

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



**«ХАЛҚАРО ВА ИЧКИ ТУРИЗМНИ
РИВОЖЛАНТИРИШ МУАММОЛАРИ»**

республика илмий-амалий анжуман

(2016 йил, 2-3 июнь)

Самарқанд-2016

УДК-338.48

«ХАЛҚАРО ВА ИЧКИ ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШ МУАММОЛАРИ»
2016 йил 2-3 июнь. Республика илмий-амалий конференция материаллари.
Самарқанд, СамИСИ, 2016 йил. – **426 бет.**

Илмий-амалий конференция материалларида профессор-ўқитувчилар, катта илмий ходим изланувчилар, магистрларнинг халқаро ва ички туризмни долзарб муаммоларига бағишланган мақолалари киритилган.

Тупламдаги материаллардан профессор-ўқитувчилар, катта илмий ходим изланувчилар, магистрлар, талабалар ва амалиёт ходимлари ўз фаолиятларида фойдаланишлари мумкин.

Анжуман ўз ишини ўзбек, рус ва инглиз тилларда олиб боради.

Ташкилий қўмита аъзолари:

| | |
|------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| и.ф.д., проф. Ғ.Ҳ.Қудратов | - СамИСИ ректори |
| и.ф.н., доц. Д.Х.Асланова | - СамИСИ илмий ишлар бўйича проректор |
| и.ф.д., проф М.Қ.Пардаев | - СамИСИ “Менежмент ва статистика” кафедраси профессори |
| и.ф.д., проф С.Каримов | -СамИСИ “Ижтимоий-гуманитар фанлар” кафедраси мудири |
| и.ф.д., проф М.М.Мухаммедов | -СамИСИ “Касб-хунар таълими ” кафедраси профессори |
| и.ф.д., проф К.Б.Уразов | -СамИСИ “Бухгалтерия хисоби ва аудит” кафедраси профессори |
| и.ф.д., проф Д.Р.Зайналов | - СамИСИ “Молия ва суғурта иши ” кафедраси |
| и.ф.д., проф М.Ж.Қурбонов | -СамИСИ “Хизмат кўрсатиш, сервис ва уни ташкил этиш” кафедраси профессори |
| и.ф.д., проф И.С.Тухлиев | - СамИСИ “Халқаро туризм ва туризм сервис” кафедраси профессори |
| профессор Б. А.Абдукаримов | -СамИСИ “Иқтисодиёт” кафедраси профессори |

Муаллифлар нусхасидан чоп этилди.
©Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

**IV ШЎБА. «ТУРОПЕРАТОРЛИК ФАОЛИЯТИДА МЕНЕЖМЕНТ ВА
МАРКЕТИНГ МАСАЛАЛАРИ»**

**XIZMATLAR SOHASI TASHKIOTLARIDA MENEJMENTNING
XUSUSIYATLARI**

SamISI dotsenti: Usmonov I.A.

SamISI magistranti: Abduvaytov A.Sh.

SamISI magistranti: Karimov A.A.

O'zbekistonda bozor iqtisodiyotining shakllanishi jahon bozorlarida xizmatlar sohasidagi keskin o'zgarishlar davriga to'g'ri keldi. Jahonda servis iqtisodiyotning ahamiyatli tarmoqlaridan biriga aylandi. Xizmatlar sohasi industriyasi millionga yaqin ishchi va xizmatchilarni ish joylari bilan ta'minlab, ular kasb mahoratining o'sishiga imkoniyatlar yaratib bermoqda. Shuni aytib o'tish kerak-ki, bu sohada ish bilan ta'minlanish boshqa sohalarga qaraganda ikki barobar tez o'smoqda. Bu boshqarilishi lozim bo'lgan inson faoliyatining maxsus shaklidir. Xizmatlar sohasi industriyasida menejmentning rivojlanishiga ijtimoiy-iqtisodiy, texnik va texnologik omillar ta'sir qiladi. Masalan, iqtisodiyot beradigan daromadlarsiz servisning ommaviyligiga erishib bo'lmaydi, demak boshqarilish vositasi ham mavjud bo'lmaydi.

Xizmat ko'rsatish va servis sohasini jadal rivojlantirish iqtisodiyotimizni tarkibiy o'zgartirish va diversifikatsiya qilishni chuqurlashtirish, bandlikni ta'minlash, odamlarimizning daromadi va hayot sifatini oshirishning muhim omil va yo'nalishlaridan biri xisoblanadi. 2015 yilda yalpi ichki mahsulot o'sishining yarmidan ko'pi xizmat ko'rsatish sohasi hissasiga to'g'ri kelgani bu tarmoqning iqtisodiyotimizdagi o'rni va ta'siri naqadar katta ekanini ko'rsatadi. Bugungi kunda xizmat ko'rsatish sohasining yalpi ichki mahsulotdagi ulushi 2010 yildagi 49 foizdan 54,5 foizga yetdi. Jami band aholining yarmidan ko'pi ushbu sohada mehnat qilmoqda.

Xizmat ko'rsatish sohasining yana bir ahamiyatli tomoni unda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning yuqori darajadagacha namoyon bo'lishidadir. Bugungi kunda xizmat ko'rsatish korxonalarining aksariyati kichik biznes shaklida bo'lmoqda. An'anaviy xizmatlar bilan bir qatorda yangi yo'nalishlarning jadal rivojlanishi mazkur sohaning iqtisodiyotimiz uchun ahamiyatini yanada oshiradi.

Xizmatlar sohasining o'ziga xosligi unda menejmentning tashkil etilishiga alohida talablarni qo'yadi. Avvalo xizmatlar sohasi menejmenti xizmatlar mazmunini o'zida namoyon qilishi lozim. Mazkur talab xizmatlar sohasida ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish jarayonlarining uyg'unlashiviga asoslanadi.

Xizmat ko'rsatish tizimi uchta bir biri bilan kesishadigan mayda tizimlardan iborat:

servis operatsiyalari (kiritiladigan omillar qayta ishlanadigan va servis maxsuloti elementlari yaratiladigan jarayon);

xizmatni taqdim etish (servis maxsulotini barcha elementlari yig'iladigan va xizmat iste'molchiga taqdim etiladigan jarayon);

xizmatlar marketingi (kompaniyani mijozlar bilan barcha aloqalarini, jumladan reklama, xizmat uchun xisobni berish va marketing tadqiqotlarini qamrab oladi).

Xizmatlar sohasi menejmenti oldiga qo'yiladigan ikkinchi talab – bu tashkilot va hududiy va boshqaruv tizimlarining o'zaro bo'g'liqligini ta'minlashdir. Xizmatlar sohasi tashqi iqtisodiy va ijtimoiy muhitga qaram bo'lganlik sababli ma'lum hududda xizmatlar muhitini shakllantirish va boshqarishda menejmentning ahamiyati katta bo'ladi.

Ayniqsa xizmat ko'rsatish tashkilotlarida strategik boshqarishni amalga oshirishda mazkur xususiyat o'z aksini topadi.

Servis tashkilotlari missiyasi, strategiyasi va siyosati asosini o'z mijozlariga xizmatlarni taqdim etish tashkil qiladi. Xarakterlar tizimi marketing, moliyaviy va insoniy resurslar bilan

birgalikda yetkazib berish xizmatlar paketi tizimini ishlab chiqishni taqozo etadi. Xizmatlar ko'rsatish tashkilotlarining menejment tizimi ma'lum hududda xizmatlar hajmi, tarkibi va mazmunini rivojlantirish funksiyasini bajaradi. Tizimni boshqa funksiyasi xizmatlar ishlab chiqish uchun resurslar jalb etish va personalni o'qitishga mablag'lar ajratish, ya'ni ushbu tizim ishini saqlab turish xisoblanadi.

Xizmatlar sohasi menejmentining xususiyatini o'rganishda uning asosiy atamalarini yoritib berish muhim o'rin egallaydi. Shu munosabat bilan boshqaruv, konsepsiya, boshqaruv mexanizmi va tamoyillari mazmuniga alohida to'xtatilib etish lozim.

Xizmatlarda boshqaruv fani rivojlanishining zamonaviy tashkilotlarga xosligi mahalliy boshqaruvning umumiy nazariyasiga o'tishga olib kelish bilan ajralib turadi.

Konsepsiya – (lotin conception-qabul qilmoq) aniq, ma'lum xodisalar, jarayonlarga izoh berish, tushunish usullarini o'z ichiga olgan qarashlar tizimidir.

Konsepsiya – har bir ilmiy yondashishning o'ziga xos poydevorini tashkil qiladi. U bir-biri bilan o'zaro bog'liq aniq ilmiy qarashlar, tekshiruv usullari, shuningdek hodisa, jarayonlarga izoh berish majmuasidir.

Boshqaruvning mexanizmi boshqaruv tamoyillardan kelib chiqadi. Bu tamoyillar quyidagilar: bajarilishi kerak bo'lgan qoidalar, boshqaruvning maqsadi, faoliyat yo'nalish, boshqaruv uslublari, maqsadga erishishi usullari, boshqaruv funksiyalar va h.k

Boshqaruvning umumiy tamoyillariga samaradorlik darajasi, ijtimoiy javobgarlik hissi, barcha xatti - harakatlarning mijozga yo'naltirilganligi va tizimi kiradi.

Xizmatlar ko'rsatish menejmenti – bu xizmatlar sohasidan, shu soha xizmatchilari faoliyatidan samarali foydalanish uchun qo'llaniladigan muayyan usullar, uslublar, tamoyillar boshqaruv yo'llari shakli va vositalarining majmuasidir. Boshqaruvning servisdagi asosiy vazifasi bu sohaning yuqori samaradorligiga erishishi, tabiiy potensialidan to'g'ri foydalana olish, sohaning sifatli va unumli boshqarilish iga erishish bo'lib hisoblanadi.

Faqat yuqori darajada tashkil etilgan boshqaruv orqali sifatli va samarali natijalarga erishish mumkin.

Menejment sohasi bo'yicha servis tashkilotlari oldiga ikkita o'zaro bog'liq vazifa qo'yiladi :

-bozor munosabatlarini butunlay amaliyotga kiritish ya'ni xizmatlar sohasi menejmentiga bozor iqtisodiyoti mazmunini singdirish;

-xizmatlar sohasidagi “nou-xau” yangiliklarini yangi asr sharoitiga moslashtirish, ya'ni dunyodagi shu yo'nalishda bo'lgan o'zgarishlarni maksimal ravishda hisobga olish.

Xizmatlar sohasi industriyasi menejmenti vazifasi xizmatlar sohasi industriyasini boshqarish moduli hamda rivojlangan davlatlar tajribasini hisobga olgan holda xizmatlar sohasidagi muvaffaqiyatlarni tahliliy ravishda o'zimizda qo'llashdan iborat.

Servis faoliyat turlarining keng doirasini qamrab olganligi va u faqatgina dam olish bilan bog'liq hodisa hisoblanmasligi sababli uning samaradorligiga taklif nuqtai nazaridan emas, balki maxsus turdagi iste'molchini so'roq qilish nuqtai nazaridan ko'rib chiqilishi zarur.

Xizmatlar sohasining samaradorligi har qanday tur mahsulotning pirovard iste'molchisiga bog'liqdir, bu esa o'z navbatida ko'proq iste'molchining turiga va kamroq darajada mahsulotning turiga bog'liq. Xizmatlar xarajatlariga kiruvchi ma'lumotlar servisni boshqarish asoslarining asosiy tashkil etuvchilari hisoblanadi.

Menejmentning asosiy vazifasi qulay mehnat sharoitlariga yo'l ochib beruvchi va o'z xizmatchilarining professional o'sishi va ularning faoliyatini boshqarish hisobiga xizmatchilarning turmush darajasini ko'tarish imkoniyatini beruvchi samarali servis tizimini yaratishdan iborat.

Yuqoridagilarga asoslangan holda shuni ta'kidlash lozimki, xizmat ko'rsatish korxonalarida menejment tizimini samaradorligini oshirish zamonaviy boshqaruv nazariyasining erishgan yutuqlarini hayotga tadbiiq etish, ilg'or konsepsiyalari va yondoshuvlarini qo'llash.

СУЩНОСТЬ МЕНЕДЖМЕНТА В ТУРИЗМЕ

Муродова Н.У. (КарИЭИ)

Туризм известное явление, которое каждый человек непременно связывает с отдыхом, приятным времяпрепровождением. Основная функция туризма обеспечить человека полноценным и рациональным отдыхом.

Туристские услуги составляют значительную часть потребляемых населением услуг и имеют специфический социально-оздоровительный характер, сочетая экономический, социальный, гуманитарный, политический, воспитательный и эстетический аспекты.

Туризм одна из ведущих из наиболее динамично развивающихся отраслей экономики непродуцированной сферы, предприятия и организации которой удовлетворяют потребности туристов в материальных и нематериальных услугах. Более того, туризм является фундаментальной основой экономики многих развитых и развивающихся стран мира. В настоящее время он превратился в индустрию международного масштаба, занимающую по доходам третье место среди экспортных отраслей экономики, уступая лишь нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению.

Менеджмент в туризме относительно новое направление в науке. Его возникновение и изучение обусловлены активным развитием туристского бизнеса и необходимостью управления данным процессом.

Туризм как общественное явление давно присутствует в нашей стране. Однако вступление нашей страны в рыночную экономику внесло существенные изменения и в туристскую индустрию, что обусловило необходимость формирования новой теоретической базы для анализа различных аспектов менеджмента в туризме.

Менеджмент в туризме это деятельность по управлению социально-экономическими процессами, происходящими в туристской индустрии.

Сущность менеджмента обусловлена особенностями туризма, отличающими его от других видов деятельности:

- туризм — это всегда изменение места нахождения индивида, т.е. индивид перемещается в другую, отличную от обычной, территориальную среду. Однако, например, перемещение горожанина из одного района города в другой не может рассматриваться как туризм, поскольку в целом среда его обитания не меняется, ибо сохраняются климат, окружающие географические условия, быт, культура;

- туризм — это пребывание в другом месте. Перемещение не должно быть связано со сменой места жительства или командировкой; путешественник не должен находиться в посещаемом месте 12 месяцев подряд и более, так как пребывание столь длительный период в одном и том же месте считается постоянным проживанием;

- туризм — это перемещение в другую местность, не связанное с планированием получения заработка из источника в посещаемом месте. Например, если индивид приезжает в другую страну с целью заработка, то это не рассматривается как туризм.

Эти три критерия являются базовыми при определении туризма.

Особенности менеджмента в туризме обусловлены в первую очередь особенностями туристской услуги, о которых говорилось выше, и особенностями труда менеджера в сфере туризма.

Труд в управлении туризмом специфичен и существенно отличается от деятельности работников других отраслей, хотя на первый взгляд может показаться, что менеджмент туристского региона и турфирмы опирается на ту же базу, что и менеджмент любого предприятия системы человек.

Существенные задачи менеджеров заключаются в следующем:

- определение типа клиента и выявление его реальных потребностей;

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| ISTIQBOLLARI..... | 231 |
| Абдуллаева З.И., Абдуллаева Д, ГОСТЕПРИИМСТВО - ВАЖНЕЙШИЙ ЭЛЕМЕНТ КАЧЕСТВЕННОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ..... | 233 |
| Султонова Н., Турдиев Ю, МАМЛАКАТИМИЗ ТУРИЗМ БОЗОРИДА МАДАНИЙ ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ..... | 236 |
| Shadmonova G.M.,Ro`zimatov S, O`ZBEKISTONDA TURIZMNI RIVOJLANIB BORISH ISTIQBOLLARI..... | 239 |
| Норов Н, МУЗЕЕФИКАЦИЯ ГОРОДИЩА ПАЙКЕНД..... | 241 |
| Абдуллаева З.И.,Рустамова З, ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ..... | 245 |
| Очилова Х.Ф, ОСОБЕННОСТИ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ..... | 247 |

IV ШЎЪБА. «ТУРОПЕРАТОРЛИК ФАОЛИЯТИДА МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ МАСАЛАЛАРИ»

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Usmonov I.A., Abduvaytov A.Sh., Karimov A.A,XIZMATLAR SOHASI TASHKILOT-LARIDA MENEJMENTNING XUSUSIYATLARI..... | 251 |
| Муродова Н.У, СУЩНОСТЬ МЕНЕДЖМЕНТА В ТУРИЗМЕ..... | 253 |
| Kim.T, «FEATURES OF MARKETING ACTIVITY IN THE TOURIST INDUSTRY»... | 255 |
| Рўзиев С.С,ТУРИЗМ МАҲСУЛОТИ ИСТЕЪМОЛЧИЛАРИНИНГ ХУЉҚ АТВОРИ. | 257 |
| Темирова Ф.С, ЗНАЧЕНИЕ МАРКЕТИНГА В ТУРИЗМЕ..... | 260 |
| Бахриева З.Н, МЕНЕДЖЕР КАК ОСНОВНОЕ ЗВЕНО В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ..... | 262 |
| Бобоев Н.Д., Аббасова М.К, ТУРИЗМ БОЗОРИНИ БОШҚАРИШДА ЛОГИСТИК МЕНЕЖМЕНТДАН ФОЙДАЛАНИШ ИМКОНИЯТЛАРИ ВА УНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ..... | 263 |
| Ибадуллаев Э.Б., ТУРИЗМДА МАРКЕТИНГНИНГ АСОСИЙ ВА ЗАМОНАВИЙ ТУШУНЧАЛАРИ ҲАМДА УЛАРНИНГ МОҲИАТИ..... | 265 |
| Рузметов Б.Ш, ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИЗМ МАРКЕТИНГИНИНГ РИВОЖЛАНИШИДА ТУРИСТИК ТАШКИЛОТЛАРНИНГ ЎРНИ..... | 268 |
| Холмаматов Д.,Тоштемиров Д, ТУРОПЕРАТОРЛАР ФАОЛИЯТИДА МАРКЕТИНГ-МИКС СИЁСАТИНИНГ ЎРНИ..... | 271 |
| Yusubov I., Allanazarov O., O`ZBEKISTONDA TURIZM MARKETINGI SOHASINING RIVOJLANISHINING MUHIM JHATLARI..... | 274 |
| Бердиев Ж, ТУРИЗМ СОҲАСИДА МЕНЕЖМЕНТ..... | 277 |
| Ибодов К.М., Базаров З.М, РЕСТОРАН БИЗНЕСИДА ХИЗМАТЛАР СИФАТИНИ ОШИРИШНИНГ МАРКЕТИНГ КОНЦЕПЦИЯСИ..... | 278 |
| Sultanova N.,Yahyoхonov N, TURISTIK FIRMALARDA MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISH..... | 281 |
| Ли Екатерина В, ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА В ЭКОТУРИЗМЕ..... | 283 |
| Абдуллаева З.И., Уракова М.,РОЛЬ ИНФОРМАТИЗАЦИИ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В НОВЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ..... | 285 |
| Шадмонова Г.М.,Корахужаев С, РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ..... | 288 |
| Saidov N.H., Zaynalova S.N., Zaynalov M.N, TURIZM FAOLIYATINI AVTOMAT-LASHTIRISH DASTURIY MODULLARI TASNIFI..... | 290 |