



## МЕҲМОНХОНАЛАРДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СИФАТИГА ТАЪСИР ҚИЛУВЧИ ОМИЛЛАР

**Рахмонова Нигина Анваровна**

*Тошкент давлат иқтисодиёт университети “Туризм ва сервис”  
кафедраси докторанти. Тошкент, Ўзбекистон.*

[rakhmonovan1997@gmail.com](mailto:rakhmonovan1997@gmail.com)

DOI: [https://doi.org/10.55439/EIT/vol10\\_iss4/a35](https://doi.org/10.55439/EIT/vol10_iss4/a35)

### Аннотация

Ушбу мақолада меҳмонхоналарда хизмат кўрсатиш сифатига таъсир қилувчи омиллар ўрганилиб, хизмат кўрсатиш сифатини ўлчовчи SERVQUAL (service quality) шкаласидан фойдаланилган ҳолда мавжуд муаммоларни таҳлил қилиб, меҳмонхоналарда хизмат кўрсатиш сифатини янада такомиллаштириш мақсадида меҳмонхоналар бўйлаб илмий изланишлар натижасида мижозлар мамнуниятига эришиш йўлида таклифлар берилган.

**Калит сўзлар:** сифат, хизмат кўрсатиш сифати, сервқуал, мижозлар, меҳмонхона ходимлари, сифатга таъсир қилувчи омиллар.

### Аннотация

В данной статье рассматриваются факторы, влияющие на качество обслуживания в гостиницах. Также, в статье анализируются существующие проблемы с использованием шкалы SERVQUAL, измеряющей качество обслуживания, в результате были и исследованы параметры повышения качества обслуживания в гостиницах с учетом желаний и потребностей клиентов.

**Ключевые слова:** качество, качество обслуживания, servqual, клиенты, персонал гостиницы, факторы, влияющие на качество.

### Abstract

This article examines the factors affecting the quality of service in hotels, analyzes the existing problems using the SERVQUAL scale, which measures the quality of service and conducts research in hotels to further improve the quality of service. As a result of the research, suggestions were made on how to achieve customer satisfaction.

**Keywords:** quality, quality of service, servqual, customers, hotel staff, factors influencing quality.

### Кириш

Туризм-иқтисодиётнинг муҳим тармоқларидан бири. Мавжуд имкониятлардан самарали фойдаланган ҳолда, ушбу тармоқни янада такомиллаштириш зарур, буни даврнинг ўзи тақозо этмоқда [2].

Меҳмонхона хизматларини тақдим этиш туризм индустриясининг энг муҳим соҳаларидан бири ҳисобланади. Меҳмонхона индустрияси туризмда транспорт ташиш секторидан кейин аҳамияти жиҳатидан 2- ўринни эгаллайди. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Туризм тармоғини жадал ривожлантиришга оид чора-тадбирлар тўғрисида” 2019-йил 5-январдаги ПҚ-4095-сон қарорига мувофиқ инвесторларга янги

меҳмонхона қуриш ва уни жиҳозлаш учун субсидия ажратиш ҳамда ташкилотларни франчайзинг тўғрисидаги шартнома асосида қисман молиялаштириш учун Давлат бюджетидан маблағ ажратиш тартиби ҳақидаги низом ишлаб чиқилди. Натижада республика бўйлаб шинам, барча қулайликларга эга меҳмонхоналар сони янада кўпайди ва 2021 йил 1 январ ҳолатига кўра уларнинг сони 1 156 тага етди. Ушбу соҳа мутахассисларининг олдида турган навбатдаги муҳим вазифа меҳмонхона корхоналарида сифатли хизматни таъминлаб бериш ҳисобланади. Демак, меҳмонхоналарда хизмат кўрсатиш жараёнидаги муаммоларни барҳам топиши учун аслида биз сифат тушунчасига урғу беришимиз, уни доим назорат остида ушлаб туришимиз лозим.

### **Мавзуга оид адабиётлар таҳлили**

Хизмат кўрсатиш сифати тўғрисида кўплаб иқтисодчи олимлар ўз ишланмаларини тақдим этишган, жумладан Пҳиллипс [8], Андерсон [9] & Зеитҳмал [10] ўзларининг тадқиқотларида юқори сифатли хизмат кўрсатиш натижасида саноатда даромад ошади, бу эса ўз навбатида самарадорликни оширади деб таъкидлаб ўтганлар.

Рабин 1980-йиллардан бошлаб хизмат кўрсатиш соҳасида "сифат" муҳим рол ўйнаганлигини таъкидлаган бўлса [11], Такеучи ва Қуелч каби тадқиқотчиларнинг фикрига кўра (1983) хизмат кўрсатиш сифатини кўпроқ тушунувчи шахслар бу туристлар эканлиги тасдиқлаган [12].

Қолаверса, Горбашко сифатни беш хил: фалсафий, ижтимоий, техник, ҳуқуқий, иқтисодий жиҳатлардан таҳлил қилиб, уларнинг таърифларини ҳам келтириб ўтган [3].

Е. А., С. Д. Ильенкова, Н. Д. Ильенкова, С. Ю. Ягудин каби иқтисодчи олимлар ўз асарларида сифатни иқтисодий категория эканлигини ва сифатни бошқариш масалаларини тадқиқ этишган [4].

Сўнгги йилларда чоп этилган маҳаллий олимларнинг илмий ишлари ҳам диққатга молик. Иқтисодчи олимлар Пардаев М.Қ., Халикулов А.Н томонидан меҳмонхона корхоналарида сервис сифатини оширишнинг услубий асосларини такомиллаштириш масаласи чуқур ўрганилиб, меҳмонхона хўжаликларида самарадорликни ошириш масаласида монографик тадқиқотлар олиб борилган ва "меҳмонхона хўжалиги сервис сифати" таърифи ишлаб чиқилган [5].

Бироқ бугунгача олиб борилган илмий-амалий тадқиқотларда service quality шкаласининг меҳмонхона саноатига тегишли ёки йўқлиги етарли даражада ўрганилмаган. Ушбу тадқиқот иши эса масаланинг айна жиҳатларини қамраб олган.

### **Тадқиқот методологияси**

Тадқиқот иши давомида кузатиш, тизимли, қиёсий таҳлил ва эксперт баҳолаш каби усуллардан фойдаланилди. Меҳмонхона объектларида мижозлар ва ходимлар билан интервьюлар ташкил этиш орқали хар иккала томоннинг талаб ва таклифлари таҳлил қилиниб, меҳмонхона учун хизмат кўрсатиш сифатини ўлчовчи кўрсаткичлар ишлаб чиқиш, юқори сифат орқали сайёҳларни жалб қилиш ва уларни содиқ мижоз бўлиб қолишини таъминлаш йўллари аниқланди.

Тадқиқот иши давомида олинган асосий илмий натижаларнинг ишончлилигини таъминлаш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика қўмитаси маълумотларидан фойдаланилди.

### **Таҳлил ва натижалар**

Сифатни бошқариш - бу мавжудлик ва ривожланишнинг зарурлиги ва долзарблигини исботлашни талаб қилмайдиган фан соҳаси ҳисобланади.

Инсоният ривожланиб борар экан, у ҳар доим маҳсулот, хизматлар ва атроф-муҳит сифати билан қизиқади, яъни охир-оқибат ҳамма нарсани аниқлайдиган асосий нарса - ҳаёт сифати бўлиб қолади, тарих сабоқлари эса бу аниқ хулосани тасдиқлайди.

Сифат категориясининг биринчи тадқиқотчиси юнон файласуфи Арасту ҳисобланиб, милoddан аввалги IV асрда ўзининг «Метофизика» асарида сифатга таъриф берган.

Сифат объект таркибий қисмларининг ўзаро турғун муносабатларини акс эттиради, бу муносабатлар бир объектни иккинчи объектдан ажратиб турадиган ўзига хос томонларини англатади. Шу билан бирга сифат бир турдаги объектларга хос умумийликни ҳам ифодалайди. Сифат тушунчасини Арасту нарсаларга нисбатан акциденция деб таърифлайди. Ибн Сино эса сифатни нарсаларнинг ажралмас хусусияти ва у ўз-ўзича мавжуд эмас деб ҳисоблайди.

Сифат мураккаб категория бўлиб, уни турли нуқтаи назардан кўриб чиқиш мумкин: фалсафий, ижтимоий, техник, ҳуқуқий, иқтисодий. (жадвал.1)

**1-жадвал**

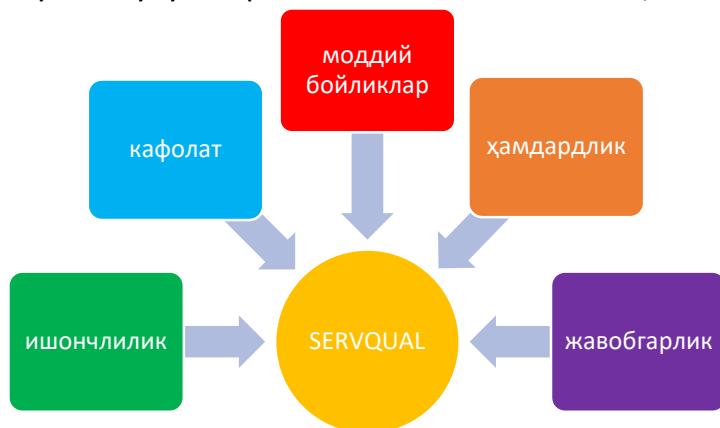
### **Сифат категорияси тушунчалари [3]**

|                    |   |
|--------------------|---|
| Фалсафий жиҳатдан  | Сифат объект таркибий қисмларининг ўзаро турғун муносабатларини акс еттиради, бу муносабатлар бир объектни иккинчи объектдан ажратиб турадиган ўзига хос томонларини англатади. Шу билан бирга сифат бир турдаги объектларга хос умумийликни ҳам ифодалайди   |
| Ижтимоий жиҳатдан  | Сифат категорияси алоҳида субъектлар ва/ёки бутун жамиятнинг объектга муносабатини билдиради. Шу билан бирга, сифатни алоҳида шахслар ва бутун жамиятнинг маданият даражаси, диний ва демографик хусусиятларига боғлиқ бўлган категория сифатида кўриш мумкин |
| Техник Жиҳатдан    | Сифат тоифаси бир хил мақсаддаги объектларнинг физик, электромеханик ва бошқа техник хусусиятларини шакллантириш ва намоён қилишда техник қонунлар билан белгиланади  |
| Қонуний жиҳатдан   | Сифат тоифаси ҳуқуқий ҳужжатларда белгиланган талабларга жавоб берадиган объект хусусиятларининг йиғиндисини сифатида белгиланади   |
| Иқтисодий жиҳатдан | Сифат тоифаси эҳтиёжларини қондириш натижасини сифатида қаралади  |

Меҳмонхоналарда мижозларга сифатли хизмат кўрсатишга эришишда ушбу жараёнга кўплаб омиллар таъсир қилади. Баъзи бир мижозлар учун жуда муҳим тўйилган омил бошқалари учун муҳим бўлмаслиги ва аксинча бўлиши мумкин. Ҳар бир шахс индивидуаллигидан келиб чиқиб, уларнинг хоҳиш ва эҳтиёжлари ҳам турлича бўлиши табиий, албатта.

Мижозларнинг қониқишини баҳолаш бу тобора кучайиб бораётган рақобат бозорида омон қолишни истаган ҳар қандай хизмат кўрсатувчи фирма учун асосий мақсаддир. Меҳмонхона учун хизмат кўрсатиш сифатини ўлчовчи кўрсаткичлар ишлаб

чиқиш, юқори сифат орқали сайёҳларни жалб қилиш ва уларни содиқ мижоз бўлиб қолишини таъминлаш меҳмонхона даромадини оширувчи енг муҳим омил ҳисобланади. SERVQUAL модели ғояси 1985-йилда Парасураман ва бошқалар томонидан ишлаб чиқилган бўлиб, бешта муҳим омилни баҳолаган йигирма иккита бандни ўз ичига олади. SERVQUAL бу мижозларнинг хизмат кўрсатиш сифати ҳақидаги тасаввурларини ўлчаш учун бир нечта элементли шкала ҳисобланади.



**1-расм. SERVQUAL хизмат кўрсатиш сифатини ўлчаш шкаласи[7]**

Илк бор Парасураман хизмат сифатини ўлчаш моделини таклиф қилганида хизмат сифатининг ўнта детерминантини бор эди. Бу белгиловчи омиллар қуйидагилардан иборат бўлган: ишончлилик, сезгирлик, малака, киришимлилик, хушмуомалалик, мулоқот, кафолат, хавфсизлик, тушуниш ва моддий бойликлар. Ушбу модел кейинчалик такомиллаштирилди ва ўнта детерминантдан бешта детерминантга қисқартирилди. 1990- йилда аниқланган хизмат кўрсатиш сифатини аниқловчи ушбу бешта омилларга моддий бойликлар, ишончлилик, сезгирлик, кафолат ва ҳамдардлик киради. Детерминантларнинг тўрттаси инсон омили билан боғлиқ бўлса, детерминантлардан фақатгина биттаси моддий жиҳатларга асосланган.

**2-жадвал**

**SERVQUAL элементлари[7]**

|                  |  |
|------------------|--|
| Ишончлилик       | Ваъда қилинган хизматни ишончли ва аниқ бажариш қобилияти                                |
| Кафолат          | Ходимларнинг билими ва хушмуомалалиги ҳамда уларнинг мижозларга ишонч билдириш қобилияти |
| Моддий объектлар | Жисмоний воситалар, жиҳозлар, ходимлар ва алоқа материалларининг кўриниши                |
| Ҳамдардлик       | Мижозга ғамхўрлик, индивидуал эътиборни таъминлаш  |
| Жавобгарлик      | Мижозларга ёрдам беришга ва тезкор хизмат кўрсатишга тайёрлик                            |

Сифат тушунчасини таҳлил қиладиган бўлсак, адабиётларда сифат тушунчаси турлича изоҳланади. Бироқ, сифат тушунчаларининг асосий фарқи унинг маъмурий ва бозор иқтисодиёти шароитида тушунишидадир.

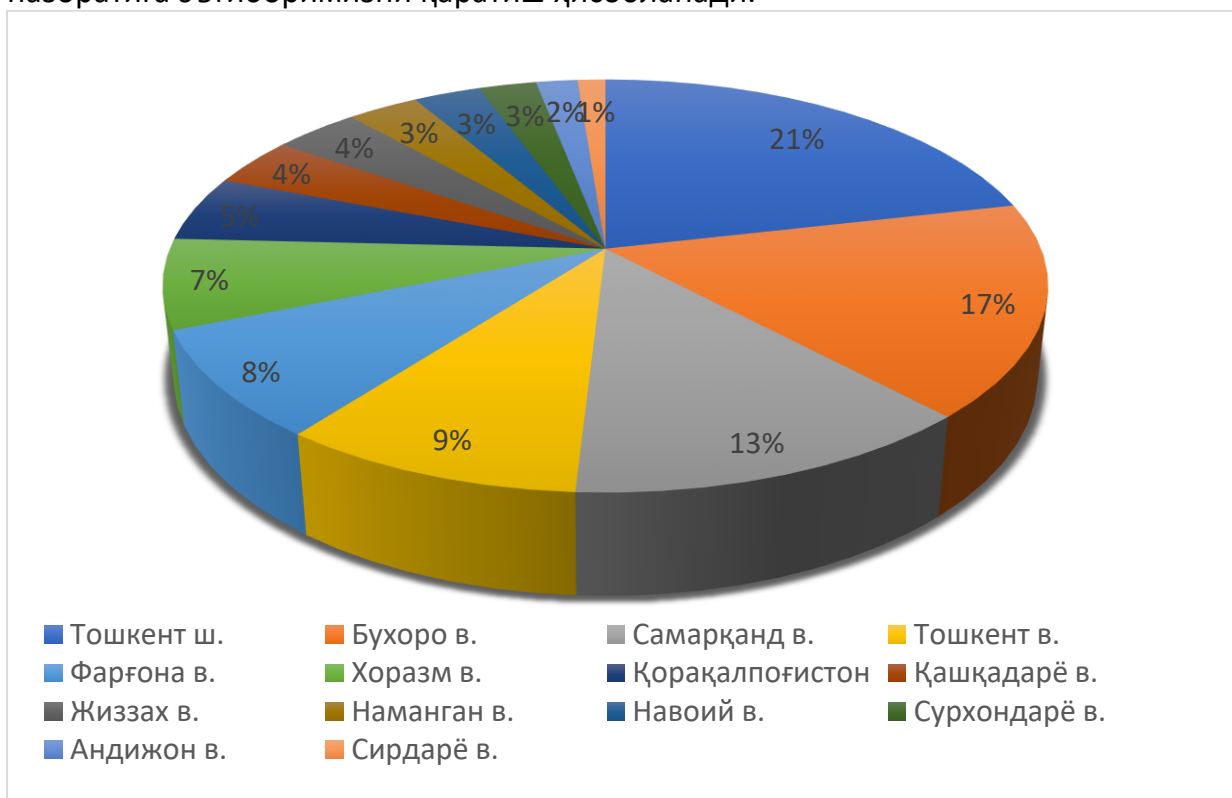
Маъмурий ёки буйруқбозлик иқтисодиётида сифат ишлаб чиқарувчи нуқтаи назаридан талқин қилинади. Бозор иқтисодиёти шароитида еса сифатга истеъмолчи нуқтаи назаридан қаралади.

Бир қанча мамлакатларда олиб борилган тадқиқотлар шуни кўрсатдики, сифатга кам эътибор берадиган компанияларда вақтнинг 60% ини камчиликларни тузатишга сарфлаши мумкин.

Сифатни яхшилашнинг аҳамиятини Япония мисолида таҳлил қилиш мумкин. Иккинчи жаҳон урушидан кейин япон саноатчилари ишлаб чиқариш самарадорлиги ва маҳсулот сифатини ошириш йўллари фаол излашди. Япониялик менежерлар гуруҳлари бутун дунё бўйлаб тажрибаларни ўргандилар. Улар АҚШ ва Европанинг етакчи саноат фирмалари раҳбарлари билан учрашди. Турли мамлакатлар тажрибасини ўрганар экан, япон менежерлари муваффақиятли фирмалар ўз ходимларига ва маҳсулот сифатига юқори талаблар қўйишларини таҳлил қилиб, ўз корхоналарида ҳам ушбу жиҳатларга эътибор қаратдилар.[4]

Ўтказилган тадқиқот ва ишланмалар натижасида Японияда янги бир тушунчалар "сифат маданияти" ва "Япония сифат стандартлари" пайдо бўлган. Япония корхоналар фаолияти учун янги методологиянинг асосчиси бўлди ва умумий сифат назоратига ўтди. Янги тизим микро даражадан ташқарига чиқади ва бозор назорати, бозор таҳлили, сотишдан кейинги хизматни ўз ичига олади.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019-йил 5-январдаги ПҚ-4095-сон қарорига мувофиқ инвесторларга янги меҳмонхона қуриш ва уни жиҳозлаш учун субсидия ажратиш ҳамда ташкилотларни франчайзинг тўғрисидаги шартнома асосида қисман молиялаштириш учун Давлат бюджетидан маблағ ажратиш каби чора тадбирлари натижасида юртимизда кўплаб янги меҳмонхоналар очилмоқда. Уларни вилоятлар кесимида кўриб чиқиб (2-расм), туризм энг кўп ривожланган шаҳарларда уларнинг сони яна бир мунча кўпайганини гувоҳи бўлдик. Навбатдаги вазифамиз юртимиз бўйлаб мингдан ортиқ меҳмонхоналарда хизмат кўрсатиш сифатига, унинг назоратига эътиборимизни қаратиш ҳисобланади.



**2-расм. Ўзбекистон республикасида жойлашган меҳмонхоналар вилоятлар кесимида**

Манба: Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика қўмитаси маълумотлари асосида муаллиф ишланмаси

Сифатли хизмат кўрсатиш деганда биринчи навбатда меҳмоннинг кўрсатилаётган хизматдан мамнунлиги тушунилади. Мижоз қандай ҳолатларда хизмат кўрсатувчи ходимдан мамнун бўлади? Меҳмон ўзининг муҳимлигини ҳис қилганда, унга алоҳида эътибор қаратилганда, унинг муаммосини эшитиб, ҳал қилишга шай турган ходимларни кўрганидагина хизматдан қониқиш ҳиссини туяди. Юқорида таъкидлаб ўтилган вазифаларни бажариш учун еса ходимлардан ўз соҳаси бўйича етарли кўникмаларга эга бўлиши, жонкуярлик ва касбига бўлган муҳаббат талаб қилинади.



**3-расм. Меҳмонхонларда хизмат кўрсатиш сифатига таъсир қилувчи омиллар**

*Манба: Таҳлил натижалари асосида муаллиф ишланмаси*

Таҳлил натижаларидан келиб чиқиб, мижозлар мамнуниятига эришиш учун хизмат кўрсатиш қўйидаги асосий жиҳатларни ўзида мужассам этиши керак деган хулосага келдик ва меҳмонхонларда хизмат кўрсатиш сифатига таъсир қилувчи асосий омилларни аниқладик:

▪ Биринчи омил, билимли ва жонкуяр ходимлар бўлиб, меҳмонхона корхоналарида билимли, салоҳиятли, ўз соҳасининг етук мутахассислари хизмат кўрсатар экан, меҳмонлар хоҳиш ва истаклари етарли даражада қондирилади. Сабаби, ушбу мутахассислар меҳмон доимо ҳақлигини, кўрсатилаётган хизматлар сифати хизмат кўрсатиш ва меҳмонхона соҳасида нақдар муҳим эканлиги ҳақидаги билимларни чуқур ўзлаштирган бўлади.

▪ Иккинчи омил, меҳмондўстлик муҳити яъни мижоз ташриф буюрганида уни қўршаб турувчи муҳит ёқимли ва ўзига жалб қилувчи бўлиши зарур. Сабаби, аслида мижозлар шу муҳитни қумсаб қайта қайта сизнинг корхонангизга ташриф буюради. Хизмат кўрсатувчи мутахассисларнинг вазифаси эса ушбу муҳитни яратиш учун барча керакли жиҳозлар ва буюмларни ташкил қилиш. Масалан, арома маркетинг усулидан фойдаланиш, ёқимли атмосферани яратишда гуллардан, турли хил декорациялардан ёки жуда ҳам қулай ўриндиқлардан фойдаланиш ёки турли мавсумий ичимликлар таклиф қилиш орқали.

▪ Учинчи омил, хизмат кўрсатиш тезлиги - ҳозирги тезкор ривожланаётган даврда ҳар бир мижознинг вақти режалаштирилган. Мижозларнинг ҳар бир дақиқаси қадрли ва хизмат кўрсатувчилар бунга эътиборга олиши жуда муҳим ҳисобланади.

▪ Тўртинчи омил, ҳар бир мижозга алоҳида ёндашув яъни мижозларнинг табиати, кадриятлари, эҳтиёжлари турли хил бўлиши табиий. Ҳодимлар еса ҳар бир меҳмоннинг индивидуаллигидан келиб чиқиб уларга ёндашиши, меҳмон учун зарур бўлган барча қулайликларни муҳайё қилиши ва эҳтиёжларини тўлақонли қондириши зарур.

▪ Бешинчи омил, мижозлар билан ишончли муносабатларни яратиш. Мижозлар меҳмонхона ҳудудида ўзларини хавфсиз ҳис қилиши, шахсий маълумотлари сир сақланишидан кўнгли тўқ бўлиши зарур. Ҳар қандай ҳолатда ҳам меҳмонхона ходимларига мурожаат қилиши мумкинлиги, дам олиш давомида юзга келиши мумкин муамоларни ҳал қилишга шай турган ходимлар мавжудлигини билиши муҳим ҳисобланади.

### **Хулоса ва таклифлар**

Ушбу тадқиқотнинг мақсади СЕРВҚУАЛ ўлчамлари меҳмонхона саноатига тегишли ёки йўқлигини текширишдан иборат. Ушбу тадқиқот натижалари СЕРВҚУАЛ ўлчамларини тасдиқлайди, лекин меҳмонхона секторига хос бўлган қўшимча ўлчамларни киритишни таклиф қилади. Модел асосан асосий йўналишларга қаратилган ва тадқиқотчиларга СЕРВҚУАЛ ўлчови, хизмат сифати ва уларнинг ўзгарувчилари тушунчаси билан боғлиқ муҳим масалаларни очишга имкон беради. СЕРВҚУАЛга кўра, хизмат сифатини мижозларнинг хизмат ҳақидаги тасвурлари ва аслида хизмат кўрсатувчи персоналнинг фаолияти ўртасидаги тафовутларни аниқлаш орқали ўлчаш мумкин. Агар мижоз кутганлари бажарилса ёки хизмат сифати кутилганиданда ортиқроқ бўлса, бундай хизматни сифатли хизмат деб аташимиз мумкин.

Ҳозирги кунда, меҳмонхоналарда хизмат кўрсатишда сифат назоратини тизимли равишда ташкил қилиш асосий вазифаларимиздан биридир. Бунинг учун, тадқиқот давомида биринчи навбатда хизмат кўрсатиш сифатига таъсир қилувчи омилларни таҳлил қилиб ва 5 та асосий таъсир қилувчи омилларни (билимли ва жонкуяр ходимлар, меҳмондўстлик муҳити, хизмат кўрсатиш тезлиги, ҳар бир мижозга алоҳида ёндашув ва мижозлар билан ишончли муносабатларни яратиш) таклиф қилдик. Жараённи такомиллаштириш учун кейинги қадамлар эса қуйидагилардан иборат:

- мутахассислар томонидан сифат кўрсаткичлари ишлаб чиқиши;
- меҳмонхона ходимлари салоҳиятини янада ошириш учун эса турли кўринишдаги ўқув куслари, семинар-тренинглари ташкил қилиш;
- ҳаттоки кичик меҳмонхоналарда ҳам сифат назоратига маъсул шахслар тайинланиши ва диомий равишда жараёндаги камчиликларни бартараф қилиниши зарур.

Хулоса қилиб айтганда, меҳмонхоналарда хизмат кўрсатиш сифатини янада такомиллаштириш учун хизмат кўрсатишда сифатга таъсир қилувчи омилларни аниқлаш талаб этилади. Юқорида таклиф қилинган асосий таъсир қилувчи омилларга эътибор қаратиш орқали эса хизмат кўрсатиш самарадорлиги ошади ва натижада мижозлар мамнуниятига эришилади.

## **Фойдаланилган адбаиётлар рўйхати**

1. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Меҳмонхона хўжалиги фаолиятини янада ривожлантириш учун қулай шарт-шароитлар яратиш чоратадбирлари тўғрисида”ги қарори, 27.05.2019 йилдаги 433-сон
2. Шавкат Мирзиёев “Туризмни изчил ривожлантириш истиқболлири, сайёҳлик объектларидан самарали фойдаланиш борасида амалга оширилаётган ишлар” таҳлилига бағишланган йиғилишдаги нутқидан
3. Горбашко, Е.А. Управление качеством: учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Горбашко. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 15-16 стр.
4. С. Д. Ильенкова, Н. Д. Ильенкова, С. Ю. Ягудин и др. Управление качеством: Учебник— Москва: ЮНИТИ, 1998.— 18 стр.
5. Пардаев М.Қ, Халикулов А.Н. ва Рахимов Ҳ.А "Меҳмонхона хўжаликларидан самарадорликни ошириш муаммолари" Монография – Т: "Иқтисодиёт" нашриёти, 2013.
6. Халикулов А.Н. "Меҳмонхоналаридан сервис сифат ва самарадорлигини ошириш имкониятлари"Иқтисодиёт фанлари доктори (DSc) илмий даражасини олиш учун тайёрланган диссертация. Самарқанд, 2011 й.
7. Parasuraman, A., Zeithami, V. & Berry L. L. (1985), "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, 49 (Fall): 41-50.
8. Phillips, Lynn W., Dae R. Chang, and Robert D. Buzzell (1983), "Product Quality, Cost Position, and Business Performance: A Test of Some Key Hypotheses," *Journal of Marketing*, 47 (Spring)
9. Anderson, Carl and Carl P. Zeithaml (1984), "Stage of the Product Life Cycle, Business Strategy, and Business Performance," *Academy of Management Journal*, 27 (March), 5-24.
10. Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1988). Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality. *Journal of Marketing*, 52(2),35–48. <https://doi.org/10.1177/002224298805200203>
11. Rabin, Joseph H. (1983), "Accent Is on Quality in Consumer Services This Decade," *Marketing News*, 17 (March 4), 12.
12. Takeuchi, Hirotaka and John A. Quelch (1983), "Quality Is More Than Making a Good Product," *Harvard Business Review*, 61 (July-August), 139