

**O`ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV VA O`RTA MAXSUS TA`LIM VAZIRLIGI**

URGANCH DAVLAT UNIVERSITETI

TURIZM VA IQTISODIYOT FAKULTETI

“TURIZM” kafedrası

**TURIZMDA RESTORAN MENEJMENTINI TAKOMILLASHTIRISH
YO`LLARI**

Bajaruvchi: Bozorboyev Doniyor Bahrom o`g`li

Rahbar: dots. Xudayberganov D.T.

Urganch shahri

2018-yil

**MAVZU. TURIZMDA RESTORAN MENEJMENTINI
TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI**

MUNDARIJA

№	Bitiruv malakaviy ishining tarkibi	Beti
	KIRISH.....	3
I- BOB.	TURIZMDA RESTORANLAR SOHASINI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY-USLUBIY ASOSLARI.....	7
1.1.	Restoranlar - umumiy ovqatlanish korxonasining yirik subyekti sifatida.....	7
1.2.	Restoranlar faoliyatini tashkil etishning xorijiy tajribasi	14
1.3.	Restoranlar faoliyatida menejmentning tutgan o‘rni va muhim vazifalari.....	22
II- BOB.	RESTORANLAR FAOLIYATIDA MENEJMENTNI TAKOMILLASHTIRISH YO‘NALISHLARI VA IMKONIYATLARI.....	30
2.1.	Turizmda restoranlar faoliyatini boshqarishga qo‘yiladigan talablar va ularning mazmuni	30
2.2.	Restoran menejmentini takomillashtirishda marketing faoliyati va uning tadqiqotlarini qo‘llash imkoniyatlari.....	44
2.3.	Restoranlar faoliyatida strategik boshqaruv usullaridan foydalanish yo‘nalishlari.....	54
	XULOSA VA TAKLIFLAR.....	63
	FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI.....	66
	ILOVALAR.....	70

KIRISH

Mavzuning dolzarbligi. Mamlakatda amalga oshirilayotgan islohotlar negizida iqtisodiyotni erkinlashtirish, mamlakatni modernizatsiyalash, makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlash evaziga uzluksiz iqtisodiy o'sishga erishishdek dolzarb vazifa qo'yilgan. Bu o'z navbatida, iqtisodiyotda erishilgan yutuqlarning asosi sifatida bozor munosabatlarining to'liq qaror topishi, turli mulk shakllarining takomillashuvi, iqtisodiyotdagi keskin tuzilmaviy o'zgarishlarning sodir bo'lishi, servis va xizmat ko'rsatish sohalarining yalpi ichki mahsulotdagi ulushining ortib borishi kabilar bilan baholanmoqda.

Xususan, iqtisodiyotni modernizatsiya qilish sharoitida mehmonxona xo'jaligining asosiy tarkibidan bo'lgan restoran xizmati faoliyatining nazariy va amaliy jihatlarini o'rganish, u haqdagi bilimlarni egallash turizm sohasini rivojlanishida muhim ahamiyat kasb etadi. Chunki, turistlar va mijozlarga turistlarga ovqatlantirish xizmatlarini ko'rsatishda restoran xizmatlarini tashkil qilish, ularning turlari va vazifalari hamda umumiy ovqatlantirish korxonalari bozorida restoran xizmatlarining o'rnini turizm sohasini rivojlanishida muhim ahamiyatga ega.

Bu borada O'zbekistonda turizm sohasini rivojlantirish maqsadida restoranlar va barlar uchun katta mablag'lar ajratilmoqda. Bunday sur'atda turizm sohasini rivojlantirish umumiy ovqatlantirish korxonalari faoliyatini rivojlantirishga olib keladi. Chunki, barcha turistlar umumiy ovqatlantirish korxonalaridan bo'lgan restoran xizmatidan foydalanadilar. Buning samaradorligini oshirish xorijiy tajribalar asosida ta'minlanadi.

Mazkur vazifalarni amalga oshirish borasida respublikamida O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyev tomonidan "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi Farmon qabul qilinib, unga asosan, 2017-2021 yillarda respublikamizni rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasi ishlab chiqildi. Mazkur yo'nalishning III bandida iqtisodiyotni yanada rivojlantirish va

liberallashtirishning ustuvor yoʻnalishlari oʻz aksini topgan.¹ Uning tarkibida turizm industriyasini barqaror rivojlantirish alohida oʻrin olgan.

Mazkur maqsadga erishish uchun oʻz navbatida turizm sohasida restoranlar faoliyatini rivojlantirish lozim boʻlib, bu oʻz navbatida restoranlar faoliyatini samarali boshqarishni taqozo etadi. Ushbu boshqaruv restoranlar faoliyatida uning tashqi bezagini oʻzgartirish, mehmonlarni kutib olish va kuzatishni toʻgʻri tashkil etish, restoran zalini jihozlash, mijozlarning buyurtmalarini bajarish va xizmat darajasiga toʻgʻri baho berishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Natijada turizmدا restoran menejmentini takomillashtirish orqali restoran xizmatlari koʻrsatish samaradorligini oshirish, restoran xizmatlariga boʻlgan talabni aniqlash, restoranlarning faoliyatini yanada kengaytirish orqali mijozlar sonini koʻpaytirish, samarali marketing tadqiqotlarini oʻtkazish orqali restoranlarning kelajagini aniqlash kabi muhim vazifalar bajariladi.

Shular bilan birga, restoranlar faoliyatida boshqaruvning muhim yoʻnalishlari restoranlar faoliyatini boshqarishga qoʻyiladigan talablarni yanada kuchaytirish hamda ularning faoliyatida strategik boshqaruv usullaridan samarali foydalanishdan iborat boʻladi. Hamda mijozlarga xizmat koʻrsatish, tegishli axloqiy tartib-qoidalarga rioya qilish va zimmadagi vazifalarni toʻgʻri va toʻliq bajarish boshqaruv sohasining madaniyatini belgilaydi. Keltirilgan ushbu vazifalar bevosita turizm sohasida restoran faoliyatini boshqarishning dolzarbligini koʻrsatadi.

Mavzuning oʻrganilganlik darajasi. Xorijiy mamlakatlar turizmida restoran faoliyati va uning menejmenti masalalarini tadqiq etish va takomillashtirish boʻyicha Л.Труханович, А.Рюмина, А.Чудновский, О.Назаров, А.Назаров, О.Ефимова, Н.Ефимова, М.Жукова va Г.Аванесова tadqiqot ishlarini olib borishganlar.

Oʻzbekiston turizmida restoran faoliyati va uning menejmenti masalalari tadqiq etish hamda takomillashtirish boʻyicha I.Ivatov, I.Erboʻtayev.

¹ Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevralda qabul qilingan PF-4947-sonli “Oʻzbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish boʻyicha Harakatlar strategiyasi toʻgʻrisida”gi farmoni. Oʻzbekiston Respublikasi qonun hujjatlari toʻplami, 2017 y., 6-son, 70-modda.

T.Xudayshukurov, D.Aslanova, N.Mo‘minov, M.Pardayev, I.To‘xliyev, G‘.Qudratov, S.Safayeva, D.Abidova, X.Mamatqulov, va A.Amriddinova lar tadqiqot izlanishlarini olib borganlar.

Bitiruv malakaviy ishi ob’ekti va predmeti. Bitiruv malakaviy ishi ob’ekti bo‘lib restoranlar, predmeti qilib turizm da restoran menejmentini takomillashtirish bilan bog‘liq ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar olindi.

Bitiruv malakaviy ishi maqsadi va vazifalari. Ishning maqsadi turizm da restoran menejmentini takomillashtirish yuzasidan ilmiy taklif va amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat. Ushbu maqsaddan kelib chiqib, bitiruv malakaviy ishining vazifalari quyidagilardan iborat:

- restoranlarni umumiy ovqatlanish korxonasi ning yirik subyekti sifatida izohlab berish;
- restoranlar faoliyatini tashkil etishning xorijiy tajribasini o‘rganish va tahlil qilish;
- restoranlar faoliyatida menejmentning tutgan o‘rniga baho berish va muhim vazifalarini yoritib berish;
- turizm da restoranlar faoliyatini boshqarishga qo‘yiladigan talablar va ularning mazmunini ochib berish;
- restoran menejmentini takomillashtirishda marketing faoliyati va uning tadqiqotlarini qo‘llash imkoniyatlarini ochib berish;
- restoranlar faoliyatida strategik boshqaruv usullaridan foydalanish yo‘nalishlarini ochib berish.

Bitiruv malakaviy ishining ilmiy-amaliy ahamiyati. Ushbu bitiruv malakaviy ishining ahamiyati shundaki, unda keltirilgan materiallardan respublikamiz turizm da restoran boshqaruvini samarali amalga oshirishda, shuningdek, oliy va o‘rta maxsus o‘quv yurtlarida, “Menejment”, “Turizm: nazariya va amaliyot”, “Restoran menejmenti” va “Restoran servisini tashkil etish” kabi fanlarni o‘qitishda keng foydalanish mumkin.

Bitiruv malakaviy ishining nazariy-uslubiy asosi bo‘lib, O‘zbekiston Respublikasi Qonunlari, Prezident farmonlari va asarlari, Vazirlar Mahkamasi

Qarorlari, iqtisodiy adabiyotlar, internet saytlari va statistik ma'lumotlar, shuningdek restoran boshqaruviga bag'ishlangan manbalar xizmat qiladi.

Bitiruv malakaviy ishi tarkibi. Ushbu ish kirish, 2 ta bobdan iborat 6 ta paragraf, xulosa va takliflar, foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati qismlaridan iborat.

Ishning I-bobi "Turizmدا restoranlar sohasini rivojlantirishning nazariy-uslubiy asoslari" deb nomlanib, unda restoranlar - umumiy ovqatlanish korxonasi yirik subyekti sifatida bo'lishi, restoranlar faoliyatini tashkil etishning xorijiy tajribasi hamda restoranlar faoliyatida menejmentning tutgan o'rni va muhim vazifalari yoritib berilgan.

Ishning II-bobi "Restoranlar faoliyatida menejmentni takomillashtirish yo'nalishlari va imkoniyatlari" deb nomlanib, unda turizmدا restoranlar faoliyatini boshqarishga qo'yiladigan talablar va ularning mazmuni, restoran menejmentini takomillashtirishda marketing faoliyati va uning tadqiqotlarini qo'llash imkoniyatlari hamda restoranlar faoliyatida strategik boshqaruv usullaridan foydalanish yo'nalishlari ko'rsatib berilgan.

I-BOB. TURIZMDA RESTORANLAR SOHASINI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY-USLUBIY ASOSLARI

1.1. Restoranlar - umumiy ovqatlanish korxonasining yirik subyekti sifatida

Ma'lumki, restoranlar umumiy ovqatlanish korxonasining yirik subyekti sifatida muhim o'rinni egallaydi va aholining xordiq chiqarishini to'g'ri va samarali tashkil qilish uchun juda zarur sanaladi.

U yerlarga kishilar faqat ovqatlanish uchun emas, balki yubileylarni nishonlash, kishi hayotidagi muhim voqealarni, u yoki bu jamoa a'zolarining quvonchiga sherik bo'lish, to'y tantanalarini o'tkazish, ish bo'yicha tashkilotlarning xodimlari mehmonlarni xursandchilik bilan kutib olishlari, tez va lazziyatli taomlar qo'yishlari, to'laqonli dam olishlari uchun hamma sharoitlarni yaratishlari zarur.²

Avvalo, umumiy ovqatlanish korxonasi ma'lum turdagi korxonalar xizmatining o'ziga xos belgilarining mujassamlanishi, mijozlarga ko'rsatilgan xizmat sifatining darajasi va sharoiti bilan ifodalanadi. Ana shulardan kelib chiqib, umumiy ovqatlanish korxonalarining quyidagi beshta turi mavjuddir:

- restoran;
- bar;
- qahvaxona;
- oshxona;
- tamaddixonalar.

Biroq, mazkur umumiy ovqatlanish korxonalarining xilma xil turlarini belgilashda quyidagi jihatlarga alohida e'tibor beriladi:

- realizatsiya qilinadigan mahsulotlar assortimenti, ularni tayyorlashdagi turli-tumanlik va murakkablik;
- texnik jihozlanish - moddiy baza, texnik jihoz va uskunalar bilan ta'minlanishi, bino tizimi, me'moriy rejalaniishi va hokazo;
- xizmat qilish usullari va xodimlarning malakalari;

² Abidova D. Restoran servisini tashkil qilish. – T., 2010. – 2 b.

- xizmat ko'rsatish sifati, binoning ichki bezagi, axloq-odob, muomala, estetika va hokazo. Bu yerda korxonalar toifalarining lyuks, oliy va birinchi toifali degan nomlari restoran va barlarga beriladi.

Umumiy ovqatlanish korxonalarining lyuks toifasiga restoranlar kiradi, bular boshqa toifalardan quyidagi belgilari bilan farq qiladi. Jumladan, binolar noyob xarakterdagi hajm - rejaga ega bo'lishi, mijozlar uchun zalla'lo darajada va ko'ngildagidek qilib yasatilishi shart. Bu talab an'anaviy me'moriy restoran va barlar, shuningdek, tematik restoran va barlarga ham tegishli bo'ladi.

Hozirgi zamon muhandislik jihozlarining mavjudligi, turli musiqa dasturlaridan keng foydalanish, maxsus mebel, alohida idish-tovoqlarda taom buyurish, yoritish vositalari me'moriy-badiiy bezakni takomillashtiradi va xizmatning umumiy didli manzarasini namoyish qiladi.

Shuningdek, oliy toifa nomi ham restoranlarga beriladi. Ularning ham muhtasham binolari, bino ichi bezaklari, chiroyli jihozlari, noyob assortiment, ko'ngildagidek buyurtma va asl taomlari hamda mahsulotlari, shuningdek, murakkab usulda tayyorlangan ichimliklar va alkogolsiz ichimliklari bo'ladi. Ya'ni, restoranlar umumiy ovqatlanish korxonasining yirik subyekti sifatida faoliyat yuritadi. Restoran murakkab tarzda tayyorlangan taomlarning keng assortimenti bilan savdo qiluvchi umumiy ovqatlanish korxonasidir.³

Uning xizmat ko'rsatish tarkibiga buyurtma va firma taomlari, vino-aroqlar, tamaki va qandolat mahsulotlari kiradi. Mijozlarning yaxshi dam olishlari uchun restoranda yuksak darajada xizmat ko'rsatiladi.

Restoranlar markaziy, odamlar g'ujum ko'chalar, temir yo'l, avtomobil vokzallari, aeroportlar, kemalar to'xtash joylari, teploxod, dengiz kemalari, suzuvchi dam olish uylari, shuningdek, stadion, shaharlararo hududlar, ma'muriy, tomosha maskanlari majmualari, tarixiy va me'moriy yodgorliklar joylashgan joylar hamda O'zbekiston sharoitida katta bozor va o'yingohlar yaqinida ochiladi.

Restoranlarda turist, ya'ni taom iste'mol qiluvchi xo'randalarga restoran xodimlari, bosh ofitsiant va ofitsiantlar xizmat qiladi. Taomlar va ichimliklarni oliy

³ Ivatov I. Restoran menejmenti. O'quv qo'llanma. - T.: Iqtisodiyot, 2007. - 17 b.

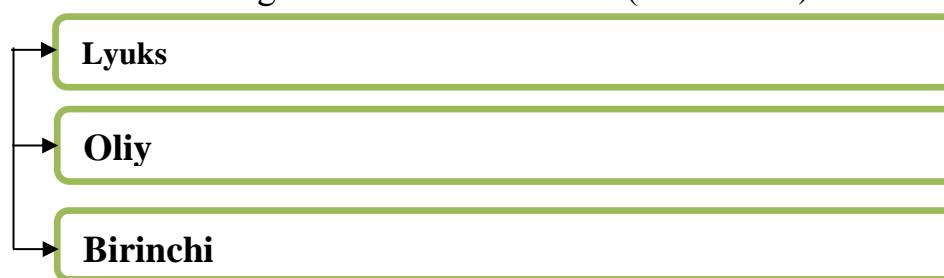
darajadagi pazandalar tayyorlaydi. Restoranda xizmat qiluvchi xodim bir xil kiyimda bo‘ladi hamda ularning poyabzallari yagona namunaga ega bo‘lishi shart.

Shunisi muhimki, ovqatlanish korxonalarida taomlar va pazandalik mahsulotlari talab asosida tuzilgan retseptura to‘plami asosida tayyorlanib kelinmoqda.⁴ Bu holatlarda xorijiy turistlarga xizmat qiladigan restoran ofitsiantlari bironta chet tilini bilishi va mehmonlar bilan gaplasha olishi lozim.

Restoranlar ayrim xo‘randalarga xizmat qilish bilan cheklanib qolmay, davlat miqyosidagi katta anjumanlar, majlislar, konferensiya, seminar, rasmiy kechalar, qabul marosimlari, to‘ylar, oila tantanalari, banket, tematik kechalar va boshqalarga ham samarali xizmat ko‘rsatadi. Restoranlarda mijozlarga, asosan, tushlik va kechki ovqat, katta yig‘inlar, kengashlar va konferensiya qatnashchilariga esa taomning to‘la ratsioni beriladi.⁵

Biroq, ko‘pchilik restoranlarda bayram kuni oldidan, shanba va yakshanba kunlari milliy taomlar ta‘mini aniqlash (yoki degustatsiya) tadbiri o‘tkaziladi. Hamda ba‘zi restoranlarning faoliyatida oilaviy ovqatlanish tajribasi amalga oshirilmoqda. Xizmatning mazkur turida maxsus taomnoma tuziladi va bunda yosh bolalar hisobga olinadi, ammo oziq-ovqat uncha qimmat bo‘lmasligi kerak.

Restoranlar umumiy ovqatlanish korxonasining yirik subyekti sifatida ularda ko‘rsatiladigan xizmatlar sifatiga ko‘ra quyidagi toifalarga bo‘linadi va ularning har biri har xil ko‘rinishdagi xizmatlar ko‘rsatiladi (1.1.1-rasm):



1.1.1-rasm. Restoranlarning toifalarga bo‘linishi⁶

Rasmda keltirilgan restoranlarning lyuks toifasi turida eng yuqori xizmat ko‘rsatiladi. Jumladan, ushbu toifadagi restoranda buyurtma va firma taomlaridan

⁴“Turizmni rivojlantirishda xalqaro ilg‘or tajriba va uni O‘zbekiston sharoitida qo‘llash muammolari” mavzusidagi respublika ilmiy-amaliy anjuman materiallari. – Samarqand; SamISI, 2011. – 66 b.

⁵ Ivatov I. Restoran menejmenti. O‘quv qo‘llanma. - T.: Iqtisodiyot, 2007. - 17 b.

⁶ Manba: Erbo‘tayev I. Umumiy ovqatlanish va xizmat madaniyati. I va II-kitoblar. O‘quv qo‘llanma. -T.: Abdulla Qodiriy nomidagi xalq merosi nashriyoti, 2003.

tashqari taomnomada yozilmagan taomlarning buyurtmasini ham qabul qilish mumkin. Restoranda mahsulotlar assortimentida shokolad, konfetlar, ho‘l mevalar va boshqalar bo‘lishi kerak.

Lyuks toifadagi restoranlarda quyidagi qo‘shimcha xizmatlar bo‘lishi shart: bayram taomlari tayyorlash va xizmat uyushtirish, uyga ovqat olib borib berish, taom va boshqalarga buyurtmalar qabul qilish, ma’lum muddatga joyni band qilib qo‘yish, mijoz iltimosiga ko‘ra taksi chaqirib berish, gul va sovg‘alar sotish.

Lyuks restoranlarda yuqori sifatli stereofonik radio-apparaturalardan foydalaniladi, har bir stolda ovozni bir me’yorda tartibga keltiruvchi dinamiklar bo‘ladi. Ushbu toifa standarti restoran va barlarga beriladi. Ular quyidagi talablarga javob berishi kerak: bino ichki bezagining oliy darajada bo‘lishi, ko‘zni qamashtiradigan chiroy, xizmat ko‘rsatish sohasining kengligi, noyob assortiment, ko‘ngildagidek buyurtma va firma taomlarining bo‘lishi, restoran mahsulotlari, buyurtma va firma ichimliklarining keng assortimenti.⁷ Lyuks toifadagi restoranlar uchun oshxona idish-tovoqlari, priborlar maxsus buyurtma bo‘yicha tayyorlanadi.

Lyuks va oliy toifadagi restoran taomnomasi bosmaxonada chop etilishi zarur. Bu restoranlarda xorijiy mehmonlarga xizmat qilinadigan bo‘lsa, taomnoma uch tilda: ingliz, fransuz, nemis tillarida bosiladi. Taomnomaning firmali jildi, reklama afishalar, bukletlar, varaqalar, tabrik va taklif qog‘ozlari hamda boshqa nashr reklamalari zich, qalin qog‘ozlar yoki yaltiroq ishlov berilgan kartondan tayyorlanadi.

Shular bilan birga, lyuks va oliy toifadagi restoran vitrinalari turli manzarali badiiy materiallar, optik yoritkichlar, rangli diapozitivlar, fotosuratlar bilan bezatiladi. Yasaladigan vitrinalarda korxonaning xususiyatlari yaqqol ko‘rinadi, oshxonaning o‘ziga xos xususiyati va mijozlarga ko‘rsatiladigan xizmat majmui to‘la aks etadi.

Oliy toifa restoranida banket zali, bar, kokteyl bo‘ladi. Binolar ichi chiroyli bezatilgan bo‘lishi, restoranlar talabiga javob berishi kerak. Hamda ushbu toifadagi

⁷ Abidova D. Restoran servisini tashkil qilish. – T., 2010. – 6 b.

restoranlarda orkestr chiqishiga mo'ljallangan joy bo'ladi. Ansambllar va teatr guruhlari konsert dasturlari mijozlarning yaxshi dam olishiga sharoit yaratiladi.

Undan keyingi toifa birinchi toifadagi restoranlar bo'lib, ularda vitrinalarni bezash oddiyroq bo'ladi. Xususan, restoran zalida mijozlar uchun qulayliklar yaratish maqsadida me'moriy-konstruktiv manzarali elementlar, mebel va boshqa jihozlar o'rnatish uchun alohida joylar barpo etiladi. Bu toifadagi restoranlarda metallardan yasalgan idish-tovoqlardan foydalaniladi, oshxona idishlari zanglamaydigan po'lat va chinnidan yasaladi.

Dasturxon va salfetka, qo'l sochiqlar oq va rangli matodan bo'lishi mumkin. Restoranlarda ushbu mebellarning asosiy turlari bo'lgan ikki, to'rt, olti kishi sig'adigan stollar, restoran kreslolari, divanlar, ofitsiantlar uchun servantlar, guldonlar, xizmat uchun stollar va hokazo xizmat qiladi.

Demak, restoranlar shunday korxonaki, xo'randalarga xilma-xil taomlar sotish bilan birga, aholining madaniy xordiq chiqarishini uyg'unlashtiradi.⁸ Taomlarning aksariyati ta'bga ko'ra ularda buyurtma berish asosida tayyorlanadi.

Shunisi muhimki, barcha restoranlarning oshxonalardan farqi ovqatga solinadigan masalliqalar normasining ortiqligi, tayyor taomlarning sifatligi va yuksak did bilan bezalishi hamda turli xil vino-araq mahsulotlarining sotilishi bilan belgilanadi. Ya'ni, restoranlar uchun xarakterli narsa o'zida ishlab chiqarilgan taom va oziq-ovqat sanoatidan keltirilgan konditer mahsulotlarining xilma-xil bo'lishi sanaladi.

Inglizlar uchun sayohatlarni tanlashda asosiy mezon bo'lib, iqlim, oshxona va rekreatsiya imkoniyatlari hisoblanadi. Bunda tashkil etilgan va faol tashabbuskor sayohat turlardan foydalanishi mumkin.⁹ Ushbu sayohatlarni samarali o'tkazish maqsadida oshxona va xizmat xususiyatlari hisobga olingan holda idish-tovoqlar tanlanadi. Chinnidan yasalgan har bir buyumda uni ishlab chiqaruvchining

⁸ "Umumiy ovqatlanish korxonalarida ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatishni tashkil etish" fanidan ma'ruzalar matni. – Buxoro, 2006. - 5 b.

⁹ Professorlar. M.Q.Pardayev va H.N.Musayevlar tahriri ostida. Mualliflar jamoasi. Xizmat ko'rsatish, servis va turizm sohalarini rivojlantirish: muammolar va ularning yechimlari. - T. Iqtisod-moliya, 2008. – 142 b.

tamg'asi bo'lishi shart. Banketlarda, qabul tantanalarida chinni va billurdan ishlangan buyumlardan keng foydalaniladi.

Restoranlarda foydalaniladigan matodan qilingan buyumlar sochiqlar, dasturxon, salfetaklar va qo'l sochiqlari zal xususiyatiga qarab buyurtma bilan tayyorlanadi. Bu buyumlarning har birida restoran tamg'asi bo'lishi shart. Stollarga dasturxon har bir yangi mehmon uchun yangi yoziladi. Biroq, taomnomaning jildida restoran nomi va tamg'asidan tashqari restoranning mavzu yo'nalishini ifodalovchi rasmi ham bo'ladi.

Biroq, restoranlarda yana individual buyurtmalar asosida ham juda ko'p salat va taomlar tayyorlashi bilan birga evropacha hamda milliy ovqatlar ham tortiq qilinadi. Xizmatlar ko'rsatiladigan mehmonlarning soni bo'yicha restoranlar kichkina (10-15 kishigacha) va katta (500 kishi va undan ortiq) restoranlarga bo'linadi. Restoranlarda tushliklar va kechqurungi nonushta tashkil etiladi.

Shular bilan birgalikda, restoranlar bir-birlaridan quyidagi jihatlari bilan farqlanadi:¹⁰

- tayyorlab beriladigan taomlar assortimenti bo'yicha (baliq milliy taomlari va xorijiy mamlakat taomlari);

- o'rnashgan joyi - shaxar, vokzallar, mehmonxona, dam olish zonasidagi restoranlar, vagon-restoran va boshqalar.

Shahar restoranlari shahar ichida joylashgan bo'ladi, belgilangan ma'lum soatlar ishlaydi. Ular taom, gazaklar, ichimliklarning keng assortimentini tavsiya etadi, asosan tushki va kechki ovqatlarni tayyorlaydi.

Vokzal restoranlari temir yo'l, aerovokzallarda joylashgan bo'ladi va yo'lovchilarga kechayu-kunduz xizmat qiladi. Bu restoranlar taomnomasida taomlar, gazak va ichimliklar cheklangan bo'ladi.

Mehmonxona majmualariga tegishli mehmonxona tarmog'i tarkibiga ikkita restoran serhasham firma taomi bo'lgan va kichik, taom va ichimliklari bahosi yuqori darajada bo'lmagan restoranlar kiradi.

Shahar tashqarisi, milliy va tematik restoranlarning taomnomalarida taom va

¹⁰ Abidova D. Restoran servisini tashkil qilish. – T., 2010. – 9 b.

ichimliklarning miqdori individual sharoitda firma taomi va mahsulot assortimenti asosida tuziladi. Maxsus retsept bo'yicha bir tashkilotda ishlab chiqariladigan taom firma taomi sanaladi.

Yuqoridagilardan tashqari, ko'pchilik mamlakatlarda afg'oncha, kolumbcha, hindcha va chexcha kabi restoranlar ishlab kelmoqda. Hamda keyingi yillarda vegeterianlarga xos oshxonalar ham paydo bo'la boshladi yoki yahudiylar uchun maxsus tayyorlanadigan taomlar restoranlari ham faoliyat ko'rsatib kelmoqda. Hamda, restoranlar ixtisoslashuvi bo'yicha ham ajratiladi.

Masalan, bunga faqatgina baliq yoki go'shtli taomlar taklif qiladigan restoranlar kiradi. Restoranlar faqat bitta taomni ishlab chiqarishga ixtisoslashishi ham mumkin. Biroq, amerikaliklar restoranlarni quyidagi ikki xil kategoriyalarga tasniflaydilar:

- to'liq servisli restoranlar keng tanlovli taomlar, yuqori darajadagi oshxonalar bilan ajralib turadi. Bunday restoranlar rasmiy va norasmiy bo'lishi mumkin. Ularni narxlari va menyusi bo'yicha tasnif qilish mumkin. Bu restoranlarda asosan fransuzcha va italyanacha kulinariya an'analarini qo'llaydilar.

- ixtisoslashgan restoranlar biron-bir tipda, masalan, tez, ommaviy, kundalik xizmat ko'rsatish yoki milliy taomlar tayyorlashga ixtisoslashgan bo'ladi.

Avvalo, bitta restoran ham to'liq xizmat ko'rsatuvchi va ixtisoslashgan bo'lishi mumkin. Shular bilan birga, restoranlar quyidagi turlarga bo'linadi (1.1.1-jadval):

1.1.1-jadval

Restoranlarning asosiy turlari¹¹

milliy oshxona restoranlari	tez xizmat ko'rsatuvchi restoranlar
tematik restoranlar	oilaviy restoranlar

Jadvalga asosan, turistlar o'rtasida mazkur restoranlarga talab juda katta bo'lib, ular quyidagi yirik guruhga bo'linadi: klassik va tez xizmat ko'rsatish sohasi. Mashhur klassik restoranlar misoli san'at asaridek ko'zga tashlanadi. U

¹¹ Manba: Abidova D. Restoran servisini tashkil qilish. – T., 2010. – 9 b.

noyob, hayratomuz va sherik bilan uzoq suhbat qurishga juda ham qulay ichki bezak va jihozlari bilan mijozlarga zavq-shavq bag'ishlaydi. Ammo, ularning narxi haddan tashqari qimmat bo'ladi.

Birinchi klass restoranlarining muhim belgisi individualikka intilish hisoblanadi. Ularning betakror qiyofasi ichki shinamlilik va lazziatli taomlari bilan to'ldiriladi. Unga rang-barang va nafis taomnomadagi gulsafsar va limonli yalpizdan arman likyorigacha qo'shilgan xushbo'y va lazziatli taomlar kiritilgan bo'ladi. Demak, umumiy ovqatlanish korxonalarining boshqa guruhlarini tez xizmat ko'rsatuvchi restoranlar tashkil qiladi. Ularning soni kundan-kunga ko'payib bormoqda.

Kema restorani turistlar va yo'lovchilarga xizmat ko'rsatishga mo'ljallangan. Bu restoranlarda nonushta, tushlik va kechki taom tayyorlanadi, taom, qandolat mahsulotlari, sovutilgan ichimliklar va yo'l anjomlari sotiladi. Yo'lovchilarga xizmat ko'rsatish ofitsiantlar tomonidan amalga oshiriladi hamda oziq-taomlar uchun abonementlarni sotish keng qo'llaniladi.

Yirik yo'lovchi teploxodlari bir yoki bir necha salon-restoranlar, bufetlar, barlar va jihozlangan oshxonaga ega bo'ladi. Salon-restoranlarda joylarning soni 48 dan 150 gacha bo'ladi. Ular stol, stul va servant kabi mebellar bilan jihozlanadi. Zalda bufet ham mavjud bo'ladi hamda stol va servantlar polga mahkamlab o'rnatiladi.

Shuningdek, vagon-restoranlar uzoq masofalarga qatnovchi temir yo'l poezdlarida bo'ladi. Odatda bunday restoranlar bir kecha-kunduzdan ortiqroq safarga boruvchi yo'lovchilar uchun xizmat qiladi.

Umuman olganda, restoranlar umumiy ovqatlanish korxonasining yirik subyekti sifatida eng yirik subyekt hisoblanadi va mijozlarga eng yuqori ovqatlanish xizmatlarini ko'rsatishga ixtisoslashadi.

1.2. Restoranlar faoliyatini tashkil etishning xorijiy tajribasi

Restoranlar faoliyatini tashkil etishning xorijiy tajribasini oxirgi 10 yillikda dunyoda restoran zanjirlarining miqdori va o'lchami sezilarli darajada

o'sishganligini ko'rsatadi. Bu borada AQSh yetakchilik qiladi va uning restoran zanjirlari mamlakat tashqarisida faol kengaytirilgan siyosatni o'tkazmoqdalar.

Xususan, restoran zanjirida asosiy mahsulot hisoblangan "gamburger" va "pitssa" tarmoqlari tez o'sib bormoqda. Xususan, umumiy ovqatlanish bozorining katta ulushini 39.4 mlrd.dollar aylanma mablag'ga ega bo'lgan holda gamburgerlar restoran zanjirlari egallagan.

Restoran zanjirlari orasida 2002 yilda "Makdonalds" eng katta aylanma mablag', ya'ni 21.8 mlrd.dollarga ega bo'lgan, biroq korxonalarining soni bo'yicha ikkinchi o'rinda turgan edi. Eng ko'p korxonalar "7-eleven" restoran zanjirining tarkibida mavjud bo'lgan va u aylanma mablag' buyicha bir oz orqada qolgan edi.

Shuningdek, 90-yillarning boshida pitsseriya bozori sezilarli darajada kengaydi va ular asosan "Pitsa-Xat" (9450 ta korxonaga), "Domina-pitssa" (5300 ta) va "Rits Sezar" (4300 ta) korxonaga ega bo'lgan zanjirga birlashtirilgan hamda bozorning 85 foizini tashkil qilgan.

Aynan, amerika milliy restoranlar assotsiatsiyasining bergan ma'lumotlariga ko'ra, 2002 yilda mamlakatda umumiy ovqatlanishda 887 ming korxonaga xizmat ko'rsatib, 320 mlrd.dollarga teng restoran tushumiga ega bo'lib, xizmat ko'rsatish shartlarida 9,5 mln.kishi qatnashgan.

Natijada, restoranning hajmi 10-30 foizga oshdi. Masalan, Buyuk Britaniyada 1000 ga yaqin shu turdagi restoranlar mavjud. Bu konsepsiyalarning xilma-xilligi restoran markazlaridagi bir qator kafe va restoranlardan tashkil topgan shoxobchalar konsepsiyasi bilan izohlanadi.

Hamda restoran zanjiridagi restoranning 40 foizidan ortiqini sandvichlar tashkil qiladi. "New Research" kompaniyasi tuzgan klassifikatsiyaga ko'ra mazkur sandvichlar katoriga "Macdonalds" restoranlarida beriladigan gamburgerlar fransuzcha sandvichlar va "Subvey"da beriladigan sandvichlar kiradi.

Oxirgi yillarda Amerikaning yirik restoran zanjirlari strategiyasi asosan kechki payt ovqatlanishga qaratilgan bo'lib, bundan katta daromad kelgan. Ushbu mamlakat korxonalar soni bo'yicha birinchi 20 ta restoran tarmoqlarining tasnifida

katta ulushni egallagan hamda restoran zanjiriga birlashgan korxonalar va kompaniyalar shakllangan edi.

1.2.1-jadval

Korxonalar soni bo'yicha birinchi 20 ta restoran tarmoqlarining tasnifi¹²

№	Restoran zanjiri	Korxonalarining umumiy soni	Kompaniya nomi	Konsepsiya turi
1.	“7-eleven”	13760	-	Foydali joylash
2.	Macdonalds	13093	Mondonalds korp.	Gamburgerlar
3.	Pitsa XAT	9450	Pepsiko Ink.	Pitsa
4.	Kentukki fride Chicken	8729	-	Tovuq
5.	Subvey	7327	-	Sandvichlar
6.	Burger King	6648	Pilsberi korp.	Gamburgerlar
7.	Deri Kuin	5381	Deri Kuin korp.	Shirinliklar
8.	Domino Pitsa	5300	Dominos Ink.	Pitsa
9.	Gardner Merchan Food service	4600	-	Pudratchilar
10.	Rits Sezar	4300	Rits Sezar	Pitsa
11.	Tako Bell	4000	Pepsiko Ink.	Meksikacha taom
12.	Vendus	3962	Vendis Int.	Gamburgerlar
13.	Bascin Robbins	3425	Elayd layons	Shirinliklar
14.	Holidey Inn hotel	3385	Xolidey korp.	Uyda xizmat ko'rsatish
15.	Hardis	3365	Imako Ltd.	Gamburgerlar
16.	ARA Service	2767	ARA servis INK	Pudratchilar
17.	Dankon Donats	2754	Dankin Donats	Shirinliklar
18.	Arbis	2603	Royal Kroun korp.	Sandvichlar
19.	Mariott Menejment service	2519	Marnott korp.	Pudratchilar
20.	Armi and Air fors servis	2189	-	Harbiy tashkilotlar

¹² Manba: NRN Research, Nations Restaurant News Top Restaurant Chains and Restaurants Institutions. 2002.

Demak, hozirgi kunda dunyoda restoranlar konsepsiyasi yirik restoran markazlarida yukori sur'atlarda rivojlanmoqda. Bunday xizmatlar yordamida bu restoran markazlariga tashrif buyuruvchilarning soni ortmoqda.

Xususan, London markazidagi "Mevenics-Marshe" restoranida bitta bo'limdan bir vaqtning o'zida 7 ta uncha katta bo'lmagan restoranlarga xizmat ko'rsatiladi.

"Osipato" firmasi pitssa tayyorlash va uyga yetkazib berish biznesidagi ilg'or firmalardan hisoblanadi. Bu tizim Michigan shtatida aka-uka Monaganlar tomonidan 1960 yilda tashkil qilingan. 1980 yillarga kelib, uning tizimida 290 dan ortiq pitsseriyalar mavjud edi. Hozirgi kunga kelib, uning tizimida 5000 dan ortiq korxonalar mavjud bo'lib, uning aylanma mablag'lari 32,2 mlrd.dollarni tashkil qiladi.

Shuningdek, restoranlar faoliyatini tashkil etishning xorijiy tajribasi axborot texnologiyalar asosida to'plangan. Chunki, barcha jarayonlarni avtomatlashtirish va biznesning turli sohalarini qamrab olish istagi "smartup menu" nomli yangi dasturiy mahsulotning ishlab chiqilishiga sabab bo'lgan.

Ushbu nom inglizcha "Smart (aqlli)" va "Startup (yangi loyiha)" so'zlarining birikuvidan hosil bo'lgan yangi dasturiy yechim biznesning istalgan sohasida oddiy va qulay yordamchi bo'lish g'oyasini ilgari suradi.

"Greenwhite Solutions" kompaniyasining dasturchilari innovatsion gadgetlardan biznesning turli sohalaridagi ish samaradorligini oshiruvchi vosita sifatida foydalanish g'oyasini taklif qildi.¹³ Doimiy rivojlanish va yangi yondashuvlarni izlash ishlari "Greenwhite Solution"s kompaniyasi ishlanmalarini restoran sohasi tomon boshlab keldi.

Aynan shu sohada innovatsion "Smartup menu" mahsulotidan foydalanish biznesni rivojlantirish, xizmat ko'rsatish sifati va umuman faoliyat ko'lamini oshirishga imkon beradi.

Darhaqiqat, "Smartup menu" qog'oz menyular o'rnini egallash uchun ishlab chiqilgan interaktiv menyu hisoblanadi. Dasturiy mahsulot yorqin taassurot

¹³ <http://menu.smartup.uz/>

qoldiruvchi suratlar, har bir taomning to‘laqonli ta’rifi, tavsiyalar va hatto taomning tayyorlanish jarayonini ko‘rsata olishi bilan har bir taomni eng yaxshi tomondan taklif qilish imkoniyatini taqdim etadi.

Menyuni planshetda ko‘rib chiqqan mehmon ko‘proq xaridlarni amalga oshirishi qayd etilgan, chunki taomlarning chiroyli suratlari ishtahani yanada karnay qiladi.

Endi restoran menyulari sahifalar elimlangan zerikarli jild emas, balki interfeysi har bir muassasaning o‘ziga xos uslubidan kelib chiqqan holda tayyorlangan va restoranning takrorlanmas Hi-Tech imidjini yaratuvchi yuksak did bilan bezaklangan planshet sanaladi. Bu nafaqat yangi mijozlarni jalb etish, balki mavjud mijozlarning qiziqishini yangilashga xizmat qiladi.

“Smartup menu” ustunliklaridan biri ishlanma restoran biznesi mijozlarining ko‘p millatli ekanligi va turli tillarda so‘zlashishini hisobga olgan holda tayyorlanganidir.

Dasturiy mahsulot turli tillarni qo‘llab-quvvatlaydi va shu sababli muassasaning nafaqat mahalliy, balki chet ellik mehmonlari ham ortiqcha qiyinchilikka duch kelmaydi. “Smartup menu” narxlarni turli valyutalarda ko‘rsatish imkonini beradi, bu esa mijozlar uchun yana bir qulaylik turi bo‘lib sanaladi.

Mazkur ko‘rinishdagi menyu bilan ishlash murakkab emas, chunki biror tuzatish yoki o‘zgartirish kiritish zarurati tug‘ilganida, yana qaytadan menyu ishlab chiqib, chop etish shart emas. Ana shunday imkoniyatining mavjud bo‘lishi bevosita ushbu mahsulotlarga talabni kuchaytiradi.

Ma’lumki, transmilliy kompaniyalar yuridik shakllari, xo‘jalik yuritish sohasidan qat’iy nazar ikki yoki undan ortiq mamlakatlarda filiallari bo‘lgan, ularning faoliyatini boshqarib turadigan kompaniyalar hisoblanadi.

Yuqorida keltirilgan kompaniyalar xorijda filiallarning bo‘limi singari turli ko‘rinishlari orqali faoliyat olib boradi. Ular xorijda ro‘yxatdan o‘tkazilsa, o‘z balansiga ega mustaqil kompaniya hisoblanadi.

Chunki, xalqaro restoranlar zanjiriga kiruvchi har bir restoran transmilliy kompaniya hisoblanadi hamda o'zining faoliyatini ko'pchilik davlatlarda olib boradilar.

Avvalo, xalqaro restoranlar zanjiri turli joylarda joylashgan, bitta umumiy korporativ mulk shakliga yoki franshiza shartnomasiga asoslangan restoranlar majmuasi hisoblanadi. Ushbu zanjirdagi binolarning o'zi bevosita standart me'moriy echim, standart menyu va xizmatlarga ega bo'ladi.

Odatda, restoranlar zanjiri bir mamlakatda yoki ikki va undan ortiq mamlakatlarda joylashgan bo'ladi. Ikkinchi tipdagi restoranlar xalqaro mehmonxonalar zanjirini tashkil etadi. Bunday restoranlarning boshqa restoranlardan farqi shuki, ularning hammasida bir logotip, bir xil taomlar, ko'rsatiladigan xizmatlarning ham bir turdaligi, yagona boshqaruv tizimiga birlashganidir.

Bularning barchasi restoran menejmenti puxta o'ylab chiqilganligidan dalolat beradi. Chunki, restoran nomi ham mijozni o'ziga jalb qiluvchi asosiy omillardan biridir.

Bundan tashqari, buni turizm bilan bog'lagan holda, o'zining mamlakatida mashhur brend asosida faoliyat yuritadigan restoranlarning mijozi tashrif buyurgan mamlakatida ham o'sha nomni ko'rsa, uning taomlarini qumsagan bo'lsa hech shubhasiz, ana shu restoran xizmatidan keng foydalanadi. Natijada, restoranga bo'lgan talab oshib boradi.

Bundan tashqari, hozirgi kunda rivojlanib, soni kundan-kunga ko'payib borayotgan restoranlarning ko'pchiligi tez tayyor bo'luvchi taomlarni ishlab chiqaradi. Shuni ta'kidlash joizki, XXI asrning odamlari, yoshlar qimmat restoran ovqatlaridan tez tayyor bo'luvchi "Fast food" ovqat turlarini ma'qul ko'rishmoqda.

Yuqorida keltirilgan omillar xalqaro restoranlar zanjirini tarkibini ko'paytirmoqda va ularning rivojlanishiga kuchli turtki bo'lmoqda. Shunga asosan, restoran zanjirlari dunyo bo'ylab tarqalgan bo'lib, hududlar bo'ylab turlicha joylashganligi bilan ajralib turadi (1.2.2-jadval).

Xalqaro restoranlar zanjirining hududlar bo‘ylab joylashuvi¹⁴

Nomi	Ishlab chiqaradigan mahsuloti	Bosh kompaniya	Birinchi binosi joylashgan joyi	Tashkil topgan yili	Butun dunyodagi markazlari soni
Apple bee's	qo'zichoqning orqa qovurg'asi	Dine Equity, Ink.	Dekatur, Gruziya	1980	2010
Arby's	go'shtli sandvichlar	Roark Capital Group	Boardman, Ogayo shtati	1964	3688
Auntie Anne's	pishirilgan simit	Focus Brands	Lankaster, Pensilvaniya	1969	347
Bonanza Steakhouse	bifshteks	Homestyle LLK.	Plano, Texas	1963	28
Bonchon Chikken	qovurilgan tovuq	Bonchon Chicken Ink.	Busan, Janubiy Koreya	2002	64
Big Smoke Burger	burger	-	Toronto, Kanada	2007	14
Buffalo's Kafe	tovuq qanotlari	Fog Kutter Capital Group	Rosvell, Jorjiya	1985	25
Burger King	burger	Burger King Corporation	Mayami, Florida	1954	12100
Karl's Jr.	burger	KKE Restaurants	Anaheim, Kaliforniya	1956	1170
Charley's Grilled Subs	sub sandvichlari	Gosh Enterprises, Ink.	Kolumbos, Ogayo	1986	359
Chili's	lahm go'sht va qovurg'a	Brinker International	Dallas, Texas	1975	1400
Chick-fil-A	tovuqli sendvich	Chick-fil-A Ink.	Atlanta, Jorjiya	1967	1500
Chipotle Mexican Grill	burrito	Chipotle Mexican Grill, Ink.	Denver, Kolorado	1993	900
Corner Bakery Kafe	hamirli taomlar va sendvich	Corner Bakery Kafe	Chikago, Illinoys	1991	83
Koffee heaven	kofe	CHI	Giniya, Polsha	1999	106
Kosta Coffee	kofe	Whitebread	London, Angliya	1971	1850
Krepes & Vaffles	muzqaymoq	Krêpes & Vaffles S.A.	Bogota, Kolumbiya	1980	161
Domino's	pitsa	Domino's Pizza, Ink.	Yopsilanti, Michigan	1960	8500
Dunkin'	shirin	DD IP	Kanton,	1950	11000

¹⁴ Manba: en.wikipedia.org sayti ma'lumotlari asosida tayyorlandi

Donuts	bo'g'irsoq	Holder LLK.	Massachusets		
Hardee's	burger	KKE Restaurans	Greenville, Shimoliy Karolina	1960	1917
Jollibee	burger	Jollibee Foods Corporation	Quezon Siti, Filippin	1975	743
Juan Valdez Kafe	kofe	Prokafekol S.A.	Bogota, Kolumbiya	2002	200
KFK	tovuq go'shti	Yum! Brands	Janubiy tuz ko'li, Utah	1952	18875
Krispy Kreme	shirin bo'g'irsoq	Yerlich Ink	Vinston-Salem, Shimoliy Karolina	1937	1043
Little Kaesars	pitssa	Ilitch Holdings	Garden Kity, Michigan	1959	2000
McDonald's	burger	Mc Donald's Corporation	San Bernardino, Kaliforniya	1940	31000
Olive Garden	italiya oshxonasi taomlari	Darden Restaurans	Orlando, Florida	1982	668
Outback Steakhouse	avstraliya oshxonasi taomlari	Bloomin' Brands, Ink.	Tampa, Florida	1988	900
Papa Gino's	pitssa	Papa Gino's, Ink.	Boston, Massachuses	1968	155
Papa John's Pizza	pitssa	Papa John's International	Kentukki	1984	3100
Pizza Hut	pitssa	Yum! Brands	Vichita, Kansas	1958	13000
Quiznos	sub sendvich	Quiznos LLK	Denver, Kolorado	1978	5000
Rainforest Kafe	tematik restoranlar	Landry's Restaurans	Blomington, Minnesota	1994	35
Red Lobster	dengiz mahsulotlari	Darden Restaurans	Lakeland, Florida	1968	680
Sizzler	steyk	Sizzler Restaurans	Culver citi, Kaliforniya	1958	270
Subvay	sub sendvich	Doktor's Associates Ink.	Brijport, Konnektikut	1965	40000
Sveet Frog	muzlatilgan yogurt	Sveet Frog Enterprises, LLK	Richmond, Virjiniya	2009	215
Tako Bell	tako	Yum! Brands	Dovney, Kaliforniya	1962	5800
Yoshinoya	kosada tortiladigan mol go'shti	-	Tokiyo, Yaponiya	1899	1300

Jadval ma'lumotlariga asosan, restoran zanjirlarining soni bo'yicha AQSh va Yevropa mamlakatlari ustunlik qiladi. Osiyo va O'rta Osiyo davlatlarida ular

kamchilikni tashkil etadi. Bu esa ushbu hududlarda yangi yoki mavjud xalqaro restoranlar zanjirini tashkil etish imkoniyatlari yuqori ekanligini ko'rsatadi.

Hamda dunyoda mavjud xalqaro restoran zanjirlari asosan tez tayyor bo'luvchi taomlarni ishlab chiqarishga yo'naltirilgan bo'ladi. Yuqorida keltirilgan restoran zanjirlari dunyoda mavjud xalqaro restoran zanjirlarining bir qismi hisoblanadi. Unda butun dunyodagi markazlarining soni va tayyorlanadigan taomlari bilan ajralib turuvchi restoran zanjirlari keltirilgan.

Shular bilan birga, turistlarning ovqat bilan ta'minlash tizimi turning shakli, turistlarning kategoriyasi, binolarning qurilish joylariga yaqin yoki uzoqligi va boshqa omillarga bog'liq bo'ladi. Ovqat bilan ta'minlash tartibi yo'llanma, shartnoma va vaucherda ko'rsatiladi. Qoidaga ko'ra, nonushta turistlarga "shved stoli" shaklida beriladi bu o'z-o'ziga xizmat qilish va assortimentda mavjud bo'lganlari o'zlarining hohishlariga binaon amalga oshiriladi.

Mehmonxonalarda ko'pchilik nonushtalar kafe, bufet, restoran yoki xonaga buyurtma berish orqali bo'ladi. Mini bar va oshxonasi bor nomerlarda nonushtalar mustaqil tayyorlanadi. Ovqatlanishning "yarim pansion" shakliga ko'ra turistlarga umumiy tushlik ovqat yoki kechki ovqat belgilangan vaqtda beriladi.

"To'liq pansion"da esa ovqatlanish 3-4 marta bo'ladi. Tabiiyki sport, ovchilik, alpinizm va boshqa turdagi yakka tartibdagi turlarning ovqatlanish shakli maxsus yarim fabrikat va konsentrantlardan mustaqil taom tayyorlashga asoslanadi.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, restoranlar faoliyatini tashkil etishning xorijiy tajribasi jahondagi davlatlarda restoranlar faoliyatining rivojlanishi va ularni boshqarish bo'yicha amalga oshirilayotgan ishlarni aks ettiradi.

1.3. Restoranlar faoliyatida menejmentning tutgan o'rni va muhim vazifalari

Ma'lumki O'zbekiston o'z istiqboliga ega bo'lganidan so'ng xalq xo'jaligining avvallari e'tibor qilinmagan tarmoqlariga katta ahamiyat bermoqda. Shunday tarmoqlardan biri bu turizm sohasi bo'lib, uning turi bo'lgan ichki va

xalqaro turizmni mamlakat miqiyosida rivojlantirish va shu orqali ham iqtisodiyot muammolarini hal qilish uchun keng imkoniyatlar yaratilmoqda.

Darhaqiqat, O‘zbekistonda turizmni rivojlantirish maqsadida turistlarga xizmat ko‘rsatish tizimini kengaytirish va ular uchun barcha sharoitlarni yaratish maqsadida yangi restoranlarni qurish uchun katta mablag‘lar ajratilmoqda. Chunki, undan asosiy maqsad – kelajakda restoran faoliyatini tashkil etish evaziga foda olishdir. Bu esa restoran faoliyatida menejment, ya’ni boshqarishni taqozo etadi.

Har bir faoliyatda menejment muhim o‘rin tutadi. Shu jumladan, restoran faoliyatida menejment alohida o‘rin tutib, o‘ziga xos muhim vazifalarni bajaradi. Avvalo, menejment inglizcha “management” so‘zidan olingan bo‘lib, “boshqarmoq”, “idora qilmoq” va “tashkil qilmoq” degan ma’nomlarni bildirib, ishlab chiqarish, tijoratni boshqarish bo‘yicha va ma’lum maqsadlarni ko‘zlovchi amaliy faoliyat hisoblanadi.

Menejment oddiygina menejerlarning nima qilishi, ya’ni rejasi, maqsad qilishi, muloqot, qaror qabul qilish, tashkillashtirish va nazorat qilishdir. Menejment “boshqalarning faoliyatni muvofiqlashtirish va nazorat qilish, shuningdek, o‘zlarining ham faoliyatini samarali tashkil etish” kabi aniqlanadi.

Shuningdek, menejment boshqaruv, nazariya, boshqaruv tamoyillari, usullari, vositalari va shakllarining majmuasi hamda mamlakatimizning hozirgi zamon amaliyotida turistik korxonalar va aksiyadorlik jamiyatining rahbarlik qiluvchi tarkibi hamdir.

Biroq, “menejment” tushunchasi bizning turmushimizga mustahkam kirib borgan va o‘zbekcha ishga doir faoliyat uchun odatiy bo‘lib qolgan. Bu erda qadriyat va ustuvorliklar yangi tizimlarda amalda bo‘ladi.

Darhaqiqat, umumiy ovqatlanish korxonalarini tomonidan restoranlarni boshqarish, ya’ni menejment jarayoni ishchi kuchi, moddiy va moliyaviy mablag‘larni muvofiq ravishda moslashtirishni ta’minlashga qaratilgan. Shuning uchun ham, restoran faoliyatidagi xo‘jalik mexanizmi qator tarkibiy qismlardan iboratdir.

Bu tarkibiy qismlar xo‘jalik faoliyatini yuritish uchun bir biri bilan uzviy bog‘lanadilar va ular bir birini to‘ldiradi. Asosiy tarkibiy qismlarga quyidagilar kiradi:¹⁵

- restoran faoliyatini tashkil etish;
- iqtisodiy faoliyatni yo‘lga qo‘yish;
- boshqarishni amalga oshirish;
- mehnatga xaq to‘lash va uni tashkil qilish.
- moliya va soliq organlari bilan hisob-kitobni amalga oshirish.

Biroq, restoranda bir maromda mahsulotlar tayyorlash, xizmatning oliy darajada bo‘lishi faqat restoranning texnik holatiga, binoning shinamligiga va zallarning texnologik jihoziga bog‘liq bo‘lib qolmay, shuningdek, rahbarlarning ishchanlik sifatiga ham bog‘liq bo‘ladi. Ana shulardan kelib chiqib, quyidagilarni bajarish restoranlarni boshqarishga kiradi:

- umumiy ovqatlanish korxonasi va uning filiallari ustidan umumiy rahbarlik;
- ishlab chiqarish va xizmat xodimlarini texnologik va texnik jihatdan tayyorlash;
- texnik-iqtisod bo‘yicha rejalashtirish;
- hisob va moliya faoliyati;
- texnik va ishlab chiqarish ta‘minoti.

Avvalo, boshqarishning eng muhim qismi mehnatni tashkil qilish, bunga xodimlarni ma‘naviy va moddiy rag‘batlantirish kiradi. Boshqarish boshqaruv tuzilmasi bilan amalga oshiriladi. Restoranlar boshqaruvi tuzilmasi tegishli vazifalarni bajaruvchi, bir-biriga itoat etuvchi tomonlar birlashmasidir.

Bir qancha xodimlardan iborat boshqaruv organi tizimi qismlarining bajaradigan vazifalari bitta iste‘molchilar ehtiyojini qondirish sanaladi. Bu guruhga alohida xodim rahbarlik qiladi. U ishonib topshirilgan soha, ya‘ni restoran, uning filiallari, sexlar va hokazo boshqaradi. Restoran jamoasini ma‘muriyat boshqarib turadi.¹⁶

¹⁵ Ivatov I. Restoran menejmenti. O‘quv qo‘llanma. - T.: Iqtisodiyot, 2007. – 29 b.

¹⁶ Ivatov I. Restoran menejmenti. O‘quv qo‘llanma. - T.: Iqtisodiyot, 2007. – 20 b..

Restoranlarda ma'muriyat mehnat jamoasining bir qismini tashkil qiladigan direktor, boshliq va mansabdor shaxslar bo'lib, ular o'z huquq va majburiyatlari doirasida jamoa faoliyati ustidan rahbarlikni amalga oshiradi, mehnat jamoasi nomidan ish qiladi, ularning manfaatini himoya qiladi va burchlarini bajarishi uchun to'liq javob beradi. Bu erda mehnat jamoasi ma'muriyat bilan bir qatorda restoran boshqaruvida qatnashadi.

Mazkur ovqatlanish korxonasi mehnat jamoasining butun maqsad va vazifalari birgalikda mehnat qilib, mahsulot tayyorlaydi va uni iste'molchilar, xaridorlar yoki xo'randalarga yetkazib beradi. Mehnat jamoasi xo'jalik masalalarini muhokama qilish, qarorlar qabul qilish, mehnat jarayonini rejalashtirish va tartibga solish huquqiga ham ega bo'ladi.

Restoran mehnat jamoasi tarkibiga brigadalar va zvenolar kiradi. Restoranlarda tashkil etiladigan oshpazlarning brigadalari va ofitsiantlar mehnat jamoasining asosiy qismi hisoblanadi. Brigadalar kompleks va maxsus turlarga bo'linadi. Kompleks brigadalar oshpazlar, oshxona yordamchi ishchilari va idish-tovoqlarni yuvuvchilarni o'z ichiga birlashtiradi. Bunday ishchilar sonini juda ko'paytirmay, kam sonli kishilarni rejali ishlatilsa, unumli natijalarga erishish mumkin.

Maxsus brigadalar bir sohada ishlovchilarni birlashtirishi mumkin. Jumladan, oshpazlar, qandolatchilar, yuk ortuvchilar va alohida-alohida ofitsiantlar shularga kiradi. Ish muddatiga qarab brigadalar smenali yoki smenasiz, hamma ishlarni o'zlari bajaradigan turlarga bo'linadi. Smenasiz ishda moddiy qimmatga ega bo'lgan buyumlar qo'ldan-qo'lga o'tib yurmaydi hamda vaqt tejaladi.

Brigadalar restoran direktori buyrug'iga binoan unga kiruvchilarning hohishiga qarab tuziladi. Agar brigada tarkibi 10 kishidan oshsa, jamoa umumiy majlisi qarori bilan brigada kengashi tuziladi va yirik umumovqatlanish korxonalarida brigadirlar kengashi tashkil topadi.

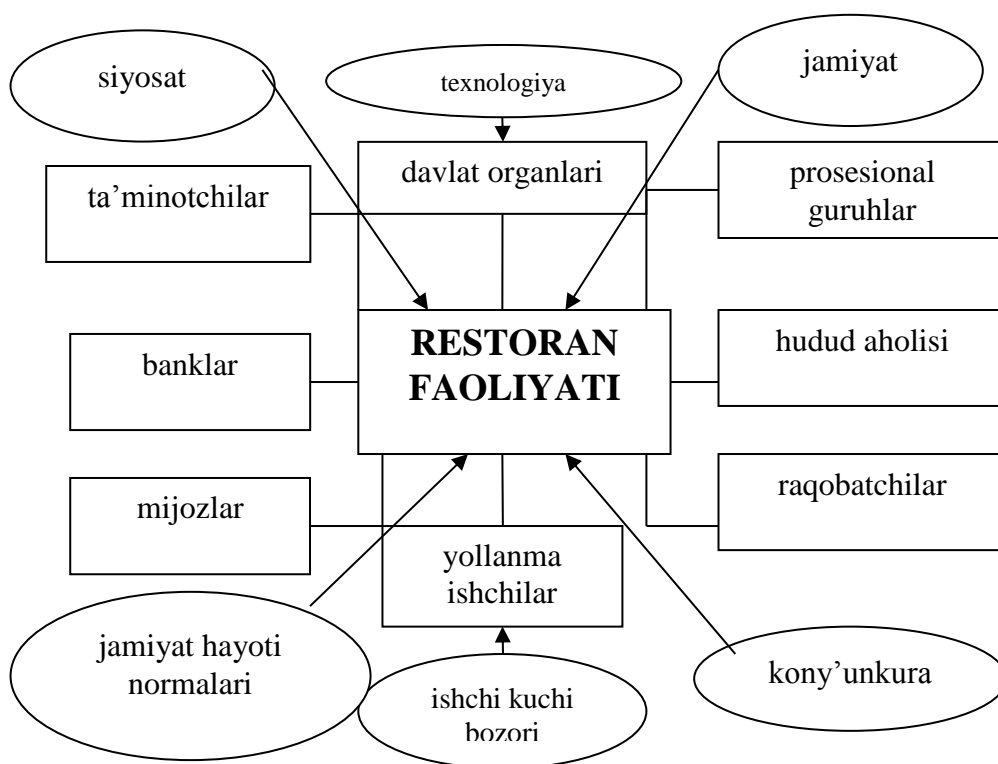
Brigadirlarni brigada a'zolari tayinlaydi. Mehnatni brigada shaklida tashkil qilish jamoa va shaxsning moddiy mas'uliyati va moddiy manfaatdorlik hissini kuchaytiradi.

Mehnatga haq to‘lash brigadada ish natijasiga qarab belgilanadi. Shuningdek, restoran faoliyatida ishlab chiqarish-xo‘jalik faoliyatidan hosil bo‘lgan daromad hisobiga hamma xarajatlarni qoplaydi. Bunda ishlab chiqarishni yanada rivojlantirish va xodimlarni moddiy rag‘batlantirishni ham hisobga olish kerak.

Darhaqiqat, restoran boshqaruvi apparati tuzilishining xarakteri uning bo‘limlari tarkibiy qismi, o‘zaro munosabatlar, o‘zlari ishlab chiqargan va sotib olgan mahsulotlar miqdori bilan belgilanadi.

Boshqacha qilib aytganda, restoranning turi, zallarning sig‘imi va ishning o‘ziga xos xususiyatiga ham bog‘liq. Bunda restoran dizayni, bino hajmi va shakli, devor va shiftlar rangi, jihozlari restoran mijozlari va menyusiga mos kelishi kerak. Psixologik tadqiqotlar shuni ko‘rsatmoqdaki, agar restoran devorlari qizil - jigar rangda bo‘yalgan bo‘lsa, taom ko‘p iste‘mol qilinarkan.

Ammo, restoranning joylashuvi ko‘pgina hollarda uning kelajagdagi keladigan mijozlarining oqimini belgilab beradi. Bunda restoran faoliyatining boshqaruviga quyidagi tashqi muhit omillari ta‘sir qiladi (1.2.1-rasm).



1.2.1-rasm. Restoran faoliyati boshqaruviga ta‘sir etuvchi muhit omillari¹⁷

¹⁷ Manba: Safayeva S.R. Keskin raqobat sharoitida restoran xizmatlari sifatini boshqarish. // “Bozor, pul va kredit”, 2010, №3.

Mazkur muhit sharoitida restoran va umumiy ovqatlantirish korxonalarini xodimlarining huquq va burchlari maxsus yo'riqnomaga va ichki tartib-qoida hujjati bilan amalga oshiriladi. Shunday huquq menejerda bo'ladi. Ular avvalo, turistlarning ovqatlanish sharoitlarini o'z vaqtida o'rganib borishlari maqsadga muvofiq.

Chunki, turistlarning ovqatlanishini tashkil etish va xizmat ko'rsatishda asosiy muammolardan yana biri O'zbekistonning yoz paytida issiq ob-havo sharoiti hisoblanadi. Turizm sohasidagi ovqatlanish bo'yicha menejerlar boshqa mamlakatlar, ayniqsa subtropik iqlim sharoitida joylashgan mamlakatlar, kelgan turistlarning ovqatlanishini tashkil qilishda O'zbekiston issiq iqlim sharoitining ta'sirini hisobga olishi lozim.¹⁸

Shular bilan birga, bozor iqtisodiyoti sharoitida zamonaviy turizmga restoranda ishlayotgan zamonaviy menejeridan quyidagilar talab qilinadi:

- o'z-o'zini boshqarish qobiliyatiga ega bo'lish;
- aql-farosat xislatlariga ega bo'lish;
- aniq shaxsiy maqsadlari bo'lish;
- o'z-o'zini har xil jihatlarida o'stirib, kamol toptirib borish;
- muammolarni echish ko'nikmalarining bo'lish;
- innovatsiyalarni to'g'ri qabul qilish;
- atrofdagilarga ta'sir qila bilish;
- zamonaviy boshqaruvga yondasha bilish;
- tashkilotchilik qobiliyatiga ega bo'lish;
- ishlovchilarini o'qita bilish;
- mehnat jamoasini shakllantirish va rivojlantirish qobiliyatiga ega bo'lish.

Biroq, menejerlarning yordami orqali restoranlar tizimiga kompyuter texnologiyasini kiritgan rahbarlar boshqarishning yuqori darajalariga erishmoqdalar. Bu usul mijozlar uchun, ayniqsa, katta qulaylik tug'diradi. Quyidagi ishlarni bajarish avtomatik tarzda amalga oshirilishi mo'ljallanadi:

¹⁸ Aslanova D., Xudayshukurov T., Mo'minov N. Dunyo xalqlari ovqatlanishining o'ziga xos xususiyatlari. O'quv qo'llanma. - T., 2006. - 7 b.

- dam olayotgan sayyohlarning ovqatlanish grafigini ishlab chiqish;
- buyurtmalar va ularning smenalarda bajarilishini hisobga olib taomnoma tuzish;
- ishlab chiqarishni boshqarish;
- xizmatni boshqarish;
- yakka buyurtmalarni hisobga olish;
- hisob-kitob ishlarini olib borish.

Shuning uchun ham, restoran menejerining ishi muvaffaqiyatli bo‘lishi uchun quyidagi shartlarni bajarishi lozim bo‘ladi.¹⁹

- menejer yaxshi texnik bo‘lishi kerak. Ovqat servisi, uskunalar ishini yaxshi bilishi lozim.

- menejer yaxshi nazorat qiluvchi bo‘lishi kerak. O‘z ishchi guruhini boshqarishni o‘rganishi va ularni xarakterga keltirishni bilgan nazoratchi bo‘lishi lozim.

- menejer mijozlarga nisbatan xushmuomala bo‘lishi kerak. Sotishni ko‘paytirish uchun ular bilan yaxshi aloqa o‘rnatishi lozim.

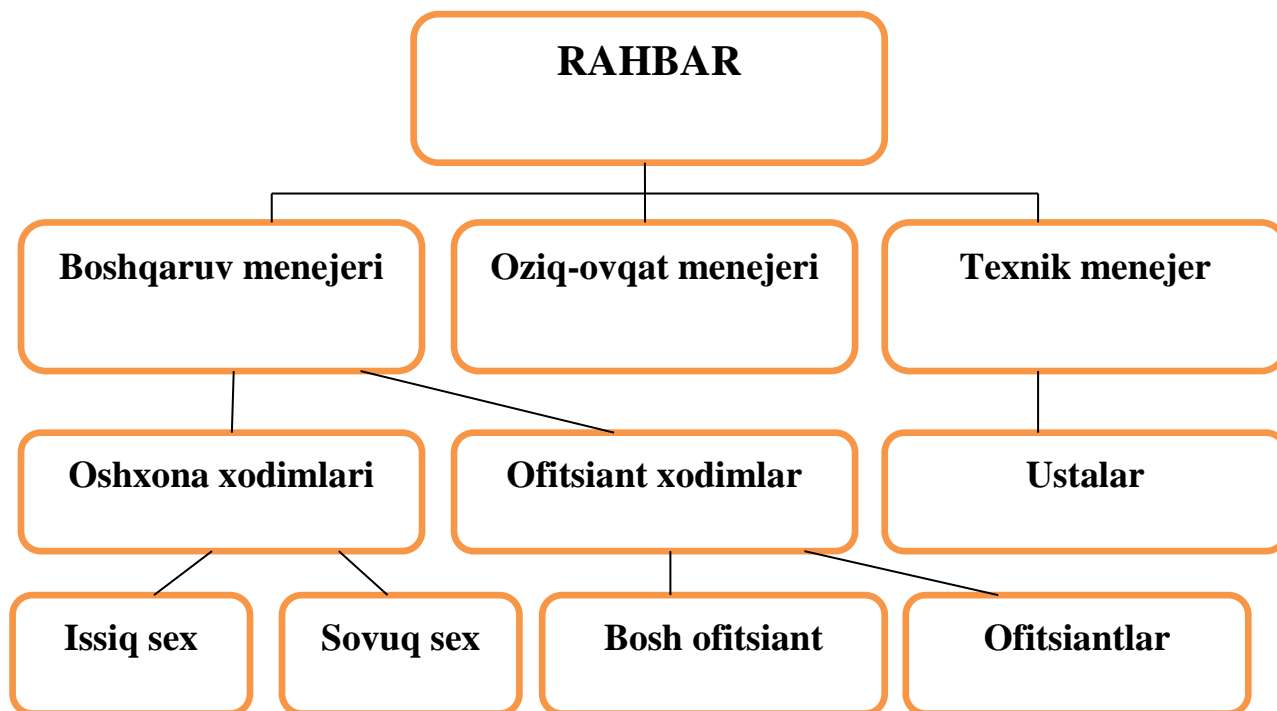
- menejer yaxshi bir boshqaruvchi bo‘lishi, o‘z ish eridagi xarajatlarni yaxshi nazorat qilishi lozim.

Yuqorida keltirilgan vazifalardan tashqari, restoran menejeridan tashqari restoran direktori ham restoranning butun faoliyatini nazorat qilib borishi lozim. Ya’ni, u barcha tashkiliy ishlar, savdo, ishlab chiqarish harakatining natijalari va restoranning tijorat-xo‘jalik-moliyaviy faoliyati uchun javob beradi.

Direktor mijozlarga madaniy xizmat ko‘rsatish, taomlarning yaxshi sifatda bo‘lishi, hisob-kitob va nazorat holati, moddiy boyliklarning saqlanishi uchun mas’ul hisoblanadi. U mehnat qonunchiligiga rioya qilgan holda xodimlarni tanlash va joy-joyiga qo‘yish ishlarini mustaqil hal qiladi.

Hozirgi kunda viloyatimizda joylashgan restoranlardan biri “Ummon” restoranida ham menejment, ya’ni boshqaruv yuqoridagi tarkib asosida tuzilgan hamda ushbu holat quyidagi rasmda keltirilgan (1.2.2-rasm).

¹⁹ Ivatov I. Restoran menejmenti. O‘quv qo‘llanma. - T.: Iqtisodiyot, 2007. – 41-42 b.



1.2.2-rasm. “Ummon” restoraninig boshqaruv strukturasi haqida ma’lumot²⁰

Rasmga asosan, mazkur restoranda boshqaruv tarkibida rahbar va 3 xil yo’nalishdagi menejerlar faoliyat yuritadi. Avvalo, ushbu restoran 2016 yil 27 sentabrda tashkil qilingan bo’lib, baliqxona hisoblanadi va jami xodimlari soni 50 nafarni tashkil etadi.

“Ummon” restoraniga har haftada 3-4 nafar turistlar guruhi tashrif buyuradilar. Ularning aksariyati yaponlar, turklar, ruslar va hindistonliklardir. Restoraida turistlarga xizmat ko’rsatish uchun chet tilini biladigan malakali ofitsiantlar xizmat ko’rsatadilar. Uning oshpazlari chet el oshpazlari bo’lmasa ham, ular turistlar uchun har bir millat ovqatlarini tayyorlab berishadi. Restoranda turistlar uchun turkcha somsa, besh panja, yaponcha salat, turkcha salat, xitoycha salat kabi taom va gazaklar tayyorlab berishadi. Unga har oyda 200-300 nafar turist tashrif buyuradi.

Umuman olganda, restoranlar faoliyatida menejment muhim o‘rin tutib, uning muhim vazifalari ushbu faoliyatni samarali boshqarishga, boshqarish samaradorligini yanada oshirishga hamda boshqaruv asosida restoranlardagi rahbar va xodimlar o‘rtasidagi aloqalarning ta’minlanishiga zamin yaratadi.

²⁰ “Ummon” restoranining ma’lumotlari asosida tuzildi.

II-BOB. RESTORANLAR FAOLIYATIDA MENEJMENTNI TAKOMILLASHTIRISH YO‘NALISHLARI VA IMKONIYATLARI

2.1. Turizmda restoranlar faoliyatini boshqarishga qo‘yiladigan talablar va ularning mazmuni

Turizm sohasida restoranlar faoliyatini boshqarishga talablar qo‘yilgan. Chunki, ovqatlanish inson hayotida birlamchi ehtiyoj hisoblanadi. Oziq-ovqat sifatini yaxshilash muammosi va dam olish - insoniyat madaniyatining asosiy muammolari bo‘lib hisoblanadi. Oziq-ovqat mahsulotlari miqdori, ta‘m xususiyati va assortimenti, o‘z vaqtida va muntazam ovqatlanish - insonning yashashida hal qiluvchi omil hisoblanadi.

Mazkur talablar restoranda faoliyat yuritayotgan har bir xodimning bajaradigan ishlari, vazifalari va huquqlaridan kelib chiqadi. Chunki, restoranlar faoliyatida xodimlarning ular maromiga yetkazgan va har tomonlama mukammal o‘zlashtirgan ish tizimi amal qiladi.

Bu holatlarda mehmonlarni qabul qilish va ularga xizmatlar ko‘rsatish standartlarini ishlab chiqish ham hisobga olinadi.

Qo‘yilgan talablar standartlar ko‘rinishida ham mavjud bo‘lib, o‘z-o‘zidan xodimlarga tegishli talablarni qo‘yadi. Biroq, restoranda o‘rnatilgan xizmatlar ko‘rsatish standartlarini ta‘minlash uchun javobgarlik asosan mehmonlar bilan doimiy muomalada bo‘luvchi xodimlar zimmasiga yuklanadi.

Demak, restoranlarni samarali boshqarishda xodimlarga qo‘yiladigan talablar aniq xodim qanday bo‘lishi kerakligi, u nimalarni bilishi, qo‘lidan nimalar kelishi, ko‘rinishi qanday bo‘lishi va o‘zini qanday tutishi lozimligining batafsil tavsifidir. Ana shundan kelib chiqib, restoranlar faoliyatini boshqarishga qo‘yiladigan mazkur talablar restoranlarda boshqaruv sohasi xodimlarining huquq va majburiyatlari doirasida bajariladi.

Xususan, restoran direktori ish faoliyati davomida quyidagi vazifalarni to‘liq bajarishi shart:²¹

²¹ Erbo‘taev I. Umumiy ovqatlanish va xizmat madaniyati. I va II -kitoblar. O‘quv qo‘llanma. - T.: Abdulla Qodiriy nomidagi xalq merosi nashriyoti, 2003.

- korxonani xom ashyo, mahsulotlar, chala tayyor mahsulotlar, moddiy-texnika anjomlari bilan o'z vaqtida izchil va rejali ta'minlab turish;
- korxonaning hamma tarmoq ishlarini nazorat qilish, savdo qoidalariga rioya qilish, sanitariya, gigiena va texnika xavfsizligi talablariga amal qilish;
- mehnatni ilmiy asosda tashkil qilish;
- hamma xodimlarning ichki tartibni aniq va to'la bajarishlarini ta'minlash;
- jamoada tarbiyaviy ishlarni olib borishni tashkil etish.

Yuqoridagilardan tashqari, restoran direktorining ixtiyorida quyidagi vositaning bo'lishi va vazifalarni to'liq amalga oshirishi ham talab etiladi:

- moddiy pul mablag'lari bo'ladi;
- restoran uchun mulk va anjomlarni sotib oladi;
- shartnomalar va bitimlarni tuzadi;
- mehnat qonunchiligiga asosan xodimlarni bir ishdan ikkinchisiga o'tkazadi va bo'shatadi;
- xodimlarni rag'batlantiradi va intizomiy jazo beradi.

Restoranga tushadigan daromadga ko'ra restoran direktori mustaqil ravishda xodimlar maoshini oshirish huquqiga ega bo'ladi. Bu esa restoran hisobidan amalga oshiriladi. Mehnatga haq to'lash fondi miqdori restoranning savdosidan tushgan daromadiga bog'liq bo'lib, mehnatga haq to'lash fondini belgilashda mahsulotning aylanish darajasini alohida hisobga olish kerak.

Shunisi ma'lumki, restoran direktorining yana bir vazifasi - mehnatni tashkil qilishning brigada shaklini joriy qilishdir. Agar ishning yaxshi borishi uchun foydali bo'lsa, brigada tizimiga rahbar, muhandis-texnik xodimlar, mutaxassislar va xizmatchilarni keng jalb qilishi lozim.

Bu moddiy manfaatdorlikni oshiradi. Bunday holatda jamoa boshida mutaxassis va ishbilarmon rahbarlarning turishi, kishilar bilan ishlay biladigan, ilmiy-texnika yutuqlaridan unumli va samarali foydalana oladigan, masalani o'zi mustaqil hal qiladigan va jamoa ishlab topgan moliyaviy mablag'dan maqsadli foydalana oladigan kishilar bo'lishi talab qilinadi.

Yuqoridagi vazifalarga o'xshash talablar direktor muoviniga ham qo'yiladi. Chunki, uning huquqi ham belgilangan soha bo'yicha direktornikiga o'xshaydi va direktor topshirgan soha uchun mas'ul sanaladi.

Shular bilan birga, restoranning ishlab chiqarish bo'yicha mudiri ham bir qator huquqlarga ega bo'lib, ana shu huquqlar doirasida uning vazifalari quyidagi yo'nalishlardan iborat bo'ladi:

- mijozlar ehtiyojini o'rganish;
- xom ashyodan unumli foydalanishni ta'minlash va yuqori sifatli taom tayyorlashda pazandalik qoidalari va texnologik ko'rsatmalariga amal qilish;
- mavjud mahsulot turlari minimumini hisobga olgan holda taomnoma tuzish va taomlar navini belgilash;
- xodimlarning ishga chiqish grafigini tuzish va ularni joy-joyiga qo'yish;
- ishlab chiqarishda sanitariya-gigiena qoidalariga qarab mehnatni muhofaza qilish va xavfsizlik texnikasiga rioya qilish;
- mahsulot va moddiy boyliklarni sarflash bo'yicha o'z vaqtida buxgalteriyaga hisobot berish.

Avvalo, ishlab chiqarish bo'yicha mudir ishlab chiqarish sexlari ishiga rahbarlik qiladi hamda sexlar yo'q joylarda brigadirlar orqali ish olib boradi. Ushbu lavozimdagi shaxs texnologiya qoidalariga binoan taom tayyorlash, sanitariya-gigiena qoidalariga rioya qilish, xodimlarni mutaxassisliklari bo'yicha ish o'rniga qo'yish, sex boshliqlari va brigadirlarning noto'g'ri buyruqlarini bekor qilish huquqiga ega bo'ladi.

Bu yerda sex boshliqlari o'z bo'limlarida ishlab chiqarish mudirlari ega bo'lgan huquqlar va mas'uliyatga ega bo'ladilar hamda o'zlariga tegishli vazifalarni talab darajasida bajarishlari lozim.

Biroq, restoranlarni boshqarish ishini mujassamlashtiradigan restoranlar faoliyatini samarali boshqarishda xizmat ko'rsatuvchi toifalar guruhiga quyidagi xodimlar guruhi kiradi (2.1.1-rasm):



2.1.1-rasm. Restoranlarda xizmat ko'rsatuvchi guruhlarining tarkibi²²

Rasmda keltirilgan restoranlarda xizmat ko'rsatuvchi guruhlar restoran faoliyatida o'ta muhim bo'lgan turli vazifalarni bajaradi.

Ammo, ular umumiy talab bo'yicha barcha sohaning xizmat qiluvchilari maxsus ma'lumot yoki kasb-hunar tayyorgarligiga ega bo'lishlari shart. Hamda xizmat qiluvchilar bir xil ko'rinishdagi sanitariya va gigiena qoidalariga to'la rioya qilgan holda mos kiyim kiyishlari kerak.

Mazkur savdo maskani uchun belgilangan bir xil poyabzalda xizmat qilishlari ham kerak. Xususan, shveysarlar, kiyim iluvchilar, bosh ofitsiant va ofitsiantlar uchun bir xildagi kiyimlar bo'lishi hamda ular kiyimining chap ko'krigida emblemali nishonlar bo'lishi lozim.

²² Manba: Abidova D. Restoran servisini tashkil qilish. – T., 2010.

Hamda lyuks va oliy toifadagi restoranlarda ishlovchi xodimlar xorijiy mamlakatlarda ovqat tayyorlanishi va xizmat ko'rsatilishi bilan tanish bo'lishlari kerak.

Shveysar mehmonxonalarda bo'lganidek, restoranlarda ham restoran direktori tomonidan qo'yiladi, u mehmonlarni kutib olishi, eshiklarni ochib-yopib turishi va zallarning joylanishi haqida restoranga keluvchilarga axborot berishi lozim. U restoranning yopilishi oldidan restoranga kiruvchilarni to'xtatadi hamda mehmonlarning iltimosiga ko'ra taksi chaqirib berish vazifasini amalga oshiradi.

Shveysar restoranga kirish qismi tozaligiga qarab, oyna, eshiklar va polni artib tozalab turadi. Qish fasli davrida restoran eshigi atrofidagi qorlarni kuraydi, tashqari ozodaligini ham nazorat qiladi hamda signalizatsiya tizimi, reklamalar to'g'ri osilganini kuzatadi.

Avvalo, shveysar o'z ishining mutaxassisi bo'lishi lozim, ya'ni restoranga keluvchilarga xizmat qilish qoidalarini tushunishi, restoran zallarining joylashishini yaxshi bilishi, yong'inga qarshi vositalarning o'rnatilish holati, eng yaqin joylashgan ovqatlanish tarmoqlari, militsiya, tez tibbiy yordam va taksi dispetcheri telefonlari, uning raqamlarini yoddan bilishi shart.

Kiyim iluvchi ham restoranda faoliyat yuritadi. U restoranga kirishda ustki kiyimlarni ehadigan joyda turib, mehmonlarning ustki kiyimlari va boshqa buyumlarini qabul qilib oladi, kiyimlar osilgach, osqich raqami yozilgan jeton beradi hamda kiyimlarni qabul qilib oluvchi topshirilgan buyumlar uchun mas'ul xodim hisoblanadi.

Avvalo, restoranning ish faoliyati yakunida jeton qaytarilgach, topshirilgan buyumlar olib beriladi va u kiyim qabul qiluvchi ustki kiyimni kiyishda mehmonga yordamlashadi. Agar kiyim tugmalari va ilgichlar uzilgan bo'lsa, tikib beradi va bu ishlar uchun xizmat haqi talab qilmasligi lozim.

Kiyim qabul qilib oluvchining eng muhim vazifasi restoranga keluvchilarning shaxsiy buyumlarini qabul qilib olish va saqlash qoidalarini bilishi sanaladi. U mijozlarning bosh kiyimlari va boshqa buyumlarini qabul qilmasligi mumkin emas

hamda “mijozlarning yo‘qolgan buyumlari uchun ma‘muriyat javobgar emas” degan yozuvlarni qo‘yishi ham noo‘rin sanaladi.

Ba‘zi hollarda restoranga keluvchi mijoz garderob jetonini yo‘qotib qo‘ysa, kiyim qabul qiluvchi tomonidan tegishli hujjat rasmiylashtiriladi.

Restoranda faoliyatni samarali tashkil etish, boshqarish va yuritishda eng muhim bo‘lgan lavozimlardan biri bosh ofitsiant hisoblanib, u barcha ofitsiantlarning barcha ishlariga rahbarlik qiladi. Uning nazoratida shveysar, kiyim iluvchi, zal, xojatxona farroshlari va bufet xodimlarining ishlari bo‘ladi.

Bosh ofitsiantning zimmasiga mijozlarga xizmat qilish qoidalari, xodimlar tomonidan qanday bajarilayotganini nazorat qilish, ichki tartib-intizom, shaxsiy gigiena, bir xil ko‘rinishdagi kiyimlar kiyishga rioya qilinishi, idish-tovoqlar, stol dasturxonlari, ularga qo‘yiladigan buyumlarning taxt turishi va restoran zalining mijozlar qabul qilishga tayyorligini nazorat qilish vazifalari yuklatiladi.

Biroq, u xorijiy turistlarni qabul qiladigan restoranlarning bosh ofitsianti ularni ovqatlanish zaliga taklif qilishi, mehmonxona ichida ovqatlanishni tashkil qilishi, qabullar va banketlar o‘tkazishi mumkin. Bosh ofitsiant taom tayyorlash texnologiyasini yoddan bilishi va mehmonlarning milliy xususiyatlari va odatlarini hisobga olgan holda to‘g‘ri harakat qilishi lozim.

Ma‘lumki, kun bo‘yi bosh ofitsiant zalda bo‘ladi hamda u ozodalik va dasturxonning yasatilishini kuzatib turadi. Restoran ochilishi oldidan bosh ofitsiant bugun qanday xizmat qilish haqida ofitsiantlarga yo‘l-yo‘riq ko‘rsatadi, ularning xizmatga tayyorligini tekshiradi va shu kungi taomnoma bilan tanishtiradi. Bosh ofitsiant mehmonlarni kutib oladi, joy tanlashda yordam beradi va xizmatni davom ettirishni esa ofitsiantlarga topshiradi.

U ishining kuni tugagandan keyin, zallarning tozalanishiga alohida e‘tibor beradi, ofitsiantlar tomonidan kassaga pullar to‘la topshirilishi, servis, idish-tovoq va boshqa narsalar topshirilishi va maxsus jurnalga kelgusi smena qilishi lozim bo‘lgan ishlar yozilishi ustidan doimiy nazoratni o‘tkazadi.

Ofitsiantlar, kiyim iluvchilar va shveysarlar mijozlar esdan chiqarib qoldirgan buyumlarini bosh ofitsiantga topshiradilar. Bosh ofitsiant mazkur holatlar haqida

jurnalga yozadi va restoran direktoriga ma'lum qiladi. Bundan tashqari, bosh ofitsiant oshxona bilan zal o'rtasida izchil aloqada bo'lishi, ovqatlarni ko'ngildagidek rasmiylashtirishi va dasturxonlarga tortilishini nazorat qiladi.

Shuningdek, bosh ofitsiant ofitsiantlar brigadirlariga rahbarlik qiladi, ofitsiant va boshqa xodimlarning ishga chiqish grafigini tuzadi hamda uning bajarilishini doimiy nazorat qiladi. Zalning tegishli qismlarini ofitsiant brigadalari va zvenolarga, biroq ma'lum miqdordagi stollarga xizmat qilish ishini ofitsiantlarga teng bo'lib beradi.

Ofitsiant restoranda ularga keluvchi mehmon, ya'ni xo'randaga xizmat ko'rsatuvchi xodim bo'lib, ular tomonidan tayyor taomlar mehmonlarga keltirib beriladi. Dastlab, ish kunida ofitsiantlar bosh ofitsiantdan hisob-kitob blankalarini oladilar. Shu bois, ofitsiant restorandagi muhim shaxs sanaladi.

Agar ofitsiant va zaldagi boshqa xodimlar mehnat intizomini buzsa yoki ishga kelganda talab qilingan qiyofada bo'lmasa, bosh ofitsiant ularni ishdan chetlatishi mumkin.

Restoran xodimlari va mijozlar orasida nizo chiqsa, bosh ofitsiant uni hal qilishga harakat qiladi. Taom sifatidan norozi bo'lib nizo chiqsa bosh ofitsiant sifatligiga almashtirib berishi lozim.

Umuman olganda, ofitsiant tomonidan vino ta'mini ko'rish yaxshi emasligi o'z-o'zidan ma'lum hisoblanadi. Mehmon uchun agar vinoni o'z kasbining etuk ustasi, vino bo'yicha maxsus o'qitilgan mutaxassis yoki restoranning bosh oshpazi tuzasa ana shundagina ahamiyat kasb etadi.²³

Iste'molchilar biladigan kishilar ofitsiant bo'lib ishlashi mumkin. YUzaki bilimga ishongan va restoran ishini yengil-elpi yodlab olib, xodimlar bo'limida o'zini bilimdon qilib ko'rsatadigan xodimlar bu ishni eplay olmaydi.

Restoran ishini "san'at" deb qarab, vujudi bilan ishlaydigan kishi ofitsiant bo'lishi mumkin. Dastlabki davrda u uncha tushunmasligi, ammo zehni, irodasi va mehnatsevarligi bilan ofitsiant vazifasini eplashi mumkin. Ofitsiant bilimdonlik

²³ Karabayeva D. Ichimliklar servisi. Kasb-hunar kollejlari uchun o'quv qo'llanma. – T.: 2006. - 126 b.

bilan tegishli taom va ichimliklarning sifati, ularning nafi haqida mijozlarga tushuntira bilishi kerak.

Ofitsiant ta'riflagan taomlar, ichimliklar haqiqatga mos kelgandagina mijoz shu restoranga yana tashrif buyuradi. U bosh ofitsiant bilan birgalikda zalning to'laqonli sardori hisoblanadi hamda uning kundalik xizmati kishilar bilan yaxshi munosabatda bo'lish, shuning uchun u faqat xizmat qilish texnikasi bilimdoni bo'lib qolmay, axloq-odob va ruhiyat talablarini ham bilishi lozim.

Hozirgi zamon ofitsiantining qiyofasi saranjom-sarishta, chiroyli kiyingan, ravon qadam tashlaydigan, ortiqcha gapirmaydigan, epchil, har qanday kelishmovchilik vaziyatidan chiqib ketadigan bo'lishi kerak. Zalda axloq-odob muhitini yaratgan ofitsiant mehr-xushmuomalalikni hamma narsadan yuqori qo'yishi shart.

Avvalo, ofitsiant o'z qadr-qimmati, insonlar uchun qilayotgan mehnati engil emasligi va kasb g'ururini hamma vaqt his qilishi kerak. Ofitsiant bilan iste'molchilar orasidagi munosabatda har ikki tomonning samimiyligi talab qilinadi. Ayniqsa, restoranda ofitsiantdan xushchaqchqlik va mehmondo'stlik kayfiyati talab qilinadi.

Ofitsiantga bo'lgan asosiy talablardan yana biri xizmat qilish usulining qoida va texnikasini yaxshi bilishi, amaliy ishda ularni qo'llay olishidir. Bulardan tashqari, ofitsiant oziq-ovqat mahsulotlari, tovarshunoslik asoslari bilan tanish bo'lishi, zal jihozlanishini yaxshi bilishi, ishlatiladigan idish-tovoqlar va anjomlardan to'g'ri foydalanishini bilishi lozim.

Ofitsiantning xizmati ish jarayonida zarur bo'ladigan narsalarni olishdan boshlanadi. Ulardan biri ofitsiant bilak uchiga solib yuradigan sochiqcha bo'lib, bu sochiq ofitsiantning qo'li kuyishi va kiyim engi ifloslanishiga yo'l qo'ymaydi. Ofitsiant hisob blankasini tayyorlaydi, u raqamlangan daftarcha shaklida bo'ladi va hisobot uchun hujjat hisoblanadi. Kassa mashinasi kalitini tilxat orqali kassirdan oladi.

Shular bilan birga, ofitsiant ish faoliyati davomida tamoyillarga amal qilishi kerak (2.1.2-rasm):

1 kasbiy burchni yuqori darajada anglash

2 mehmantag ijodiy munosabatda bo'lish

3 o'rtoqlarcha o'zaro yordam muhiti

2.1.2-rasm. Ofitsiantlarning amal qiladigan asosiy tamoyillari²⁴

Mazkur tamoyillarni amalga oshirish borasida hozirgi kunda restoran ofitsiantlari quyidagi huquq va burchlarga ega bo'ladilar:

- grafikda belgilangan vaqtda ishga etib kelish;
- mijozlarga xizmat qilish tartibi bo'yicha bosh ofitsiant ko'rsatmalarini bajarish;
- mijozlarga xizmat qilish va o'zini tuta bilish qoidalariga rioya qilish, mulohazali, mehrlil va e'tiborli bo'lish;
- taomnomada ko'rsatilgan taom va ichimliklar mavjudligi, bahosi, ularni berish tartibi va ularni tayyorlash texnologiyasi asoslarini bilish;
- mijozlarga taom va ichimliklar tavsiya etish;
- ishda belgilangan shakldagi kiyimda yurish va doimo ozoda, ko'rkam bo'lishi va poyabzali toza tutilishi lozim;
- shaxsiy gigiena qoidalariga rioya qilish;
- stollarni iste'molchilar kelishiga jiddiy tayyorlash, butun ish kuni davomida ish joyi, stollarni toza va tartibli tutish, dasturxonni o'z vaqtida tuzash, foydalanilgan idish va anjomlarni texnika qoidalariga binoan yig'ishtirib olish;
- yordamchi stol va servantlarni ozoda saqlash;
- xushmuomalalik bilan keluvchilarni kutib olish, zalga boshlab kirib o'tqazish, taomnoma tavsiya qilish, xizmat qilish texnikasi qoidalariga muvofiq tezlik bilan buyurtmalarni bajarishga kirishish;

²⁴ Manba: Erbo'tayev I. Umumiy ovqatlanish va xizmat madaniyati. I va II -kitoblar. O'quv qo'llanma. -T.: Abdulla Qodiriy nomidagi xalq merosi nashriyoti, 2003.

- singan, yorilgan, darz ketgan yoki dog‘i bor idish-tovoq va boshqa anjomlardan foydalanishga yo‘l qo‘ymaslik;

- qabullar, banketlarda xizmat qilish tartibi va texnikasini bilish, mijozlarning mulohaza va takliflarini bosh ofitsiantga etkazish.

Shular bilan birga, xorijiy mamlakat turistlariga xizmat qilayotgan ofitsiantlar chet tillardan birini bilishlari shart. Ofitsiant aniq va to‘g‘ri ishlashi uchun kassa xujjatlari, varaqasi va reestrlarni to‘ldirish qoidalariga to‘la rioya qilishi kerak.

Ofitsiant ish faoliyati jarayonida quyidagilarga yo‘l qo‘ymasligi lozim:²⁵

- qayd qilinmagan hisob-kitob varaqalari blankalaridan foydalanish, shuningdek, o‘z blankasini boshqa ofitsiantga berish;

- taomlar va bufet mahsulotlari nomini ko‘rsatmasdan blankalar to‘ldirish;

- hisob-kitob varaqasida, nusxasida, kvitansiya daftarchasining yirtib olingandan keyin qolgan qismida tuzatish, o‘zgartirish qilish.

Ofitsiantga quyidagi nojo‘ya ishlarni bajarish mutlaqo ta‘qiqlanadi va umuman ruxsat berilmaydi:

- bosh ofitsiant ruhsatisiz mijozlarni stolga taklif qilish va o‘zicha boshqa stolga o‘tqazish;

- tayyorlanmagan stolga mijozlarni o‘tqazish;

- mijozlar shikoyati va e‘tirozlarini bosh ofitsiantsiz yoki ma‘muriyat xodimisiz muhokama qilish;

- zalda chekish, o‘tirish, ovqat yeyish, qattiq gapirish, shuningdek servant, devorlar va boshqalarga suyanish;

- restoran rahbariyatisiz, bosh ofitsiantsiz o‘zicha «stol band» yozuvini stolga qo‘yish;

- oshpazdan sifati yomon va yaxshi shakllanmagan taom olish;

- belgilangan me‘yordan ortiq spirtli ichimliklarni berish;

- banket, to‘y va boshqa tadbirlar uchun bosh ofitsiantsiz buyurtmalar qabul qilish;

²⁵ Ivatov I. Restoran menejmenti. O‘quv qo‘llanma. - T.: Iqtisodiyot, 2007. – 73 b.

- xizmat qilish jarayonida brigadir yoki bosh ofitsiant ruhsatisiz uzoq muddatga ketib qolish;

- mijozlardan hisob-kitob varaqasida ko'rsatilgandan tashqari pul olish.

Hamda, ofitsiantning ish texnikasi tizimiga xizmat qilishni tashkil qilish sohasiga quyidagilar kiradi:

- stol yasatish, taom, ichimliklar keltirib berish va h.k.

- mijozlar bilan zaruriy munosabatda bo'lish;

- foydalanilgan idish-tovoq va anjomlarni yig'ishtirib olish;

- nazorat - kassa mashinasida ishlash.

- idish-tovoqlar, anjomlar, oshxona buyumlarining barcha turlarini hisobga olish va saqlash tartibi;

- stol yasatishning qoida va tartiblari hamda gullar qo'yish;

- taomnoma tuzish tartibi, taom va ichimliklarning yozilishi;

- ofitsiant ish joyining tashkil qilinishiga talablar;

- oziq-ovqat mahsulotlari va ichimliklar haqida qisqa ma'lumot;

- ovqat xarakteristikasi, taom va ichimliklarni berish tartibi;

- professional etika qoidalari;

- banket turlari, xizmat qilishning ilg'or shakli;

- ofitsiantning tashqi qiyofasiga talablar;

- mijozlarning restoranda o'tirish odobi.

Biroq, ofitsiant yuqori qobiliyatli kasb egasi va mutaxassis bo'lishi kerak. Mutaxassis shaxs va qobiliyatli ofitsiant quyidagi keltirilgan psixologik sifatlarga ega bo'lishi lozim:²⁶

- xushmuomalalik;

- kishilar bilan til topishib ketadigan;

- chidamli, toqatli, ruhan bardam, sipo va o'zini qo'lga oladigan;

- ziyrak va yaxshi xotira egasi;

- boshqa odamlar kayfiyatini sezadigan;

- didli, aniq nutqli va so'zlarni tushunarli aytadigan;

²⁶ Ivatov I. Restoran menejmenti. O'quv qo'llanma. - T.: Iqtisodiyot, 2007. – 74 b.

- shakl, rang va hajmni sezadigan;
- diqqatni o'ziga va boshqalarga jalb qila oladigan;
- hisob-kitobni tez va aniq bajaradigan;
- odamlar xususiyati farqiga boradigan.

Ofitsiant yaxshi ruhshunos ham bo'lishi kerak, chunki, u restoranga keluvchilarning kayfiyatini tez tushunishi va ularga munosib muomalada bo'lishi, tegishli xizmatni boshlashi kerak. U o'zini to'g'ri anglashi, o'z hissiyotini ongli boshqarishi, ish bo'yicha o'z hamkasblarini yaxshi bilishi va bir-birini tushungan holda o'rtoqlarcha munosabatda bo'lishi kerak.

Har bir mijozga nisbatan ofitsiant mehmondo'stlik, ziyraklik, sipo va boodoblikni o'zida mujassam qilgan bo'lishi shart. Agar mijozlar biror masala bo'yicha narigi stoldagi ofitsiantga murojaat qilib qolsalar, ofitsiant so'zsiz quloq solishi, imkoniyati bo'lsa bajarishi, agar imkoniyati bo'lmasa, o'sha mijozga xizmat qilayotgan ofitsiantni chaqirib, masalani hal qilishi zarur.

Agar mijoz biron-bir narsadan norozi bo'lib, shovqin-suron ko'tarsa, ofitsiant muloyimlik bilan kechirim so'rab tinchitishi kerak. Ofitsiant zaldagilarning diqqatini o'ziga jalb qilmagan, mijozlar suhbatiga halaqit bermagan, idish-tovoqlarni taqir-tuqur qilmasdan, hamkasblarini baqirib chaqirmasdan, mijozlarga sekin va yoqimli ovozda javob qilgan hollarda yaxshi ishlashi kerak.

Ofitsiantning sherigi kerak bo'lgan idishni ishlatib qo'ygan bo'lsa, ofitsiant nima qilishi kerak, zalda idishimni topib ber, deb janjallashishi kerak emas, boshqa idish olib kelib, xizmatni davom ettiraverishi zarur.

Ofitsiant mijozlar bilan munosabatda juda xushmuomala bo'lishi talab qilinadi. Jumladan, biron narsani olib kelib qo'yganda "marhamat" deyishi, "kechirasiz, taom bersam bo'ladimi?" kabi muomala qilishi, agar mijoz qoshiq, sanchqi, salfetka va boshqalardan birontasini tushirib yuborsa, ofitsiant oldin o'rniga tozasini olib kelib qo'yadi va so'ngra pastga tushgan buyumni oladi. Polga tushgan narsani zinhor mijoz olmasligi lozim. U toza narsalarni ofitsiant patnis yoki tarelkada olib kelib berishi lozim. Ofitsiant narsalarni mijozga yaqin turgan

qo‘li bilan uzatadi. O‘zbek odati bo‘yicha hamma vaqt o‘ng qo‘l bilan uzatish lozim va bu milliy an‘ana talablariga to‘la mos keladi.

Ofitsiantning shaxsiy gigienasi ham qo‘yilgan talablarga javob berishi kerak. Chunki, ofitsiantning kasbi artist faoliyatiga o‘xshab ketadi va u zaldagi mijozlar bilan uzluksiz aloqada bo‘ladi. Ofitsiant zalda psixologik muhit yaratadi, ularning harakati va muomalasini kuzatayotgan xo‘randalarda restoran haqida ijobiy fikr tug‘iladi.

Ofitsiantning tashqi ko‘rinishiga yurish-turishi va o‘zini tuta bilishiga juda ko‘p narsa bog‘liq. Xushmuomalalik ofitsiantning yuzi va chehrasidan ko‘rinib turishi kerak. Uning bo‘yi basti o‘rtacha, sochi yaxshi taralgan bo‘lib, uning chiroyli qad-qomat restoran zalining husniga husn qo‘shadi. Bularning hammasi restoranga tashrif buyuruvchilarda ofitsiantga nisbatan ijobiy munosabat uyg‘otadi.

Darhaqiqat, ofitsiant xizmati mijozlarga taom tashishi, kerak bo‘lsa stol atrofida aylanib, xo‘randalarga parvona bo‘lishi bilan ajralib turadi. Bu erda u quyidagi sanitariya-gigiena qoidalariga rioya qilishi lozim:²⁷

- ofitsiantning sochi ajib, g‘ayriodatiy bo‘lmasligi, sochlar ko‘z ustiga tushmasligi, ish jarayonida sochlarni tartibga solish va tarash tavsiya etilmaydi;

- og‘izdan noxush hid tarqalmasligi uchun maxsus pasta bilan og‘izni yuvish va chayishi lozim;

- ishga tushishdan oldin dush qabul qilish va erkaklar har kuni soqollarini olishlari zarur;

- ayol ofitsiantlarga ishga chiqish oldidan kosmetik vositalaridan haddan ortiq foydalanish, kuchli hidli atir sepish va yirik taqinchoqlarni taqish tavsiya etilmaydi;

- ishga toza kiyimda kelish, xizmatga kirishish oldidan dushga tushish va qo‘llarni sovun bilan tozalab yuvish lozim;

- ish jarayonida ora-orada qo‘lini yuvib turish, elektr quritgich bilan quritish yoki bir marta foydalaniladigan sochiqqa artishi lozim;

²⁷ Ivatov I. Restoran menejmenti. O‘quv qo‘llanma. - T.: Iqtisodiyot, 2007. – 75-76 b.

- restoran kiyimida ofitsiant tashqariga chiqishi va boshqa biron ish bilan band bo'lishi mumkin emas;

- ofitsiant ko'p harakatlarni mijozlar oldida va ko'z o'ngida bajarishi bois uning qo'llarida ham hech qanday nuqson bo'lmasligi lozim;

- umumiy ovqatlanish xodimlarining hammasi tibbiy ko'rikdan o'tgan bo'lishi shart.

Shular bilan birgalikda, ofitsiant amalda xo'randalarga xizmat ko'rsatish qoida va texnik usullari, asosiy etiket qoidalari, stol yasatishni bilishi kerak. Bundan tashqari u quyidagilarni bilishi shart:²⁸

- oshxona idish-tovoqlari, mehmonlarni kutishda zarur bo'ladigan boshqa buyumlarni bilishi;

- taomlar, ichimliklarni navbat bilan tortish qoidalari, taomlarga chiroyli ko'rinish berish usullari, spirtli ichimliklarni taomlarga moslashtirib berilishini;

- banketlar, rasmiy va norasmiy qabullar uchun taomnoma tuzish qoidalarini;

- lyuks va oliy toifadagi restoranlarda xorijiy mehmonlar uchun milliy, asl, buyurtma taomlar tayyorlash, ularni bezash va mehmonlar oldiga qo'yish;

- qabul marosimlari, banketlar, tantanali kechalar va boshqa tadbirlarda ayrim mijozlarga xizmat qilishning o'ziga xos tomonlarini bilish;

- xizmat qilish jarayonida taom va ichimliklarni ta'riflash, mijozlarga tegishli axborot berish;

- nazorat-kassa apparatidan foydalana bilish, hisob-kitob qilishda xo'randalar bilan hisoblashish;

- xizmat qilish jarayonida psixologik asoslarga va professional etika qoidalariga rioya qilish.

Ayniqsa, ichki tartib qoidalariga binoan ofitsiantlar ishga o'z vaqtida kelishi, ish kuni davomida xizmat qilishi, bosh ofitsiant va brigadir topshirig'ini bajarishi, mehnat intizomiga qat'iyan rioya qilishi, o'z ish joyini to'la tartibli va pokiza saqlashi, mehnat muhofazasi talablariga aniq rioya qilishi, xavfsizlik texnikasi,

²⁸ Manba: Erbo'tayev I. Umumiy ovqatlanish va xizmat madaniyati. I va II -kitoblar. O'quv qo'llanma. -T.: Abdulla Qodiriy nomidagi xalq merosi nashriyoti, 2003.

sanitariya va shaxsiy gigiena qoidalariga bo‘ysunishi, elektroenergiya, anjom, inventar va boshqa qimmat buyumlardan ehtiyot bo‘lib, tejab-tergab foydalanishi majbur. Biroq, restoranni boshqarishda madaniyat darajasiga baho berganda uning ko‘rsatkichlaridan biri xizmat qilish vaqti sanaladi. Mazkur vaqt mijozlarga xizmat qilishga qaratiladi (2.1.1-jadval).

2.1.1-jadval

Restoranda iste‘molchilarga xizmat qilish vaqti²⁹

Vaqti	Vaqt, minutda	
	o‘rtacha	tezkor
Birinchi kelish	4-5	1-2
Buyurtma bilan taomni berish oralig‘i	8-10	1-2
Buyurtma bilan gazakni berish oralig‘i	10-12	5-10
Gazak va asosiy taomni berish oralig‘i	21-25	15-25
Buyurtma va desertni berish oralig‘i	6-8	3-5
Umumiy hisob-kitob varaqasini berish	6-8	1-2

Restoranlarda iste‘molchilarga xizmat ko‘rsatishda barcha xodimlarning asosiy vazifasi xo‘randalarga yuqori darajada xizmat ko‘rsatish sanaladi. Chunki, aholi mazali taomlar va ichimliklar bilan qancha yaxshi ta‘minlansa, ular chindildan minnatdorchilik bildirsa restoran xodimlari uchun katta mukofot hisoblanadi.

Umuman olganda, turizm sohasini rivojlantirish uchun restoranlar faoliyatini boshqarish lozim bo‘lib, buni samarali amalga oshirish bevosita ularga qo‘yiladigan talablar asosida bajariladi. Mazkur talablarning amal qilinishiga restoranda ishlaydigan har bir xodim o‘z hissasini qo‘shishi lozim.

2.2. Restoran menejmentini takomillashtirishda marketing faoliyati va uning tadqiqotlarini qo‘llash imkoniyatlari

Ma‘lumki, respublikamizda islohotlar samarasini yanada oshirish, davlat va jamiyatning har tomonlama va jadal rivojlanishi uchun shart-sharoitlar yaratish,

²⁹ Manba: Erbo‘taye V. Umumiy ovqatlanish va xizmat madaniyati. I va II-kitoblar. O‘quv qo‘llanma. -T.: Abdulla Qodiriy nomidagi xalq merosi nashriyoti, 2003..

mamlakatimizni modernizatsiya qilish hamda hayotning barcha sohalarini liberallashtirish bo'yicha ustuvor yo'nalishlarni amalga oshirish maqsadida O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning 2017-2021 yillarga mo'ljallanib, ishlab chiqilgan strategiyaning maqsadi iqtisodiyotni yanada rivojlantirish va liberallashtirishga yo'naltirilgan makroiqtisodiy barqarorlikni mustahkamlash, yuqori iqtisodiy o'sish sur'atlarini saqlab qolish va milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirish hisoblanadi.³⁰

Buning uchun iqtisodiyot tarmoqlarini keng rivojlantirish lozim bo'ladi. Ana shunday zamonaviy tarmoqlardan biri marketing sohasi bo'lib, uning asosini bozorni tadqiq qilish asosida iqtisodiyotning boshqa tarmoqlarini jadal rivojlantirish tashkil etadi.

Darhaqiqat, restoranlar boshqaruvida marketing sohasini xizmat ko'rsatish sohasiga keng tadbiq qilish yuqori samara keltiradi. Bu borada restoran xizmatlarini ko'rsatishni yanada takomillashtirish uchun restoranlar sohasini jadal rivojlanib borishini ta'minlash lozim. Chunki, uni belgilovchi muhim omillardan biri ham marketing hisoblanadi. Ya'ni, restoran marketingi marketing faoliyatining restoran biznesini yuritish xususiyatlari, uning noyob imkoniyatlari va faqat unga xos bo'lgan ehtiyojlarni hisobga oluvchi sohasi sanaladi.

Restoran boshqaruvni restoranlarni marketing tahlili orqali amalga oshiriladi. Marketing tahlilini restoranlarda olib borish uning mijozlarini sonini oshirishga xizmat qiladi. Marketing tahlilni o'tkazishdan asosiy maqsad restoranlarning qanday yo'sinda ishlab borayotgani va uni rivojlantirish uchun nimalardan foydalanayotgani muhim rol o'ynaydi.

Marketing tahlili bir nechta qismlarga bo'lgan holda olib boriladi. Chunki, marketing tahlili restoran ish olib borish faoliyati uchun yangi mahsulot yoki restoran potensialini hozirgi va kelajakdagi ahvolini aniqlashda muhim o'rin egallaydi. Mazkur restoran potensial mijozlarning yangi mahsulotdagi talabini aniqlashda xizmat qiladi.

³⁰ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevralda qabul qilingan PF-4947-sonli "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni.

Ma'lumki, O'zbekistonda "Malika" mehmonxonasining restorani mavjud bo'lib, ushbu restoran Toshkent, Samarqand va Xiva shaharlarida o'z faoliyatiga ega. Bu restoranlar, asosan mehmonxona restoran maqomiga ega. Bu mijozlarning 80 foizi mehmonxonaning turistlarining atrofida bo'lishi bilan izohlanadi. Aslida, mazkur hududlardan Buxoro viloyatida joylashgan restorani hozirgi kunda yaxshi rivojlanmoqda va marketing tahlilini samarali amalga oshirdi. Ya'ni, u respublikamizdagi yirik va mashhur restoranlar bo'lib, sharqona usulda bezatilgan va asosan xorijiy mehmonlarga xizmat qiladi. "Malika" mehmonxonasi restorani faoliyatining ko'p qirrali marketing tahlilini quyidagi ikki qismga bo'lib tahlil qilish mumkin:³¹

a) raqobatbardoshlik tahlili. Restoran biznesida raqobatdoshlik tahlilini amalga oshirishda tug'iladigan savol birinchi navbatda shu restoranning aniq raqobatchilari kimligini aniqlash. Bilamizki, har qanday restoran o'zining individualligi, o'zining atmosferasi va qulayligini yaratishga harakat qiladi.

Restoranning raqobatchilarini taklif etiladigan ovqatlarning assortimenti, narxi, oshxonaning qanday maqsadga yo'naltirilganligi va reklamani targ'ib qiladigan joyga qarab aniqlash mumkin. Bular restoranning klassifikatsiyasini aniqlashda yordam beradi. Shuningdek, raqobatni tahlil qilganda quyidagi savollarga javoblarni aniqlash lozim bo'ladi:

- asosiy raqiblari va ularning strategiyalari (missiyasi);
- tashkiliy tuzilishi va boshqaruvi;
- raqiblarning marketing va reklama strategiyalari;
- raqobatchilikda qo'llaniladigan usullari;
- xizmatlar majmuasi.

Biroq, bugungi kunda Xorazm viloyatida faoliyat yuritayotgan restoran shaklidagi oshxonalarda ham yuqorida keltirilgan tahlil usulidan foydalanib, mijozlarining sonini oshirishga erishmoqdalar. Ularning aksariyati turistlar

³¹ "Buxoroda turistik erkin iqtisodiy hududni yaratish imkoniyatlari va rivojlanish istiqbollari" mavzusidagi ilmiy-amaliy konferensiya materiallari. – Buxoro, 2017 yil. – 74-75 b.

keladigan turistik potentsiali yuqori bo‘lgan hududlar, Ya’ni, Urganch va Xiva shaharlariga to‘g‘ri keladi (2.2.1-jadval).

2.2.1-jadval

Xorazm viloyati hududida oshxona shaklida faoliyat yuritayotgan restoranlar haqida ma’lumot³²

№	Restoran nomi	Joylashgan hududi
1	Toshkent	Urganch shahar
2	Urganch	Urganch shahar
3	Ummon	Urganch tumani
4	Yagona yulduz	Urganch shahar
5	Bellisimo	Urganch shahar
6	Bahor	Urganch shahar
7	Hamkorbank	Urganch shahar
8	E’zoz	Urganch shahar
9	Tabassum	Urganch shahar
10	Qamish	Urganch shahar
11	Oltin baliq	Xiva shahri
12	Xorazm art	Xiva shahri
13	Yasovulboshi	Xiva shahri
14	Shafron	Urganch shahri
15	Xiva	Xiva shahri

Mazkur jadvalga asosan, Xorazm viloyati hududida jami 15 ta restoranlar faoliyat yuritib kelayotgan bo‘lsada, ulardan 9 tasi Urganch shahriga, 5 tasi Xiva shaharlariga va 1 tasi Urganch tumaniga to‘g‘ri keladi.

Xorazm viloyatida joylashgan restoranlarni yuqorida ta’kidlangan “Malika” restorani bilan taqqoslaydigan bo‘lsak, “Malika” restorani raqobat sharoitida o‘zining ko‘plab qulayliklari bilan yutib chiqadi va shu bois yuqori o‘rinda bo‘lishi

³² Xorazm viloyati statistika boshqarmasining ma’lumotlari asosida tuzib chiqildi.

bilan ajralib turadi. Ya'ni, mazkur restoranning asosiy raqiblari quyidagi restoranlar sanaladi:

- "Azia" mehmonxonasi restorani (joylashgan o'rni va boshqaruvi bo'yicha);
- "Old Buxara" restorani (narx siyosati va assortimenti bo'yicha);
- "Badruddin" restorani (atmosfera bo'yicha);
- "Adras" restorani (ichki dizayni va assortimenti bo'yicha);
- "Chinor" restorani (narx siyosati bo'yicha).

Ushbu restoranlarning reklama va marketing strategiyasi asosan internet orqali amalga oshiriladi. Ya'ni, "Facebook" ijtimoiy tarmog'i, "tripadvisor" va boshqa reklama saytlari hamda turistlar orqali bajariladi. Ularga sifatli xizmat va arzon taklif qilinib, ular ketgandan keyin do'stlariga shu restoranni taklif qilishlari uchun qo'llaniladi. Bu yerda ham shunga o'xshash ijtimoiy tarmoq va veb-sahifalardan keng foydalaniladi.

Ayniqsa, restoranda gid bilan kelgan guruhga ekskursovod uchun bepul ovqatlanish yo'lga qo'yilgan. Chunki, mehmon asosan gid bilan ko'proq muloqotda bo'ladi. Shuning uchun ham, gid guruhi uchun shu usul maqbul bo'lib qo'llaniladi. Bunday ovqatlanish jarayonida turli xil xizmatlar, ya'ni bepul kokteyllar, spirtli ichimliklar, gazak va desertlar ham beriladi.

Biroq, raqobatchilarda ko'rsatiladigan xizmatlarning majmuasi ham farqlanadi. Ya'ni, har bir restoranning o'zida belgilangan xizmatlar turi bo'ladi. Jumladan, mazkur restoranida xizmat ko'rsatish yuqorida darajada hisoblanadi. Chunki, ofitsiantlarning barchasi malakali bo'lib, kamida 3 yil turizm sohasidagi mehnat tajribasi va o'qish ko'nikmasiga ega. Bundan ko'rinib turibdiki, restorandagi servis darajasini ham yuqori bahoga baholash mumkin bo'ladi.

b) yangi xizmatlar va tovarlarni ishlab chiqarish. Avvalo, restoran ishida yangi xizmat va mahsulot ishlab chiqarishda juda ehtiyotkorona bo'lish kerak, ya'ni doimiy mijozlar uchun saqlangan restoranning jozibadorligini bir xil balansda saqlab tutish kerak.

Hamda ularga qo‘shimcha o‘ziga jalb qiladigan xizmatlar va mahsulotlar taklif qilinishi kerak. Bunday guruh ko‘rinishdagi quyidagi bir necha xizmatlar tarkibi ajratiladi:

Birinchi guruh – texnik jihatga ega bo‘lgan savollar va xizmat ko‘rsatuvchi subyektlarning mijozlarga servis ko‘rsatishdagi kasbiy mahoratini oshirish. Ya’ni, jihoz va anjomlarni almashtirib turish, xizmat ko‘rsatish sifati ustidan doimiy boshqarishni takomillashtirish, ishlatiladigan ovqatlar tarkibini yanada kengaytirish va yaxshilash, menyularni almashtirib turish va boshqalar.

Ikkinchi guruh – marketing xarakteridagi chora-tadbirlar, yangi mijozlarni jalb qilish va doimiy mijozlarni saqlash. Ular taqdimotlarni o‘tkazish, yangi yil banketlarini tashkil qilish, boshqa bayramlar uchun maxsus madaniy xizmatlarni taklif qilish va shunga qarab yangi menyularni ishlab chiqish, doimiy mijozlar yoki katta miqdordagi buyurtmalar uchun doimiy mijoz kartochkasini berish, maxsus konsert dasturlarini tashkil qilish hamda mashxur qo‘shiqchilar jamoasining ko‘rsatuvlarini o‘z ichiga oladi.

Bundan tashqari, milliy taomlarni berish kuni va bolalar uchun maxsus dasturlarni ishlab chiqish mumkin. Biroq, bunda menyuda bo‘lmagan ovqatlar oldindan aytilishi kerak.

Yuqorida keltirilgan holatlar va tahlillardan kelib chiqib, restoranni boshqarish uchun raqobatbardoshlik, yangi tovar va xizmatlarni ishlab chiqarish zaruriy holat bo‘lib, bu bevosita marketing faoliyatini aks ettiradi. Chunki, restoran marketingi restoran biznesi asosida rivojlanib boradi.

Restoran biznesi – turli xildagi umumiy ovqatlanish korxonalari, jumladan kafe, restoran, qahvaxona, bar va pitsseriya ishining faoliyati sanaladi.³³ Biroq, restoratorlar va mehmonxonalar federatsiyasi tomonidan ushbu faoliyat sohasi mehmondo‘stlik va ko‘ngilochar tadbirlar tarmog‘i, deb ham nomlanadi.

Natijada, restoran faoliyati rivojlanib boradi va uning xususiyati marketing sohasiga quyidagi jihatlari bilan katta ta’sir ko‘rsatadi:

³³ “2017-2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasida iqtisodiyotni yanada liberallashtirishning ustuvor yo‘nalishlari” mavzusidagi respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari. - Urganch, 2017. – 110 b.

- taomlarni tayyorlash va ko'ngilochar tadbirlar shaklidagi xizmatlarning mavjudligi;

- "mehmon - restoran" o'zaro aloqasi jarayonida iste'molchilar emotsional kechinmalarining hal qiluvchi rolli hatti-harakatlari;

- ushbu tarmoq korxonalarining aksariyatida to'laqonli marketing markazining yo'qligi va buning oqibati o'laroq, marketingni amalga oshirishga oid aniq rejalashtirilgan dasturning mavjud emasligi.

Ana shular ichida eng so'nggi omil bo'lgan restoran boshqaruvi asosan o'z ichki imkoniyatlariga yoki o'z ishlab chiqarishiga qarab mo'ljal olishiga sabab bo'ladi. Bu restoran faoliyatida taomlar taklif qilish birinchi darajali ahamiyat kasb etishini anglatadi.

Avvalo, restoran menejmentini takomillashtirishda kelajakda turistik restoranlarda yangi marketing strategiyalarini joriy qilish potensial mijozlar sonining ko'payishi va boshqa restoranlar bilan raqobatbardosh bo'lishiga sabab bo'ladi. Shu bilan birga, yevropa shaharlari restoranlarining ishlash strategiyasi ularning mijoz bilan aloqasini qo'llashda muhim ahamiyat kasb etadi.

Darhaqiqat, respublikamizda restoran faoliyati tegishli marketing tamoyillari asosida keng taraqqiy qilib bormoqda. Biroq, marketing faoliyatiga baho berishga doir keng miqyosli marketing tadqiqotlari olib borilmagan. Shunga o'xshash ishlar ayrim restoranlar darajasida bajarilgan yoki tarmoq doirasida sust ahamiyat kasb etadi.

Aksariyat tadqiqotlarda marketing faoliyatiga baho berish emas, balki marketingga bo'lgan ehtiyoj va undan foydalanish darajasini aniqlash asosiy maqsad qilib qo'yilgan. Shu boisdan ham, marketingga baho berish jarayoni zaruriy ma'lumotlarni sotib olish imkoniyatining mavjudligi yoki mavjud emasligi bilan belgilanadi.

Xususan, restoranlar tashkil qilinish paytida, ularning marketing faoliyati o'rganilib boriladi. Ya'ni, 1999 yilda Toshkent shahrida O'zbekistondagi dastlabki haqiqiy restoran va o'zbek madaniyati va san'ati galereyasi hisoblangan "Caravan" restorani ochilgan.

Biroq, ana shunday respublikamizda faoliyat yuritayotgan restoranlar turli hududlarga to'g'ri keladi. Ayniqsa, turistik salohiyat yuqori bo'lgan hududlardagi joylashgan shaharlarda ular rivojlanib bormoqda (2.2.2-jadval):

2.2.2-jadval

O'zbekistonda faoliyat yuritayotgan ba'zi restoranlarning hududlar bo'yicha taqsimlanishi haqida ma'lumot³⁴

№	Restoran nomi	Joylashgan hududi
1	Afsona Restaurant	Toshkent
2	Central Asian Plov Centre	Toshkent
3	Caravan	Toshkent
4	Siesta Pub & Restaurant	Toshkent
5	Platan	Samarqand
6	April Verdant Restaurant	Toshkent
7	Minzifa	Buxoro
8	Restaurant "Old Bukhara"	Buxoro
9	Restaurant Samarkand	Samarqand
10	Karimbek	Samarqand
11	Cafe Wishbone Bukhara	Buxoro
12	Chinar	Buxoro
13	Silk Road Tea House	Buxoro
14	Besh chinor	Samarqand
15	Plov-somsa.uz	Toshkent
16	Khorezm Art Restaurant	Xiva
17	Bir Gumbaz	Xiva
18	Terrassa Cafe	Xiva
19	National Food	Toshkent
20	SMI bar	Toshkent
21	The Irish Pub & Restaurant	Toshkent
22	Gruzinski Dvorik	Toshkent
23	Labi Xauz	Buxoro
24	Ristorante Semo de Roma	Toshkent
25	Badreddin	Buxoro
26	Ecorn	Toshkent
27	"Rustam" milliy uyi	Buxoro
28	Assorti	Toshkent
29	Vinoteka Silk96	Toshkent
30	Affresco	Toshkent

Ushbu jadvalga asosan, respublikamizdagi eng yaxshi rivojlangan 30 ta restorandan 15 tasi Toshkent shahriga, 8 tasi Buxoro shahriga, 4 tasi Samarqand shahriga va 3 tasi Xiva shahriga to'g'ri keladi. O'z navbatida Buxoro shahrining Samarqand shahriga qaraganda o'sishini kuzatish mumkin.

³⁴ <https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g293967-Uzbekistan.html>

Xususan, o'zbek taomlarini to'g'ri tortiq qilish, yuqori sifatli xizmat va zamonaviy interer - bularning barchasi ushbu restoranda mavjud bo'ladi. Bundan tashqari, restoranning galereyasidan o'zbek milliy san'ati durdonalarini shu erning o'zida sotib olish imkoniyatiga ega ekanligi bilan Toshkent shahrining mahalliy aholisi va boshqa xorijiy turistlarni o'ziga tezda jalb qiladi.

Shuningdek, bugungi kunda Toshkent shahridagi "ABN-MB" Amerika-O'zbekiston qo'shma korxonasi qoshidagi nufuzli restoranlarning zanjiri o'z faoliyatini olib borib, ular o'z faoliyatining dastlabki davridan boshlab bozorda muayyan mavqeni egallaydi hamda uning maqsadini to'g'ri aniqlash hozirgi kundagi samarali marketingning muqarrar sharti bo'lib hisoblanadi.

Samarali marketing bo'lishi uchun marketing tadqiqotlarini olib borish lozim. Bunda bozordagi maqbul mavqeni egallash esa menejmentning birinchi darajali vazifasiga aylanishi lozim hamda peshqadam bo'lish shart emas. Chunki, tarmoqda peshqadamlik qilmagan restoran doimiy mijozlar va o'z hayot faoliyatini qanoatlantiruvchi barqaror daromadga ega bo'lgan holatlar juda ko'pchilikni tashkil etadi.

Biroq, har qanday sharoitda ham qulay mavqeni egallash bosh maqsad bo'lib, unga erishish barqaror faoliyat ko'rsatish va balki rivojlanish uchun ham imkoniyat yaratadi. Aynan, shu sababli ham restoranlar bozorida yuz berayotgan o'zgarishlarni o'z vaqtida aniqlash uchun mazkur bozorni o'rganish bilan muntazam shug'ullanish zarur.

Bunda foydalanish tavsiya etiladigan usullar orasida bozor ulushlarining ishtirokchilar o'rtasida taqsimlanishini o'rganish va raqobat ko'pburchagining tahlili mavjud bo'ladi.

Xususan, bu borada restoran biznesida narx belgilash mazkur turdagi biznesning eng murakkab unsuri hisoblanadi. Ammo, narxni to'g'ri belgilash muhim bo'lib, u yakuniy natijada restoran biznesining samaradorligini ham belgilaydi.

Ma'lumki, italiyalik taniqli restorator Marsiano Palli raqobat kurashida ustunlikka erishish uchun quyidagi parametrlarni hisobga olib haqiqiy narx belgilashni taklif qiladi (2.2.2-jadval):

2.2.2-jadval

Restoranlarda haqiqiy narx belgilash omillari va tarkibi³⁵

Asosiy omillar guruhi	Foiz ulushi (jami 100 foizga nisbatan)
restoran uslubi	7 foiz
daromadning maqbul darajasi	15 foiz
mijozlar toifasi	15 foiz
mijozlarning xarajatlarga moyilligi	15 foiz
mijozlarning moliyaviy imkoniyatlari	10 foiz
taomning tannarxi	25 foiz
raqiblarning narxlari	8 foiz

Unda keltirilgan foizlarning nisbati shartli va sotuv narxiga u yoki bu parametrlarning ta'siri darajasini belgilaydi. Mazkur holatda eksperiment o'tkazish xarajatlari yangilik samara bermagan holda ko'riladigan zararlar nuqtai nazaridan o'zini to'la oqlashi lozim bo'ladi.

Shu bilan birga, restoranda olib boriladigan marketing tadqiqotlarining asosiy maqsadi bozordan muhim boshqaruv qarorlari qabul qilish uchun zarur bo'lgan ma'lumotlar olishdan iborat bo'ladi. Shu sababli ham, tadqiqotlar jarayonida olingan natijalar atroflicha tahlil qilinishi va restoranni boshqarish jarayonida ulardan samarali foydalanilishi lozim.

Shular qatorida restoranda marketingning bir qator turlari qo'llaniladi. Ulardan biri "menyu" marketingi bo'lib, uning asosida buyurtmalar shakllanadi.³⁶ Ya'ni, "menyu" marketingi - iste'molchilarni hamda amaldagi va potensial raqiblarni o'z ichiga olgan bozorga qarab menyuni boshqarishdir. Menyu har qanday restoran faoliyatida birinchi darajali ahamiyat kasb etadigan ikki omil –

³⁵ "2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasida iqtisodiyotni yanada liberallashtirishning ustuvor yo'nalishlari" mavzusidagi respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari. - Urganch, 2017. – 111-112 b.

³⁶ "2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasida iqtisodiyotni yanada liberallashtirishning ustuvor yo'nalishlari" mavzusidagi respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari. - Urganch, 2017. – 112 b.

mahsulot va narxlarni o'zida ifodalaydi. Biroq, menyuni tuzish asosan bosh oshpaz tomonidan hal qilinadigan ijodiy vazifa sanaladi va uni hal qilishda mahsulotning sifati masalasini alohida hisobga olish lozim.

Undan tashqari, ma'muriy marketing faoliyati marketing strategiyasi va taktikasini ishlab chiqish jarayonida amalga oshiriladi va bozor haqida mavjud axborot asosida qabul qilingan qarorlarning amalga oshirilishini ta'minlash, ularning sifatli bajarilishini nazorat qilish hamda zarur hollarda ularga tuzatishlar kiritishdan iborat bo'ladi.

Restoran biznesini rivojlantirishda marketingning tutgan o'rniga baho berishda reklama vositasi ham muhim ahamiyat kasb etadi. Ya'ni, reklama-ommaviy axborot vositalari orqali iste'molchilarga tovar va xizmatlar haqida beriladigan axborot shakli bo'lib, marketing sohasini jadal rivojlanishini ta'minlaydi.

Bugungi kunda barcha turdagi umumiy ovqatlanish korxonalarini o'ziga reklama berishga majbur qiluvchi asosiy omil bo'lgan sotuvlarni ko'paytirish va natijada daromadlarini oshirish asosida istagi hisoblanadi. Chunki, reklama iste'molchilarda mazkur restoranga yuqori qiziqish uyg'otishga xizmat qiladi.

Umuman olganda, restoran biznesini rivojlantirish va shu orqali restoran menejmentini takomillashtirish maqsadlarini amalga oshirishda marketing faoliyati uning turlari, reklama va raqobat kabi omil va unsurlar bilan belgilanadi. Ularni chuqur o'rganish va tahlil qilish restoran boshqaruvini jadal rivojlantirish va takomillashtirishga keng imkon beradi.

2.3. Restoranlar faoliyatida strategik boshqaruv usullaridan foydalanish yo'nalishlari

Restoranlar faoliyatida strategik boshqaruv usullaridan foydalanish restoran boshqaruvini takomillashtirishga imkon beradi. Chunki, iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida strategik rejalashtirishni amalga oshirish muhim vazifa bo'lib, uning asosiy tamoyili ko'p mulkchilik sharoitida tadbirkorlikni rivojlantirishdir.

Tadbirkorlik har bir mulk egasining o'z ixtiyori va xohishiga ko'ra amalga oshiriladi. Bu ishni amalga oshirish uchun tadbirkor o'zining aniq ish rejasiga ega bo'lishi kerak. Bunday ko'rinishdagi rejalar restoranlar faoliyati bilan shug'ullanadigan tadbirkorlarda bo'lishi kerak.

Demak, jamiyat miqyosida ovqatlanish bo'yicha iqtisodiy va moliyaviy ko'rsatkichlarni rejalashtirish imkoni bo'lmasa ham, har bir mulk egasining ixtiyoridagi restoran korxonasida rejalashtirish amalga oshiriladi. Bu reja "marketing reja" yoki "biznes-reja" deb yuritiladi.

O'zbekiston sharoitida bunday rejalarni tuzish uchun harakat qilish lozim bo'lib, uning uslubiyati va usullarini ishlab chiqish yo'lga qo'yilmoqda. Mana shunday rejalarning tuzilishi va uni amalda qo'llanilishi hozirgi kundagi tamoyillariga to'la javob beradi.

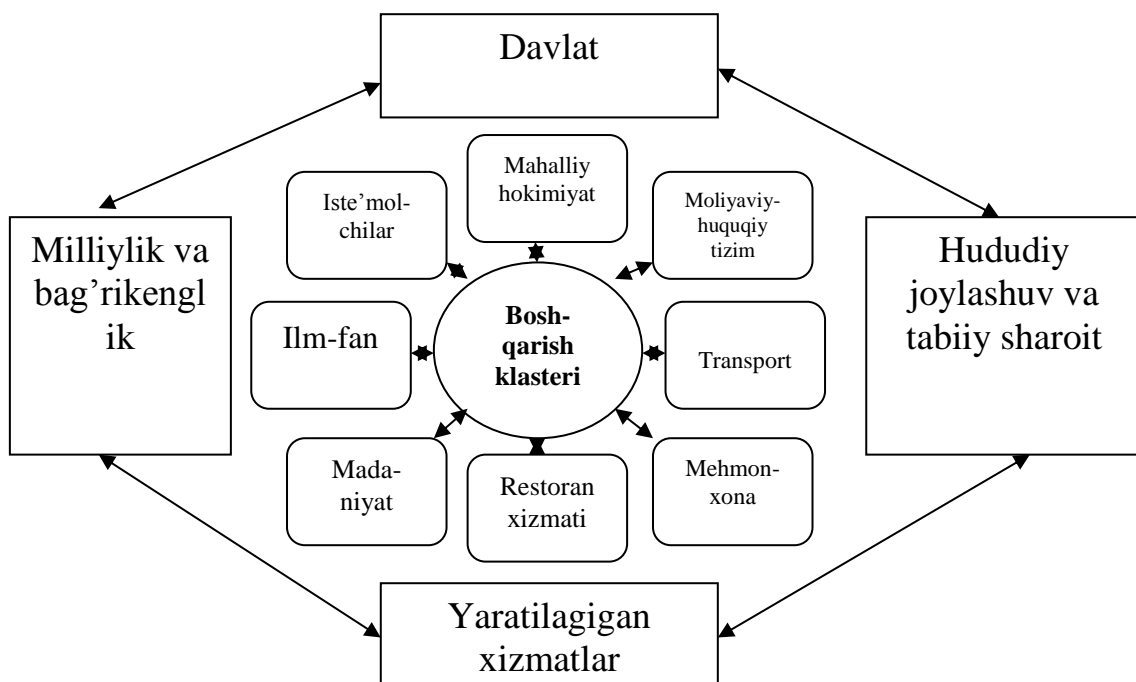
Avvalo, restoranlarda rejalashtirishning tamoyillari bozor iqtisodiyoti tamoyillaridan kelib chiqadi. Bu prinsiplar restoranni hozirgi zamon talablari asosida har bir subyektning daromad ko'rishi, talab ixtiyorini qondirish asosida tuzilganidir. Restoran xo'jaligida qo'llaniladigan rejalashtirish prinsiplari quyidagilardan iborat:³⁷

- restoranni rivojlantirishda aholining zichligi yoki harakati hisobga olinishi;
- aholining restoranga bo'lgan talabi yoki ehtiyojining hisobga olinishi;
- raqobatning mavjudligi va unda g'olib chiqish imkoni;
- iqtisodiy ko'rsatkichlar, jumladan moliyaviy ko'rsatkichning samaradorligiga erishish.

Shu bilan birga, restoran boshqaruvini takomillashtirishda mintaqaviy turizm klasterini shakllantirish va rivojlantirish lozim. Bu vazifalarni izchil amalga oshirishda davlat bosh islohotchi bo'lib qolmog'i lozim.

Yuqorida ta'kidlangan umumiy tamoyillar asosida restoran xizmatlarini ko'rsatishni yaxshilash va shu orqali boshqaruv munosabatlarini takomillashtirish maqsadida restoranni boshqarish klasterining quyidagi yo'nalishlarini shakllantirish lozim (2.3.1-rasm).

³⁷ Ivatov I. Restoran menejmenti. O'quv qo'llanma. - T.: Iqtisodiyot, 2007. – 31 b



2.3.1-rasm. Boshqarish klasterini shakllantirish tamoyillari³⁸

Mazkur tamoyillar asosida restoranlar faoliyatini boshqarishda jozibadorlikni yaratish lozim, restoranlar hududlarida milliy taomlarni reklama qilish orqali mijozlarni jalb qilish mumkin. Shu asnoda kelajakda yangi ish o‘rinlari yaratiladi va restoranlarda taomlarga bo‘lgan doimiy e‘tibor yanada kuchayadi. Biroq, har qanday restoranda iqtisodiy ishlar yo‘lga quyiladi va ular puxta tuziladi. Hamda ushbu ishlar yo‘lga qo‘yilmasa restoranning ishiga zarar yetishi mumkin.

Hamda restoran faoliyatida strategik boshqaruvni amalga oshirish borasida tashkil qilinadigan iqtisodiy ishlar chuqur mulohazali iqtisodiy tahlil, marketing rejasi va biznes-rejalarni amalga oshirish bo‘limlari hamda moliyaviy ko‘rsatkichlarni o‘rganish va ularning samaradorligini oshirishni o‘z ichiga oladi.

Umuman olganda, restoran faoliyatini rivojlantirish uchun boshqarish klasterini shakllantirish lozim. Yuqoridagi unsurlar bilan birgalikda, restoran nomi, ovqat turi, hisob-kitob qiymati, ish vaqti va manzili kabi unsurlarni ham hisobga olish lozim.

Ana shulardan kelib chiqib, respublikamizning Toshkent shahridagi faoliyat yuritayotgan ba’zi bir 15 ta restoran faoliyati quyidagi jadvalda tahlil qilingan (2.3.1-jadval).

³⁸ Manba: “Buxoroda turistik erkin iqtisodiy hududni yaratish imkoniyatlari va rivojlanish istiqbollari” mavzusidagi ilmiy-amaliy konferensiya materiallari. – Buxoro, 2017 yil. - 84 b.

2.3.1-jadval

Toshkent shahridagi faoliyat yuritayotgan 15 ta restoranlar haqida umumiy ma'lumot³⁹

№	Restoran nomi	Tayyolanadigan ovqatlar turi	O'rtacha hisob-kitobi, so'mda (kishi boshiga)	Ish vaqti (dam olish kunisiz)	Joylashgan manzili
1	Santini	o'zbek, yapon, o'rta yer dengizi va kavkaz xalqlari taomlari	100000-150000	12:00-00:00	Koronkul k., 88
2	Sarbon Appetit	sharqiy, o'zbek, yevropa xalqlari taomlari	75000-100000	12:00-01:00	Amir Temur xiyoboni, 92
3	Osiyo Elite	turk xalqi taomlari	60000-100000	09:00-23:00	Qoratosh k., 2
4	Лазурный	yevropa va o'zbek xalqlari taomlari	-	09:00-11:00	Aviasozlar k., 9
5	Емеля	rus xalqi taomlari	80000-120000	09:00 dan oxirgi mijoz ketgunicha	Botkina k., 5
6	Peggy's	meksika xalqi taomlari	1300000	13:00-01:00	Sultanali Mashhadi k., 123A
7	Ташкентский Дворик	yevropa va o'zbek xalqlari taomlari	90000	11:00-23:00	Turkkurgon k., 16
8	Da Vinci	yevropa va italiya xalqlari taomlari	60000-65000	11:00-23:00	Mirzo-Ulug'bek t., Mustaqillik k., 69
9	Китай	xitoy xalqi taomlari	60000-80000	11:00-23:00	Turkiston k., 2 A
10	Maestro Restaurant	yevropa va italiya xalqlari taomlari	39000	16:00-23:00	Mirobod t., Mirobod k., 25
11	Prestige	yevropa xalqi taomlari	80000-100000	12:00-23:00	Farxad, 1 A
12	Positif	yevropa xalqi taomlari	-	11:00-23:00	Asaka k., 2 A
13	Sezam Garden Food	yevropa, turk va o'zbek xalqlari taomlari	-	10:30-22:00	Yunusobod massivi-4, Kuloktepa k.,
14	Bek Catering	yevropa, italiya va o'zbek xalqlari taomlari	-	11:00-23:00	Kichik xalqa yo'li k., 79
15	Xon Atlas - Family Restaurant	yevropa va turk xalqlari taomlari	-	09:00-00:00	Ulug'bek xiyoboni

Ushbu jadvalda tahlil qilingan restoranlarda o'zbek, yapon, o'rta yer dengizi, kavkaz, yevropa, turk, rus, italiya, xitoy, meksika, sharqiy xalqlar ovqatlari tayyorlanadi, bitta mijoz uchun hisob-kitob 39000 so'mdan 1300000 so'mgacha bo'lgan miqdorni tashkil etadi hamda restoranning ish vaqti ertalabgi 9:00 dan kechqurungi 1:00 gacha bo'lgan davrni oladi. Hamda ushbu jadval o'z navbatida klaster asosida restoranlarning bir hududda to'planishidir.

Shu boisdan ham, restoranda iqtisodiy ishlarni tashkil qilish lozim. Bu bo'yicha bo'lim tashkil etiladi va ularning vazifasi umumiy restoran iqtisodiyotini mukammal har tomonlama o'rganishdir. Agar unda iqtisodiy ishlar yaxshi yo'lga

³⁹ www.restoran.uz

qo'yilmagan bo'lsa, u holda restoranning rentabelligi past bo'ladi yoki inqirozga uchraydi.

Shuning uchun ham, restoranda quyidagi iqtisodiy ko'rsatkichlarning mavjud bo'lishi hamda ularning talab darajasida korxonaga egasi va iste'molchini qanoatlantiradigan bo'lishi kerak. Bular quyidagilardan iborat bo'ladi:

- tovar aylanish ko'rsatkichi (shu jumladan, o'zlari tayyorlagan mahsulot tovarooboroti). Bu ko'rsatkichning asosiy maqsadi mehmonlarga tayyor issiq ovqatlarni hisoblash bo'lib, uning miqdori qancha ko'p bo'lsa, undan keladigan samara ham shunchalik yuqori bo'ladi.

- umumiy ovqatlanishda tayyorlangan ovqatlarning assortimenti. Bu ovqatlarning turlarini aniqlash uchun zarur.

- yalpi daromad. Bu ko'rsatkich ishlab chiqarish va muomala xarajatlarni qoplash va natijada restoranning foydasini aniqlash uchun zarur.

- ishlab chiqarish va muomala xarajatlari. Bilamizki, xarajatlar har qanday ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish xarajatlardan iborat bo'ladi. Restoran har doim mazkur xarajatlarning kamroq bo'lishiga erishishi lozim. Shuningdek, ishlab chiqarish va muomala xarajatlarning darajasi ham muhimdir.

Demak, hozirgi sharoitda har bir iqtisodiy faoliyatda xo'jalik mexanizmi takomillashib boradi. Bu holat bozor iqtisodiyoti qaror topayotgan sharoitda restoran faoliyati uchun ham tegishlidir.

Restoranda xo'jalik mexanizmining yangi shakllarini qo'llash va undan samarali foydalanish hozirgi kun talablaridan kelib chiqadi. Bunda rejalashtirish masalalariga ham e'tiborni qaratishni taqozo qiladi. Chunki, mehmonlarga xizmat ko'rsatuvchi tarmoqlarda kichik hajmda rejalashtirish restoranning moliyaviy muvaffaqiyatini ta'minlaydi.

Shuningdek, restoranlar tizimiga axborot-kompyuter texnologiyasini kiritgan rahbarlar boshqarishning yuqori darajalariga erishmoqdalar. Bu usul restoranlar faoliyatida strategik boshqaruv usuli sifatida mijozlarga katta qulaylik tug'diradi. Shundan kelib chiqib, restoranda quyidagi keltirilgan ishlarni bajarish avtomatik tarzda amalga oshirilishi mo'ljallanadi:

- dam olayotgan sayyohlarning ovqatlanish grafigini ishlab chiqish;
- buyurtmalar va ularning smenalarda bajarilishini hisobga olib taomnoma tuzish;
- ishlab chiqarishni boshqarish;
- xizmatni boshqarish;
- yakka buyurtmalarni hisobga olish;
- hisob-kitob ishlarini olib borish.

Mazkur texnologiyalarga asoslanib, restoranlar faoliyatida strategik boshqaruv usullaridan foydalanish yo‘nalishlardan biri ularning faoliyatiga innovatsiyalarni joriy qilish hisoblanadi. Chunki, innovatsiyani joriy qilish va ishlab chiqish bo‘yicha sharoitlar innovatsion loyihani realizatsiya qilish tartibi doirasida yaratilishi lozim.⁴⁰ Innovatsiyalar hozirgi kunda rivojlangan davlatlar keng qo‘llanilib kelinmoqda va undan mazkur davlatlar samarali foydalanib kelmoqdalar.

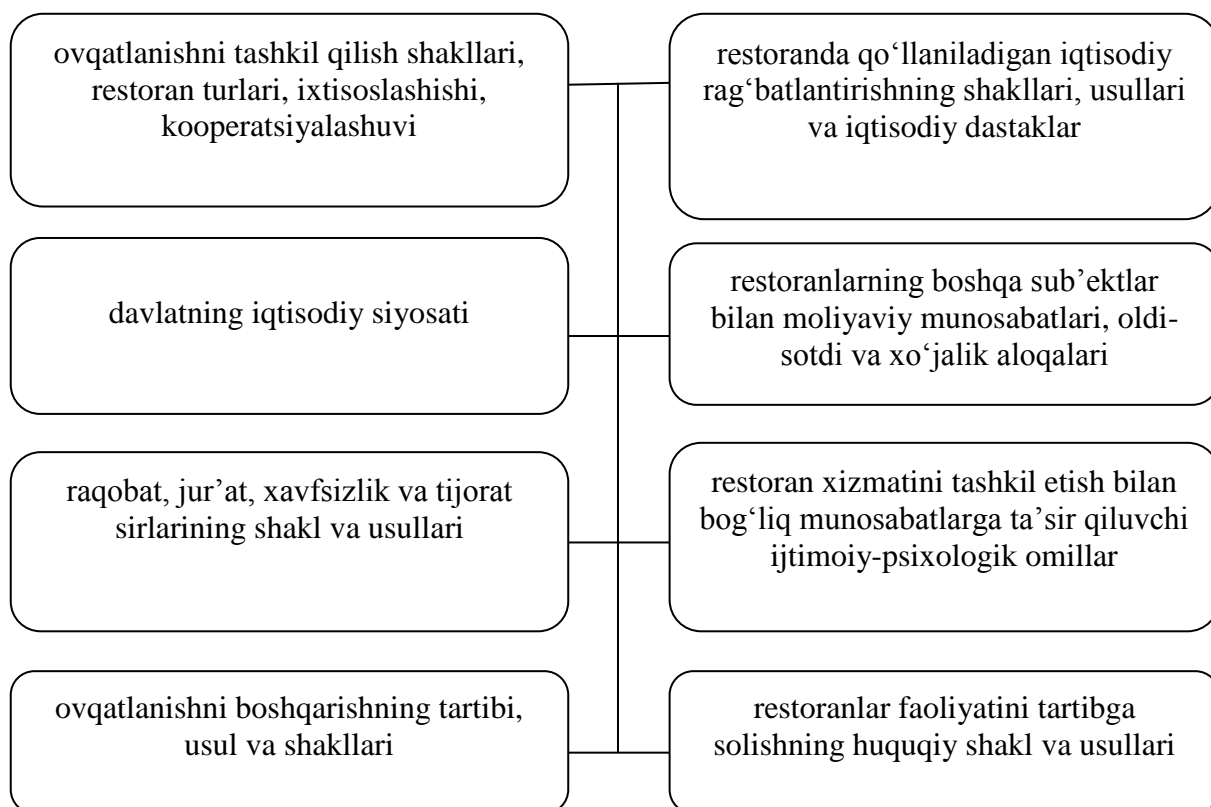
Ulardan tashqari, restoranlarda boshqaruv tuzilmasini takomillashtirishda ulardagi ovqatlanish korxonalari samaradorligini oshirish berish orqali erishiladi. Bunda samaradorlikni oshirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlariga alohida e‘tibor qaratiladi.

Restoranlarda boshqaruv tuzilmasini takomillashtirish uchun ovqatlanish shakllari, restoranning ixtisoslashuvi, kooperatsiyalashuvi, davlatning iqtisodiy siyosati, xavfsizlik, tijorat sirlari shakl va usullari, ovqatlanish tartibi, usul va shakllari, iqtisodiy rag‘batlantirish shakllari va usullari, moliyaviy munosabatlar va xo‘jalik aloqalari, ijtimoiy-psixologik omillar hamda restoranlar faoliyatini tartibga solishning huquqiy shakl va usullarini kiritish mumkin.

Bularni yaxshilash maqsadida bir qator qarorlar qabul qilinib, amalda o‘zining ijobiy natijasini ko‘rsatmoqda. Bu esa restoranlarning rentabelligini to‘liq ta‘minlash maqsadida zarur bo‘lgan va mutanosib ravishda shakllangan samarali boshqaruv usullari, tashkiliy tuzilma, xo‘jalik yuritishning shakllari, huquqiy,

⁴⁰ Гулиева А. Новые методы в управлении инновационными проектами в ресторанном бизнесе (на примере сети ресторанов «Джотто»). - Москва, 2010. – 8 б.

psixologik vositalar hamda davlat va xo‘jalik yurituvchi subyektlar tomonidan ishlab chiqilgan aniq va haqiqiy me‘yorlarning majmuasi hisoblanadi (2.3.2-rasm).



2.3.2-rasm. Restoranlarda boshqaruv tuzilmasini takomillashtirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari⁴¹

Rasmda keltirilgandek, restoranlarda boshqaruv tuzilmasini takomillashtirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari restoran faoliyatida amalga oshiriladigan ishlar va vazifalarning bajarilishi lozimligini ko‘rsatadi. Xususan, rivojlangan turistik hududlar doirasida mazkur mexanizm alohida ahamiyatga ega. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning 2017 yil 19 maydagi PQ-2980-sonli “2017-2019 yillarda Buxoro viloyati va Buxoro shahri turizm salohiyatini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarori esa hududda sayyohlik industriyasini rivojlantirishda nihoyatda muhim dasturilamal bo‘lib xizmat qiladi.⁴²

⁴¹ Manba: Sharipov T. Umumiy ovqatlanish korxonalarini samaradorligini oshirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish (Samarqand viloyati misolida). Iqtisod fanlari nomzodi ilmiy darajasini olish uchun taqdim etilgan dissertatsiya avtoreferati. – Samarqand, 2010.

⁴² “Buxoroda turistik erkin iqtisodiy hududni yaratish imkoniyatlari va rivojlanish istiqbollari” mavzusidagi ilmiy-amaliy konferensiya materiallari. – Buxoro, 2017 yil. -3-4 b.

Mazkur Qaror bilan tasdiqlangan Dasturga asosan, “Buxoro Palas” va “Zarafshon” mehmonxonalarini qayta quriladi va 11 ta to‘rt yulduzli yangi mehmonxonalar, restoranlar quriladi, turistlarning kechki vaqt dam olishlari uchun teatrlashtirilgan konsertlar va musiqali shoular tashkil etiladi.

Mazkur joylarda kelajakda daromad olishni yanada ko‘paytirish va natijada boshqarishni takomillashtirish maqsadida turistlarning tarkibini yaxshi bilib olish lozim. Chunki, ba’zi internet-turistlar o‘z fotosuratlarini “Facebook” va “Instagram” veb-saytlariga qo‘yishni hohlaydilar. Masalan, mazkur hududda turistlar uchun “Buxoro” restoranida osh eb o‘tirgan paytidagi holatni yuborish juda qiziqarli hisoblanadi. Buning uchun Wi-Fi tarmoqlarini keng rivojlantirish lozim. Bu borada O‘zbekistonga tashrif buyuruvchi turistlarning 60 foizini evropaliklar tashkil etadi. Ularning soni va salmog‘ini oshirish borish esa bugungi kunning talabidir.

Ana shunday imkoniyatlarni to‘liq yuzaga chiqarish maqsadida respublikamizning turistik mintaqalarida restoranlar faoliyati davlat siyosati darajasiga ko‘tarilgan. Xususan, taraqqiy qilishi jihatidan ilg‘orlikda ikkinchi o‘rinda turgan Buxoro shahrida 2017 yilning 16-17 aprelda “Buxoro viloyatining sayyohlik imkoniyatlarini jadallik bilan rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qaror qabul qilindi.

Unga asosan, xorijiy sayyohlarga to‘liq dam olishni tashkillashtirish maqsadida erkin turistik zona hududida turli darajada xizmat ko‘rsatish qulayliklariga ega milliy taomlar va dunyoning mashhur oshxonalarini taqdim etuvchi bar, kafe va restoranlarning qurilishi ko‘zda tutilmoqda.

Mazkur holatlar Xorazm viloyatida ham rivojlantirish imkoniyatiga ega bo‘lib, bu borada O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori asosida 2017 yilning 4 mayda 2017-2021 yillarda Xorazm viloyati va Xiva shahrining turizm salohiyatini kompleks rivojlantirish Dasturi qabul qilindi. Mazkur dasturga asosan, Xiva shahrining Mustaqillik ko‘chasida 80 va 120 o‘ringa mo‘ljallangan ikkita restoran qurish mo‘ljallangan (amalga oshirish muddati 2018 yil sentyabr).

Chunki, Xiva shahrining bosh rejasiga o'zgartarish kiritilib, qayta ishlab chiqilganligi sababli 80 va 120 o'rinli restaron ob'ektlari Mustaqillik ko'chasida emas, balki Yangi turmush mahallasi xududidagi A.Raxmon ko'chasida loyihalashtirilgan. Loyiha tashabbuskor tomonidan 80 o'ringa mo'ljallangan restoranni qurish rad qilganligi sababli Xiva tumani hokimining 2017 yil 4 iyuldagi 2159-sonli qaroriga asosan "Abdukarimboy" xususiy korxonasiga 80 va 120 o'ringa mo'ljallangan restoranlar qurilishi uchun 900 kv.m. er maydoni tanlangan va loyiha hujjatlari ishlab chiqilmoqda.

Eng asosiysi shuki, respublikamizda restoran boshqaruvini takomillashtirishda ta'lim muassasalari faoliyatini rivojlantirish ham alohida ahamiyat kasb etadi. Bu borada Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, Buxoro va Urganch davlat universiteti, Singapur menejmentni rivojlantirish institutining Toshkent shahridagi filialida turizm va mehmonxona xo'jaligidan tashqari restoran sohasi bo'yicha umumiy mutaxassislar tayyorlanmoqda. Biroq, aynan restoran ishi yo'nalishi bo'yicha bakalavriat va magistratura ta'lim yo'nalishlarini ochish lozim.

Umuman olganda, restoranlar faoliyatida strategik boshqaruv usullaridan foydalanish uzoq muddat davomida ularni rivojlantirish va menejmentini takomillashtirishga xizmat qiladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Bugungi kun sharoitida restoranlar faoliyatiga mijozlarning e'tibori ortib bormoqda. Shuning uchun ham, restoran menejmenti turizm, xalqaro iqtisodiy munosabatlar va savdo sohasida muhim ahamiyat kasb etadi. Avvalo, restoran menejmenti xodimlar mehnatini tashkil qilish va uni samaradorligini oshirishda hal qiluvchi ahamiyatga ega boshqaruv sanaladi.

Shu boisdan ham, restoranlar sohasini rivojlantirish asosida ularni umumiy ovqatlanish korxonasi sifatida qarash, restoranlar faoliyatini tashkil etishning xorijiy tajribalarini hisobga olish va ulardan respublikamizda qo'llash bo'yicha samarali foydalanish hamda menejmentning tutgan o'rniga baho berish va muhim vazifalarini yoritib berish lozim. Bu borada O'zbekistonda turizmni rivojlantirish maqsadida turistlarga xizmat ko'rsatish tizimini kengaytirish va ular uchun barcha sharoitlarni yaratish maqsadida restoran faoliyatini samarali tashkil etish uchun katta mablag'lar ajratilmoqda.

Mazkur sur'atlarda turizmni rivojlantirish bevosita restoranlar boshqaruvining rivojlanishiga ta'sir etadi. Chunki, barcha restoran xizmatlaridan foydalanishga majbur bo'ladilar. Aks holda ular ovqatlanirish uchun barcha mahsulotlarni o'zlari bilan olib yurishi yoki uy sharoitida tayyorlashi va iste'mol qilishlari kerak. Ammo, turistlarda bunday imkoniyatlar mavjud emas. Shu bois, ular restoran xizmatlaridan foydalanishga majbur va mazkur holatlarning mavjud bo'lishi turizm sohasida restoranlarning uyg'un holda rivojlantirish va boshqarish uchun imkon beradi.

Avvalo, restoran oziq-ovqat mahsulotlarining barcha turlaridan keng assortimentda murakkab tayyorlash texnologiyasiga ega bo'lgan taomlar, shu jumladan buyurtma bo'yicha tayyorlanadigan taomlar, ekzotik taomlar, hamirli konditer va bulochka mahsulotlarini ishlab chiqaradigan, keng assortimentdagi alkogolli, issiq va sovuq ichimliklar, sotib olingan mahsulotlar, shu jumladan tamaki mahsulotlarini iste'molchilarga taklif qiladigan ovqatlanishga ixtisoslashgan korxonadir.

Avvalo, restoran faoliyati restoran biznesi asosida amalga oshiriladi. Buning uchun restoran marketingini o'rganish va ana shu biznesni samarali olib borish uchun esa restoran menejmenti, ya'ni boshqaruvini takomillashtirish maqsadga muvofiq sanaladi. Chunki, restoran biznesi minglab mayda jihatlardan tashkil topgan bo'lib, ularning hech biriga e'tiborsizlik qilib bo'lmaydi.

Shu sababli ham, har bir restoranni boshqaruvchi egasi xizmat ko'rsatish sifatini oshirishga harakat qiladi. Raqobatbardosh restoran bo'lish uchun esa nafaqat oshpazlik mahorati, balki restoranning imijini oshirishga sezilarli ta'sir qiluvchi xizmat ko'rsatish texnikasiga ham e'tibor qaratish lozim.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, restoranlar faoliyatida menejmentni takomillashtirish restoranlar faoliyatini boshqarishga qo'yiladigan talablarni kuchaytirish, marketing faoliyati va marketing tadqiqotlarini qo'llash hamda strategik boshqaruv usullaridan keng foydalanish asosida amalga oshiriladi. Shuningdek, restoran faoliyatini tashkil qilishni hozirgi zamon talablari asosida to'g'ri yo'lga qo'yish lozim.

Bu esa restoran faoliyati bilan shug'ullanuvchilarning moliyaviy ko'rsatkichlarini yaxshilashga xizmat qiladi. Restoranda ovqatlanishni tashkil qilish boshqa sohalarga qaraganda tez va kam mablag' sarflagan holda amalga oshiriladi. Bulardan tashqari, bu ishda band bo'lganlar soni bir necha kishidan bir kishigacha bo'lishi mumkin.

Umuman olganda, turizm sohasini jadallashtirish maqsadida restoran menejmentini takomillashtirish uchun quyidagi yo'nalishlardagi chora-tadbirlarni amalga oshirish lozim:

- restoran boshqaruvini takomillashtirishda ko'rsatishda qulaylik, milliylik va mehmonnavozlik san'atiga alohida e'tibor qaratish maqsadga muvofiq. Bunda restoran xizmatlariga alohida e'tibor qaratiladi va restoranlarda mijozlarga oldindan, o'z vaqtida kirish va ovqatlanish chiptalari tashkil qilinib, bron yoki band qilib qo'yilishi lozim.

- bugungi kunda restoranlarga qo'yilgan talablarni yanada kuchaytirish lozim. Ya'ni, ba'zi holatlarda restoranlarning o'rnida o'rnini bosish maqsadida ayrim

hollarda yotoq va nonushta turkumidagi motellarr va oilaviy ovqatlanadigan kafelarni tashkil etish ham maqsadga muvofiq.

- tumanlar va kichik shaharlarda turistlarga xizmat ko'rsatish sohalari, ya'ni turizm infrastrukturasi yanada yaxshilash lozim. Ya'ni, qahvaxona va restoranlarning faoliyatini yanada yaxshilash bugungi kunning dolzarb vazifasidir.

- Xorazm viloyatining Xiva shahrida "Ichan qal'a" tarixiy-me'moriy Davlat muzey qo'riqxonasida saqlanayotgan madaniyat namunalarini tomosha qilishga kelgan turistlarning vaqtini shaharda o'tkazishi uchun xizmat ko'rsatishni takomillashtirish bilan birga milliy urf-odatlariga tayangan holda restoranlarning sonini yanada ko'paytirish lozim.

- internet va har xil global axborot uzatish tarmoqlaridan samarali va unumli foydalanish O'zbekistonda turizm iqtisodiyotini rivojlantirish dolzarb masalalardan biridir. Restoran xizmati, sotish va banketlar tashkil etish bo'limini avtomatlashtiruvchi dasturlarning birlashgan paketidan tashkil topgan "Lodging Touch" tizimidan keng foydalanish kerak. Mazkur yo'nalishdagi elektron turizmdan foydalanishni joriy etish restoranlar faoliyatida hozirgi kun muhim talabiga aylanib qolishi kerak.

- restoranlar faoliyatini boshqarishni takomillashtirish maqsadida uning boshqaruvi strategiyasi, taktikasi va konsepsiyasini shakllantirish lozim va boshqaruvda xorijiy tajriba va usullardan foydalanish talab etiladi. Hamda boshqaruv sohasida klaster yondashuvini joriy qilish kerak.

- restoran menejmentini takomillashtirish borasida ularni boshqarishga qo'yiladigan talablarni yanada kuchaytirish hamda boshqaruvda marketing faoliyati va marketing tadqiqotlaridan samarali foydalanish lozim.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Qonunlar, O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarorlari, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining farmonlari.

1. O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risidagi” Qonuni. // Xalq so‘zi gazetasi. 1999 yil 14 sentyabr.

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2012 yil 10 mayda qabul qilingan PQ-1754-sonli “2012-2016 yillarda O‘zbekiston Respublikasida xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirish dasturi to‘g‘risida” gi Qarori.

3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2006 yil 17 aprelda qabul qilingan PQ-325-sonli “O‘zbekiston Respublikasida 2006-2010 yillarda xizmat ko‘rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarori.

4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2007 yil 21 mayda qabul qilingan PQ-640-sonli “O‘zbekiston Respublikasida 2010 yilgacha bo‘lgan davrda xizmat ko‘rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Qarori.

5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevralda qabul qilingan PF-4947-sonli “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi farmoni. O‘zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to‘plami, 2017 y., 6-son, 70-modda.

6. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2003 yil 13 fevralda qabul qilingan 75-sonli “O‘zbekiston Respublikasida umumiy ovqatlanishi mahsulotlarini (xizmatlarini) ishlab chiqarish va sotish qoidalari to‘g‘risida” gi Qarori.

7. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2012 yilda qabul qilingan 289-sonli “Umumiy ovqatlanish tashkilotlarining faoliyatini yanada takomillashtirish va xodimlarining kasbiy darajasini oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” Qarori.

8. Karimov I.A. Mamlakatni modernizatsiya qilish va kuchli fuqarolik jamiyati barpo etish – ustuvor maqsadimizdir. // Xalq so‘zi. 2010 yil 27 yanvar.

9. Karimov I.A. Mavjud salohiyat va imkoniyatlardan oqilona foydalanish - muvaffaqiyat garovi. // Xalq soʻzi. 2005 yil 8 noyabr. №220.

10. Karimov I.A. Oʻzbekiston XXI asr boʻsagʻasida. - T.: Oʻzbekiston, 1997.

2. Ilmiy adabiyotlar

11. NRN Research, Nations Restaurant News Top Restaurant Chains and Restaurants Institutions. 2002.

12. Гостиничное и ресторанное дело в туризме: Сборник нормативных документов, 2004. - 11-18 с.

13. Гулиева А. Новые методы в управлении инновационными проектами в ресторанном бизнесе. (на примере сети ресторанов «Джотто»). - Москва, 2010. – 8 б.

14. Лолер Э. Сервис по-королевски: Уроки ресторанного дела от Чарли Троттера / Эдмунд Лолер; Пер. с англ. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. - 234 с.

15. О ресторан, Ты-мир. // Гостиница и ресторан: бизнес и управление. – М., 2005. - с.8-13.

16. Экономика гостиниц и ресторанов: Учеб. пособие/ О.П.Ефимова, Н.А.Ефимова; Под. Ред. Н.И.Кабушкина. - М.: Новое знание, 2004. - 392 с.

17. Abidova D. Restoran servisini tashkil qilish. – T., 2010. – 2-9 b.

18. Aslanova D., Xudayshukurov T., Moʻminov N. Dunyo xalqlari ovqatlanishining oʻziga xos xususiyatlari. Oʻquv qoʻllanma. - T., 2006. – 7-198 b.

19. Ivatov I. Restoran menejmenti. Oʻquv qoʻllanma. - T.: Iqtisodiyot, 2007. – 17-150 b.

20. Karabayeva D. Ichimliklar servisi. Kasb-hunar kollejlari uchun oʻquv qoʻllanma. – T.: 2006. - 126 b.

21. Mamatqulov X. M. Mehmonxona va turistik komplekslarda xizmatlarni tashkil etish. Oʻquv qoʻllanma. - S.: SamISI, 2012. – 340 b.

22. Safayeva S. Restoran biznesi marketingi. Oʻquv qoʻllanma. - T.:TDIU, 2014. – 284 b.

23. Erbo‘tayev I. Umumiy ovqatlanish va xizmat madaniyati. I va II-kitoblar. O‘quv qo‘llanma. - T.: Abdulla Qodiriy nomidagi xalq merosi, 2003. – 3-288 b.

3. Qo‘shimcha adabiyotlar

24. Professorlar. M.Q.Pardayev va H.N.Musayevlar tahriri ostida. Mualliflar jamoasi. Xizmat ko‘rsatish, servis va turizm sohalarini rivojlantirish: muammolar va ularning yechimlari. - T. Iqtisod-moliya, 2008. – 142 b.

25. To‘xliyev I.S. Haitbayev R., Ibadullayev N.E, Amriddinova R.S. Turizm asoslari. O‘quv qo‘llanma. - S.: SamISI, 2010. – 272 b.

26. To‘xliyev I.S., Hayitboyev R., Safarov B.Sh., Tursunova G.R. Turizm, Darslik, - T., 2014. - 389 b.

27. “Umumiy ovqatlanish korxonalarida ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatishni tashkil etish” fanidan ma‘ruzalar matni. – Buxoro, 2006. - 5 b.

28. Safayeva S. Restoran biznesida zamonaviy marketing tadqiqotlarining o‘rni. // Birja-ekspert. №1. 2012.

29. Safayeva S.R. Keskin raqobat sharoitida restoran xizmatlari sifatini boshqarish. // “Bozor, pul va kredit”, 2010, №3.

30. Sharipov T.S. Umumiy ovqatlanish korxonalarini samaradorligini oshirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish (Samarqand viloyati misolida). Iqtisod fanlari nomzodi ilmiy darajasini olish uchun dissertatsiya avtoreferati. - S.: SamISI, 2010.

31. Restoran biznesining samaradorligini oshirishda innovatsiyalarni roli. // Xalqaro ilmiy-amaliy anjumani ilmiy maqolalar to‘plami. - T.: Impress media, 2015. - 59-65 b.

32. “Turizmni rivojlantirishda xalqaro ilg‘or tajriba va uni O‘zbekiston sharoitida qo‘llash muammolari” mavzusidagi respublika ilmiy-amaliy anjuman materiallari. – Samarqand, SamISI, 2011. 7 iyun. - 66 b.

33. “2017-2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasida iqtisodiyotni yanada liberallashtirishning ustuvor

yo‘nalishlari” mavzusidagi respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari. – Urganch, 2017. - 110-112 b.

34. “Buxoroda turistik erkin iqtisodiy hududni yaratish imkoniyatlari va rivojlanish istiqbollari” mavzusidagi ilmiy-amaliy konferensiya materiallari. – Buxoro, 2017 yil. - 3-84 b.

35. “Ummon” restoranining ma’lumotlari

4. Internet-saytlari

36. www.wikipedia.org

37. <https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g293967-Uzbekistan.html>

38. www.lex.uz

39. www.restoran.uz

40. www.tourism.ru

41. <http://menu.smartup.uz/>

“Ummon” restorani haqida umumiy ma’lumot⁴³

Tashkil qilingan yili: 2016 yil 27 sentabr

Darajasi: baliqxonona

Umumiy xodimlar soni: 50 nafar

“Ummon” restoraniga har haftada 3-4 nafar turistlar guruhi tashrif buyuradilar. Ularning aksariyati yaponlar, turklar, ruslar va hindistonliklardir.

“Ummon” restoranida turistlarga xizmat ko‘rsatish uchun chet tilini biladigan malakali ofitsiantlar xizmat ko‘rsatadilar.

“Ummon” restoranining oshpazlari chet el oshpazlari bo‘lmasa ham, ular turistlar uchun har bir millat ovqatlarini tayyorlab berishadi.

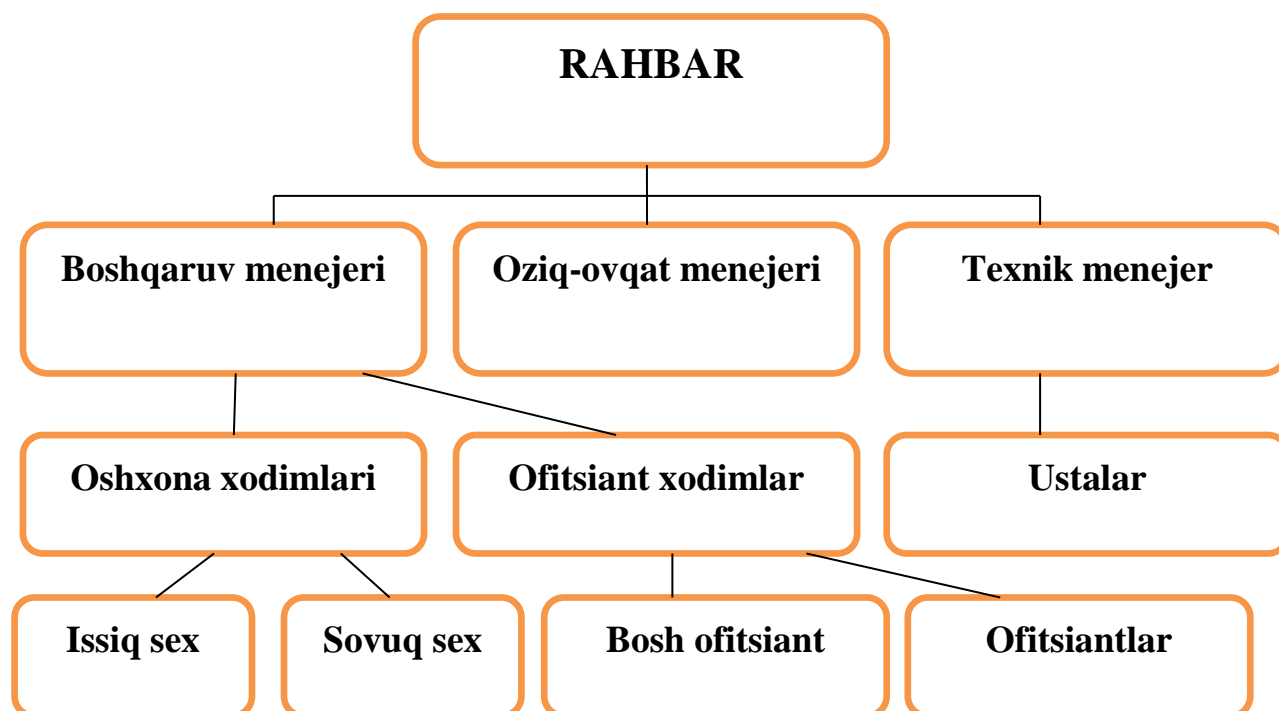
Restoranda turistlar uchun turkcha somsa, besh panja, yaponcha salat, turkcha salat, xitoycha salat kabi taom va gazaklar tayyorlab berishadi.

“Ummon” restoraniga har oyda 200-300 nafar turist tashrif buyuradi.

Ushbu restoran kelajakda yanada turistlar sonini ko‘paytirib, majmua yonida “Ummon” mehmonxonasini qad ko‘ratishni maqsad qilib qo‘ygan.

⁴³ “Ummon” restoranining ma’lumotlari asosida tuzildi.

“Ummon” restoraninig boshqaruv strukturasi haqida ma’lumot⁴⁴



⁴⁴ “Ummon” restoraning ma’lumotlari asosida tuzildi.

**Toshkent shahridagi faoliyat yuritayotgan 15 ta restoranlar haqida umumiy
ma'lumot⁴⁵**

№	Restoran nomi	Tayyolanadigan ovqatlar turi	O'rtacha hisob-kitobi, so'mda (kishi boshiga)	Ish vaqti (dam olish kunisiz)	Joylashgan manzili
1	<u>Santini</u>	o'zbek, yapon, o'rta yer dengizi va kavkaz xalqlari taomlari	100000-150000	12:00-00:00	Koronkul k., 88
2	<u>Sarbon Appetit</u>	sharqiy, o'zbek, yevropa xalqlari taomlari	75000-100000	12:00-01:00	Amir Temur xiyoboni, 92
3	<u>Osiyo Elite</u>	turk xalqi taomlari	60000-100000	09:00-23:00	Qoratosh k., 2
4	<u>Лазурный</u>	yevropa va o'zbek xalqlari taomlari	-	09:00-11:00	Aviasozlar k., 9
5	<u>Емеля</u>	rus xalqi taomlari	80000-120000	09:00 dan oxirgi mijoz ketgunicha	Botkina k., 5
6	<u>Peggy's</u>	meksika xalqi taomlari	1300000	13:00-01:00	Sultanali Mashhadi k., 123A
7	<u>Ташкентский Дворик</u>	yevropa va o'zbek xalqlari taomlari	90000	11:00-23:00	Turkkurgon k., 16
8	<u>Da Vinci</u>	yevropa va italiya xalqlari taomlari	60000-65000	11:00-23:00	Mirzo-Ulug'bek t., Mustaqillik k., 69
9	<u>Китай</u>	xitoy xalqi taomlari	60000-80000	11:00-23:00	Turkiston k., 2 A
10	<u>Maestro Restaurant</u>	yevropa va italiya xalqlari taomlari	39000	16:00-23:00	Mirobod t., Mirobod k., 25
11	<u>Prestige</u>	yevropa xalqi taomlari	80000-100000	12:00-23:00	Farxad, 1 A
12	<u>Positif</u>	yevropa xalqi taomlari	-	11:00-23:00	Asaka k., 2 A
13	<u>Sezam Garden Food</u>	yevropa, turk va o'zbek xalqlari taomlari	-	10:30-22:00	Yunusobod massivi -4, Kuloktepa k.,
14	<u>Bek Catering</u>	yevropa, italiya va o'zbek xalqlari taomlari	-	11:00-23:00	Kichik xalqa yo'li k., 79
15	<u>Xon Atlas - Family Restaurant</u>	yevropa va turk xalqlari taomlari	-	09:00-00:00,	Ulug'bek xiyoboni

⁴⁵ www.restoran.uz

O'zbekistonda faoliyat yuritayotgan ba'zi restoranlarning hududlar bo'yicha taqsimlanishi haqida ma'lumot⁴⁶

№	Restoran nomi	Joylashgan hududi
1	Afsona Restaurant	Toshkent
2	Central Asian Plov Centre	Toshkent
3	Caravan	Toshkent
4	<u>Siesta Pub & Restaurant</u>	Toshkent
5	Platan	Samarqand
6	<u>April Verdant Restaurant</u>	Toshkent
7	Minzifa	Buxoro
8	<u>Restaurant "Old Bukhara"</u>	Buxoro
9	Restaurant Samarkand	Samarqand
10	Karimbek	Samarqand
11	Cafe Wishbone Bukhara	Buxoro
12	Chinar	Buxoro
13	Silk Road Tea House	Buxoro
14	Besh chinor	Samarqand
15	Plov-somsa.uz	Toshkent
16	<u>Khorezm Art Restaurant</u>	Xiva
17	<u>Bir Gumbaz</u>	Xiva
18	<u>Terrassa Cafe</u>	Xiva
19	National Food	Toshkent
20	SMI bar	Toshkent
21	The Irish Pub & Restaurant	Toshkent
22	Gruzinski Dvorik	Toshkent
23	Labi Xauz	Buxoro
24	Ristorante Semo de Roma	Toshkent
25	Badreddin	Buxoro
26	Ecorn	Toshkent
27	<u>"Rustam" milliy uyi</u>	Buxoro
28	Assorti	Toshkent
29	Vinoteka Silk96	Toshkent
30	Affresco	Toshkent

⁴⁶ <https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g293967-Uzbekistan.html>