

TURIZMDA TRANSPORT XIZMATLARI SIFATINI BAHOLASH KO'RSATKICHLARINING AHAMIYATI

Axmatova Mohigul Ergash qizi

Buxoro Davlat Universiteti

KEYWORDS

xizmatlar sifati, ideal xizmat, kutilgan xizmat, baholash ko'rsatgichi, xizmatning tasniflanishi.

ABSTRACT

Chekka hududlarning rivojlanish imkoniyatlariga, xususan, turizmni rivojlantirishga ta'sir qiluvchi asosiy muammolardan biri mobillik va transportning qulayligi uchun qoniqarli darajada tashkil etilmaganligidir. Shu sababli, ushbu hududlarning raqobatbardoshligini oshiradigan, shuningdek, transportning atrof-muhitga salbiy ta'sirini kamaytiradigan innovatsion va barqaror transport yechimlariga talab oshib bormoqda. Ushbu maqola turizm sohasida kutilayotgan transport xizmatlarining sifati, transport xizmatlari sifati baholash ko'rsatkichlari tizimi, turizmga transport xizmatining tasniflanishi kabilar yoritib berilgan.

Kirish.

Turizm xizmatlarining rivojlanishiga aviatsiya sanoati eng katta ta'sir ko'rsatadi. Reaktiv dvigatel va reaktiv samolyotning rivojlanishi natijasida turizm ham jadal rivojlanishni boshladi. Xalqaro sayohatlarning qariyb yarmi avtotransportga to'g'ri keladi, havo transportining o'zni esa yildan yilga ortib bormoqda. Bugungi kunda qit'alararo sayohat qilishda havo transporti eng tez rivojlanayotgan segment bo'lib, bu o'sish jahon savdosining rivojlanishi va aholi farovonligining oshishi bilan bog'liq¹.

Aholi mobilligining ortishi, transportning rivojlanib borishi, joylar va ulardagi imkoniyatlar to'g'risidagi axborotlarni olishning osonlashuvi turizmning rivojlanishiga turtki beruvchi eng muhim omillardan biri bo'lib qoldi². Turizm tarmoqlararo soha bo'lib, iqtisodiyotning boshqa ko'plab tarmoqlarining rivojlanishiga o'zining katta hissasini qo'shadi.

Turistlariga xizmat ko'rsatish, mahsulotning tabiati va yetkazib berish jarayoni tufayli murakkab hodisa sifatida qabul qilinadi. Uni saqlash mumkin emas, sotib olishdan oldin tekshirib ko'rish imkoniyati berilmaydi, uni

iste'mol qilish uchun sayohat qilish kerak, unda tabiiy va inson tomonidan yaratilgan resurslarga katta bog'liqlik bor hamda u alohida yoki birgalikda sotib olinishi mumkin bo'lgan bir qator komponentlar talab qiladi. Shuningdek, bu kabi xizmatlar ketma-ket iste'mol qilinadi. Bu transport, turar joy, ovqatlanish, tabiiy resurslar, ko'ngilochar manzillar, banklar, sayohat agentliklari va turoperatorlar kabi boshqa obyektlar va xizmatlarni o'z ichiga olgan kompozit mahsulotdir³. Yuqorida keltirilgan ma'lumotlar turistlariga transportda xizmat ko'rsatish masalalarining ahamiyati haqida keng ma'lumot bergan bo'lsa-da, iste'molchi sifatida turistga ta'sir qiladigan jarayonlardan ko'rinib turibdiki, xizmat sifati ularning xarid qilish qarorlari va sayohat qilish xatti-harakatlarida katta rol o'ynaydi.

Sifatli transport xizmatini ko'rsatish boshqa tarmoq sohalarning rivojlanishiga, yangi ish o'rinlarining yaratilishiga, yangi texnologiyalarni joriy etish va takomillashtirishga, xususiylar tadbirkorlikni rivojlantirish va raqobatbardoshlikni oshirishga keng imkon yaratib bermoqda. Ushbu soha bugungi kunda har bir davlatning milliy iqtisodiyotidagi o'zni va bu soha haqidagi nazariy bilimlar bir necha asrlar

¹Папирян Г.А. Международные экономические отношения: Экономика туризма / Г.А. Папирян. - М.: Финансы и статистика, 2000. – 208с.

² Kamilova F.K., Kamilov Z. K., Xalqaro turizm bozori.

Darsik / T.: TDIU, 2011 y. – B.28.

³ Sinclair, M.T. and Stabler, M. The Economics of Tourism, London: Routledge, 1997.

davomidagi taraqqiyotning muhim ahamiyatga ega bo'lgan natijasi sifatida qabul qilingan.

D.Gilbert 1980-yillarning oxirida turizmda xizmat ko'rsatish sifati va iste'molchilarning qoniqish darajasini ortib borayotganini ta'kidlab o'tgan⁴. Turistik transport kontekstida "xizmat" atamasi mazmunini aniqlash xizmatlarning nomoddiyligi, tez buzilmasligi va bir biridan ajralmasligi sababli biroz qiyin kechadi.

"Sifat inqilobining haqiqiy yutuqlari faqat mijozlarning mamnunligidan kelib chiqadi, bu ko'p jihatdan mijozning umumiy xizmat sifati haqidagi tasavvuriga bog'liq. Shuning uchun iste'molchilar xizmat sifatini qanday qabul qilishlarini va bu hislar ularning qayta sotib olish xatti-harakatlariga qanday ta'sir qilishini tushunish juda zarur, chunki bu orqali tashkilotlar bo'shliqlar mavjudligini yoki yo'qligini aniqlashlari va o'z faoliyatini yaxshilash uchun tuzatish choralari ko'rishlari mumkin⁵.

Xizmatning muqobil ko'rinishi shundan iboratki, u yakuniy mahsulot emas, balki jarayonni tashkil qiladi, u taqdim etilganidan so'ng asl holati yo'qoladi. Shu nuqtai nazardan, xizmatni iste'molchilarning turli ehtiyojlariga javob beradigan jarayon sifatida qarash mumkin. Mijozlarga xizmat ko'rsatishning jadallashuvi doimiy tarzda vaqt va joy ta'minotida ehtiyoj borligini bildiradi. Boshqacha qilib aytadigan bo'lsak, mahsulot xaridorning qo'lida kerakli vaqtda va joyda bo'lmaguncha qiymatga ega bo'lmaydi⁶.

Xizmat ko'rsatish sifati- bu xizmatning iste'molchi xususiyatlarining me'yoriy-texnik hujjatlar shartlariga va xizmatning aniq iste'molchisining takliflariga javob beradigan muayyan ijtimoiy ehtiyojga muvofiqligi darajasi⁷.

Turistik transport xizmatlari sifatini doimiy ravishda yaxshilash ikkita asosiy sababga bog'liq

bo'ladi:

1. Xizmatlardan foydalanuvchi mijozlarga;
2. Korxonalar o'rtasida yuzaga keladigan raqobat.

Bu esa xizmatlarning ikki tomonlama ko'rib chiqilishi kerakligini nazarda tutadi.

Xizmat ko'rsatuvchining maqsadli sifati- yetkazib beruvchi erishmoqchi bo'lgan xizmat darajasi bo'lib, bu sayyohlar kutayotgan sifat darajasiga, ichki va tashqi bosimga, budjetga va texnik cheklovlar va raqobat holatini nazarda tutadi.

Taqdim etilayotgan xizmat sifati- bu kunlik xizmat ko'rsatish darajasi. Ko'rsatilgan xizmatning sifati mijozning nuqtai nazaridan o'lchanadi⁸.

Mahsulot va xizmatlar sifatini doimiy ravishda yaxshilash bugungi kunda kompaniyaning bozorda qolishi uchun zarur shartdir. Xizmatlar sifati bilan bir qatorda, iste'molchilar aloqa, xizmat ko'rsatish va aloqa sifatini idrok etadilar va baholaydilar.

Sayohatchi har doim xizmatlar sifatini aniqlashda muhim ahamiyatga ega va ularning qoniqish darajasi juda zarurdir. Demak, xizmat ko'rsatish sifatining ta'rifi sayohatchilarning xohishlarini qondirish darajasidan darak beradi. Agar transport xizmatining sifati sayohatchilarning kutganiga javob bersa yoki undan yuqori bo'lsa, taklif etilayotgan xizmat adekvat sifatga ega bo'ladi. Bu esa xizmatlarning ikki tomonlama ko'rib chiqilishi kerakligini nazarda tutadi.

Sayyoh tomonidan kutilayotgan sifat- bu mijoz tomonidan aniq yoki bilvosita kutilgan sifat darajasini anglatadi.

Turizm sohasida kutilayotgan transport

⁴Gilbert, D.C. Tourism marketing: Its emergence and establishment, in C.P.Cooper (ed.) Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management, Volume 1, London: Belhaven, 1989. – P.77–90.

⁵ Iwona H, Milos P, Jozef G. "Quality of transport services and customer satisfaction measurement" the archives of automotive engineering – archiwum motoryzacji vol. 96, no. 2, 2022- 51p <https://doi.org/10.14669/am/151707>

⁶Christopher, M. Logistics and Supply Chain Management,

New York: Irwin, 1994.

⁷ Хамидуллина Г.Р. Управление качеством в сфере туризма и спорта – направления развития, Вектор науки ТГУ. № 2 (24), 2013-365с

⁸ Iwona H, Milos P, Jozef G. "Quality of transport services and customer satisfaction measurement" the archives of automotive engineering – archiwum motoryzacji vol. 96, no. 2, 2022- 51p <https://doi.org/10.14669/am/151707>

xizmatlarining sifati turlicha bo'ladi:

Ideal xizmat - eng yaxshisini tasavvur qilish va qabul qilish;

Kutilgan xizmat - iste'molchilar olishni xohlaydigan standart xizmatlari;

Munosib xizmat - iste'molchilar ma'lum bir narxda olishlari kerak bo'lgan xizmat;

Minimal xizmat - ta'minlanishi kerak bo'lgan standart xizmatlari.

Maqsadli xizmat sifati - yetkazib beruvchi erishmoqchi bo'lgan xizmat darajasi bo'lib, bu sayyohlar kutayotgan sifat darajasini, ichki va tashqi bosimni, byudjetni, texnik cheklovlar va raqobat holatini nazarda tutadi.

Transport xizmatlarining sifati tashuvchilarning mijozlar talablariga javob berishini anglatadi. Bu xizmatning barcha o'ziga xos xususiyatlari mijozning talablariga javob berish darajasidir. Belgilangan ta'rifdan kelib chiqadiki, mijozga ko'rsatilayotgan xizmat sayyoh talabiga javob berishi, qanchalik darajada o'z ehtiyojlarini qondirishi yoki yo'qligini hal qilishi mumkin⁹. Aksariyat mamlakatlarda transport tashkilotlari marketing yondashuvining ahamiyatini tushunib, transport xizmatlari sifatini oshirish bo'yicha chora-tadbirlarni amalga oshirishni tashkillashtirib kelmoqda. Yirik shaharlarda (Parij, Berlin, Myunxen, London, Nyu-York, Vankuver, Sidney) transport xizmatlari sifatini boshqarish bo'yicha xorijiy tajriba tahlili¹⁰ shuni ko'rsatdiki mamlakatlardagi aksariyat transport bo'limlari quyidagi ko'rsatkichlar asosida yo'lovchilarning qoniqish statistikasi tashkil etilgan (1-jadval).

1-jadval

Transport xizmatlari sifatini baholash ko'rsatkichlari tizimi

Mezonlar	Ko'rsatkichlar
Xizmatni tashkillashtirilganligi	Sayohatni tashkillashtirish uchun belgilangan

	manzilga eltuvchi transport xizmatlarini mavjudligi
Narxning muvofiqligi	Xizmat narxlar va uni moliyalashtirish tizimi foydalanuvchi va ijtimoiy hamjamiyat imkoniyatlariga qanchalik moslashtirilganligi
Energiya samaradorligi	Sayohatchilar transporti qanchalik oqilona energiya iste'mol qilishi
Transport xavfsizligi	Tashuvchi transport xavfsizligining majburiy talablariga javob berishi va qo'shimcha ravishda belgilangan transport xavfsizligi talablaridan foydalanilganligi
Harakatning muntazamligi	Avtotransport jadvali qanchalik to'g'ri tuzilgan va jadval yo'lovchilar uchun ochiq holatdaligi
Tashuvchi tasviri	Tashuvchi jamiyat yo'lovchilar tomonidan qanday baholanishi, ko'rsatilayotgan xizmatlar aholining aksariyat qismi uchun muhimligi
Iste'molchiga e'tibor	Yo'lovchilardan kelib tushgan shikoyat va tavsiyalarga tashuvchi qanday javob berishi

⁹ Iwona H, Milos P, Jozef G. "Quality of transport services and customer satisfaction measurement" the archives of automotive engineering – archiwum motoryzacji vol. 96, no. 2, 2022- 51p <https://doi.org/10.14669/am/151707>

¹⁰ Асалиев А. М. и др. Маркетинговый подход к управлению качеством транспортного обслуживания. – 2016.-26-27с

Transport xizmatlarining axborot ta'minoti	Marshrutlar, jadvallar va tariflar haqida ma'lumot borligi va bu qanchalik aniq va o'z vaqtida harakatlanishi
Qulaylik	Tashkil etilgan transporti xizmatlar tariflari aholi va sayohatchilar uchun qulayligi
To'xtash nuqtalari va terminallar	To'xtash joylari qulay joylashganligi va ular yetarli darajada jihozlanganligi
Axborot bilan ta'minlanganlik	Tashuvchi korxonalar yo'lovchilarning talablarini qanday qondirishi, yo'lovchilarga kerakli ma'lumotlarni taqdim etishi

Bugungi kunda suv orqali, quruqlik va havo transportini bir-biriga bog'lab turuvchi jahon intermodal transport tizimining muhim tarkibiy qismi hisoblanadi.

Temiryo'l transportida xalqaro sayohat ayniqsa Yevropada keng tarqalgan bo'lib, bu yerda mamlakatlar o'rtasidagi qisqa masofalar va yuqori darajada rivojlangan yo'l tarmog'i ushbu transport turi orqali oson va tez sayohat qilish imkonini beradi¹¹.

Temiryo'l transporti qisqa masofalarda eng

samarali hisoblanadi. Avtomobillarning paydo bo'lishi va keng qo'llanilishi havaskor turizm uchun yangi imkoniyatlar ochdi. Dunyo bo'ylab turizm sohasida avtomobil transporti eng katta ulushga ega - 42%, sayyohlar uchun transfer xizmati va ekskursiyalarni transport bilan ta'minlashda esa avtomobil transportining ulushi 92% ga yetadi¹².

Suv transporti jahon transport oqimida eng kam ulushni egallaydi va bu turdagi transportlarning tezligi eng kichik bo'lsada, marshrutlar diapazoni, tashish hajmi va yo'lovchi sig'imi bo'yicha boshqa transportlardan eng kattasi hisoblanadi. Shuningdek, dengiz va daryo sayohatlari tobora ommalashib bormoqda va boshqa transport turlariga qaraganda bu eng kam mablag' talab qiladi. Transport kompaniyalari va tashkilotlari zamonaviy xalqaro turizm bozorining beshta asosiy harakatlantiruvchi kuchidan biri hisoblanadi¹³. Transport nafaqat turizm xizmatlarini rivojlantirishning muhim omili, shuningdek, turistik tashkilotlarning foydasiga ham katta ta'sir qiladi. Masalan, Amerika sayyohlik agentliklari umumiy mablag' aylanmasining katta qismi aviachiptalarni sotishdan iborat bo'lib, zamonaviy transport xizmatlari tizimida avtomobil va temir yo'llarning uzluksiz tarmog'ini, qo'shimcha havo yo'laklarini yaratish, yangi turdagi transport vositalarini jalb qilish, ularning ishlash tezligi, qulayligi, harakat xavfsizligi, atrof-muhitni muhofaza qilish bo'yicha zamonaviy talablarga javob beradigan bo'lishi muhim ahamiyatga ega hisoblanadi.

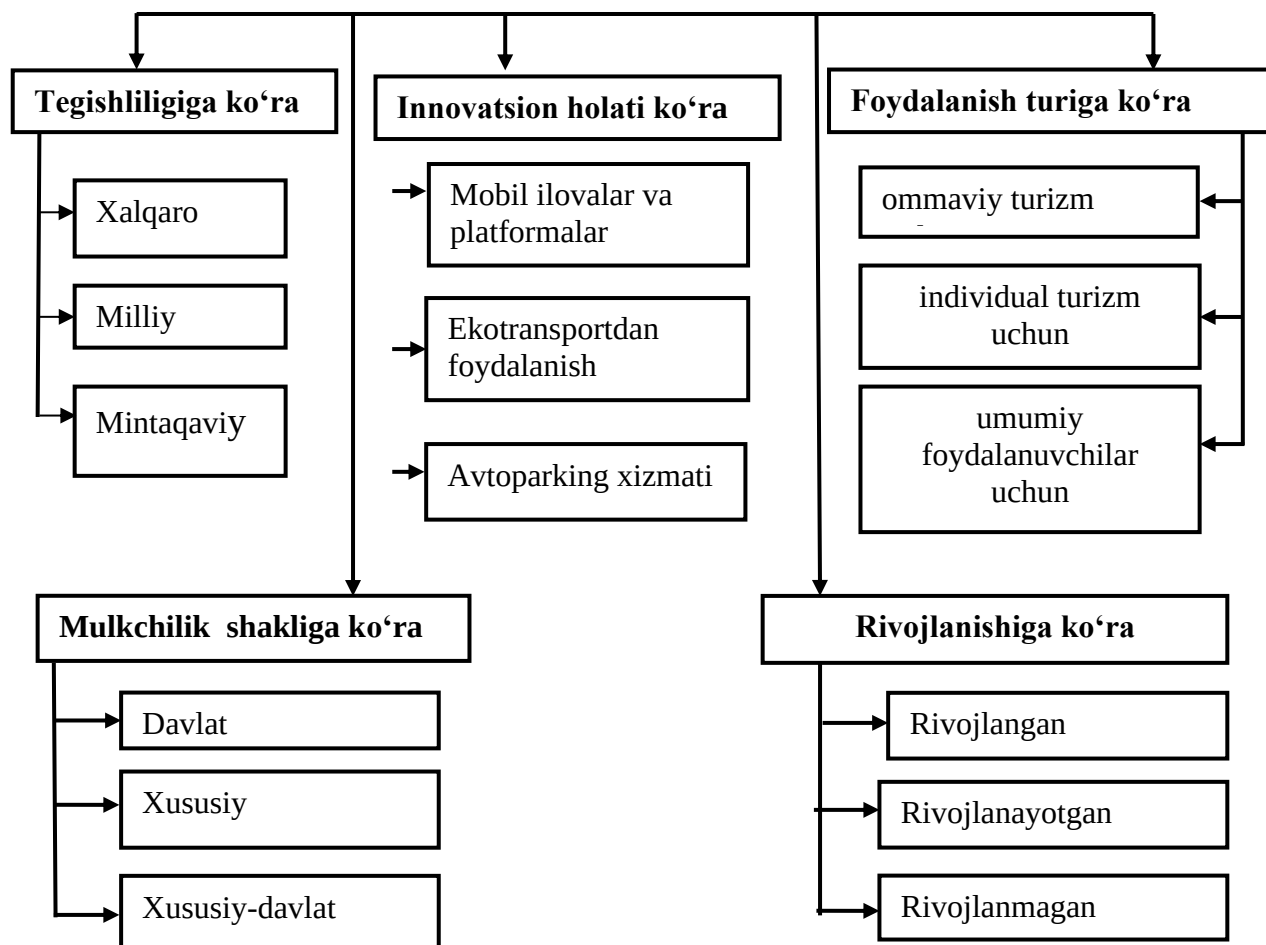
Turizmda transport xizmatlarining klassifikatsiyasi deyarli butun transport kompleksini qamrab olganligi sababli turizmni rivojlantirish bilan bog'liq ko'plab muammolarni hal qiladi (1-rasm).

¹¹ Молиторис Д. Глобальный размах железнодорожного транспорта //Экономические перспективы. – 2000. – Т. 5. – №. 3. <http://www.infousa.ru/economy/ijee1000.html>.

¹² Бутко И.И. Транспортное обслуживание туризма: учеб. пособие / И.И. Бутко, В.А. Ситников. - М.; Ростов н/д : MapT, 2006. – 335 с.

¹³ Квартальнов В. А. Современные особенности туризма как метода научного познания и исследований //Теория и практика физической культуры. – 2002. –13-17с.

Turizmda transport xizmatining tasniflanishi



1-rasm. Turizmda transport xizmatining tasniflanishi

Mazkur rasmdan ko'rinib turibdiki, turizmda transport xizmatining tasnifini bir nechta asoslar bo'yicha ko'rib chiqish mumkin.

Tegishliligiga ko'ra:

- xalqaro (bir nechta davlatlar hududida joylashgan);
- milliy (bir davlat chegarasida joylashgan);
- mintaqaviy (bir xil hududda joylashgan).

Mul'kchilik shakliga ko'ra:

- davlat (yagona mulkdor davlat hisoblanadi);
- xususiy (xususiy tuzilmalar egasi hisoblanadi);
- xususiy-davlat (egalari davlat va xususiy tuzilmalardir).

Foydalanish turiga ko'ra:

- ommaviy turizm uchun (samolyotlar, avtobuslar, poyezdlar, kruiz kemalari, turistik avtobuslar va boshqalarning charter reyslari);
- individual turizm uchun (xususiy samolyotlar,

yaxtalar, shaxsiy avtomobillar);

- umumiy foydalanuvchilar uchun (jamoat transporti, poyezdlar, aeroportlar, vokzallar va boshqalar).

Rivojlanish darajasiga ko'ra:

- rivojlangan (turizmni rivojlantirish uchun yetarlicha xalqaro, mintaqaviy, mahalliy aeroportlar, temir yo'l vokzallari, avtovokzallar, rivojlangan yo'nalishlar tarmog'i yuqori sifatli yo'llar va yo'l bo'yi inshootlari mavjud),
- rivojlanayotgan (turizmni rivojlantirish uchun xalqaro, mintaqaviy, mahalliy aeroportlar, temir yo'l vokzallari, avtovokzallar, yo'larning marshrut tarmog'i va yo'l bo'yidagi obyektlar mavjud va yetarli darajada rivojlanayotgan),
- rivojlanmagan (turizmni rivojlantirish uchun yetarli miqdorda aeroportlar, temir yo'l kesishmalari va vokzallari, avtovokzallar mavjud emas, yo'llarning yo'nalish tarmog'i va yo'l chetidagi obyektlar

rivojlanmagan)¹⁴.

Innovatsion holatiga ko'ra:

- *mobil ilovalar va platformalar* (sayohatda qo'llaniladigan online va offline qo'llanmalar); *Ekotransportdan foydalanish* (Elektromobillar, kanatlar, kanoe, solar, hayvonlar); *Avtoparking xizmati* (mustaqil sayohatchilar uchun avtoparking xizmatlarini tashkil etish).

Sayyohlik transportining ixtisoslashgan, ajratilgan shakllari mavjud bo'lsada, mahalliy aholi va turistlar tomonidan turli darajada foydalaniladigan transport turlarini ham alohida e'tirof etish zarur. Shahar avtobuslari, metro tizimlari va turistik hududlarga muntazam qatnovchi havo transportlari sayyohlar va mahalliy aholi tomonidan bir vaqtning o'zida foydalaniladi va bu ba'zi hollarda o'zaro raqobat muhitini keltirib chiqaradi.

Turistlar turli transport vositalaridan foydalanganda, boshqa mahalliy foydalanuvchilar bilan raqobat kelib chiqishi mumkin bo'lgan hududlar uchun keng ko'lamli iqtisodiy, ekologik, ijtimoiy va siyosiy muammolarni keltirib chiqaradi. Davlatlar uchun transport samaradorligini oshirish qanchalik muhim bo'lmasin, geografik omil turizmga transport xizmatlarini ko'rsatishda bir qancha muammolarga sabab bo'ladi.

Turistik transportni ta'minlash bilan bog'liq qaror qabul qiluvchilar tomonidan talab qilinadigan ma'lumot turlari kelajakdagi ehtiyojni prognozlashda va transport provayderlari raqobatbardoshlikni oshirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Odatda bu kabi ma'lumotlar marketing tadqiqotlari orqali to'planadi va quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- sayohatni amalga oshiruvchilarning demografik va ijtimoiy-iqtisodiy xususiyatlari (yoshi, jinsi, oilaviy holati, ijtimoiy toifasi, daromadlari va xarajatlari);
- sayohatni tashkillashtirishda mintqa geografik holatidan kelib chiqishi va taqsimlanishi;
- sayohat davomida qulay bo'lgan transportni tanlash;

- transportga bo'lgan talabning kelajakdagi shakllari (turistik sayohatning qisqa va uzoq muddatli prognozlari);
- turistik transport operatsiyalariga nisbatan davlat siyosati;
- turistik transport turlariga investitsiyalarni va infratuzilmani ta'minlash uchun talabning o'zaro ta'siri.

Innovatsiya bu uzluksiz jarayon bo'lib, raqobatchilar doimiy ravishda yangi mahsulotlar yoki xizmatlarni izlaydilar, shuning uchun ma'lum bir jarayon yoki mahsulot innovatsiyasi orqali bu ustunlikni saqlab qolish mumkin. Turizm sohasidagi kompaniyalar ustunlikni saqlab qolishga intilayotgan yana bir yo'l- hamkorlik qilish uchun strategik kelishuvlarni tuzishdan iborat bo'ladi.

Zamonaviy turizmni har tomonlama ilmiy asoslangan yangi axborot asri bosqichiga o'tishi va bu transport ta'minotiga ta'sir ko'rsatganligi keng e'tirof etiladi. Turizm sanoatida raqamlashtirish jarayonining kirib kelishi transport va sayyohlik agentliklari kabi tarmoqlarga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. Bu rivojlanishning aniq ko'rsatkichlaridan biri keng ko'lamli yetkazib beruvchilarga to'g'ridan - to'g'ri bog'lanish uchun veb-saytlariga onlayn xaridlardan foydalanish imkoniyatining yaratilganligidir. Axborot-kommunikatsiyalari, sun'iy yo'ldosh navigatorlari, sezuvchan moslamalar va 5G (fifth generation-uyali aloqa tarmog'ining 5-avlodi) texnologiyalaridan foydalanib innovatsiyani joriy qilish imkoni paydo bo'la boshladi. Darhaqiqat, o'z-o'zini boshqaruvchi transportlarning keng tarqalishi xarajatlarni tubdan o'zgartirishi, unumdorlikni, sayohatchilar uchun foydalanish va egalik qilish imkonini beradi. Avtomobil dunyosida xavfsiz va haydovchisiz harakatlanish uchun sensorlar, kameralar, radar va sun'iy intellektdan foydalanadigan o'zini-o'zi boshqaradigan transport vositalarini yaratishni maqsad qilingan edi va bu jarayon bosqichma-bosqich amalga oshirilmoqda. Bir qator tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki, o'zini-o'zi boshqaradigan transport vositalari harakatlanish vaqtida yo'lda oqim quvvatini sezilarli darajada ko'paytiradi, sayohatchilar xavfsizligini sezilarli

¹⁴ Котельникова В.Е. управление развитием услуг транспортной инфраструктуры туризма: дис.канд.экон.

Наук.,2014-19с

darajada yaxshilaydi.

Ba'zi shahar va mamlakatlarda transport vositalari turistik qiziqish obyekti sifatida qabul qilinib, ular turistik hudud qiyofasining ramzi hisoblanadi. Bularga misol qilib, mashhur Londonning ikki qavatli qizil avtobuslari, Nyu-Yorkning sariq taksilari, Male jiplari, Kolombo tuk-tuklari, Bombay velorikshalari, Tokiyodagi tez yurar poyezdlar, Moskvaning metrosini keltirish mumkin.

Haydovchisiz tizim Parij, Gonkong, Milan, Rim metrolarida ham keng qo'llanilmoqda. Integral avtomatlashtirish tizimi transport vositasini boshqarishda haydovchi talab qilmaydi, chunki u ishga tushirish, to'xtatish, tezlikni tartibga solish, platforma eshiklarini ochish va yopish jarayonini boshqarish, to'siqlar va favqulodda vaziyatlarni aniqlash imkoniyatiga ega¹⁵.

Transportlarni haydovchisiz boshqarishning turli foydali tomonlari mavjud:

Moslashuvchanlik: ular da xizmat bir maromda yoki jadal o'zgartirishi asosida amalga oshiriladi;

Xavfsizlik: inson qilishi mumkin bo'lgan xatoning ehtimolligi nolga teng;

Energiyani tejash: to'liq avtomatlashtirish tufayli ular yanada samarali ishlash imkoniyatiga ega.

Bugungi kunda texnika sohasining jadal suratlar bilan rivojlanishi natijasida haydovchisiz boshqariladigan transport vositalari ixtiro qilinib, shahar atrofida yuk va yo'lovchilarni tashishda o'zi harakatlanuvchi poyezdlar sinovdan o'tkazilmoqda. O'zi harakatlanuvchi transport vositalarini boshqarishda sun'iy yo'ldosh tizimlaridan foydalaniladi va transport vositalari masofadan turib boshqariladi. Jamoat transporti kontekstida avtonom harakatchanlik bilan bajariladigan xizmatlarning 130 ga yaqin misollari mavjud. Ular haydovchisiz elektrobuslardan foydalanib, belgilangan marshrutlarni maksimal xavfsiz tarzda o'tishga qodir. Ushbu avtobuslar maksimal 25 km/soat tezlikda bir vaqtning o'zida

15 kishini tashish imkoniga ega bo'lib, asosan avtobus, tramvay va metro bekatlarini ulash maqsadida harakatlanish cheklangan joylarda qo'llaniladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: Экономика туризма / Г.А. Папирян. - М.: Финансы и статистика, 2000. – 208с.
2. Kamilova F.K, Kamilov Z. K., Xalqaro turizm bozori. Darsik / T.: TDIU, 2011 y. – B.28.
3. Sinclair, M.T. and Stabler, M. The Economics of Tourism, London: Routledge, 1997.
4. Gilbert, D.C. Tourism marketing: Its emergence and establishment, in C.P.Cooper (ed.) Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management, Volume 1, London: Belhaven, 1989. – P.77–90.
5. Iwona H, Milos P, Jozef G. “ Quality of transport services and customer satisfaction measurement” the archives of automotive engineering – archiwum motoryzacji vol. 96, no. 2, 2022- 51p
<https://doi.org/10.14669/am/151707>
6. Christopher, M. Logistics and Supply Chain Management, New York: Irwin, 1994.
7. Хамидуллина Г.Р. Управление качеством в сфере туризма и спорта – направления развития, Вектор науки ТГУ. № 2 (24), 2013- 365с
8. Асалиев А. М. и др. Маркетинговый подход к управлению качеством транспортного обслуживания. – 2016.-26-27с
9. Молиторис Д. Глобальный размах железнодорожного транспорта //Экономические перспективы. – 2000. – Т. 5. – №. 3.
<http://www.infousa.ru/economy/ijee1000.html>.
10. Бутко И.И. Транспортное обслуживание туризма: учеб. пособие / И.И. Бутко, В.А. Ситников. - М.; Ростов н/д : MapT, 2006. – 335 с.
11. Квартальнов В. А. Современные особенности туризма как метода научного познания и исследований //Теория и практика физической культуры. – 2002. –13-17с.
12. Котельникова В.Е. управление развитием услуг транспортной инфраструктуры туризма: дис.канд.экон. Наук.,2014-19с
13. Dileep.M.R., Francesca Pagliara transportation system for tourism/advances in spatial science 2023. – P.9.Dileep

¹⁵ Dileep.M.R., Francesca Pagliara transportation system for

tourism/advances in spatial science 2023. – P.9.