет буюртмачи учун системаларни териш билан шуғулланиша бошладилар. Бунинг учун улар одатда омборлар майдонларида махсус марказлар ташкил эта бошлашди. Бу ўз навбатида сервис тадбиркорларининг ишларини анча енгиллаштирди ва асосий эътиборни миқдорлар билан муносабатларга, янги буюртмалар ва хизмат кўрсатишларга қаратишларига имкон яратди. Шундай қилиб, бизнесни ривожлантириш учун ҳозирги босқичларда дистрибютерлар авваллари ўзларига хос бўлмаган

функцияларни олишмоқдалар, шу тариқа тор ихтисослаштириш даврига барҳам берилмоқда ва дестребуция шакллариинг тадбиркорлик такомиллаштирилиши амалга ошмоқда.

Сервис иқтисодиётининг ахборот ресурслари.

Анъанавий иқтисодий тизимнинг барча қирралари мулк тушунчаларига асосланади. Лекин агарда мулк предметлари ўзларининг табиатларига кўра чекланган ва кам сонли ҳолда мавжуд бўлса, «интеллектуал мулк» бўлган ахборот бундан мустаснодир. Ахборот билим сингари битмас туганмасдир.

Фаолиятнинг турли соҳаларида ахборотни тўплаш, сақлаш, қидириш, қайта ишлаш, ўзгартириш, тарқатиш ва фойдаланиш, рақобат курашида мувоффақият учун ҳал этувчи аҳамиятга эга бўлиб бормоқда. Ҳозирги ахборот даврида тадбиркорлар учун ўта муҳим аҳамиятни нафақат принципал янги маҳсулотни яратиш, балки ишлаб чиқаришда янги йўналишни шакиллантириш учун асос соладиган маҳсулот ёки хизматни яратиш (янги бозор) ҳисобланади. Фақат шу ҳолатдагина корхона (ташкилот) дастлаб миллий, кейинчалик дунё бозорига чиқишда ишлаб чиқариш харажатларининг тўғри келадиган даражаси ва ҳавф ҳатарнинг даражасини камайтиришга умид қилиши мумкин. Рақобат-бозорида тадбиркорлик йўналиши бизнеснинг ахборот якка тартиблаштирилиши воситалари ёрдамида ажралиб туради. Қонунчиликка мос равишда ахборотга хусусий мулк тушунчаси вужудга келади, ахборотнинг ўзи эса фуқаролик ҳуқуқлари объекти мақомини олди. Билим унинг эгасининг интеллектуал мулкида намоён бўлади.

Аграр цивилизацияда иқтисодиётнинг асосий ресурси бўлиб, ер ва паст малакали меҳнат ресурслари ҳисобланган. Индустриал жамиятда табиат ресурсларини қайта ишлашнинг кўп капитал талаб қиладиган технологияси ҳуқумронлик қилади, меҳнатга эса юқори малакали талаблар қўйилади. Индустриал цивилизациянинг асоси бўлиб, гигант буюмлаштирилган-

энергетик оқимлар бўлади, лекин улар иқтисодиётда керакли даражада рационал ишлатилмаган.

Жамиятнинг постиндустриал даврида ва кўпроқ фанталаб технологияларга ўтиши ахборот ресурсларини актив айланишга жалб қилади ва мутахассислар меҳнат малакасига талабларни оширади. Айнан ахборот барча мавжуд турдаги ресурслардан тежамли фойдаланиш имконини яратади. Ахборотдан интенсив фойдаланиш маҳсулотнинг материал сиғими ва электр сиғимини кескин камайтириш имконини беради. «Тутаётган трубалар ва доимий ёнаётган оловлар» давридаги индустриал ишлаб чиқариш ўз жойини билим, тушиниш ва аниқ ахборот асосидаги ишлаб чиқаришга бўшатиб бормоқда. У аста секинлик билан постиндустриал жамиятнинг экологик тоза, кўпинча чиқитсиз ва иқтисодий самарали ишлаб чиқаришига айланиб бормоқда.

Ҳар қандай иқтисодиётнинг бош муаммоси-чекланган ресурсларга бардош беришдир. Лекин мавжуд ресурслардан турли йўллар билан фойдаланиш мумкин. Тадбиркор учун энг муҳим масала бўлиб, иқтисодий ресурсларни қаерда ва қандай тўплаш тўғрисидаги қарор ҳисобланади. Асосий (устувор) йўналишни ҳал этиш учун ресурсларни керакли вақтда ва керакли жойга тўпланиши тўғрисида, тадбиркорлар томонидан иқтисодий қарорлар қабул қилишларига ахборот катта ёрдам беради. Билимлар «инсоннинг қўлини узайтирмайди», лекин унинг интеллектуал имкониятларини кенгайтиради, «инсонни ўтмишдошлар елкасига кўтаришга» ёрдамлашади.

Системага бирлаштирилган билимлар, тадбиркорнинг касбий омилкорлигини оширади ва унинг ҳаракатларини қўйилган мақсадларга тежамли ва аниқ эришишга йўналтиришга имкон яратади.

Сервис иқтисодиётидаги ахборот технологиялари. Баҳонинг ўлчови сифатидаги жисмоний меҳнат, иқтисодиётда аста секинлик билан ўз аҳамиятини йўқотиб бормоқда, у ижтимоий турмушнинг барча соҳаларида минималлашмоқда. Экран маданияти устун бўлмоқда. Яъни дисплей

тасвирларини компютер экранида динамик, актив мулоқат тавсифида, экран текстининг ҳамкор билан ўзаро алоқалигида қайта ишлаш учун имкон яратади. Эcran маданияти математик ҳисоб-китобларни амалга ошириш ёки графикларни чизиш билан тугамайди, балки ахборот билан ижодий ишлаш учун янги дисплей ахборот муҳитини яратишни вужудга келтириш учун.

«Эcran» деганда компютер экранидаги ахборотнинг «порцияси» тушинилади. Ушбу маданият ўз ичига иштирокчиларнинг ўзларини тутишлари ва оғзаки сўзларини, анимацион моделлаштиришни, ёзма текстларни ва бошқаларни бемалол олади. Шу билан бирга унинг китоб маданиятидан фарқи шундаки, эcran текстининг ҳамкор билан ўзаро муносабатларининг динамик, ўзгарувчан мулоқат тавсифидадир.

Эcran маданияти янги интеллектуал маҳсулотлар иқтисодиётининг асоси бўлиб бормоқда. Билимларни тўплаш ва узатишнинг электрон шакли жамиятни ахборотлаштиришнинг асоси бўлди. Қотиб қолган эмперик эмас, балки динамик билимлар ва илмий асосланган ишлаб чиқариш тажрибаси, бевосита ишлаб чиқариш кучи бўлиб бормоқда ва ишлаб чиқаришга фанталаб ва чиқитсиз технологияларнинг жорий этилишини таъминламоқда. Сервис иқтисодиётининг асосини янги ахборот иқтисодиёти ташкил этади. Билимларни тўплаш, узатиш ва фойдаланишнинг электрон шакли, «эcran маданияти» асосида интенсив компютер ўқитилиши тармоқли ахборот технологиялари базасида бизнес ва тадбиркорлик соҳаларидаги ўзгаришлар, тадбиркорлик фаолиятидаги олдиндаги ўзгаришлар учун муҳим бўлиб ҳисобланади. Ахборотлаштириш соҳасидаги ушбу ютуқлар жамиятнинг янги ишлаб чиқарувчи кучларининг тўғилиши учун асосни яратди. Замонавий ахборот технологияси тадбиркорга ҳар қандай электрон массивлар (маълумот базаларига) бир зумда ва оддий уланиш имконини беради ва улардан бизнес ёки маданият мақсадида актив ўрганиш, малака ошириш, дам олиш ва ижод мақсадларида фойдаланиш имконини беради. Янги ахборот технологияларининг амалий аҳамияти шундан иборатки, у кетма кет ишлаб чиқариш жараёнини паралелга айлантириш имконини беради. Бу шуни

англатадики, маҳсулотни яратиш ва ишлаб чиқариш жадаллашмоқда. Сервис тадбиркорининг ишлаб чиқаришни ташкил этишни шундай амалга ошириш мумкинки, асосий операцияларни биргаликда бажариш бизнес-шериклар ва истеъмолчиларга маълум бўлади. Натижада иқтисодиёт абсолют «тиникликка» айланиб боради.

Интернетда тадбиркорлик ва бизнес. Умумий ҳолда тадбиркорлик ва бизнес учун замонавий амалий информатика таъминлайдиган учта муҳим имкониятларни таъкидлаш мумкин:

- тақсимланган шахсий ихтисосланишларнинг амалга оширилиши (ҳар бир иш жойида унинг вужудга келиш жойида ахборотни қайта ишлаш учун ресурсларнинг етарлилиги, масалан технологик линияда, ўлчов участкасида, омборда, бухгалтерияда, молиявий бўлимда ва ҳоказоларда);
- ривожланган коммуникация воситаларини ташкил этиш. Бунда барча иш жойлари электрон воситалари орқали бир бирлари билан боғланишган ва хоҳлаган пайтда ўзаро хабарларни жўнатишга имконият яратилади ва корхона маълумотлар базаси шаклидаги марказлаштирилган ахборотга кириш мумкин;
- эгилувчан глобал коммуникацияга ўтиш. Унда ҳар қандай корхона дунё ахборот оқимида кўшилади ва дунё тармоғи «интернет» дан ахборот олиши ва унга ахборот бериши мумкин.

Интернет тадбиркорлик ва бизнес учун янги ва жуда катта имкониятларни тақдим этилмоқда.

А. Корхона интернетга узатилган ўз ахборот массивлари орқали «барчага» маълум бўлади ёки глобал ахборот тизимида кўшилиш орқали дунё бозори учун очик бўлади. У ўз «ахборот дарвозасини» очиб қўяди, ва ўз фирмаси, маҳсулотлари (хизматлари) «ахборот образини кўрсатиш орқали ҳамкорликка чақириш имконига эга бўлади. Корхона реклама компаниясини амалга ошириш ва интернетнинг барча иш муҳитида «Р.В фаолиятини» амалга оширади.

Б. Мумкин бўлган миждозлар ёки ҳамкорлар «ахборотни ол» тамойили бўйича корхона маҳсулотини топиши мумкин ва ҳамкорликни таклиф этиши ёки маҳсулотни (хизматни) харид қилишлари мумкин. Харид қилиш (сотиб олиш) шунингдек интернет орқали ҳам амалга оширилади: буюртманинг электрон бланка «маҳсулотнинг ахборот образи» билан биргаликда жойлаштирилади (ёзилади). Фойдаланувчига ўз хохишини белгилаш кифоя холос ва буюртма учун талабнома уни бажариш босқичлари бўйича «ҳаракатни бошлайди».

Шундай қилиб, интернетда ахборот бозори вужудга келиши ушбу бозор ҳар қандай воситалардан озод бўлади ва йилига 365\366 кун ва суткасида 24 соат ҳаракат қилади. Унинг асосий ресурси-ахборот ва вақт.

В. Корхона дунё ахборот ресурсларига оператив кириш ҳуқуқига эга бўлганидан сўнг, қолган бозор маҳсулотларини (товарлар ва хизматлар) ўрганиш асосида, ўз товарини шундай кўрсатиши мумкинки, яъни уни фарқлаш, ажратиш ва фарқланувчи хусусиятларни ажратган ҳолда истеъмолчига жозибадор қилиб кўрсатиш имконига эга бўлади.

Г. Бозор талабларини қондириш учун корхона ўзининг операцион системасини доимий равишда модернизация қилишни амалга ошириш лозим. Шу мақсадда корхона ахборот ва энергиянинг қайта шакллантиришни янги прогрессив технологияларини қўллаши лозим ва замонавий ахборот воситалари орқали операцион системани бошқаришнинг такомиллашган автоматлаштирилган усулларни жорий этишлари лозим. Шу нарса аниқ бўлиб бормоқдаки, манипуляторлар ва роботлар, эгилувчан операцион тизимлар, замонавий «ишчи станциялар» инсонга ишлаб чиқаришда фақат ижобий назорат функциясини қолдиришмоқдалар.

Д. Шубҳасиз янги ахборотлар технологияси маълум бўлган билимларга кириш ҳуқуқини таъминлайди, лекин ахборотни тарқатиш (уни марказлаштириш) қонунлари қандайдир бир маълум қирра бўйича барча ахборотни тўплашга имкон бермайди.

Ахборот бепул неъмат эмас. Жуда ҳам тўлиқ ахбороти тўплашга ҳаракат қила туриб, вақтни қўлдай бой бериш ва ҳаражатларни кўпайтириш мумкин. Қачонки бир корхона узоқ вақт мобайнида ахборотни тўплаш билан шуғулланса, рақобатчи корхона маълум ноаниқлик шароитларида, иш муаммосини ҳал этишнинг самарали йўлини топиши ва шу тариқа бозорда ушбу корхонадан ўзиб кетиши мумкин.

Ахборот технологияси тармоқнинг ҳолати ва илмий мувоффақиятларини тез тушиниш, мавжуд бўлмаган самарали таркибий қисмларни аниқлаш, ўзгаришлар тенденциялари ва иш соҳасига инновацияларнинг имкониятларини аниқлаш имкони беради. Лекин бунини автоматик равишда бажариш мумкин эмас, чунки бунга фақат инсон қодирдир. Ахборот «когнитив экран» орқали шулар учун ўтиши лозимки, қачонки улар қандайдир қимматга эга бўлса.

Таянч иборалар

Диверсификация

Дистрибьютерлар

Диллерлар

Сервис тадбиркори

Сервис иқтисодиёти

Фирмали стил

Логотип

Товар белгиси

Елогон

Фирмали ранг

Бренд

Товар сиёсати

8.БОБ. ХИЗМАТЛАР СИФАТИ, ХАВФСИЗЛИГИ ВА СЕРВИС ФАОЛИЯТИ МАДАНИЯТИ.

8.1. Замонавий сервис тизими амалиётида сифат ва хизматлар хавфсизлиги муаммолари.

Ҳар қандай давлатда сервис фаолиятининг сифатига баҳо беришда, муҳим аҳамиятни маҳсулотлар ва хизматлар сифати масалалари эгаллайди.

Сервис маҳсулотининг сифати деганда уларнинг фойдали хусусиятлари комплекслари, хизмат кўрсатишнинг норматив-техник тавсифлари тушинилади. Уларга кўра миллий ва халқаро стандартларда белгиланган талаблар даражасида ижтимоий ва яқка тартибдаги эҳтиёжлар кондирилади. Хизматнинг фойдали хусусиятлари бўлиб, уни истеъмол қилишда намоён бўладиган, истеъмолчилар талаблари ва эҳтиёжларига, шунингдек давлат норматив-ҳуқуқий меъзонларига жавоб берадиган объектив тавсифномалар ҳисобланади.

Сифат истеъмолчи рози бўлган баҳога боғлиқ ҳолда турли акс эттирилиш даражасига эга бўлади (олий, ўрта, паст). Иқтисодий категория сифатида сифат муаммоси ижтимоий ишлаб чиқаришнинг ривожланиши билан биргаликда вужудга келади.

Ҳозирги кунда дунёдаги барча ишлаб чиқарувчилар маҳсулот ишлаб чиқариш (хизматлар кўрсатиш) сифатини ошириш муаммоларидан ташвишдалар. Сервис маҳсулоти сифатини оширишнинг ижобий натижаси барча қатнашчилар ва томонлар учун муҳим ҳисобланади. Сифатли сервис ҳолатида, давлат ҳаражатлар бирлигига халқ хўжалик самараси ошганлигини қайд қилади, кенгайган экспорт имкониятларини олади ва валюта оқимларини таъминлайди, ундан ташқари аҳолининг хизматларга бўлган талаби тўлароқ қондирилади.

Сифатдан истеъмолчи ҳам манфаатдордир: хизматлар сифатини яхшилаш орқали хизмат кўрсатишнинг қулайроқ шароитлари яратилади, сервис маҳсулотларининг ассортименти янгиланади ва кенгаяди, талаб уларнинг кам сони билан қондирилади, хизмат натижаси истеъмолчи учун узоқроқ самарага эга бўлади.

Сервис маҳсулотларини тайёрловчиларнинг ютуғи шундан иборат бўладики, ресурслардан яхши фойдаланилади, брак орқали йўқотишлар камаяди, юқори сифатли маҳсулотларни сотишдан олинadиган даромадлар кўпаяди, фойданинг ошиши ҳисобига иқтисодий рағбатлантириш фондлари ошади. Лекин асосий нарса шундан иборатки, хизматлар сифати унинг бозордаги рақобатбардошлигини оширади.

Хизматларнинг ишлаб чиқариш, функционал ва истеъмол хусусиятлари билан фарқланади. Ишлаб чиқариш хусусиятларига, ишлаб чиқариш жараёнида яратилadиган ва аниқ физик-техник хусусиятларга эга бўлган хусусиятлар киради.

Шу билан бирга хизматларнинг ишлаб чиқариш хусусиятлари, фақат мумкин бўлган сифатини акс эттиради. Ҳар қандай товарни (шу жумладан сервис маҳсулотларини ҳам) функционал яроқлилиқка тестдан ўтказиш лозим. У одатда синовлар ўтказиш даврларида, янги маҳсулотнинг бозорга чиқиш пайтида, таклиф этилаётган хизматнинг мижоз томонидан биринчи баҳоланишида текширилади.

Лекин функционал хусусиятлар ҳам хизматлар ва сервис маҳсулотларининг сифат тавсифномалари ҳақида якуний ҳулоса беришга имкон бермайди. Шу сабабли уларнинг истеъмол хусусиятларини инобатга олиш лозим. Истеъмол хусусиятлари бўлиб, истеъмолчи учун ўта аҳамиятли бўлиб ҳисобланган кўрсаткичлар йиғиндиси ҳисобланади. Айнан улар маҳсулотнинг реал сифатини акс эттиради.

Сервис маҳсулотлари ва хизматларининг ҳар қандай тури ва ҳар қандай хилма хиллиги сифатнинг ишлаб чиқариш ва истеъмол тавсифини

ташкил этувчи турли хусусиятларнинг боғлиқлигини ўз ичига олади. Ишлаб чиқариш ва истеъмол хусусиятларини акс эттирувчи турли гуруҳлар бўйича сифат кўрсаткичлари ўртасидаги фарқларни ҳар қандай буюмли товарда кўриш мумкин-бир томондан кийим-кечаклар, автомобиллар, иккинчи томондан миқдорга хизмат кўрсатиш жараёнида яратиладиган сервис маҳсулоти. Саноат маҳсулотининг сифати техник назоратнинг махсус тизими ва ишлаб чиқаришнинг маълум босқичларидаги стандартлаштириш орқали амалга оширилади.

Саноат товари хусусиятларидан фарқли равишда сифатни тасдиқловчи сервис маҳсулотларининг хусусиятларини ҳисоблаш, объектив ўлчаш, қийматни ҳисоблаш қийин жараёндир. Шу билан бирга ҳар қандай турдаги хизматларни ишлаб чиқариш шунингдек бир қатор ишлаб чиқариш-технологик ва физик хусусиятларга эга бўлади, уларни қайд этиш, ҳисоблаш ва меъзонлар билан таққослаш мумкин бўлади. Айнан сервис фаолиятининг эталон сифатлари тўғрисидаги тасаввурлар орқали давлат стандартлари ва нормативлари ишлаб чиқилади. Стандартлар ва нормативлар маълумотлари асосида сервис корхоналари ходимлари меҳнатининг техник таъминланиши амалга оширилади, конкрет меҳнат операциялари нормалаштирилади, хизмат кўрсатиш жараёнини тартибга солиб турувчи йўриқномалар ва хизмат ҳужжатлари яратилади.

Қайд қилиниши, ҳисобланиши ва таққосланиши мумкин бўлган турли хилдаги хизматларнинг кенг тарқалган хусусиятлари жумласига одатда қуйидагилар киради:

- хизматни амалга оширишга ёрдам берадиган асбоб-ускуналар, жиҳозлар, турли хилдаги материаллар ва воситаларнинг сон тавсифномалари;
- хизматни бажариш технологик циклининг ўтиш хусусиятлари ва уларнинг айримларининг физик-технологик тавсифи (товуш, ёритилиш ва бошқалар);

- истеъмолчининг хизматнинг нисбатан муҳим хусусиятлари ва унинг натижалари бўйича ахборот билан таъминланиши;
- истеъмолчига унинг қатнашишидаги хизмат кўрсатиш вақти даври ёки унинг қатнашишисиз хизматни бажариш муддати;
- сервис фаолияти натижаларидан фойдаланиш давомийлиги ва ишончлилиги;
- хизмат ёки хизмат жараёни бажариладиган бинода санитария, покизалик, тартиб билан боғлиқ тавсифлар;
- хизмат, хизмат кўрсатиш жараёнининг экологик тавсифи;
- истеъмолчи ва хизмат кўрсатувчи ходимлар хавфсизлиги билан боғлиқ тавсифлар;
- хизмат кўрсатиш жараёнида қатнашувчи ходимларнинг сон таркиби, шунингдек уларнинг касб-малака тавсифлари (билимдонлиги, маҳорати, тез тил топа олишини қўшган ҳолда);
- хизмат кўрсатишнинг этик сифатлари-жавобгарлик, хушмуомалалик, зийраклик ва бошқалар;
- хизмат кўрсатишнинг эстетик сифатлари-хизмат кўрсатиш шароитларининг қулайлиги, товарнинг ташқи безалиши, интерер дизайни ва бошқалар.

Жумладан, йўловчи транспорти хизматлари учун сифатнинг муҳим тавсифлари бўлиб: ҳаракат тезлиги ва аниқлиги, хизмат хавфсизлиги, йўловчиларнинг ҳаракатдан олдин ва кейин бўладиган жойларининг қулайлилиги, ҳаракат босқичларида уларнинг ахборот билан таъминланиши ва бошқалар ҳисобланади.

Оммавий овқатланиш корхоналари бўлиб ҳисобланган ресторан, юқори разрядли кафеларда хизмат кўрсатиш сифати қуйидаги тавсифларни ўз ичига олади:

- таомлар ва ичимликларнинг кенг ассортименти;
- таомларни барра ва юқори сифатли маҳсулотлардан тайёрлаш;

- таомни тайёрлашнинг барча технологияларига сўзсиз риоя қилиш;
- муҳим хизматлар кўрсатувчиларининг юқори касбий тайёргарлик даражаси;
- хизмат кўрсатиш залларидаги умумий ҳолатнинг қулайлиги ва хизмат кўрсатиш ходимларининг этикаси;
- интерер этикасининг, муסיқа дастурининг мавжудлиги ва ҳоказолар.

Ижтимоий-маданий эҳтиёжларни қондириш бўйича боғлиқ бўлган бир қатор хизматларда, биринчи даражага қолган хизмат кўрсатишнинг ишлаб чиқариш-технологик сифатлари чиқади. Жумладан, спектакл ёки концерт давомида томошабин учун муҳим аҳамиятли сахнада рўй бераётган ходисалар, шунингдек артистларнинг ўйини эгаллайди. Лекин шу билан бирга, хизмат кўрсатишнинг қирралари бўлган хизмат кўрсатиш ходимларининг хушмуомалалиги, артистлар таркиби тўғрисидаги маълумот, томошабин ўриндиқларининг қулайлиги, залнинг яхши акустикаси, овқатланиш пунктининг (буфетнинг) мавжудлиги ва бошқалар ҳам муҳимдир.

Сервиснинг кўпчилик соҳаларида сифат билан боғлиқ бўлган ишлаб чиқариш-технологик хусусиятлари турли хил хизмат тўпламининг кенглиги, турли хил асбоб-ускуналар ва материаллардан фойдаланишнинг бир хилда бўлмаганлиги билан ажралади. Бу орқали сифат акс эттирилишининг бир хил бўлмаган даражаси, шунингдек турли даражадаги сервисга истеъмолчиларнинг ҳақ тўлашдаги турли имкониятлари акс эттирилади. Сифатнинг ушбу томони қуйидагиларда акс эттирилади: масалан денгиз транспортида турли классдаги каюталар, темир йўл транспортида-турли типдаги вагонлар, меҳмондўстлик тизимида-турли классдаги меҳмонхоналар, оммавий овқатланишда-турли категориядаги ресторанлар ва ҳоказолар. Бундай ҳолатда хизмат кўрсатиш баҳоси бир хил бўлмайди. Лекин бу ерда шуни таъкидлаш лозимки, ҳар бир классдаги хизматлар бўйича амалга

оширилган операциялар сифати ўта яхши бўлиши ва стандартларнинг маълум даражасига жавоб бериши лозим.

Хизмат кўрсатишнинг физик хусусиятлари билан бир қаторда хизматлар сифатига баҳо беришда муҳим аҳамиятни истеъмол хусусиятлари эгаллайди.

Хизматнинг реал сифатини аниқлашда бош «эксперт» бўлиб, истеъмолчи ҳисобланади. Айнан у хизмат кўрсатиш йўналтирилган шахс сифатида намоён бўлади. Шу билан бирга, унинг объектив хусусиятларига таянган ҳолдаги хизматнинг истеъмол баҳоси жуда кўп субъектив томонларни ҳам ўз ичига олади. Бу турли сабаблар таъсирида амалга оширилади. Истеъмолчи хизмат сифатини баҳолаётганда, хизмат сифатининг айрим ҳақиқий параметрларини кутилаётган катталиклар билан таққослайди. Агарда ушбу орзулар мос келса, хизмат сифати у томонидан яхши ёки қониқарли деб баҳоланади. Шу билан бирга истеъмол орзулари муҳим омиллар бўлиб ҳисобланган шахсий эҳтиёжлар ва манфаатлар, аввалги тажриба, ташқи коммуникациялар (реклама ва бошқалар), миш-миш гаплар, яқин одамларнинг баҳоларини қўшган ҳолдаги шахслар ўртасидаги алоқалар асосида қурилади. Ушбу омиллар кўпчилигининг таъсири, хизматнинг сифат моҳиятини жиддий бузишга қодирдир.

Барибир хизмат сифатини истеъмолчи томонидан баҳоланишини тўлиқ хато деб бўлмайди. Чунки у хизмат натижаларининг функционал-амалий қирраларини баҳолайди, ва ўз навбатида унинг баҳосини аҳамиятли қилади. Ундан ташқари истеъмолчилар баҳолашнинг жамоа субъекти сифатида иштирок этишадилар. Буни хизматлар ишлаб чиқарувчилари ҳам давлатнинг назорат қилувчи органлари ҳам инкор қила олмайдилар.

Бу хизматлар сифатини баҳолашни аниқлашнинг икки томонлама ёндашишини белгилайди: ишлаб чиқариш-физик кўрсаткичларнинг (сон шаклида қайд қилинадиган, ҳисобланадиган, акс эттириладиган) ҳисобини, шунингдек истеъмолчиларнинг субъектив баҳолашларини. Охирчилари ҳар бир алоҳида ҳолатда ҳам талабчан бўлмайдилар-улар истеъмолчининг

шахсий йўл йўриқларини, шунингдек мода, миллий анналарга ва бошқаларга боғлиқ бўлади. Шу билан бирга, минглаб истеъмолчиларнинг сифат бўйича фикрлари ва тақризлари объектив тавсифга эга бўлади ва хизматлар истеъмолчилари томонидан рад қилиб бўлмайдиган фарқ сифатида кўрилиши лозим.

Рақобат рационалиги назариясига таълуқли равишда, истеъмолчининг кондирилиш даражасини сервис сифатини назорат қилишнинг муҳим меъзони деб қараш лозим. Хизматнинг кутилаётган ва ҳақиқий параметрлари ўртасидаги фарқ қилиш хажми, конкрет сервис фирмаси иши самарадорлиги даражасидан далолат беради. Истеъмолчи онгидаги ёмон томонга фарқланиш қанча кўп бўлса, ушбу фирмадаги хизмат кўрсатиш самарадорлиги пасайганлигидан далолат беради. Фирма хизматларидан доимий фойдаланадиган мижозларга хизмат кўрсатишдаги кондирилиш даражасининг пасайиши, ишлаб чиқарувчилар учун ҳавотирлантирувчи кўрсаткич бўлиши лозим.

Агарда барча мижозларнинг 20-25%и хизмат кўрсатишдан тўлиқ қониқаётганликларини билдиришсалар ва ушбу фирманинг тарафдорлари бўлиб қолишсалар, ўзларининг дўстларига ушбу фирмани таклиф этишсалар, ушбу сервис ташкилоти сифат стандартлари нуқтаи назаридан жуда қулай ҳисобланади. Айнан шундай ёндашиш ҳозирги пайтда ҳалқаро сервис амалиётида мустаҳкамланган. Унда истеъмолчига мўлжал, сервис фаолияти иқтисодий тамойиллари сингари муҳим аҳамият касб этмоқда.

Хизматлар сифати кўрсаткичлардан бири бўлиб, унинг хавфсизлиги билан боғлиқ масала ҳисобланади. Умумий ҳолда хизмат соҳасида инсоннинг хавфсизлиги, ушбу соҳанинг самарали фаолият юритиши, унинг доирасида истеъмолчилар, ишловчилар ҳаёти, соғлиғи ва мулкига турли хилдаги зарарлар ҳавф ҳатарларининг, шунингдек атроф муҳитга зарарларнинг бўлмаслиги билан аниқланади.

Хавфсизликни қуйидаги жиҳатларини ажтатиш мумкин:

- эксплуатацион-техник (унга электр хавфсизлиги, ёнғин хавфсизлиги, кимёвий воситаларнинг таъсирида хавфсизлик ва ҳоказолар киради);

- экологик;
- ахборот;
- ҳуқуқий;
- молиявий;
- мулкӣ;
- психологик;
- инсонлар соғлиғи билан боғлиқ бўлган.

Юқорида қайд қилинган хавфсизликларнинг турлари сервис фаолиятининг турли йўналишларида турлича аниқлаштирилади.

Лекин кўрсатилган хавфсизликларнинг турли хилларида умумий стандартлар ва талабларга жавоб берадиган объектив сервис сифатларини қайд қилиш имкони бўлади. Бундай турдаги хизматларнинг сифатини визуал кўриш, ҳарид қилинган товарни тажриба тариқасида синаш, буюмни ўлчаб кўриш, унинг ҳужжатлари билан танишиб чиқиш ва бошқалар орқали осон аниқланади. Шу йўл билан, масалан этикеткада кўрсатилган бузиладиган озиқ-овқат маҳсулотларининг ишлаб чиқарган санасини, уй асбоблари учун электр қувватининг даражасини аниқлаш мумкин.

Хизмат кўрсатиш соҳасидаги хавфсизликнинг муҳим турланиши, миқдорнинг соғлиғи, физик ҳолати, ташқи кўриниши билан боғлиқ бўлади. Бир томондан сервиснинг турли хиллари ва йўналишларида ҳаракат қиладиган ишлаб чиқариш-технологик талаблар миқдорларнинг соғлиғи ва кайфиятларига етказилиши мумкин бўлган ҳар қандай зарарни мустасно қилишга мўлжалланган. Жуда қаттиқ бўлиб, соғломлаштириш-тиббий муассасалар, оммавий-овқатланиш пунктлари, меҳмонхона хўжаликларидаги санитария-покизалик ва технологик талаблар ҳисобланади.

Иккинчи томондан, хизматнинг кўпчилик жиҳатлари томондан боғланади, улар ўз навбатида субъектив тасаввур ва ички кайфиятларга

боғлиқ бўлади. Бундай ҳолатда истеъмолчининг хизмат хавфсизлиги сифат тўғрисидаги фикри ва сервис маҳсулотини ишлаб чиқарувчи баҳоси ўртасида сезиларли фарқланишлар келиб чиқиши ва у низо ҳолатини келтириб чиқариши мумкин.

Алоҳида эътиборни инсоннинг рухий ва маънавий ҳолатига жароҳат етказишнинг олдини оладиган хизматлар хавфсизлиги масалаларига қаратиш лозим. Бундай турдаги хавфсизлик оммавий ахборот воситалари орқали тарқатиладиган оммавий ва бадиий ахборотда, шунингдек ўрганиш, илмий-маслаҳат хизматларини тақдим этишда бўлиши мумкин. Бундай турдаги хизматларнинг салбий таъсирини бирданига эмас, балки узоқ вақтнинг ўтганидан сўнг аниқлаш мумкин.

Сервис корхоналари менежерлари ва ходимлари истеъмолчилар манфаатлари ва соғлиғига ҳавф туғдириши мумкин бўлган ҳолатларнинг олдини олишга алоҳида эътибор беришлари лозим. Мижозлар ва корхона ходимларига ҳавф ҳатар ёки зарар етказилишини вужудга келтирувчи сабаблар, сервис фаолиятининг турли шаклларида ва турли ҳил бўлиши мумкин. Сервис корхонаси ходимларининг махсус эътиборини, мижозлар ва корхона учун ҳавф ҳатарларнинг мумкин бўлган манбаалари сифатида хизмат кўрсатиш жараёнларининг кўйидаги томонларига қаратиш лозим бўлади:

- техник воситалар, асбоблар, асбоб-ускуналарнинг иши, шунингдек хизмат кўрсатиш жараёнига жалб қилинган материаллар, буюмлар, маҳсулотлар ҳолати ва сифати (биноларда кўрсатилаётган сервис, тиббий, соғломлаштириш хизматлари, оммавий овқатланиш хизматлари ва ҳоказолар);

- хизмат кўрсатиш жараёнига ҳамроҳ бўладиган табиий-ландшафт, иқлимий ва физик шароитлар (спорт соғломлаштириш, саёҳлик ва бошқа хизматлар);

- криминал муҳитнинг фаолияти ёки хавфсиз хизмат кўрсатишга тўсқинлик қилаётган нопок шахсларнинг активлашиши (воситачилик, молия хизматлари ва ҳоказолар);
- ходимларнинг малакасиз ҳаракатлари (сервис фаолиятининг ҳар бир бўғинида);
- миждознинг шахсий англаш жиҳатлари ёки соғлиғининг ҳолати (сервис фаолиятининг ҳар бир бўғинида);
- хизмат кўрсатиш жараёнида ҳамроҳ бўладиган форс-мажор ҳолатлар (сервиснинг ҳар қандай бўғинида).

Замонавий сервис фаолиятида жуда кўпчилик ҳолатлар мавжудки, ўз хавфсизлағини тез аниқлаш учун бевосита хис қилиш ва миждознинг шахсий билимлари етарли бўлмайди. Бу борадаги ҳолат шу билан қийинлашадики, индустриал жамиятнинг хизматлар соҳасида юқори қаватдаги амалдорлар, экспертлар, рекламанинг ва қуйи қаватларда жойлашган истеъмолчилар ўртасида қийин иерархия муносабатлари мавжуддир. Юқори қават вакиллари масалан, сервис маҳсулоти тўғрисидаги маълумотларнинг бир қисмини яшириши, бир ҳолатларда миждозларни асоссиз равишда чалғитиш ва иккинчи ҳолатда ўзи учун мақул бўлган хизмат кўрсатиш шакллари зўрлаб ўтказишлари мумкин. Миждозга зарар етказилган ҳолда, у томондан зарарни қоплаш бўйича талаб билан суд идораларига мурожат қилиш ҳуқуқи қолади.

Охирги йиллар мобайнида ўта муҳим бўлиб, сервис соҳасидаги ахборот хавфсизлиги масаласи ҳисобланади. Иқтисодий жосусликнинг кенг тарқалиши, иш маълумотларининг ёки тижорат сирининг тез-тез четга чиқиши, умумий ҳолда тадбиркорликнинг ривожланишига салбий таъсир кўрсатадиган омиллардан бири бўлиши мумкин.

Юқорида қайд қилинганлар шундан далолат берадики, хавфсизликни кўшган ҳолдаги хизмат сифати ижтимоий ва давлат томонидан назорат қилиниши лозим.

8.2 Сервис маданияти.

Сервис маданияти деганда истеъморчиларга юкори сифатли хизмат кўрсатишни тасдиқлайдиган, давлатнинг миллий ананаларига мос келадиган ва дунё замонавий стандартлари талабига жавоб берадиган тамойиллар, меҳнат нормаларининг андозалари, юкори маънавий кадрият ва ўз ўзини тутиш этикаси тушинилади.

Сервис маданияти ҳақида гапирилганда, ушбу тушунчани ёхуд мамлакатнинг барча миллий хизматлар соҳаси, ёхуд бир тармоққа (масалан оммавий-овқатланиш сервисига), ёхуд корхона, фирмага олиб бориш мумкин. Конкрет ишловчининг фаолияти ҳам шунингдек сервис маданияти талабларига тўлиқ ёки қисман мос келиши мумкин. Шу билан бирга қайд қилинган барча даражадаги сервис маданияти ўзаро бир бирлари билан боғлиқ бўлади ва бир бирига айнан ўхшайдиган хизмат кўрсатиш нормаларини шакллантиради.

Алоҳида тармоқ ёки ҳар қандай жамоадаги сервис маданияти бўш жойда вужудга келмайди. Ушбу жараённинг кўпчилик хусусиятлари томирлари меҳнат маданиятининг миллий элементлари, тармоқ ва корпоратив муҳитнинг касбий маданияти билан доимо боғлиқ бўлган.

Маълумки Туркистонда хунармандлар, косиблар, савдогарларда хизмат кўрсатишнинг барқарор тамойиллари шаклланди. Ҳатто айрим усталар, хунармандлар, заргарлар ўз шахсий тамғаларига эга бўлишган. Ушбу тамға улар томонидан тайёрланган маҳсулотларнинг юкори сифатлилигини нафақат Туркистон заминида, балки чет элларда ҳам тан олинганлигини биламиз.

Ўша даврларда ҳам истеъморчиларга, мижозларнинг яқка тартибдаги буютмаларига кўра маҳсулотлар (хизматлар) тайёрланган ва хизмат кўрсатиш маданияти юкори даражада бўлган. Ушбу фикрнинг тасдиқи сифатида БУЮК ИПАК Йўлининг Туркистон орқали ўтганлигини келтириш мумкин.

Шўролар ҳокимиятининг вужудга келишидан сўнг, хизматларни ишлаб чиқаришдаги хусусий тадбиркорлик ананалари бузила бошлади. Бу ўз

навбатида хизмат кўрсатиш маданияти кўпчилик қирраларининг умумий тугатилишига олиб келди. Лекин психология, миллатимизнинг миллий тавсифдаги хусусиятлари билан чамбарчас боғлиқ бўлган, ўтган даврлардаги хизмат кўрсатиш конструктив элементларининг маълум қисми ҳозирги давргача сақланиб қолган. Натижада ҳозирги кунда сервис маданияти билан боғлиқ бўлган конструктив ананаларининг кўпчилиги тикланмоқда.

Умумий ҳолда республикамиз замонавий сервиси олдида миллий хусусиятлар ва халқаро сервис маданияти тамойилларини бир бирига боғлаш масаласи турибди. Ҳозирги кунда сервис маданиятининг кўпчилик янги қирралари умумий, интернационал тавсифга эга бўлиб бормоқда. Шу сабабли биринчи навбатда сервиснинг техник ва технологик томонлари, уни ривожлантириш сифати ва динамикаси, психология ва хизмат кўрсатиш эстетикаси билан боғлиқ бўлган, меҳнат маданиятига рационал талабларни кўрсатиш лозим.

Ҳар қандай давлатда сервис тадбиркорлари ва менежерлари хизмат кўрсатишнинг миллий ананаларидан фойдаланишга тайёрлар, агарда улар замонавий талабларга қарама-қарши бўлмасалар ва умумий ҳолда сервис фаолиятининг самарадорлигини оширсин. Сервис менежменти шундан келиб чиқадики, нима маданиятли бўлса, яъни сифатли, юқори даражадаги такомиллашган равишда истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш, аввало ходимларнинг ўзлари учун фойдалидир. Аксинча сервис маданиятининг бўлмаслиги, корхоналар, фирмалар, даромадларининг пасайишида ўз аксини топади.

Шу сабабли дунёнинг ривожланган давлатларида менежмент, хизмат кўрсатиш маданиятига ягона талабларни ишлаб чиқади, уни ўз фирмалари амалиётга жорий этади ва бажарилишини назорат қилади. Менежментнинг стратегияси шундай тартибда тузиладики, ходимларга хизмат кўрсатиш маданиятини буюруқ усуллари орқали етказилиш эмас, балки уларни корхона маъмурияти билан ҳамфикр қилиш ҳисобланади. Шу мақсадда ходимлар билан махсус дарслар ўтказилади, хизмат кўрсатиш этикаси ва

эстетикасини эгаллашдаги хато ва камчиликлар муҳокама қилинади. Агарда кимдир зарурий талабларга мослашишига ҳаракат қилмаса, қотор жиддий хатоликлардан сўнг, бундай ходим билан хайрлашадилар.

Бундай эгилувчан ва бир вақтнинг ўзида қаттиқ ёндошиш собиқ иттифоқ хизматлар соҳасида ривожланиши мумкин эмасди, гарчи ўша вақтларда хизмат кўрсатиш маданиятига тармоқ раҳбариятининг барча даражалари томонидан катта эътибор берилса ҳам юқори турган органлар хўжалик раҳбарлари жамоаларда миқдорларга хизмат кўрсатиш маданияти учун курашишга мажбур қилишарди. Таалуқли талаблар амал мажбуриятларига ёзиларди, ташриф буюрувчиларни қабул қилиш биноларининг кўзга кўринадиган жойларига осиб қўйиларди. Социалистик мажбуриятларнинг хизмат кўрсатиш маданияти билан боғлиқ бўлган таалуқли пунктларининг бузилганлиги тақдирида, ходимга нисбатан маъмурий ва иқтисодий санкциялар қабул қилиниши мумкин бўлган.

Лекин ўша даврдаги хизмат кўрсатиш соҳаси ишловчиси, биринчидан самарали ишга қизиқмаган-сифат ва ошиб бораётган меҳнат ҳажми рағбатлантиришда қариб акс эттирилмаган, иккинчидан сифатсиз хизмат кўрсатиш қариб барча жойларда мавжуд бўлган ва ёмон ишловчиларга нисбатан қариб ҳеч қандай чора кўрилмаган. Шу сабабли истеъмолчига нисбатан қўполлик ва эътиборсизлик одат тусига кириб қолганди.

Ҳозирги кунда миллий сервис тизими амалиётида қуйидаги йўналишлар бўйича ижобий ўзгаришлар равшанлашмоқда:

- хизматлар ишлаб чиқарувчилари бизнесни ва рақобатни равшанлаштиришдаги истеъмолчиларнинг аҳамиятини англашишмоқдалар;
- истеъмолчи учун кураш кетмоқда;
- хизмат кўрсатишнинг кўпчилик ташкилий-техник томонлари яхши томонга ўзгармоқда: савдо шаҳобчаларидаги навбатда туришлар йўқолди, кўпчилик операциялар автоматлаштириш ва компьютер техникаси ёрдамида бажарилмоқда;

- хизмат кўрсатишнинг эстетик томонларига кўпроқ эътибор берилмоқда. Сервис корхонасининг витриналари, товарларни кўйиш жойлари, қабул қилиш бинолари жозибадор шаклга эга бўлмоқда.

Лекин хизмат кўрсатиш маданиятининг кўпчилик қирралари ҳозирча аввалгидек қолмоқда. Шу сабабли замонавий сервис маданиятига кўйилаётган талабларни деталлаштирилган ҳолда кўриб чиқиш мақсадга мувофиқ ҳисобланади.

Сервис маданияти ҳақида гап кетганда, биз аввало менежерлар, малакали мутахассислар, фирманинг оддий ходимлари томонидан ўз фаолиятларининг касбий асосларига эгалик қилишлари билан боғлиқ қирраларини назарда тутамиз. Сервис корхонаси ёки фирмаси ходими меҳнатининг маданияти, улар ишларининг кўйидаги касбий тавсифларининг мавжудлигини кўзда тутди:

- касбий таёргарликни;
- юқори касбий даражани (тартибни, жавобгарликни, касбий кўникмаларни эгаллаш, маҳорат, кенг билимларни);
- меҳнатнинг ташкилий-технологик такомиллаштирилишни.

Сервис соҳаси менежерлари олдида ишловчиларнинг касбий-меҳнат тайёргарликларини чуқурлаштириш, уларнинг малака даражасини ошириш, улар ичида иқтидорлиларнинг мансабларини оширишни режалаштириш масаласи турибди.

Шу нарса муҳимки, ходимлар касбий маҳорат даражаларини яқка тартибдаги ривожланиш ва фирманинг самарали иши учун такомиллаштиришнинг аҳамиятини тушунишлари лозим. Ишдаги профессионализм мижозлар тасаввуридаги фирманинг ижобий имиджини шакллантиради. Бу ўз навбатида ошаётган даромадлар, профессионал муҳитдаги яхши обрў орттириш билан кузатилади.

Сервис фаолиятида алоҳида аҳамиятни истеъмолчиларга хизмат кўрсатишнинг психологик хусусиятлари эгалламоқда. Ушбу йўналишда

фирма раҳбарлари ва ходимлари, ўз фаолиятларининг қўйидаги томонларига эътиборини қаратишлари лозим:

- мижозлар билан алоқада бўладиган ходимларга якка тартибдаги-психологик конструктив жиҳатларини тарбиялаш;
- бутун бир хизмат кўрсатиш ҳолатини позетив психологик йўналтириш;
- истеъмолчиларнинг позетив психологик хусусиятлари пайдо бўлишлари учун шароитлар яратиш.

Биринчи ҳолатда истеъмолчи билан бевосита алоқада бўладиган зонада меҳнат қиладиган ходимларни синчиклаб танлашни амалга ошириш муҳим ҳисобланади. Ҳар бир ишловчининг психологик хусусиятлари, уларнинг амал мажбуриятлари доирасидаги операциялар ва меҳнат тавсифига гармоник жиҳатдан мос келишига эришиш қийин бўлади. Бундай ҳолатда ишловчи психологияси ва меҳнат тавсифи ўртасидаги кескин мос келмасликларга йўл қўймаслик лозим, масалан тез реакция билан боғлиқ бўлган ишни, психикаси секин типдаги ходимга топширмаслик лозим.

Контакт зонаси ходимига истеъмолчи билан алоқага чиқиш, унинг талабларини усталик билан ўрганиш ва керакли товар ёки хизматни таклиф этиш қобилиятларига эга бўлиши муҳим ҳисобланади. Масалан, буюм, маҳсулот намунасини кўрсата туриб ёки ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг афзалликларини тушунтира туриб, ходим мижознинг психологик кайфиятини тушиниши лозим. Товар ёки хизматнинг намунасини намоёйиш қила туриб, унинг қадр-қимматига ва аниқ тавсифларига эътиборни қаратиш лозим. Чекланишларни ҳам кўрсатиш лозим. Шу билан бирга мижозга ўз баҳосини мажбуран қабул қилмаслик, лекин мижоз кутаётган ҳолатларда маслаҳатдан воз кечмаслик лозим.

Ходимнинг ўзи мижоз билан алоқанинг барча даврида хайрихоҳ ва босиқ бўлиши лозим. Мижоз товар ёки хизматларни ҳарид қилишни хохламаса ҳам, чидамсизликни кўрсатмаслик ва норозиликни айтиш мумкин

эмас. Агарда мижоз харид қилмаган бўлса ҳам, фирма ходимлари унга мумкин бўлган мижоз сифатида қарашлари лозим.

8.3.Сервис тизими фаолиятининг этик асослари, иш этикети ва эстетик жиҳатлари.

Сервис тизими фаолияти маданиятининг профессионал ва психологик жиҳатлари хизмат кўрсатиш этикаси билан чамбарчас боғлиқдир. Сервис фаолиятининг этик асослари, сервис ходимларининг профессионал ўзларини тутишлари ва уларнинг истеъмолчилар билан муносабатларини тартибга солиб туришни аниқлайдиган дунёқараш тасаввурларидан, маънавий қадриятлардан шаклланади. Этик тамойиллар сервис корхонаси ходимига мижоз билан шундай муносабатларни ўзлаштиришни кўрсатма берадики, улар бизнинг жамиятимизда исталган, мақулланган, сервиснинг замонавий амалиёти томонидан рақобатлантириладиган бўлиши лозим. Бу ўз навбатида хизмат кўрсатиш жараёнини енгиллаштиради ва уни икки томон учун ҳам ёқимли ва самарали қилади.

Қайси этик тамойиллар ва ахлоқий категорияларни сервис фаолияти учун асосий деб олиш лозим? Улар ичида муҳимлари бўлиб қуйидагилар ҳисобланади:

- ўраб турувчиларга нисбатан ҳалоллик ва инсофлилик;
- истеъмолчилар билан муносабатларда виждонлилик ва очиқчилилик;
- уларнинг кадр - қимматини ҳурмат қилиш;
- ўз профессионал бурчини (мажбуриятларини) англаш.

Қайд қилинган тамойиллар шундай ахлоқий тамойилларни қайд этадики, уларни қабул қилмасдан, сервис тизими соҳасида ишга уринишнинг маъноси бўлмайди. Сервис тизими соҳаси ходимларининг кўпчилиги ўз мутахассисликларининг этик асосларини чуқурроқ ўйлашга қодирлар, яъни унда шундай томонларни кўришлари мумкинки, улар ўз ўзини

ривожлантириш, уларга қониқиш ҳосил қилиш ва улар меҳнатини ахлоқий потенциал билан таъминлаши мумкин.

Шу билан бирга умумэтик тамойиллар ва нормаларнинг барчасини сервис фаолиятига жалб қилиш шарт эмас, балки сервис соҳасининг моҳиятига боғлиқ бўлганларни. Жумладан ходимлар миқозлар билан шахсий боғланиб қолганликлари, севгиси, абсолют ишониши асосида ўзаро ҳаракат қилишлари шарт эмас. Ходим ва миқоз ўртасидаги муносабатларда бозор алмашинуви маконидаги асосланган уларнинг ижтимоий функционал ролларига кўра, улар ўртасида маълум масофа сақланиши лозим. Ўзларининг миқозлар билан муносабатлари жараёнида этик тамойилларни танлашни, сервис ходимлари профессионал-хизмат этикаси қаттиқ талаблари асосида амалга оширадилар.

Сервис тизими фаолиятининг профессионал-хизмат этикаси деганда сервис шакллари, ходимларига нисбатан ахлоқий талаблари ва нормалари йиғиндиси тушинилади. Улар мажбурий тартибда ўзларининг хизмат мажбуриятларини бажариш жараёнида қўлланилиши лозим. Профессионал этика юқорида қайд қилинган умумий этик тамойилларни конкретлаштириш имконини беради. Жумладан ҳалоллик ва виждонлилик тамойилларининг қабул қилиниши истеъмолчиларни алдаш, уларнинг манфаатларини писанд қилмасликка йўл қўймайди; ҳаққонийликка таяниш, миқозларга зарар ва ноқулайликлар етказилишининг олдини олади; ўз профессионал бурчини англаш шунга олиб келадики, ходим ўз хизмат мажбуриятларини аниқ тасаввур қилади ва ҳар қандай лаҳзада истеъмолчига профессионал ёрдам кўрсатишга тайёр туради.

Сервис тизими фаолияти ходимларининг барчасига, уларнинг иш жойлари қайерда бўлишларидан қатъий равишда тўғри келадиган хизмат этикасининг асосий нормалари кўйидагилардан иборат:

- хушёрлик ва хушмомалалик;
- вазминлик, чидамлилик ва ўзини тута олиш;
- яхши одатлар ва сўз маданияти;

- можороли ҳолатларни чеклаб ўтиш имкониятлари, агарда улар вужудга келса икки томоннинг манфаатларига риоя қилган ҳолда, уларни мувоффақиятли ечиш.

Юқорида қайд қилинган этик нормаларга қўшимча сифатида контакт зонаси ходимлари шунингдек қўйидагиларни намоён қилишлари лозим:

- мулойимлик ва илтифотлилик;
- самимийлик, ҳайрихоҳлик;
- одоблилик, босиқлик, истеъмомлчига ғамхўрлик қилиш;
- ўзига нисбатан танқидли бўлиш;
- хизмат кўрсатиш жараёнида амалга оширилган турли операциялар ёки бир неча кишини эътибор зонасида ушлаб турган ҳолда тез таъсир кўрсатишга тайёр туриш;

- инжиқ мижозга хизмат кўрсатишда ўзини ҳотиржам ва ҳайрихоҳ ушлаш маҳорати;

- мижозлар норозилиги ва можороларини четлаб ўтиш маҳорати.

Сервис ходимида умуман тўғри келмайдиган нарсалар қўйидагилардан иборат:

- қўполлик, беодоблик, диққатсизлик, бағритошлик;
- нопоклик, тилёғламачилик;
- ўғирлик, очкўзлик, ҳудбинлик;
- кўп гаплик, мижозлар тўғрисидаги ғайрирасмий маълумотларни ошкора қилиш, уларнинг камчиликлари ва заифликларини ҳар ким билин муҳокама қилиш;

- гапга кўнмаслик, мижоздан устун туриш, уни ўз манфаатларига бўйсундиришни хошлаш.

Мижозларга хизмат кўрсатиш жараёнида уларни ўзгартириш ёки қайта тарбиялашга ҳаракат қилишга интилмаслик лозим-улар қандай бўлса, шундайлигича қабул қилиш лозим. Ишни энди бошловчи сервис ходимларининг жиддий хатолари кўпчилик ҳолатларда ҳафачилик,

мижозларга нисбатан юқори этик талаблар билан боғлиқ бўлади. Бундай камчиликлардан ҳолос бўлиш муҳим ҳисобланади.

Агарда ходим хато қилса, у ўзида мижоз олдида кечирим сўраш учун куч топиши керак. Мақсадга мувофиқ бўлиб ҳар бир мижозга мослашиш, ўз маҳорати ва тажрибасини унинг хохишларига пешвоз чиқиши лозим. Шу билан бирга хизмат кўрсатиш жараёнида қайд қилинган жиҳатлар ўзларининг қарама-қарши томонларига ўтиб кетмаслигини кузатиш муҳим ҳисобланади.

Хизмат кўрсатиш амалиёти шундай ҳолатларни вужудга келтирадики, тажрибасиз ходимга этик муқобилларни тушиниш жуда қийин бўлади. Қандай қилиш керак, агарда мижоз сервис корхонаси ходимидан унинг мажбуриятларига кирмайдиган қўшимча хизматни кўрсатишни талаб қилса? Бундай ҳолатда ходимнинг жавоб реакцияси конкрет ҳолатдан келиб чиқиши лозим. Агарда илтимос мулойим шаклда бўлса, қўшимча хизмат кўп вақтни олмаса ва фирма мижознинг сақланишидан манфаатдор бўлса, унда илтимосни бажариш лозим. Лекин ходим мижознинг сабабсиз қўполлиги, асосланмаган инжиқликларига йўл қўёлмайди. Бу балки ходимнинг кадр-қиммати пасайиши ва фирма имиджининг тушишига олиб келиши мумкин.

Яна бир хил бўлмаган ҳолат: ходим ўзини қандай тутиши лозим, агарда доимий мижоз унга мойилликни намойиш эта туриб, унга шахсий дўстона муносабатларни мажбуран қабул қилишга ҳаракат қилса? Албатта, хизматларни ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчиси ўртасидаги илиқ муносабатлар тез тез учраб туради. Айрим ҳолларда улар ҳақиқатдан вақт билан синалган дўстликка айланиб кетади. Лекин бу ҳамма вақт ва бирданига рўй бермайди. Ҳақиқий дўстлик иккала томон ўртасидаги самимий ва узок муддатли муносабатларнинг натижаси сифатида вужудга келади. Ҳозирча бундай муносабатлар шаклланмаган экан, сервис ходимига конкрет истеъмолчи билан муносабатларда маълум масофани сақлаши мақсадга мувофиқ ҳисобланади.

Хизмат кўрсатиш соҳасида этик нормаларнинг муҳимлиги нафақат ишловчилар ва истеъмолчилар ўртасидаги ўзаро ҳаракатларда, балки ишловчиларнинг ўртасида ҳам сезилади. Юқорида қайд қилинган ахлоқий тамойилларнинг ва этик нормаларнинг кўпчилигини ходим ўз ҳамкасбларига нисбатан риоя қилиши лозим. Сервис корхонасида алоҳида аҳамиятни ахлоқий иқлим эгаллайди. Унда можоролар ва миш мишлар бўлмайди, камситилганлар, ғазабланганлар, бефарқлар йўқ, ҳамма бир бирига ҳурмат муносабатида бўлишадилар. Ўта муҳим бўлиб, сервис жамоасида ўзаро ёрдам бериш муҳитини яратиш, ишловчиларнинг биргаликда, шунингдек махсус хизмат кўрсатиш гуруҳларида (командада) меҳнат қилиш маҳоратини ташкил қилиш ҳисобланади. Буларнинг барчаси умумий мақсадга ёрдам беради: истеъмолчиларга самарали хизмат кўрсатишга эришишга.

Сервис корхоналари ишловчиларининг ўз ўзларини тутишларининг юқорида қайд қилинган этик томонларига талаблар билан бир қаторда, уларнинг ахлоқий ўз ўзларини такомиллаштиришлари ва ўзларини эмоционал жиҳатдан иш аҳиллигига ҳафсалаш масалаларига тўхталиш муҳим ҳисобланади. Сервис фаолиятининг этикасига юқорида қайд қилинган профессионал ва ижтимоий талаблар, шундай тасаввурни яратмаслиги лозимки, сервис хизмат кўрсатишда фақат ахлоқий жиҳатдан такомиллашган шахслар ишлашлари мумкиндир. Маълумки бу ерда турли хил инсонлар ишлашадилар, шу жумладан профессионал ҳаракатлари ҳамма вақт ҳам этик талабларга мос келмайдиганлар ҳам.

Бундай ҳолатда ишловчи ўзининг ички ривожланишига ҳаракат қилишини инобатга олиш лозим. Инсон ўзининг тавсифи қирралари ва ижтимоий жиҳатлари бўйича имкониятларга эга ва ҳақиқатдан сервис соҳасида ишлашни хоҳлайдиган бўлса, эртами кечми этик талаблар ва маданий нормаларнинг муҳимлигини тан олишга мажбур бўлади. Унда ўзида ўхшаш тавсиф жиҳатлари ва ўз ўзини тутишнинг таълуқли тамойилларига амал қилишни шакллантиришга ситқи дилдан хоҳиш пайдо бўлади. У ўзи

учун ушбу тамойиллар чуқур ривожланган хизмат кўрсатиш усталаридан ўрганишни уят деб билмайди.

Агарда ишловчи тавсифнинг муҳим конструктив жиҳатларини, юқори ахлоқий нормаларни тан олмаса, уларни эгаллашга ҳаракат қилмаса, унда унинг сервис корхонасидаги иши ҳаммага жуда кўп ноқулайликларни келтиради: аввало унинг ўзига, истеъмолчиларга, шунингдек фирмага. Бундай инсон профессионал жиҳатдан сервис соҳасида ишлашга яроқсиз ҳисобланади. Сервис корхонасининг маъмурияти ва жамоаси унинг ишдан кетишидан фақат ютади.

Буларнинг барчаси шуни англатадики, сервиснинг профессионал этикаси тамойилларини эгаллаш, сервис соҳаси ходимларининг жуда кўп сонига ҳаммабоб бўлиб ҳисобланади. Лекин ушбу жараён мувоффақиятли бўлиши учун ходим ўзида таалуқли қимматли мўлжаллар, тавсиф жиҳатлари, одатларини шакллантириш учун катта ҳаракатлар қилиши лозим бўлади. Бу осон эмас ва инсон томонидан кўп сонли ҳаракатларни талаб қилади. Ушбу жараёни хизмат этикетига сўзсиз риоя қилиш қоидалари кўпчилик ҳолатларда енгиллаштиради.

Сервис соҳаси ходимларининг хизмат этикети деганда ходим одатда қариб автоматик равишда риоя қиладиган, ўз хизмат қоида­сига боғлиқ равишда қайд қилинган нормалар, муқобилсиз ўзини тутиш қоидалари мажмуи тушинилади.

Масалан буюртмани қабул қилувчи ёки хизмат кўрсатишни амалга оширувчи уста ташриф буюрувчини илиқ кулги ёки бошқа бир ўзига жалб қиладиган белги билан кутиб олиши лозим; улар унга суҳбат чоғида юзига қараб «сиз» деб мурожат қилишадилар, кескин заруриятсиз бошқа ишларга чалғишмайдилар. Бундай ҳолатда хизмат этикети талабларига уларнинг ўзларини тутишнинг барча элементлари бўйсунди: сўзлашиши, муомаласи, одатлари, кайфияти, ишоралари ва юзининг акси. Аксинча ахлоқона қилиқлар, ёмон гаплар, мижозни писанд қилмаслик ва ҳоказоларга йўл қўйилмайди.

Хизмат кўрсатиш маданияти эстетик компонентларсиз мумкин бўлмайди. Хизмат кўрсатиш эстетикаси хизматнинг бадиий жиҳатлари, ўраб турадиган предметларнинг ташқи шакли билан боғлиқ. Улар чиройли ва монанд деб баҳоланади. Яхши дид, қулайлик ва монандлик хизмат кўрсатиш жараёнини кузатиб боровчи барча предметларда сезилиши лозим: бинода ва унинг меъморчилигида, бинолар интерерида, декоратив-амалий санъати элементларида, иш жойларини ташкил этишда. Асосий эътибор ёритиш ва интерер колоритига қаратилади

Сервис ходимининг эстетик маданияти унинг ташқи кўриниши билан боғлиқ (кийими, оёқ кийими, турмаки ва бошқа томонлари). Унинг ташқи кўриниши умумий ҳолда хизмат мақсадларига ва интерерга мос келиши лозим. Шу сабабли кўпчилик фирмаларда ходимларни махсус яратиладиган иш кийимига кийинтиришни авзал кўришадилар. Улар кўримсиз ёки стандарт бўлмаслиги лозим. Эстетика элементлари шунингдек фирманинг эмблемасида бўлиши, асбоб-ускуна дизайнида, товарнинг ўралишида акс эттирилиши лозим.

Агарда хизмат кўрсатишнинг барча элементлари-профессионал-меҳнат, психологик, этик, эстетиклар-фирманинг барча ходимларига хос бўлиб, гармоник бирликда бўлишсалар, унда у хизмат кўрсатишнинг умумий конструктив стилини яратади. Бундай стил сервис корхонаси имиджининг ўта муҳим элементи бўлиб ҳисобланади, шу сабабли уни кўпинча фирмали стил деб номлашадилар.

Шу билан бирга у шундай ҳолатда шаклланадики, агарда ходимлар хизмат кўрсатиш фалсафасини эгаллаган бўлса. Ушбу фалсафа ҳар бир ходимга-нима учун унга психологик ва этик тайёргарлик кераклигини тушинишга имконият яратади.

Хизмат кўрсатиш фалсафаси сервис тизими фаолиятининг жамиятда ва инсонлар ҳаётидаги ижтимоий белгиланишини очади, ушбу йўналишда фирма ходимлари томонидан қўшиладиган ҳиссани асослайди. Фалсафани амал йўриқномалари ёки хизмат кўрсатишнинг этик қоидалари рўйхати

билан асло бирлаштириш мумкин эмас. Хизматларни ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчиларни тенг ҳуқуқли ҳамкорлар сифатида кўра туриб, уларнинг сервис фаолиятидаги умумий мақсадларини аниқлаб, фалсафа ягона маънавий қадриятларни таъкидлаш (масалан «мижоз ҳамма вақт ҳам ҳақ») имкониятига эга. Ўз навбатида сервис активлигининг барча катнашчиларининг қийин ҳаракатлари ва ўзаро бир бирларини тушинишлари шунга олиб келадики, хизмат кўрсатишнинг позитив самараси бир неча бароварга ошади. Бундай ҳолатда фирмада хайрихоҳлик ва яхши кайфият руҳи ҳукумрон бўлади. Асосийси шундаки ушбу кайфиятни мижозлар ўзларига юктирадилар ва уйларига олиб кетишадилар. Бундай оптимистик кайфият уларни ушбу фирмага яна келишларига имконият беради.

Такрорлаш учун саволлар.

1. Халқаро айрибошлашда кенг тарқалган сервис тизими фаолияти ва хизматлар турларининг йўналишларини кўрсатинг. Ушбу йўналишлар ва хизматлар турлари асосида нима ётибди?
2. Сервис ишлаб чиқаришда хизматнинг ҳаёт цикли тўғрисидаги билимлардан фойдаланиш қандай бўлади?
3. Истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш жараёнининг муҳим босқичлари қандай?
4. Хизмат кўрсатишнинг контакт зонаси дегани нима? Унинг белгиланиши ва функционал хусусиятлари нимада?
5. Хизматлар кўрсатиш шакллари деб нимага айтилади? Сервис фаолиятининг конкрет йўналиши мисолида уларнинг турли хиллигини санаб ўтинг.
6. Дунё хизматлари амалиётида бириктирилган сервис фаолияти тушунчасини ёритинг.
7. Хизматлар хавфсизлиги турларини санаб ўтинг.

8. Хизматлар сифатини бошқариш жараёни нималардан иборат.
9. Сервис маданияти нима асосида шаклланади.
10. Хизматлар кўрсатиш этикаси моҳиятини ёритинг ва унинг асосий компонентларини санаб ўтинг.

Таянч иборалар

Хизмат хавфсизлиги

Сервис маданияти

Сервис этикаси

Хизмат фасафаси

Хизмат сифати

Экологик хавфсизлик

Ахборат хавфсизлиги

Ҳуқуқий хавфсизлик

Молиявий хавфсизлик

Мулкий хавфсизлик

Этик хавфсизлик

IX-БОБ. СЕРВИС ТИЗИМИ ФАОЛИЯТИДА АХБОРОТ СЕРВИСИ ВА ИНТЕНСИВ ТЕХНОЛОГИЯЛАР.

9.1.Хизматлар соҳасида техника ва технологияларни қўллаш борасида ахборот банклари маълумот базаларини яратиш.

Ҳозирги шароитда ўз фаолиятларини амалга ошираётган сервис соҳаси корхона ва ташкилотларининг иш самарадорлиги кўпчилик ҳолатларда фойдаланилаётган ахборот технологияларининг сифатига боғлиқ бўлади. Аввал мавжуд бўлган ахборот тизимларининг кўпчилиги тарқоқ ахборот манбааларидан иборат бўлиб, одатда барча мавжуд ахборот йиғиндиси ва фойдаланувчилар мафлаатларини инобатга олмаган ҳолда тақдим этиларди.

Ҳозирги шароитдаги тараққиёт шу даражага етдики, жамиятни ахборотлаштириш суръатлари ялпи миллий маҳсулотникига қараганда икки баровар кўп бўлмоқда. Бу ўз навбатида яхши иқтисодий қайтимни таъминламоқда. Ривожланган бозор иқтисодиётли давлатларда ахборотлаштириш технологияларига йўналтирилаётган капитал қўйилмалар катта ижобий натижалар бермоқда. Жумладан, ушбу йўналишга сарфланган 1 долларлик ҳаражат 3-5 долларлик фойда келтирмоқда.

Ахборот технологияларини жорий этишнинг замонавий жараёнлари сервис корхоналари томонидан бажариладиган алоҳида функцияларни автоматлаштиришдан тортиб, унинг барча фаолият соҳасини қамрашни ва сўнгра келгусида нафақат у ёки бу функцияларни амалга оширувчи (буюртмалар сонини қайта ишлаш, прогнозлаштириш, эҳтиёт қисмларнинг сони ва ҳоказолар) балки дастурларни яратишни кўзда тутувчи автоматик тизимлар ҳақида ҳам боради. Ушбу тизимлар сервис хизмат кўрсатишдаги бошқарув ва техник ходимларни нафақат қийин бир тарафлама ишдан холос этади, балки уларни хизмат кўрсатиш тизимининг элементлари билан ўзаро ҳаракатларидаги руҳий қирраларни ҳам инобатга олиш имконини беради.

Сервис корхоналари ва улардаги хизмат турларини ривожлантиришга катта таъсирни воз кечишлар интенсивлигининг ошиши, ўзининг техник ресурсларини ишлаб бўлган маиший асбоб-ускуналарнинг кафолатли ва кафолатдан кейинги бузилишлар маромийлиги каби кўрсаткичлар кўрсатади.

Маиший техника ва асбоб-ускуналарнинг эскирган агрегатларини қайта тиклаш зарурияти вужудга келади. Чунки ишлаб чиқаришдан олинган маиший техниканинг эҳтиёт қисмларини ишлаб чиқиш кўпинча амалга оширилмайди.

Таъмирлаш бўйича хизматларни сифатли ва тезкор бажариш учун корхоналарда таъмирлаш бўйича (қайта тиклаш, тайёрлаш), маҳаллий ва чет элларда ишлаб чиқарилган маиший машиналар ва асбобларни (музлаткич, кир ювиш машиналари ва ҳоказолар) лойиҳалаштириш ва ўрнатиш бўйича барча ахборотни олувчи ва қайта ишловчи хизматлар ташкил этилмоқда.

Замонавий асбоб-ускуналар ва техниканинг ишончилигини ўрганиш замонавий ахборот технологияларидан фойдаланишга асосланади. Кўпчилик сервис корхоналари ушбу мақсадни амалга ошириш мақсадида локал алоқа тизимига уланган компютерлар билан жиҳозланган.

Сервис соҳасида ахборот тизимини босқичма босқич амалга оширишнинг ўртадаги бўғинларидан бири бўлиб, МДХ давлатлари сервис корхоналари билан ўзаро алақаларни ўрнатишда интернетдан фойдаланиш ҳисобланади. Сервис тизими соҳасида ахборот технологияларини жорий этиш қуйидаги масалаларни ечишни талаб қилади;

- оператор томонидан чет эллик ва маҳаллий шериклар, давлат, фирма, корхона иши барқарорлиги, маҳсулот ва хизматлар баҳоси кабилар бўйича маълумот базасини яратиш;
- маҳаллий ва чет элларда ишлаб чиқарилган маиший машиналар ва асбоб-ускуналарнинг турли хиллари ва моделлари баҳолари ва уларга бозордаги талабни таҳлил қилиш;

- маиший машиналар ва асбоб-ускуналарнинг функционал, органик ва эстетик хусусиятлари тавсифидаги маълумот ва реклама тавсифидаги маълумотни шакллантириш;

- тайёрловчи - заводлар билан шартномаларнинг бажарилиши, сервис корхонасининг маиший машиналар ва асбоб-ускуналарнинг таъминотчилари билан молиявий ўзаро ҳисоб-китобларининг ҳисоби ва назорат тизимини шакллантириш;

- кафолат муддати ва кафолат муддатидан кейинги пайтда таъмирланиш мобайнида мавжуд бўлган носозликлар, нуқсонлар туфайли барча воз кечишларни тадқиқот қилиш, технологик ва ишлаб чиқариш жараёнини таҳлил қилиш;

- ишлаб чиқарилаётган ва таъминланаётган маҳсулотларнинг ишончлилигини ва ишлаб чиқаришнинг барқарорлигини ошириш бўйича чора-тадбирларни ишлаб чиқариш ва жорий этиш, ҳамда маиший машиналар ва асбоб ускуналарни таъмирлашнинг янги компонентлари, материаллари ва прогрессив усуллари яратиш;

- турли хилдаги сервис ишлари (хизматлари) учун буюртмаларни қабул қилиш бўйича ҳужжатлаштиришни шакллантириш.

Замонавий ахборот банклари ва ахборотни айрбошлаш тизимлари конкрет турдаги истеъмолчилар ва ахборотни ушловчилар манфаатларига асосланади ва максимал даражадаги маълумотларни ўз ичига олади.

Ахборот банклари ва маълумот базаларининг яратилиши, сервис соҳасида маркетинг фаолиятини ташкил этиш учун асос бўлиб ҳисобланади. Ушбу соҳада маркетингни ривожлантириш ҳозирги давр талаблари даражасидан келиб чиқади ва зарурий фаолият ҳисобланади. Сервис ташкилотлари бозорга қарашли оператив маркетинга қанчалик тез ўтишсалар, шунчалик фан-техника тараққиётининг жадаллашишига эришишадилар.

Фаолиятнинг истиқболли йўналиши бўлиб, истеъмолчиларга бозордаги ҳолат ва талабнинг ривожланиш истиқболлари ҳақида маълумот

берувчи маълумотлар банкни яратиш ҳисобланади. Бундай маълумотлар банкига мисол бўлиб, машиналарнинг тармоқ комплекс системаси ҳисобланади. (МТКС).

Яқин кунларгача аҳолига сервис хизмат кўрсатишда илмий-техник тадқиқотларни истиқболли таҳлил қилиш, корхоналарга ҳақиқий фойда келтирадиган маҳсулотни танлаб олиш имконини берадиган ягона ахборот тизими бўлмаган.

Маиший хизмат кўрсатиш билан шуғулланувчи сервис корхоналари учун машинасозлик комплекси жуда кам миқдорда замонавий техникаларни ишлаб чиққан. Натижада ишлаб чиқариш иккинчи даражада бўлган, ишлаб чиқариш учун ресурслар эса қолдиқ тамойилига асосланган.

Ушбу ҳолат шунга олиб келдики, маиший хизмат кўрсатишдаги технологик жараёнларда қўлланиладиган асбоб-ускуналар, машиналарнинг кўпчилик қисми халқ хўжалигининг бошқа тармоқларидан олинган бўлиб, ушбу асбоб-ускуна ва машиналар қолган тармоқлар талабларини инобатга олган ҳолда яратилган. Бундай турдаги асбоб-ускуналарнинг қўлланилиши шундай технологик занжирларнинг пайдо бўлишига олиб келдики, ундаги асбоб-ускуналар ўзларининг технологик тавсифларига кўра бир бирлари билан ёмон боғланишган. Бундай ҳолат қўлланилаётган асбоб-ускуналарнинг 40-50% ишлатилмаслигини, паст меҳнат унумдорлигини, энергетик ресурсларнинг катта ҳаражатини, паст фондлар қайтимини таъминлади ва унинг натижаси сифатида хизмат кўрсатиш таннархининг асоссиз равишда ошишига олиб келди.

Маиший хизмат кўрсатиш корхоналари учун махсус яратилган асбоб-ускуналар ҳам умумтармоқ вазифаларини инобатга олган ҳолда комплекс жиҳатдан баҳоланмаган ва таҳлил қилинмаган. Унинг яратилиши кўпчилик ҳолатларда тизимсиз ва локал тавсифга эга бўлган. Бу бошқа тесқари ҳолатга – ҳаддан ташқари ихтисослашишга олиб келди. Асбоб-ускуна қолган технологик жараёнларда ҳам қатнашиши мумкинлигини инобатга олмаган ҳолда махсус бир технологик жараён учун яратилиши шунга олиб келдики,

жуда кўп сонли аравачалар, махсус столлар ва стеллажларни ишлаб чиқаришга тўғри келинди. Жумладан, фақат аравачаларнинг 30 га яқини ихтиро этилди. Буларнинг айримларигина ишлаб чиқаришга жорий этилди, қолганлари эса «токчаларда қолиб кетаверди». Бошқача сўз билан айтганда асбоб-ускуналарни яратиш учун пул сарфланди, қайтим эса қарийиб бўлмади. Ундан тор ихтисослаштирилган асбоб-ускунани катта партияларда ишлаб чиқаришнинг имкони бўлмади ва бу асбоб-ускуна баҳосининг ошишига бевосита таъсир кўрсатди.

Лекин пулларнинг самарасиз сарфланишининг энг асосий сабаби – бу алоҳида операциялар учун асбоб-ускуналарнинг аввалги ва келгуси операциялар техник тавсифларини инобатга олмаган ҳолда ишлаб чиқарилишидир. Бу шунга олиб келдики, алоҳида операциялар учун янги асбоб-ускуналарнинг жорий қилиниши меҳнат унумдорлигини оширмайди ва ишлар таннарини камайтирмайди, чунки барча технологик жараёнларнинг тавсифи бир операция билан аниқланмайди. Фақатгина барча «тор» жойларнинг келишилган ҳолда ҳал этилиши фондлар қайтимининг кескин равишда ошишини таъминлайди. Янги техниканинг яратилишига комплекс ёндошишни амалга ошириш имконини машиналар, ускуналар ва асбобларнинг тармоқ комплекс системаси (МТКС) беради. Бундай система асбоб-ускуналар бозоридаги мавжуд конъюнктурани инобатга олган ҳолда ҳам умумтармоқ, ҳам алоҳида хизматлар нуқтаи назаридан технологик жараёнларни тўлиқ комплекс таҳлил қилиш имконини беради. МТКСнинг қўлланилиши маблағларнинг кескин тежалишига олиб келади ва уларни биринчи навбатда муҳим бўлган ва жорий этилганда максимал самара берадиган асбоб-ускуналар комплектларни ишлаб чиқишга йўналтириш имконини беради. Ундан ташқари фойдаланилмаётган қувватларни марказлаштиришни аниқлаш имкониятлари пайдо бўлади, фаолият турларига мос келмайдиган асбоб-ускуналарни модернизация қилиш, шунингдек, ўз кучи билан ишлаб чиқариладиган асбоб-ускуналарнинг тор ихтисослашувини кенгайтириш имкониятлари пайдо бўлади.

Юқорида қайд қилинганларни ҳақиқий режалаштириш МТКС маълумотлари банкига таянган «Космос» номли автоматлаштирилган иш жойида амалга оширилади. Ушбу автоматлаштирилган иш жойи ҳар қайси йил учун қайси турдаги асбоб – ускунани яратиш, модернизация қилиш ёки ишлаб чиқаришдан олиш, шунингдек ушбу ишлар учун қанча илмий салоҳият зарур бўлади, бу қанча туради ва қанча самара беришини таҳлил қилиш имконини беради.

Технологик асбоб – ускунанинг паспортларини тузатиш ва тўлдириш бўйича иш доимий равишда амалга оширилади. Бошқача қилиб айтганда, маълумотлар баъзасида доимий равишда энг охирги янги ва тўлиқ ахборот бўлади. Бундай амалёт шунинг кафолатини берадики, бирор бир асбоб – ускуна номи кўздан қочирилмайди, агарда улар ишлаб чиқаришдан олинса ёки маънавий эскирса, унинг модернизацияси ёки янгисига алмаштириш тўғрисида доимий равишда савол қўйилади.

Янги асбоб – ускунани жорий этишда муҳим аҳамиятни бутлаш ва таъминлаш масалалари эгаллайди. Ягона ва ўта замонавий асбоб – ускунанинг таъминоти ҳам МТКСга мос равишда танланган асбоб – ускуна комплекти берадиган самарани таъминламайди.

МТКСнинг асосий хусусиятли томонларидан бири бўлиб, унинг келгусида янада ривожлантириш тамойили ҳисобланади. Унинг маъноси шундан иборатки, ушбу тизим янги жараёнларни, янги асбоб – ускуналарни ахборот таъминотини яхшилаш орқали доимий такомиллаштиришни кўзда тутади.

Ҳозирги кунда машиналарнинг комплекс тармоқ системаси кенг тарқалган кўп даражали ахборот тизимини ташкил этган бўлиб, маълумотлар баъзасини бошқариш системаси орқали (МББС) назорат қилинади.

Системанинг асоси бўлиб технологик асбоб – ускуналар, жиҳозлар паспортлари маълумотлари базаси ҳисобланади. Улар асбоб – ускуналарнинг ўзига хос хусусиятларини акс эттирувчи гуруҳларга тақсимланади ва қандайдир даражада тармоқ белгиларини ҳам. Маълумотлар баъзасини

бошқариш системасини ва амалий дастурлар пакети ёрдамида паспортлар кутубхонаси биринчисига тескари алоқада бўлган қийинроқ тавсифдаги яна бир маълумотлар баъзасига мослаштирилади. Технологик занжирларнинг ушбу маълумотлар баъзаси тўрт даражали бир – бирига бўйсунитишга эга бўлади ва кичик соҳаларни ташкил этиш имконини беради. Асбоб – ускуна паспортининг кирувчи маълумотлари таркибий birlikлари бўлиб ахборот оқимларининг катта сони (10 тагача) ҳисобланади. Иккинчи маълумот базасининг қийин таркибий қисмлари қариб барча турдаги хизматлар бўйича турли шаклдаги ахборотларни олишда катта имкониятларни вужудга келтиради. Бу ерда шуни таъкидлаш лозимки, ҳозирги шароитда МТКС нинг ривожланиши халқ хўжалигининг бошқа тармоқларида ва чет эллардаги шу даражадаги ахборот системаларининг ривожланишига ўхшайди. МТКС даги маълумотлар базасини бошқариш ва тартибга солиш муаммоларни ҳал этиш учун, икки амалга ошириш концепцияси қабул қилинган.

Биринчидан, МТКС нинг дастурли таъминоти яхлит ҳолдаги маълумотлар базасидан фойдаланувчиларнинг барчаси ўртасидаги умумий интерфейсни қўллаб қувватлашни таъминловчи йўналишда ривожланмоқда. Фойдаланувчилар бундай ҳолатда маълумотни мустақил равишда сақлаши мумкин. Бу ҳар қандай даражада тайёргарлик кўрган фойдаланувчига ягона методикага асосан тармоқ талабларига мос ҳолда маълумотлардан бемалол фойдаланиш ва уларни янгилашга имконият яратади. Бу ерда маълумотлар базасини бошқариш системаси бир томондан ёрдамчи - услубчи сифатида, иккинчи томондан эса назоратчи сифатида намоён бўлади. Шундай қилиб, маълумотлар базасини бошқариш системасини маълумотлар системасини манипуляция қилиш учун умумлаштирилган жиҳоз бўлиб ҳисобланган дастурли таъминотдир.

Иккинчидан, кўпчилик ҳудудларда маълумотлар баъзаси маъмури (МБМ) шакли жорий қилинмоқда. Ташкилий жиҳатдан МБМ ўз ичига МТКС ни дастурли таъминлаш бўйича оператив системалар, амалий дастурлаштириш ва тармоқ, ундаги ахборот эҳтиёжлари тўғрисида

тасаввурга эга бўлган мутахассисларни ўз ичига олади. Доимий маслаҳатчилар сифатида тармоқ гуруҳларининг мутахассислари ҳисобланадиган технологлар, экологлар, метрология ва стандартлаштириш бўйича мутахассислар, асбоб – ускуналарнинг яратувчилари ва ҳоказолар жалб қилинади. Мутахассисларнинг бундай ассоциацияси ахборот ресурсларини марказлаштирилган бошқариш маълумотларни қайта ишлаш, тизимини такомиллаштириш зарурияти туфайли вужудга келади. Маълумотлар баъзаси маъмури функцияларига фойдаланувчилар эҳтиёжларини таҳлил қилиш, маълумотлар базасини лойиҳалаштириш ва ривожлантириш, уларни жорий қилиш, янгилаш, фойдаланувчиларни ўқитиш ва уларга маслаҳат бериш кабилар киради.

МТКСнинг маълумотлар баъзасини бошқариш доирасида доимий равишда қуйидаги ишлар олиб борилади:

- янги тармоқ гуруҳлари ва йўналишларини жорий этиш йўли билан (масалан коммунал кир ювиш – фабрикалари, транспорт воситаларини таъмирлаш ва ҳоказолар) ахборот тизимларини кенгайтириш ва ривожлантириш, тармоқда фойдаланиладиган асбоб – ускуналар рўйхатини тўлдириш (масалан метрологик), шунингдек ҳар бир алоҳида асбоб – ускуна паспортидаги маълумотларни тўлдириш;

- кўргазмалар, ғоялар ярмаркаси, семинарлар, шунингдек серияли ишлаб чиқаришда ўзлаштириш учун асбоб – ускунани жойлаштириш бўйича комплекс билан ишлашда МТКСнинг ахборот потенциалидан фойдаланиш;

- турли қизиқиш билдирган ташкилотларга зарурий ахборотни таҳлил қилиш, келишиш ва тақдим этиш. Бундай ахборот сезиларли равишда маиший хизмат кўрсатишнинг ёки бу кичик тармоғини ривожлантириш бўйича ҳудудий бошқарув органларининг қарорларига таъсир кўрсатади ва таълуқли равишда ушбу корхоналарнинг молиялаштирилишига ҳам;

- МТКСнинг янги йўналишларини (масалан метрология, экология, коммунал хизматлар ва ҳоказолар) ривожлантириш бўйича маслаҳат бериш ва назорат қилиш;

- таклифларни таҳлил қилиш, кирувчи ва чиқувчи ахборот шакллари яратиш, модернизациялаш ва жорий этиш;

- маълумотлар базасига киритилган ҳужжатларнинг мазмуни ва шакли бўйича назорат функцияларини амалга ошириш.

МТКСнинг ахборот тизимини доимий тайёргарликда сақлаш ва қизиқтирилаётган маълумотни беришга доимий равишда тайёр бўлишни қўллаб қувватлаш асбоб – ускуналар паспортлари ва технологик занжирлар маълумотлар базасини доимий равишда янгилаш бўйича назоратни амалга оширишни тақозо этади.

Бу ерда шуни таъкидлаш лозимки, ҳар бир кирувчи шакл билимлар кутубхонаси ҳисобланади ва махсус амалий дастурлар пакети ёрдамида қўллаб қувватланади.

Асбоб – ускуналарнинг қуйидаги шакллари мавжуд:

- а) бир номланишдаги асбоб - ускуналар учун;
- б) бир гуруҳга кирувчи асбоб – ускуналар учун;
- в) технологик занжирлар учун асбоб – ускуналарга;
- г) тармоқ гуруҳлари хизматлари учун;
- д) жами тармоқ учун.

Ҳар бир паспорт қуйидаги маълумотларни ўз ичига олади:

- асбоб – ускунанинг номланиши ва маркасини;
- ишлаб чиқарувчи – вазирлик;
- ишлаб чиқарувчи – корхона;
- йиллар бўйича асбоб – ускунанинг ҳолати. 1 йил – дастлабки талабларни тасдиқлаш йили; 2 йил – техник вазифаларни тасдиқлаш йили; 3 йил – техник ҳужжатларни ишлаб чиқиш йили; 4 йил тажрибали намуналарни қабул қилиш йили; 5 йил – серияли ишлаб чиқаришни ўзлаштириш. Модернизациялаштириш, яратиш ва ишлаб чиқаришдан олиш икки маънода бўлиши мумкин: 0 ёки 1, бу ерда 1 асбоб – ускуна буни талаб қилишни англатади, 0 эса – талаб қилмасликини;
- ишлаб чиқарувчи – давлатни;

- қисқача техник тавсифни;
- асбоб – ускунанинг баҳосини;
- сўмлардаги иқтисодий самарани (эксперт баҳоланиш)

Охирги қаторда МТКС бўйича асбоб-ускуна коди кўрсатилади.

Хизматлар турлари бўйича намунавий технологик занжирлар, хизматларни ишлаб чиқаришда фойдаланиладиган ва серияли ишлаб чиқариладиган асбоб-ускуналар, ҳамда келгусида ҳар бир технологик операциялар учун эскирганларини алмаштиришга таклиф этиладиганларини ҳам.

Яқин 10 йил ичида йиллар бўйича меҳнат унумдорлигининг ошиши ва янги асбоб-ускуна жорий этиш ҳисобига кўзда тутилаётган ўзгаришлар акс эттирилган технологик занжирлар паспорти қуйидаги маълумотларни ўз ичига олади:

- асбоб-ускунанинг қийматини;
- сўмлардаги қўшимча қийматни (асосий фондлар қайтими минус асосий фондларнинг актив қисми минус капитал ва ижарага олинган бинолар баҳоси);
- сменадаги буюртмалар бўйича занжирларнинг қуввати;
- эҳтиёж (аҳолининг хизматларга бўлган талабини қондириш учун шундай занжирларнинг қанчаси зарур бўлади);
- иш сменалиги;
- ишловчилар сони;
- иш жойларининг сони.

Ундан ташқари, занжирлар учун паспортда қуйидагилар акс эттирилади:

- 1 қаторда – хизматларнинг тармоқ гуруҳи коди ва номи;
- 2 қаторда – ишлар турларининг коди ва номи;
- 3 қаторда – корхонанинг коди ва номи;
- 4 қаторда – йил бўйича занжирнинг қуввати ва коди.

Зарурият туғилганда махсус дастур ёрдамида ҳар қандай кизиқтирилган масала бўйича керакли маълумотларни олиш мумкин. Ундан ташқари ахборотни нафақат қоғозга чиқариш орали узатиш мумкин, балки магнит ленталари ва қаттиқ дисклар орқали ҳам амалга ошириш мумкин.

МТКС асбоб-ускуналар ва технологиялар бўйича ахборот бозорида асосий йўл кўрсатувчи бўлиб ҳисобланади. Фойдаланувчига минимал харажатлар эвазига энг янги ва ҳаққоний маълумотларни олиш имконини беради, шунингдек ўз ишлаб чиқаришни келажакда ривожлантириш учун маслаҳат бериш имкониятларини вужудга келтиради.

Ривожланган бозор иқтисодиётли давлатлардаги катта корпорациялар кўпинча ўз таркибига турли хилдаги ишчан хизматларни кўрсатувчи фирмаларни олади.

9.2 Туризмдаги сервис тизими фаолиятида ахборот технологияларини қўллашнинг асосий йўналишлари

Республикамизда ҳозирги шароитда туристик хизматларни мувоффақиятли амалга ошириш кўпчилик ҳолатларда корхоналарнинг ахборот таъминланганлигига боғлиқ бўлади. Бу ерда шу нарсани таъкидлаш лозимки, Ўзбекистонда ахборот технологияларини ишлаб чиқариш кўпинча компьютер ёрдамида ҳужжатларни расмийлаштириш бўйича кичик гуруҳларни тузиш, котибиятлар ҳужжатларини системалаштириш, кичик амалий ва тадқиқот вазифаларини ечиш учун локал база маълумотларини яратиш каби кичик вазифалар билан чекланади.

Ахборот тизимларини ривожлантиришнинг келажакдаги асоси бўлиб, сервис ташкилотларининг барча бўлимлари ишларини бирлаштирувчи ва ахборот ресурсларига кириш имконини берадиган архивларни шакллантирадиган очиқ ахборот технологиялари ҳисобланади. Ҳозирги кунда бундай ахборот технологиялар узок келажакка қолдирилмоқда. Бунга

асосий сабаб сифатида шу нарса келтирилмоқдаки, бошқарувнинг автоматлаштирилган тизими туридаги системаларни ишлаб чиқиш сармоялар билан таққосланган натижаларни бермайди. Ахборот билан ишлашнинг бундай тамойили Республикамизда фаолият юритаётган кўпчилик корхона, ташкилот ва фирмаларга хосдир. Бундай ҳолат хусусий сектор вакиллариغا ҳам тегишлидир.

Лекин шу нарса аён бўлиб бормоқдаки, охириги йиллар давомида Ўзбекистон дунё ахборот бозорининг тенг ҳуқуқли иштирокчисига айланиб бормоқда ва шу сабабли ҳар қандай лойиҳалар дунёда ишлаб чиқилган технологияларнинг асосийларидан фойдаланиш мақсадга мувофиқ вазифа бўлиб ҳисобланади.

Ҳозирги кунда техник воситалар бозори етарлича тўйинган ҳисобланади, шу сабабли функционал белгиланиши, сифати, баҳоси, дизайни ва бошқалар бўйича, турли ҳолдаги асбоб-ускуналарни танлашнинг кенг имкониятлари мавжуд бўлади.

Ўзбекистонда туризмни янада сифатлироқ фаолият юритиши, унинг барча ижтимоий ва иқтисодий функцияларни амалга ошириши, унинг ҳақиқий индустрияга айланиши учун, туристик маҳсулотни ишлаб чиқиш ва истеъмолчиларга етказиш бўйича барча буғинларнинг ўзаро ҳаракатлари ва фаолиятлари самарадорлигини кескин равишда ошириш зарур бўлади. Ушбу мақсад қуйидаги вазифаларни амалга оширишни кўзда тутлади:

- Якка тартибдаги ва гуруҳли турлар учун бизнес бўйича ҳамкорларнинг туристик хизматларни таклиф этишнинг келишилган ҳолдаги шаклланиши;

- Турли хилдаги туристик маҳсулотларни бозор талаби ва баҳоларини таҳлил қилиш;

Маҳсулотни бозорга чиқариш вақтини камайтириш;

- Дастурли турларни (ўқув-англаш, конгресс, спорт, ов, оилавий, якка тартибдаги ва шоп турлар ва ҳоказолар) шакллантириш учун ахборот технологик имкониятларини тақдим этиш;

- Молиявий-иқтисодий кўрсаткичларнинг яхшиланиши;
- Реклама ва ахборотнинг (масалан мултимедия базасида) янги турларини ишлаб чиқиш;
- Сайёҳларни чет элларга юбориш ва мамлакат ичидаги сайёҳларни (шу жумладан бошқа туристик фирмалар билан ўзаро ҳаракатда) ташкил этиш учун гуруҳни оператив комплектлашнинг самарали воситаларини таъминлаш;
- Меҳмонхонадаги жойларни резервлаштиришни автоматлаштириш, турли хилдаги транспортга чипталарни бронлаштириш, транспорт ва бошқа воситаларни ижарага олиш учун буюртмаларни тайёрлаш;
- Бош турагентлик ва агентлик шаҳобчаларининг ўзаро ҳаракатдаги эгилувчанлик ва оперативлигининг таъминланиши;
- Путевкаларни сотишда истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш сифатини ошириш (маршрут ва турлар, баҳолар ва хизматлар тўғрисида маълумот тақдим этиш, турли маршрутлар ва давлатларга путевкалар мавжудлиги ва хизмат кўрсатиш);
- Сервис тизими фаолияти учун юқори малакали мутахассисларни тайёрлаш, ривожланган бозор иқтисодиётли давлатларда мавжуд бўлган даража ва истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш халқаро туризм маданиятига хос бўлган янги ахборот технологияларига босқичма-босқич ўтиш.

Юқорида қайд қилинган устувор йўналишларни мувофақиятли ҳал этишнинг воситаларидан бири бўлиб, ривожланган давлатларда қўлланиладиган АМАДЕУС, АППАЛО ва бошқа турдаги системаларга ўхшаш локал ахборот тармоқлари ва телекоммуникацион тизимлар базасидаги туристик хизматлар бозорини ахборотлаштириш ҳисобланади.

Шу ерда таъкидлаш лозимки, ҳозирги кунда республикамиздаги кўпчилик фирмалар компьютерлар локал тармоқлар билан жиҳозланган, интернет орқали турли давлатларда жойлашган бошқа фирмалар билан алоқага эгадир.

Яна бир эътиборга лойиқ нарсa шундан иборатки, ҳозирги пайтда айрим туристик агентликлар ёки туроператорлар компьютерлардани асосий ва ёрдамчи функцияларни автоматлаштириш учун фойдаланиш ҳолатидадирлар.

Ўзининг функционал белгисига кўра туристик агентликлардаги компьютерлар системалари уч классга бўлинади:

1. Истемолчиларга сервис хизматларини бажаришни таъминловчи асосий системалар. Уларда оператор резервлаштиришни бош компьютер тизимига (COMPUTER RESERVATION SYSTEM-CRS) кириш ҳисобига амалга оширади.

2. Туристтик агентликларни хизмат функционаларини автоматлаштирувчи ёрдамчи системалар. Улар ҳисоб рақамлари, чипталар ва йўл харитаси каби ҳужжатларни шакллантириш, шунингдек бош компьютер ва транспорт системалари билан ўзаро ҳисоб-китобларни амалга оширишда қўлланилади.

3. Компаниялар фаолиятлари тўғрисидаги маълумотларни долзарблаштирувчи ва раҳбариятга қарорлар қабул қилиш учун маълумот тақдим этувчи бошқарув системалари.

Янги компьютер тизимлари. Ушбу функционал интеграллаштиради ва мустақил агентлар учун ҳам имконият яратади, чунки уларда фойдаланиш баҳолари деярли ўзгармас бўлиб бормоқда.

Ҳозирги пайтга келиб, бир қанча ҳаракатдаги ва фойдаланувчилар учун (туристик фирмаларга) таклиф этилаётган тайёр дастурли воситалар мавжуд. Уларнинг биринчисига локал ҳисоблаш тармоқлари муҳитида яратилган тизимлар киради ва улар бир бинода жойлашган туристик фирмалар фаолиятларини ахборот каналаридан фойдаланган ҳолда уларнинг ташқи ўзаро алоқаларни автоматлаштирилмаган ҳолда таъминлайди. Маълумотлар базаси сервис деб номланадиган марказий ва қуввати баланд бўлган машинада жойлашади, фойдаланувчининг улар автоматлаштирилган жойларида туриб кириши, тармоқли асбоб-ускуна, тармоқ математикаси ёрдамида таъминланади.

Иккинчи классдаги тизимлар дастурли комплекслар имкониятларини очади ва уларга қўшимча сифатида сотиш буюмлари билан ажратилган каналлар пакет режимида туроператорнинг модем алоқаси сотилади, алоҳида ҳолларда эса бир шаҳар (вилоят) бошқа туманларида жойлашган бошқа меҳмонхоналари билан ҳам.

Учинчи классга ҳаракатдаги ёки янги яратилаётган глобал телекоммуникация тармоқларидан фойдаланишга асосланган туроператорлар учун тизимлар киради. Бундай ҳолларда у ёки бу фирманинг туристик маҳсулоти тўғрисидаги асосий база маълумотлари глобал тармоқнинг ахборот марказларида (буғинларида) жойлашади ва барча тармоқлардан фойдаланувчилар учун on-line режими бўйича узайтирилган кирим амалга оширилади

Биринчи қисмга киритилган дастурга комплексларнинг вакили бўлиб «Инфотур» деб номланадиган автоматлаштирилган тизим ҳисобланади. У Windows учун СУБД ФОКСПРО тармоқ версияси муҳитида яратилади ва туроператор томонидан туристик маҳсулотни шакллантириш ва сотиш учун мўлжалланган.

Дастурнинг фойдаланувчи билан мулоқати кўп ойнали интерфейс шаклида амалга ошади. Улар тугмача - пиктограммалар ёрдамида содир этилади. Бундай тугмачалар асосий менюда 12 та, шу жумладан «Маршрут», «Отел», «Тур-шерик», «Истеъмолчи», «Экскурсия», «Валюта», «Транспорт», «Хужжатлар», «Якка тартибдаги тур», «Авиарейс».

Ҳар бир тугмача сервис фаолияти бўйича маълумот базасини ўз ичига олади, масалан, «Отел» тугмачаси маълум ҳудудда, шаҳарда, туманда жойлашган туристларга жойлаштириш жойлари, туристик меҳмонхона классификацияси, апартаментлар турлари, йилнинг мавсумига боғлиқ баҳолар кабиларни тўлиқ тавсифлайди. Юқорида қайд қилинган кўрсаткичлар қўйилган талабларни қондирадиган отелларни қидиришнинг меъзони сифатида гавдаланади.

Қолган кўрсаткичлар тўплами эса асосий расценкалардан, скидкалар миқдорини турли хилдаги овқатлантириш хизматларини ташкил этишни, шунингдек қўшимча сервисни (банкет заллари, кодиционерлар, турли тойифадаги ногиронларни қабул қилиш, турли телевизион системаларнинг мавжудлиги ва хоказолар) тавсифлайди.

Ушбу кўрсаткичларнинг аҳамиятини коррективка қилиш, хотирадан ўчириш ёки янги маълумот билан тўлдириш мумкин.

«Инфотур» тизимининг афзаллиги бўлиб, шунингдек яқка тартибдаги турни (истеъмолчининг буюртмаси бўйича) яратиш режими ҳисобланади. Фойдаланувчига ёрдам тариқасида таклиф этилаётган хизматларга мос равишдаги тўлиқ кўрсаткичлар тақдим этилади. Бундай кўрсаткичлар жумласига: ҳудуднинг (давлатнинг), шаҳарнинг, меҳмонхонанинг номи, жўнаш муддати, сайёҳат кунлари ва тунлари сони, унинг бошланиш муддати, баҳоси, маршрути, экскурсион дастури, сервис фаолиятининг турли хилдаги турлари, овқатланиш хизматлари, туристик трансфери ва бошқалар кирази.

Туристик бозордаги «инфотур» сервис фаолияти хизматлари тизимининг асосий тушунчалари жумласига қуйидагиларни келтириш мумкин:

- «Турагент»- туристик маҳсулотни сотиш бўйича вазифалар;
- «Трансфер» - истеъмолчиларни турли транспорт воситалари ёрдамида ташишни ташкил этиш, назорат ва ҳисобот;
- «Овқатлантириш» - таширф буюрувчиларни ресторанларда, ошхоналарда, туристик сайрларда ва хоказоларда овқатлантиришни ташкил этиш, назорат ва ҳисобот бўйича вазифалар тўплами;
- «Меҳмонхона»- истеъмолчиларни меҳмонхона, турбазалар, хусусий секторда яшашларини ташкил этиш, назорат қилиш ва ҳисобот;
- «Пудратчи»- қолган пудратчилар томонидан тақдим этилаётган хизматлар жараёнларини ташкил этиш, назорат қилиш ва ҳисобот;
- «Турменежер» комплексида қуйидаги гуруҳдаги вазифалар кўзда тутилган:

- туристик маҳсулотларнинг дастурлари ва калкуляциялар ҳисоби ва туристик маҳсулотлар маълумотларининг базасини киритиш (исми шарифи, туғилган йили, манзили, телефони, қачон дам олган, қандай эътирозлари ва таклифлари бўлган, қайси агентдан ёки тарқатувчидан путевка сотиб олган, қачон яна дам олишни хоҳлайди);

- истеъмолчиларга туристик маҳсулотни сотишнинг регламент муолажаларини бажарган ҳолдаги қуйидаги маълумотларни ўз ичига олган жадваллар йиғиндиси (маълум кун ва давр учун) : сотишлар сони, кимга ва ким томонидан сотилади, меҳмонхоналардаги номерларнинг ва транспортдаги жойларнинг типлари ва турлари, қўшимча сервис хизматлари, келиш муддатлари, субпудратчиларга хизматлар учун ҳақ тўлаш бўйича маълумотлар, ҳисоб рақамидаги қолдиқлар ва ҳоказолар.

- норматив-маълумотнома ахборотини жорий этиш;
- истеъмолчилар тўғрисида маълумотлар базасини жорий этиш.

Ҳар қандай жадвал ёки текст маълумотларини файллардан фойдаланувчининг хоҳишига кўра тўлиқ ҳажмда ёки керакли даражада чиқариш имкониятлари кўзда тутилган.

Текшириш учун саволлар:

1. Сервис тизими соҳасидаги ахборот тизимларининг роли қандай?
2. Сервис тизими соҳасида ахборот технологияларини такомиллаштириш учун қандай вазифаларни ечиш лозим?
3. Сиз сервис тизими соҳасида фойдаланиладиган қандай замонавий ахборот тизимларини биласиз?
4. МТКСда сервис корхоналарининг асбоб – ускуналар бўйича қандай маълумоти сақланади ?

5. Туристтик маҳсулотни самарали сотишда ахборот тизимларининг роли қандай?

6. Туристтик хизматларни кўрсатишда ахборот технологияларидан фойдаланишнинг қандай ўзига хос хусусиятлари мавжуд?

7. Туристтик ва меҳмонхона хизматларини кўрсатувчи сервис корхоналари томонидан фойдаланилаётган замонавий дастурли таъминот қандай хусусиятларга эга?

Таянч иборалар

Ахборот технологиялари

Ахборот тизимлари

Локал алоқа тизими

Тармоқ комплекси системаси

Маълумотлар базаси

Технологик занжирлар

Туристтик фирмалар

Инфотур

Трансфер

Пудратчи

Турменджер

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. - Т., «Ўзбекистон», 1993.
2. «Монополистик фаолиятдан чиқариш тўғрисида» ги қонуни. - Т., «Ўзбекистон» 1991.
3. «Хўжалик жамиятлари ва ширкатлар тўғрисида» ги қонуни. - Т., «Ўзбекистон», 1992.
4. «Истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида» ги қонуни. - Т., «Ўзбекистон», 1996.
5. «Товар бозорларида монополистик фаолиятни чеклаш ва рақобат тўғрисида» ги қонуни. - Т., «Ўзбекистон», 1996.
6. «Товар ишлаб чиқарувчилар ва тадбиркорлар палатаси тўғрисида» ги қонуни. - Т., «Ўзбекистон», 1997.
7. «Тадбиркорлик субъектлари фаолияти эркинлигининг кафолатлари тўғрисида» ги қонуни.– Т.: Ўзбекистон, 2002.
8. «Хўжалик ширкатлари тўғрисида» ги қонуни.– Т.: Ўзбекистон, 2002.
9. «Мулкчилик тўғрисида» ги қонуни. 1990 йил 31 октябр.
- 10.«Тадбиркорлик тўғрисида»ги қонуни. 1991 йил 15 феврал.
- 11.«Корхоналар тўғрисида»ги қонуни. 1991 йил 15 феврал.
- 12.«Кооперация тўғрисида» ги қонуни. 1991 йил 14 июн.
- 13.«Монополистик фаолиятни чеклаш тўғрисида» ги қонуни. 1992 йил 2 июл.
- 14.«Банкротлик тўғрисида» ги қонуни. 1994 йил 5 май.
- 15.«Бухгалтерия ҳисоби тўғрисида» ги қонуни. 1996 йил 30 август.
- 16.«Товар бозорларида монополистик фаолиятни чеклаш ва рақобат тўғрисида» ги қонуни. 1996 йил 27 декабр.
- 17.“Акциядорлик жамиятлари ва акциядорларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш ҳақида” ги қонуни. 1996 йилнинг 26 апрелидаги
- 18.“Хорижий инвестициялар тўғрисида” ги Қонуни. 1998 йилнинг 30 апрел
- 19.“Инвестицион фаолият ҳақида” ги қонуни. 1998 йилнинг 24 декабр

- 20.«Хусусий тадбиркорлик субъектлари, кичик ва ўрта бизнесни ривожлантиришни янада рағбатлантириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 1998 йил 9 апрелдаги ПФ-1987-сонли Фармони.
- 21.“Бозор ислохотларини чуқурлаштириш ва иқтисодиётни янада эркинлаштириш соҳасидаги устувор йўналишлар амалга оширилишини жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”. 2005 йил 14 июн. Фармони.
- 22.“Тадбиркорлик субъектларини ҳуқуқий ҳимоя қилиш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”. 2005 йил 14 июн. Фармони.
- 23.“Тадбиркорлик субъектлари томонидан тақдим этиладиган ҳисобот тизимини такомиллаштириш ва уни нақонуний талаб этганлик учун жавобгарликни кучайтириш тўғрисида”. 2005 йил 15 июн. Қарори.
- 24.“Микрофирмалар ва кичик корхоналарни ривожлантиришни рағбатлантириш борасидаги қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”. 2005 йил 20 июн. Фармони.
- 25.“Ташқи иқтисодий ва савдо алоқалари, хорижий инвестицияларни жалб этиш соҳасида бошқарув тизимини такомиллаштириш тўғрисида”. 2005 йил 21 июл. Фармони.
- 26.“Йирик саноат корхоналари билан касаначиликни ривожлантириш асосидаги ишлаб чиқариш ва хизматлар ўртасида кооперацияни кенгайтиришни рағбатлантириш чора-тадбирлари тўғрисида». 2006 йил 5 январ. Қарори.
- 27.Каримов И.А. «Ўзбекистон. Миллий истиқлол, иқтисод, сиёсат, мафкура. 1- том. Т.: Ўзбекистон, 1996.- 364 - бет
- 28.Каримов И.А. Бунёдкорлик йўлида 4 - том. Т.: Ўзбекистон, 1996. - 349 бет.
- 29.Каримов И.А. Биз келажагимизни ўз қўлимиз билан қурамыз. 7-том. Т: Ўзбекистон, 1999. - 412 бет.
- 30.Каримов И.А. Озод ва Обод Ватан, Эркин ва фаровон ҳаёт – пироворд мақсадимиз Т. 8 - том. Т.: Ўзбекистон., 2000. -528 бет.

- 31.Каримов И.А. Ватан равнақи учун ҳар биримиз маъсулимиз 9–том. Т.: Ўзбекистон, 2001.- 432 бет.
- 32.Абдукаримов Б.А ва бош. Корхона иқтисодиёти. Т: Фан 2005
- 33.Аванесова Г.А. Сервисная деятельность. М: Аспект пресс 2005
- 34.Александрова А.Ю. Международный туризм. М: Аспект пресс 2004
- 35.Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы: учеб – метод. Пособие М: Финансы и статистика, 2000
- 36.Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. СПб: Питер 1999
- 37.Антонов А.Н, Морозова А.С. Основы современной организации производства. М: Дело и сервис, 2004
- 38.Байс Р. Управленческая экономика и стратегия бизнеса. М: ЮНИТИ, 2000
- 39.Балалова Е.И. и др. Сервисная, деятельность учёт, экономический анализ и контроль. М: Дело и сервис, 2006
- 40.Беквит Г. Что любят клиенты. СПб: Питер, 2004
41. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования/ пер. с англ М:Academia, 1999
- 42.Богушева В.И. Организация обслуживания посетителей ресторанов и баров. М: Феникс, 2002
- 43.Бородина В.В. Ресторанно-гостиничный бизнес. М: Книжный мир 2001
- 44.Бункина М.К.; Семенов В.А. Экономика и психология. М: Дело и сервис, 1998
- 45.Витерс Д.; Випперман К. Как продать свои услуги. СПб, 1994
- 46.Горемыкин В.А.; Богомолов А.Ю. Планирование предпринимательской деятельности предприятия. М: Инфра – М, 1997
47. Гостинечный и туристический бизнес/ под редакцией проф. А.Д. Чудновского М: Тандем, 1998
- 48.Друкер П. Ранок: как выйти в лидеры: Практика и принципы: М: 1992
49. Егорова С.К. Информационное обеспечение управления в сфере услуг М: Юрист 2000

- 50.Егорова Н.Е., Мудунов А.С. Автосервис. Модели и методы прогнозирования деятельности. М: Экзамен 2002
- 51.Ерохина Л.И., Башмачникова Е.В. Прогнозирование и планирование в сфере сервиса. Учеб. Пособие Тольятти: ТГИС,2003
52. Еляков А.Д. Современная информационная революция. СПб 2000
- 53.Ефремова. Н.Е., Чкалова О.В. Сертификация услуг рыночной торговли. М. 2000
- 54.Зайцева Н.А. Менеджмент в социально – культурном сервисе и туризме М: Изд. Центр Академия 2005
- 55.Ирматов М.И. ва бошқалар Туризмни режалаштириш. Маъруза матни. ТДИУ. 2005
- 56.Козырёв А.А. Мотивация потребителей. Изд. Михайлова В.А. 2003
- 57.Комилова Ф.К., бошқ. Меҳмонхона ва ресторан хўжалиги маркетинги. Т: ТДИУ, 2002
- 58.Котлер Ф., Боуен Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. Учебник для вузов. М: ЮНИТИ, 1998
- 59.Кравченко В. «Информационный сервис – специальность XXI века» СПб Телескоп 2004
- 60.Крупник А. Как продать товар и получить деньги в Интернете М: Дело и сервис 2000
- 61.Кулибанова В.В. Маркетинг: сервисная деятельность СПб Питер 2000
- 62.Лощинский В.М. Сервировка и этикет стола. Минск 1999
- 63.Луканова О.В., Фёдорова Л.В. Технология порикмахерских услуг М: Март 2003
- 64.Марвин Б. Маркетинг ресторана. Как привлечь клиента и учредить в вашем ресторане. М: Издательство Жигульского, 2002
- 65.Морозов М.А. и др. Информационные технологии в социально – культурном сервисе и туризме. Оргтехника М: Изд. Центр Академия 2005
- 66.Морозова Е.Я., Тихонова Э.Д. Экономика и организация предприятий социально-культурной сферы.СПб, 2002

- 67.Новицкий Н.И. Организация производства на предприятиях: Учеб. - Метод. Пособие М: Финансы и статистика 2002
- 68.Обслуживание на предприятиях общественного питания. Серия «Учебники XXI века» (Радченко А.А.) Ростов н/д Феникс 2001
- 69.Павлова И.П., Романович В.К. и др. Сервисная деятельность: учеб. пособие. СПб УАП 2002
- 70.Пардаев М.К., Атабоев Р. Туристик ресурсларни тахлил қилиш ва баҳолаш СамИСИ. 2006
- 71.Пардаев М.К., Атабоев Р. Туризм асослари. СамИСИ. 2006
- 72.Песоцкая Е.В. Маркетинг услуг СПб 2000
- 73.Полонский Ю.Д. Индивидуальная предпринимательская деятельность. М: Экономика 1997
- 74.Раицкий К.Л. Экономика и организация деятельности предприятия М: Дашков и Ко. 2003
- 75.Романович Ж.Л. Калачев С.Л. Сервисная деятельность М: Дашков и Ко. 2003
- 76.Сервисная деятельность. Учеб. Пособие СПб Питер 2004
- 77.Соловьев Э.Я. Современный этикет и деловой протокол М: 2000
- 78.Сфера услуг: Проблемы и перспектива развития / под ред. Акад. Ю.П.Свириденко: В 4т М. 2000
- 79.Труханович Л., Рюмина А. Кадры ресторанов, закусочных, столовых, баров, кафе. М: Финпресс 2002
- 80.Усов В.В. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания М. 2002
- 81.Уткин Э.А. Этика бизнеса. М. 2000
- 82.Федько В.П., Альпеков А.У. Маркировка и сервировка товаров и услуг. Учеб. Пособие Ростов н/д: Феникс 1998
- 83.Федцов В.В. Малое среднее предпринимательство. М. Луч. 2001
- 84.Федцов В.Г. Культура сервиса М: Приор 1999
- 85.Федцов В.Г. Культура сервиса: Учебно-практическое пособие М. 2000

- 86.Хейг М. Основы электронного бизнеса М: Фиар-пресс 2002
- 87.Цай Т.Н. Конкуренция и управление рисками в условиях рынка М: альянс. 1998
- 88.Шепеленко И.Г. Экономика, организация и планирование деятельности предприятия. М: ЮНИТИ, 2001
- 89.Шодиева Г.М. Оила хўжалиги фаровонлигини ошириш: муаммолар ва уларнинг ечимлари. Т: Фан. 2006
90. Электронный маркетинг. Учебное пособие/Данько Т.П. и др М: Тандем 1998