

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O‘RTA MAXSUS
TA’LIM VAZIRLIGI**

SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI

Fakultet: Iqtisodiyot va menejment

Kafedra: Menejment va statistika

«HIMOYAGA TAVSIYA ETILDI»

Kafedra mudiri,

i.f.n., dots.H.I.Turdibekov

Bayonnoma № ____, 2017- yil _____

5230200–Menejment (turizm) ta’lim yo‘nalishi

MN-113 guruhi talabasi Abdullayev Azizjon Utkir o‘g‘lining

**“Iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida mehmonxonada xizmatlar sifatini
boshqarishni takomillashtirish (Samarqand shahridagi “Regal Palace”
mehmonxonasi misolida)” mavzusidagi**

BITIRUV MALAKAVIY ISHI

Ilmiy rahbar:

i.f.d., dots. H.I.Turdibekov

SAMARQAND – 2017

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti "Iqtisodiyot va menejment" fakulteti "Menejment (turizm)" yo'nalishi MN-113 guruxi talabasi Abdullayev Azizjonning "Iqtisodiyotni modernizatsiya qilish sharoitida mehmonxonada xizmatlar sifatini boshqarishni takomillashtirish (Samarqand shahridagi "Regal Palace" mehmonxonasi misolida)" mavzusidagi bajarilgan bitiruv malakaviy ishiga

T A Q R I Z

Talaba Abdullayev Aziz tomonidan bajarilgan mazkur bitiruv malakaviy ishi iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida mehmonxona xo'jaliklari xizmatlarini boshqarish takomillashtirish yo'llariga bag'ishlangan bo'lib, Samarqand shahridagi "Regal Palace" mehmonxonasi misolida bajarilgan.

Mamlakatimizda turizm sohasini rivojlanishiga alohida ahamiyat berib ayniqsa, xodimlarning malakasiga, mehmonxonada mijozlarga ko'rsatilayotgan xizmatlar sifatiga alohida e'tibor qaratmoqda. Bu borada respublikamizda butun dunyoda amalga oshirilayotgan boshqaruv usullari va xizmat ko'rsatish turlarini tizimli o'rganish va yangi valyuta manbalarini izlab topish maqsadga muvofiqdir. Shu o'rinda aytish joizki, mehmonxona faoliyati bilan shug'ullanuvchi xodimlarning malakasini oshirish, ularga yangi axborot texnologiyalarni hamda xorijiy tillarni mukammal darajada o'rgatish, shuningdek mehmonxonalar boshqaruvida xizmatlar turlari va sifatini oshirish dolzarb vazifalardan biri sifatida alohida tadqiqot olib borishni taqozo etmoqda. Shu sababli ham mazkur bitiruv malakaviy ishi iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida mehmonxona xo'jaliklarida xizmatlar sifatini boshqarishni takomillashtirish yo'llariga bag'ishlanganligi uchun ham dolzarb hisoblanadi.

Bitiruv-malakaviy ishi kirish, uchta bob, xulosa va takliflar hamda foydalanilgan adabiyotlar ro'yxatidan iborat.

Kirish qismida tanlangan mavzuning dolzarbligi, maqsadi va vazifalari, bitiruv malakaviy ishining tarkibiy tuzilishi haqida ma'lumot berilgan.

Bitiruv malakaviy ishning birinchi bobida, iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida mehmonxona xo'jaliklarida xizmatlar sifatini boshqarishning nazariy masalalari yoritib berilgan.

Ikkinchi bobda, Samarqand shahridagi "Regal Palace" mehmonxonasida mavjud xizmatlar sifatining hozirgi holati tahlili o'rganilgan.

Uchinchi bobda, Samarqand shahridagi "Regal Palace" mehmonxonasi boshqaruvida xizmatlar sifatini boshqarishni takomillashtirish yo'llari taklif qilingan va tegishli xulosalar qilingan.

Xulosa qismida olingan natijalar asosida tegishli takliflar ishlab chiqilgan va ularni amalga oshirish yo'nalishlari berilgan.

Talaba Abdullayev Aziz tomonidan bajarilgan bitiruv malakaviy ishi to'liq tugallangan ish hisoblanadi va bitiruv malakaviy ishlariga qo'yiladigan me'yoriy talablar asosida bajarilgan.

Ushbu bitiruv malakaviy ish ijobiy baholashga, uning muallifi esa "Menejment (turizm)" ta'lim yo'nalishi bo'yicha bakalavr darajasini olishga loyiq deb hisoblayman.

"Samarqand mulk markazi" MChJ
direktori



A.A.Shodiyev

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti “Iqtisodiyot va menejment” fakulteti
“Menejment (turizm)” yo‘nalishi MN-113 guruxi talabasi Abdullayev
Azizjonning “Iqtisodiyotni modernizatsiya qilish sharoitida mehmonxonada
xizmatlar sifatini boshqarishni takomillashtirish (Samarqand shahridagi
“Regal Palace” mehmonxonasi misolida)” mavzusidagi bajargan bitiruv
malakaviy ishiga rahbar

MULOHAZASI

Mamlakatimizda turizm sohasini rivojlanishiga alohida ahamiyat berib ayniqsa, mehmonxonalar boshqaruvida boshqaruv usullaridan samarali foydalanishga, xodimlarning malakasiga, mexmonxonada mijozlarga ko‘rsatilayotgan xizmatlar sifatiga alohida e‘tibor qaratmoqda. Shu o‘rinda aytish joizki, mehmonxona faoliyati bilan shug‘ullanuvchi xodimlarning malakasini oshirish, ularga yangi axborot texnologiyalarni hamda xorijiy tillarni mukammal darajada o‘rgatish, shuningdek mexmonxonalar boshqaruvida xodimlar salohiyatidan samarali foydalanishni o‘rganish dolzarb vazifalardan biri sifatida alohida tadqiqot olib borishni taqozo etmoqda. Shu sababli ham mazkur bitiruv malakaviy ishi iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida mehmonxona xizmatlari sifatini oshirish yo‘llariga bag‘ishlanganligi uchun ham dolzarb hisoblanadi.

Talaba Abdullayev Aziz tomonidan yozilgan ushbu bitiruv malakaviy ishi kirish, 3 ta bob, xulosa va takliflar hamda foydalangan adabiyotlar ro‘yxatidan iboratdir. Shuningdek bitiruv malakaviy ishida Samarqand shahridagi “Regal Palace” mehmonxonasining ma‘lumotlarini tahlil qilish asosida mexmonxona xo‘jaligida xizmatlar sifatini takomillashtirishga doir ilmiy-nazariy amaliy taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Shuningdek mazkur bitiruv malakaviy ishida bugungi iqtisodiyotni modernizatsiyalash shart-sharoitlarida mexmonxona xo‘jaliklarida xizmatlar sifatini boshqarishni joriy qilish, xizmatlar turlari va sifatini oshirishning ilmiy-nazariy amaliy taklif va tavsiyalar ishlab chiqilishi ishning ahamiyatini yanada oshirgan.

Umuman, talaba Abdullayev Aziz tomonidan yozilgan mazkur bitiruv malakaviy ishi oliy ta‘lim talabi asosida bajarilgan bo‘lib, uning muallifini “Menejment (turizm)” ta‘lim yo‘nalishi bo‘yicha bakalavr darajasini olishga loyiq deb hisoblayman va bitiruv malakaviy ishni DAKda himoya etishga tavsiya etaman.

Ilmiy rahbar, dots.



Turdibekov H.I.

MUNDARIJA

KIRISH.....	3
I-BOB. MEHMONXONA XO`JALIGIDA XIZMATLAR SIFATINI BOSHQARISHNING NAZARIY ASOSLARI.....	7
1.1. Mehmonxona xo`jaliklarida xizmat ko`rsatish sifati tushunchasi va mohiyati.....	7
1.2. Mehmonxona xo`jaliklarida xizmatlar sifatni boshqarish tizimi va sifatni boshqarishda standartlashtirish va sertifikatlashtirishning ahamiyati.....	21
1.4. Mehmonxona xo`jaliklarida xizmat ko`rsatish sifatini oshirish dasturlarining ishlab chiqilishi.....	31
II-BOB. “REGAL PALACE” MEHMONXONASIDA KO`RSATILAYOTGAN XIZMATLAR SIFATINING HOLATI.....	37
2.1. ”Regal Palace” mehmonxonasining boshqaruv tizimi tahlili.....	37
2.2. ”Regal Palace” mehmonxonasi faoliyatining asosiy ko`rsatgichlari tahlili.....	42
2.3. ”Regal Palace” mehmonxonasida ko`rsatilayotgan xizmatlar sifatini boshqarish bo`yicha tadbirlarning tashkil etilish darajasi.....	49
III-BOB MEHMONXONA XO`JALIKLARIDA XIZMATLAR SIFATINI BOSHQARISHNI TAKOMILLASHTIRISH YO`LLARI.....	63
3.1. Mehmonxona xo`jaliklarida xizmatlar sifati boshqaruvini joriy etish dasturi.....	63
3.2. Xizmatlar diversifikatsiyasi – mehmonxona xo`jaliklarida xizmat ko`rsatish sifatini oshirish sifatida.....	71
XULOSA VA TAKLIFLAR.....	81
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO`YXATI.....	84

KIRISH

Mavzuning dolzarbligi. Bozor munosabatlari sharoitida va ayniqsa bozorga o'tish davrida turizm iqtisodiyotning eng dinamik sohalaridan biri hisoblanadi. Uning tez sur'atlarda o'sishi, katta xajmdagi valyuta tushumlari iqtisodiyotning turli sohalariga faol ta'sir ko'rsatadi. Bu esa turizm sanoati shakllanishiga imkon beradi.

Jahon sayyohlik tashkilotining ma'lumotlariga qaraganda, har yili o'rtacha 1,2 mlrd. nafar kishi sayohatga chiqadi. Vaholanki, bundan 10 yil muqaddam ro'yxatga olingan turistlar soni 576 mln. nafarni tashkil etgan, xolos. Mazkur soha jadal rivojlanishining ko'plab omillari bor, albatta. Ular ichida eng asosiysi — bu dunyoni bilish, tarbiya va sog'lomlashtirishni o'zida mujassamlashtirganidir. Qolaversa, u bunday xizmatlarni tashkil etuvchilarga katta daromad olish imkonini beradi. Hozirgi vaqtda dunyo turizmining jahon yalpi ichki mahsulotidagi ulushi 10 foiz, xizmatlar eksportida 30 foiz, savdo hajmida 6 foizga yetgani, mehnatga layoqatli aholining 8 foizi shu jabhada mehnat qilayotgani buning yaqqol dalilidir¹.

Yurtboshimizning 2017 yil 7 fevraldagi PF-4947-sonli «O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida»gi farmoniga muvofiq qabul qilingan harakatlar strategiyasida yurtimizda turizm industriasini jadal rivojlantirish, iqtisodiyotda uning roli va ulushini oshirish, turistik xizmatlarni diversifikatsiya qilish va sifatini yaxshilash, turizm infratuzilmasini kengaytirishga olib keladigan o'rta muddatli istiqbolda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish konsepsiyasiga asosan, shuningdek 2017 — 2021 yillarda Konsepsiyani amalga oshirishga doir aniq chora-tadbirlar dasturini ishlab chiqish rejashtirilgan. Mazkur vazifani amalga oshirilishi turizm sohasining tezkor rivojlanishi, uning iqtisodiyotdagi ulushining ortishi, turistik xizmatlar sifatining oshishiga olib keladi². Shu bilan birga «Turizm to'g'risida»gi qonunning yangi tahririni ishlab chiqish natijasida turistik sohani rivojlantirish bo'yicha davlat

¹ O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari asosida

² O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi PF-4947-sonli «O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida»gi Farmoni.

siyosatining asosiy yo'nalishlari aniqlab beriladi va yurtimiz turizm sohasida tadbirkorlikning keng rivojlanishiga zamin yaratiladi.

Hukumatiz turizimni rivojlantirishga katta ahamiyat berib ayniqsa mehmonxonalarda turistlarga va boshqa mehmonlarga mehmonxona xizmatlarini ko'rsatish turlarini kengaytirishga alohida e'tibor qaratmoqda. Soha rivoji uchun barcha zarur tashkiliy-huquqiy mexanizm vujudga keltirilib, muhim meyoriy hujjatlar qabul qilindi va bu ish hozirda ham davom etmoqda. Mamlakatimizda turizmning ravnaqi, uni yangi pog'onalarga ko'tarish, yurtimizni jahon turizm markazlaridan biriga aylantirish uchun avvalo huquqiy zamin yaratildi.

Menejment sohasining muhim yo'nalishlaridan biri turizm menejmentida mehmonxona xo'jaligini tashkil etish va boshqarish muhim vazifalardan hisoblanadi. Ayniqsa bu jarayon aholi turmush darajasini yuksalib borishi bilan taraqqiy yetishi ko'zga tashlanadi.

Bir necha o'n yillik davomida mehmonxona industriyasi tanib bo'lmaz darajada o'zgardi. Bugungu kunda mazkur faoliyat sohasida har qachongidan ham keng imkoniyatlar mavjud. Hozirgi kun mehmonxona mijozlari mehmonxona tashkilotlaridan yuqori sifatli xizmatlarni kutishadi. Bu esa o'z navbatida mehmonxona rahbar xodimlari oldiga sifatli xizmatlar ishlab chiqarish jarayonlarida boshqaruv qarorlarini diqqat bilan qabul qilishdek vazifalarni qo'yadi. Zaruriy ehtiyojlar asosida mehmonxona industriyasi raqobatbardoshligining yangicha yondashuvlari tashkil topadi va unda samarali biznes yaratishning asosiy vazifalari yotadi, chunki mehmonxona xo'jaliklarida xizmat ko'rsatish turlarini rivojlantirish bo'yicha butun dunyoda amalga oshirilayotgan boshqaruv uslublari va xizmat ko'rsatish turlari yaxshi qo'llanilsa, turizimni respublikaning asosiy valyuta manbalaridan biriga aylantirish mumkin bo'ladi.

Hozirgi paytda respublikamizda iqtisodiyotning muhim sektorlaridan biriga aylangan, turizmning asosiy tarmoqlaridan biri bo'lmish mehmonxona industriyalarini rivojlantirish ushbu sektorni rivojlantirishning muhim omillardan biri

hisoblanadi. Chunki turistlarning asosiy ehtiyojlarini qondirishda mehmonxona industriyalarining o'zni alohidadir.

Mustaqillik yillaridan boshlab, hukumatimiz turistik mehmonxonalarni jahon andozalari darajasida ta'mirlash va yangi zamonaviy mehmonxonalarni bunyod qilish uchun katta sarmoyalar ajrata boshladi. Hozirgi kunga kelib O'zbekistonda bir qancha jahon andozalari talablariga javob beradigan mehmonxonalar qurildi.

O'zbekiston Respublikasida mehmonxona xizmatlari rivojlanishi turistlarga ko'rsatilayotgan xizmat turlari bozorini o'rganish va uni kelajakda yanada rivojlantirishda yillik ma'lumotlarni o'rganish alohida ahamiyat kasb yetadi. Mazkur bitiruv malakaviy ishida O'zbekiston Respublikasida mehmonxona xo'jaliklarida xizmatlar sifatini boshqarish yo'llari ochib berilgan.

Iqtisodiyotni modernizatsiya qilish sharoitining hozirgi zaruriy shartlariga ko'ra xizmatlar sifatining yuqori bo'lishi uchun mehmonxona boshqaruvida eng maqbul boshqaruv qarorlarini izlash va boshqaruv jarayonlarini takomillashtirish chora-tadbirlarini ishlab chiqish lozim. Ko'rsatiladigan xizmatlar sifati tahlili mehmonxonada ko'rsatiladigan xizmatlar sifatini oshirishga va ishlab chiqilayotgan mehmonxona xizmatlarining samaradorligiga yo'naltirilgan. Xizmatlar sifatining takomillashishi, umuman olganda bozor munosabatlarining rivojlanishi boshqaruv jarayonlarining takomillashishi borasida yangi vazifalarning paydo bo'lishiga turtki bo'ladi.

Mavzuning o'rganilganlik darajasi. Sifat masalasi ishlab chiqarish boshlangandan buyon birga olib borilgan. Ammo uni tadqiq etishga asosan XX asrda ahamiyat berila boshlandi. Bu borada MDH va xorijiy mamlakatlar olimlari ancha tadqiqotlarni olib borganlar. Bular jumlasiga M.M. Kans, B.V. Ivanov, V.N. Koresheva, A.G. Sxirtaladze, K. Isikava, O.P. Gudkin, B.I. Gerasimov, N.V. Zlobina, S.P. Spridonova, L.E. Basovskiy, V.B. Protasov, E.A. Garbashko, I.I. Mazur, V.D. Shapiro, O.V. Aristov kabilarni kiritish mumkin. Mamlakatimiz olimlari ham ushbu muammodan chetda qolgan emaslar. Bular jumlasiga I.T.

Abdulkarimov, M.Q. Pardayev, M.M. Muhammedov, Q.J. Mirzayev, I.S. Tuxliyev, A.N. Xoliqulov, S.R. Safayeva, M.T. Aliyeva kabilarni kiritish mumkin. Bularning asarlarida xizmat ko'rsatish sohasida, savdo sohasida va aynan mehmonxona xo'jaliklarida xizmat sifatini oshirish muammolari bilan shug'ullanganlar.

Bitiruv malakaviy ishining ob'ekti sifatida, Samarqand shahridagi "Regal Palace" mehmonxonasi olingan.

Bitiruv malakaviy ishining predmeti bo'lib, mehmonxona xizmatlarining sifatini boshqarishni takomillashtirish jarayonlari hisoblanadi.

Bitiruv malakaviy ishining maqsadi O'zbekiston Respublikasi mehmonxona xo'jaliklarida xizmatlar sifatini boshqarish muammolarini ko'rib chiqish va o'rganish.

Bitiruv malakaviy ishining vazifalari etib quyidagilar belgilandi:

- ☞ Mehmonxona boshqaruvi sohasida xizmat ko'rsatish sifatini boshqarishning nazariy asoslarini o'rganish;
- ☞ "Regal Palace" mehmonxonasi tashkiliy-strukturaviy va iqtisodiy-moliyaviy ko'rsatgichlarini tahlil qilish;
- ☞ Mehmonxonadagi xizmatlar sifati boshqaruvi tizimi holati tahlili;
- ☞ Xizmatlar sifatini boshqarish tizimini takomillashtirish va samaraorlikni oshirish bo'yicha tavsiyalar berish.

Bitiruv malakaviy ishining tarkibiy tuzilishi. Bitiruv malakaviy ish kirish, uchta bob, xulosa va takliflar hamda foydalanilgan adabiyotlar ro'yxatidan iborat. Ish hajmi 88 betdan iborat bo'lib, o'z ichiga 4 ta rasm va 16 ta jadvalni olgan.

I-BOB. MEHMONXONA XO`JALIGIDA XIZMATLAR SIFATINI BOSHQARISHNING NAZARIY ASOSLARI

1.1. Mehmonxona xo`jaliklarida xizmat ko`rsatish sifati tushunchasi va mohiyati

Aksariyat mualliflar “mehmonxona” tushunchasiga boshqa joydan mehmon bo‘lib kelgan kishilar uchun vaqtincha yashab turishga mo‘ljallab qurilgan maxsus bino deb ta’rif beradilar. Dastlabki mehmonxona ko‘rinishidagi binolar Ossuriyada (miloddan avvalgi X asr) bo‘lgan. Bu turdagi binolar turli xalqlarning yashash sharoitlari bilan bog‘liq ravishda turlicha atalgan. Masalan, O‘rta Osiyoda “karvonsaroy”, “rabot”, “zoviya”, arablarda “xon”, ruslarda “gostiniy dvor”, “korchma”, Fransiya va Ispaniyada “taverna”, inglizlarda “inna”, yaponlarda “ryokan” kabi. XVIII asrdan boshlab Fransiya «hotel» nomi bilan yuritila boshladi. Keyinchalik bu nom boshqa mamlakatlarga ham tarqaldi. Mehmonxona o‘z nomi bilan mehmon kutishni, ya’ni uning ehtiyojlarini qondirishni nazarda tutadi. Sog‘lom fikr nuqtai nazaridan, insonning odatdagi ehtiyojlari – ovqatlanish, dam olish va uxlashga bo‘lgan ehtiyojlarini qanoatlantirmasdan, mehmondo‘stlik haqida so‘z yuritish mumkin emas. Bu ma’noda mehmonxonaning quyidagi ta’rifi asosli va mantiqiy bo‘lib ko‘rinadi.

Mehmonxona – uyidan tashqaridagi odamlarga kompleks xizmatlar ko‘rsatuvchi korxona bo‘lib, ular orasida joylashtirish va ovqatlantirish xizmatlari teng darajada muhim (kompleks hosil qiluvchi) xizmatlardir. Ushbu ta’rifda mehmonxonada ikki asosiy xizmat – joylashtirish va ovqatlantirishning bo‘lishi shartligi ko‘rsatiladi. Bunda ularning o‘zaro nisbati jiddiy farq qilishi mumkin.

Joylashtirish xizmatining mazmuni shundan iboratki, birinchidan, mijozlarga maxsus xonalar (mehmonxona nomerlari) foydalanishga beriladi, ikkinchidan, ularga muayyan xizmatlar ko‘rsatiladi, bu vazifa mehmonxona xodimlari tomonidan bevosita amalga oshiriladi. Mehmonxona nomerlari joylashtirish xizmatining muhim tarkibiy qismidir. Mehmonxona nomeri deganda unda yashaydigan mehmonning

dam olishi, uxlashi va ishlashi uchun mo'ljallangan ko'p funksiyali xonalar tushuniladi.

Mehmonxonalarda har xil toifali nomerlar mavjud bo'lib, ular maydoni, jihozlanishi, shinamligi va h.k.ga ko'ra farq qiladi. Biroq, qaysi toifaga mansubligidan qat'i nazar, har bir mehmonxona nomerida quyidagi mebel va jihozlar bo'lishi shart:

- karavot;
- har bir o'rin hisobidan bittadan stul yoki kreslo;
- har bir karavot hisobidan bittadan tumbochka yoki tungi stol;
- kiyim-kechak uchun shkaf;
- umumiy yoritish moslamalari;
- axlat uchun savatcha.

Bundan tashqari, har bir nomerda mehmonxona to'g'risida ma'lumot va yong'in chiqqan holda evakuatsiya qilish rejasi bo'lishi lozim.

Ovqatlantirish xizmati turli jarayonlar: ishlab chiqarish (oshxonada ovqat tayyorlash), savdo (tayyor taomlar, spirtli va spirsiz ichimliklarni sotish), servis (restoran, bar, kafe, mehmonxona nomerlarida ofitsiantlar tomonidan mehmonlarga xizmat ko'rsatish) jarayonlaridan tarkib topadi.

Qo'shimcha yoki boshqa xizmatlarga basseyn, sport zali, konferenszal, muzokaralar zali, avtomobillarni ijaraga berish, kimyoviy tozalash, kir yuvish, sartaroshxona, massaj kabineti xizmatlari va boshqa shunga o'xshash xizmatlar kiradi.

Mehmonxona korxonasida joylashtirish, ovqatlantirish xizmatlari va qo'shimcha xizmatlar bir-birini to'ldiradi, aksariyat hollarda bir-biriga bog'liq bo'ladi va mehmonlar tomonidan yaxlit deb qabul qilinadi. Xizmatlar qanday rasmiylashtirilgani va yagona kompleksga birlashtirilganiga qarab, mehmonxona korxonasining muayyan turi shakllangan. (1.1-jadval).

Mehmonxonalarning turli belgilariga ko`ra turkumlanishi*

Mehmonxona turi	Tavsifi
hotel-lyuks	Sig'imiga ko'ra kichik yoki o'rta korxonalarga kiradi. Odatda shahar markazida joylashadi. Yaxshi o'rgatilgan xodimlar eng talabchan mijozlar, chunonchi: konferensiyalar, ishga doir uchrashuvlarning qatnashchilari, biznesmenlar va h.k.ga yuksak darajada sifatli xizmatlar ko'rsatadi. Nomer bahosi ancha qimmat bo'ladi va mumkin bo'lgan barcha turdagi xizmatlarni o'z ichiga oladi.
Mehmonxona (o'rta klass)	Sig'imiga ko'ra o'tel-lyuksdan katta (400-2000 o'rin). Shahar markazida yoki shahar doirasida joylashadi. Ancha keng xizmatlar to'plamini taklif qiladi. Narxlar mehmonxona joylashgan mintaqa darajasida yoki biroz yuqori bo'ladi. Biznesmenlar, yakka turistlar, kongresslar, konferensiyalarning ishtirokchilari va h.k.ni qabul qilishga mo'ljallangan.
mehmonxona-apartament (apart-hotel)	Sig'imiga ko'ra kichkina yoki o'rtacha mehmonxonalar qatoriga kiradi (400 tagacha o'rin). Kvartira tipidagi nomerlarni taklif qiladi. Ulardan vaqtinchalik yashash joyi sifatida, ko'pincha o'ziga-o'zi xizmat ko'rsatish negizida foydalaniladi. Narxlar yashash muddatiga qarab belgilanadi. Oilasi bilan safarga chiqqan turistlarga, uzoq muddatga to'xtovchi biznesmenlar, tijoratchilarga xizmat ko'rsatadi.
iqtisodiy klass mehmonxonasi	Kichik yoki o'rtacha sig'imli korxona (150 tagacha va undan ko'proq o'rin). Magistral yo'llar yaqinida joylashadi. Sodda va tez xizmat ko'rsatish xos. Ko'rsatiladigan xizmatlar to'plami cheklangan. Foydalanuvchilar – to'liq pansionga muhtoj bo'lmagan, faqat amalda foydalangan xizmatlariga haq to'lashga harakat qiladigan biznesmenlar va yakka turistlar.
otel-kurort	Sig'imi har xil bo'lgan, mehmondo'stlik xizmatlarining to'liq majmuini taklif qiluvchi korxona. Bundan tashqari, maxsus tibbiy xizmat ko'rsatish va parhez ovqatlantirish majmuini ham o'z ichiga oladi. Kurort joylarda joylashadi.
Motel	Shahar tashqarisida, avtomobil magistrallari yoqasida joylashgan oddiy bir qavatli yoki ikki qavatli qurilmalar. Kichik yoki o'rta korxonalar qatoriga kiradi (400 tagacha o'rin). Xodimlari soni uncha ko'p bo'lmaydi. Xizmat ko'rsatish darajasi – o'rtacha. Asosan avtomobilda safarga chiqqan har xil toifa

	turistlarga xizmat ko'rsatadi.
tunash uchun joy va nonushta bilan ta'minlovchi xususiy mehmonxona	Ushbu turdagi mehmonxonalar AQShda keng tarqalgan. Kichik, ba'zan o'rtacha sig'imli mehmonxona. Shahar tashqarisida yoki qishloqda joylashadi. Qoida tariqasida, mijozlarga nonushta va uy sharoitida yengil kechki ovqat taklif qilinadi. Mehmonxona xizmatidan odatda uyga xos bo'lgan shinamlikka intiluvchi tijoratchilar va muayyan yo'nalish bo'ylab safarga chiqqan turistlar foydalanadi
Pansion	Oddiy standart bo'yicha ishlaydigan va xizmatlar doirasi cheklangan korxona. Otel-garnidan farqli o'laroq, bu yerda nonushta, tushlik va kechki ovqat (to'liq pension) taklif qilinadi. Ammo ovqatlanish xizmatlaridan faqat bu yerda yashaydigan mijozlar foydalanishi mumkin.
Rotel	Bir-ikki o'rinli bo'limlardan iborat vagon ko'rinishidagi ko'chma mehmonxona. Bo'limlarda uxlash uchun mo'ljallangan kreslolar o'rnatilgan. Kiyim almashtirish uchun bo'lim, hojatxona, oshxona, muzlatgich mavjud.
Botel	Suv ustidagi kichkina mehmonxona. Tegishli tarzda jihozlangan kemadan botel sifatida foydalaniladi.
Flotel	Yirik mehmonxona. Ko'pincha «suv ustidagi mehmonxona» deb ataladi. Turistlarga shinam nomerlar va keng xizmatlar: basseynlar, suv chang'isi, baliq ovlash anjomlari, suv ostida suzish, suv ostida ov qilish, trenajyor zallari, kongresslar va konferensiyalar uchun mo'ljallangan zallar, kutubxonalar, har xil axborot ta'minoti (telefon, telefaks, teletayp, televizor va h.k.) taklif qilinadi. So'nggi vaqtda biznes-turlar, kongress-turlar, kongress-kruizlar, ma'rifiy turlar tashkil etish uchun ko'pfoydalanilmoqda.
Flaytel	Ayeromehmonxona yoki «uchuvchi otel». O'ta qimmat va kam uchraydigan mehmonxona turi. Qo'nish maydonchasi hamda ob-havo xizmati bilan aloqa vositasiga ega. Har bir davlatda uning jug'rofiy o'rni, iqlimi, boshqa bir qancha omillardan va eng muhimi – talabdan kelib chiqib, o'z korxona turlari shakllanadi.

Manba: Tuxliyev I.S. Turizm asoslari. Uslubiy qo'llanma. SamISI-2008. 45-b

Mehmonxona xo`jaligi asosan mehmonlarni turar-joy bilan ta`minlashga qaratilgan turli xizmatlar ko`rsatuvchi iqtisodiyot tarmog`i hisoblanadi. Hozirgi kunda xorijiy davlatlarda foyda olish yo`llaridan biri ularni yurtimizga tashrifini ta`minlab, turli xil sifatli xizmatlar ko`rsatish evasiga mablag`larini iqtisodiyotimizga olib kirishdir. Bunda natijaga erishish nafaqat xizmat turlariga, balki uning sifatiga ham bog`liq. Mazkur xizmatlar turi mamlakatimizda jadal o`sish sur`atiga ega. O`zbekistonda ham bu xizmat turning hajmi 2015-2016–yillarda o`sishi kuzatilgan. Xususan Samarqand viloyati misolida mehmonxona va shunga o`xshash jamoaviy joylashtirish vositalari 2015-yilda 102 ta bo`lib 2016-yilda 107 taga ko`payib ya`ni 5 ta farq bilan 4.9 % ga oshgan. Shundan aynan mehmonxona xo`jaliklari 96 tadan 2 taga ko`payib 98 tani tashkil qilgan.

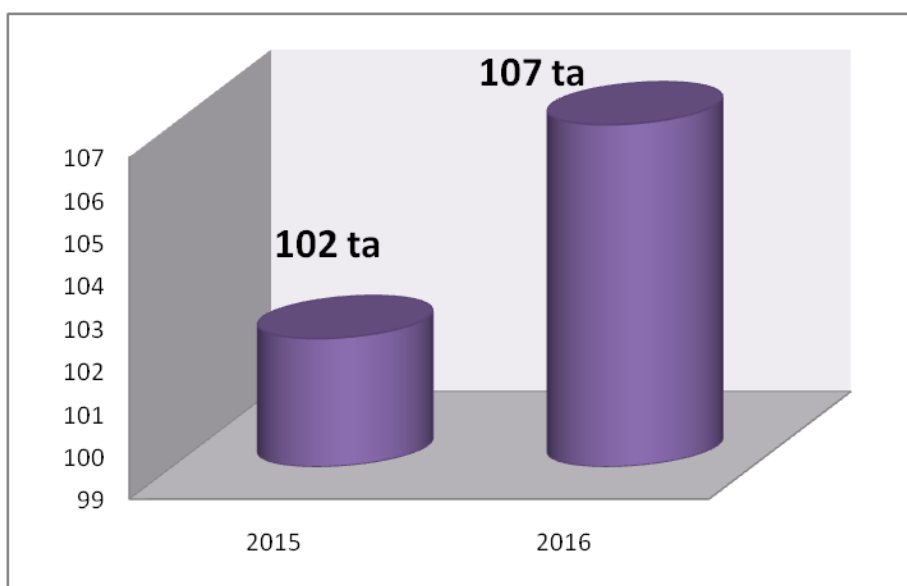
Mazkur mehmonxona va shunga o`xshash jamoaviy joylashtirish vositalarida joylashganlar soni 2015-yilda 142062 ni tashkil qilgan bo`lsa 2016-yilda 154451 tashkil qilib 3320 farq bilan 8.7 % ga oshganini kuzatishimiz mumkin. Ushbu joylashgan shaxslarning tarkibiga qarab chiqaydigan bo`lsak, ulardan O`zbekiston fuqarolari 2015-yilda 77411 ni tashkil qilgan bo`lsa, 2016-yilda 1181 taga ko`payib 1.5 % ga oshish bilan 78592 tani tashkil qilgan. MDH mamlakatlari fuqarolari 2015-yilda 13301 tani tashkil qilgan bo`lsa 2016-yilda 4767 taga ko`payib 35.8 % oshish bilan 18068 tani tashkil qilgan. Xorijiy davlatlar fuqarolari esa 2015-yilda 51350 tani tashkil qilgan va 2016-yilda 6441 taga ko`payib 12.5 % oshish orqali 57791 taga oshgan. Ushbu ma`lumotlardan ko`radigan bo`lsak 2016-yilda 2015-yilga nisbatan ko`payish aynan mahalliy fuqarolarda kamchilikni tashkil qilayapti. Bu ko`rsatgichlarni ko`tarish uchun mintaqada mahalliy turizmni yanada rivojlantirish, turli xil jozibali turistik mashrutlar uyushtirish, viloyat tog` oldi hududlarida dam olish zonalarini yaratish va o`z navbatida ushbu xizmat ko`rsatish jarayonlarida eng sifatli xizmatlar ko`rsatish chora-tadbirlarini ishlab chiqish maqsadga muvofiq bo`ladi.

1.2-jadval

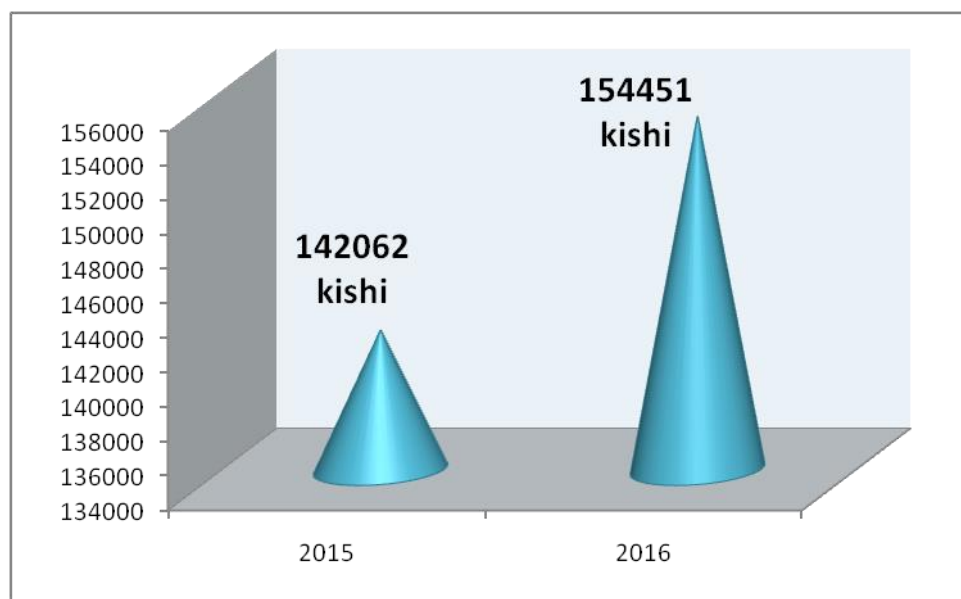
2015-2016 yilda Samarqand viloyatida faoliyat ko'rsatgan mehmonxona va shunga o'xshash jamoaviy joylashtirish vositalarining fondida joylashtirilgan mehmonlar soni tahlili

	2015			2016			Farqi	%
	Jami	Shu jumladan:		Jami	Shu jumladan:			
		Mexmonxona	Qisqa muddat yashash uchun mo'ljallangan boshqa joylar		Mexmonxona	Qisqa muddat yashash uchun mo'ljallangan boshqa joylar		
Mehmonxona va shunga o'xshash jamoaviy joylashtirish vositalari	102	96	6	107	98	9	5	104,9
Ob'ektlar soni	104	98	6	112	103	9	8	107,7
Joylashtirilgan shaxslar soni	142062	124637	17425	154451	151131	3320	12389	108,7
Shu jumladan: Fuqorolar								
O'zbekiston	77411	60891	16520	78592	76342	2250	1181	101,5
MDH mamlakatlari	13301	13301	0	18068	18034	34	4767	135,8
xorijiy davlatlardan	51350	50445	905	57791	56755	1036	6441	112,5
Tunab qolishlar soni	304292	270403	33889	345253	313124	32129	40961	113,5
Shu jumladan: Fuqorolar								
O'zbekiston	161462	128478	32984	175031	143972	31059	13569	108,4
MDH mamlakatlari	28682	28682	0	40864	40830	34	12182	142,5
xorijiy davlatlardan	114148	113243	905	129358	128322	1036	15210	113,3

Manba: O'zbekiston Respublikasi Davlat Statistika qo'mitasi ma'lumotlari



1.1-rasm. 2015-2016-yillarda Samarqand viloyatida faoliyat ko`rsatgan mehmonxona va shunga o`xshash jamoaviy joylashtirish vositalari soni



1.2-rasm. 2015-2016-yillarda Samarqand viloyatida faoliyat ko`rsatgan mehmonxona va shunga o`xshash jamoaviy joylashtirish vositalarida joylashtirilgan shaxslar soni

Bozor iqtisodiyotida sifat tushunchasi iqtisodiy, ijtimoiy, ekologik xafvsizlik va turmush tarzi farovonligining muhim omili bo'lib hisoblanadi. Sifat tushunchasi xo'jalik yuritishning samaradorligiga ta'sir qiluvchi boshqa tomonlar – strategiya ishlab chiqish, ishlab chiqarishni tashkil etish, marketing va boshqalar kabi tizimli tushunchadir.

Birinchidan, “sifat” deyilganda xizmatlarning iste'molchida qanoatlanish hissini uyg'otadigan xossalari va xarakterli xususiyatlari, yoki mijozda qoniqish holatini kuchaytiruvchi kamchilik–nuqsonlarning bo'lmasligi tushuniladi.

Ikkinchidan, sifat texnikaviy va funksional tariqasida ko'rib chiqilishi mumkin.

Texnik sifat — bu xizmatchilar bilan o'zaro ta'sirdan keyin mijoz ixtiyorida qolgan narsadir. Masalan, texnikaviy sifat — mehmonxonadagi nomer, restorandagi taom, chiroqlar yoqimli yoritilishi, inter'er va hokazo.

Funksional sifat — bu xizmatlarni havola etish jarayoni. Masalan, mijoz nomerni rezervlashtiradi, eshikda shveysar salomiga alik oladi, qabul qilish xizmatida ro'yxatdan o'tishni amalga oshiradi, nomerga kuzatib qo'yiladi va hokazo. Mehmonxonaga kelib joylashish tajribasi — funksional sifatga bir misol.

ISO 9000-2008 satandartiga ko'ra – sifat tushunchasi aniqlangan va taklif etilayotgan ehtiyojlarni qondirish qobiliyatini o'zida ifoda etgan obektning butun bir xususiyatlari majmui hisoblanadi³.

Bugungi kunda adabiyotlarda ushbu tushunchaga berilayotgan ta'riflar ko'pligiga qaramay izlanuvchi olimlar, mutaxassislar va bir qator darsliklar mualliflari ham sifat tushunchasiga berilgan tarif yuqoridagi keltirilgan ta'rifda izchil ifoda etilganini ta'kidlashmoqda.

Shu nuqtai nazardan sifat tushunchasi nafaqat mahsulot va xizmatlar bilan bog'liq tushuncha balki, mahsulot ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish jarayonlari bilan ham bog'liq tushunchadir. Har qanday mahsulot yoki xizmat muayyan

³ ISO 9000–2008 xalqaro standartidan

iste'molchining talablariga javob berishi berishi lozim. Sifat esa mazkur talablarga mahsulot va xizmatning muvofiqligini ifodalaydi.

Mahsulot va xizmat sifati, uning foydalanish xafvsizligi va yaroqliligi, sotuvdan keyingi xizmati zamonaviy iste'molchi xaridining asosiy mezon hisoblanadi va izchil ravishda xo'jalikning bozordagi muvafaqqiyati yoki muvafaqqiyatsizligini belgilaydi.

Bugungi kun bozor iqtisodiyoti ishlab chiqarilayotgan mahsulot va xizmat sifatiga yangi talablar qo'yadi. Har qanday xo'jalik yuritish sub'ekti yoki firmaning hayotiyiligi, mahsulot va xizmatlar bozoridagi holati uning raqobatbardoshliligi bilan belgilanadi. Raqobatbardoshlik bir necha omillar harakati bilan bog'liq bo'lib, shulardan asosiy ikki omil – narx darajasi va mahsulot sifati kabilarni ajratish mumkin. Chunonchi, birinchi omil tizimli ravishda asosiy o'rinni egallaydi.

Mahsulot va xizmatlar sifatini aniqlashda hozirgi paytda “olti sigma” uslubi qo'llaniladi. Sifat tushunchasi haridorning mahsulot yoki xizmat iste'mol qiymatining kutilgan darajasi bilan haqiqiy darajasi orasidagi farqni ifodalaydi. Agar bu farq qancha kam bo'lsa mahsulot yoki xizmat sifati shuncha yuqori deb qabul qilinadi. E.Demingning taklifi bo'yicha “Reja - Amalga oshirish - O'lchash - Ijro etish” doirasidagi farqning “olti sigma” ga farq qilinishini taklif etadi. Bu uslubga binoan mahsulot yoki xizmat defekti bir million donadan 3,4 foizni tashkil etadi. Bu uslubni qo'llashda beshta bosqich ishlatiladi:

➤ **Aniqlash.** Haridorlar talabi va korxona strategiyasi ishlab chiqarish jarayonlari sifatini yaxshilash maqsadiga mosligi;

➤ **O'lchash.** Kelgusidagi ma'lumotlarning joriy jarayonlar sifatiga aloqadorligi;

➤ **Tahlil qilish.** Omillar va natijalarning sifatiga aloqadorligini isbotlash;

➤ **Yaxshilash.** Eksperimentlar va tajriba asosida jarayonlarning sifati optimalligini ta'minlash;

➤ **Nazorat yoki monitoring qilish.** Kutilgan sifat natijasi bilan haqiqiy sifat darajasi orasidagi farqni nazorat qilish.

Mahsulotning sifati butun jamiyat uchun katta ahamiyatga ega. Tovarni harid qilishda iste'molchi uni sifatli deb faraz qiladi, hech kim anglab turib sifatsiz mahsulot yoki xizmatni harid qilishni istamaydi. Mehmonxonaning muvaffaqiyati ko'proq darajada tovarlar va ko'rsatilayotgan xizmatlarning sifati va qiymati bilan belgilanadi.

Sifat bu nisbiy atama bo'lib u har xil iste'molchilar uchun turli ma'noga egadir. Sifatning uchta muhim xislatlarini ajratish va ularning zanjir ko'rinishida aks ettirish mumkin. *Birinchi bosqich*da ishlab chiqarish jarayoni va mehmonxona xizmatlari sifati uning ichida texnik jarayonlarga mos keluvchi darajani bildiradi. Sifatning bu jihati texnik sharoitlarga mos keluvchi sifat deb ataladi. *Ikkinchi bosqich*da konstruksiyaning sifati baholanadi. *Uchinchi bosqich*da sifat mehmonxona xizmatlarini faoliyat yuritishi iste'molchilarining haqiqiy ehtiyojlarini qanoatlantiruvchi darajani bildiradi.

Bu uchta jihatlar bir xil darajada muhimdir. Bu jihatlar bo'yicha yo'l qo'yilgan har qanday kamchilik firma uchun sifat bilan bog'lik g'oyat katta muammolarni tug'dirishi mumkin. Maqsadlarni belgilash sifatni ta'minlash yo'lidagi birinchi qadam bo'ladi. Bu qadam o'z ichiga ehtiyojlarni birlashtirishga va bu ehtiyojlarni qanoatlantirishga qaratilgan xizmat konstruksiyasini ishlab chiqishni o'z ichiga qamrab oladi.

Hozirgi zamon ishlab chiqarishida mehmonxona xizmatlarining sifati – korxona samaradorligi va rentabelligining eng muhim tashkil qiluvchisidir, shuning uchun unga doimo e'tibor qaratish zarur. Sifat bilan korxona direktoridan tortib, toki har qanday operatsiyalarning aniq ijro etuvchilarigacha bo'lgan ishlab chiqarish jarayonining barcha ishtirokchilari shug'ullanishi kerak.

Xizmatlar sifatini doimiy ravishda yaxshilab borish korxona raqobatbardoshligi va samaradorligining eng muhim shartidir. Xizmatlar sifatini boshqarish - xizmatlarni tashkil qilish, foydalanish yoki iste'mol qilishda sifatning kerakli darajasini belgilash, ta'minlash va ushlab turish maqsadida amalga oshiriladigan harakatdir. Xizmatlar sifatini boshqarish standartlashtirishga asoslanadi, u aholi zaruriyati uchun

tayyorlangan xizmatlarga ilg'or talablarni belgilab beruvchi me'yoriy texnik asosdan iborat bo'ladi.

Zamonaviy sifat boshqaruvi, sifat nazorati mahsulot va xizmat ishlab chiqarilgandan keyin emas, aksincha ushbu jarayon mahsulot va xizmat ishlab chiqarilish davomida amalga oshirilishiga asoslanadi va samarador bo'ladi. Shu bilan birga ishlab chiqarish oldi sifat kafolati bilan bog'liq faoliyat ham muhim ahamiyat kasb etadi.

Sifat ko'pgina tasodifiy, mahalliy va subektiv omillar harakati bilan belgilanadi. Ushbu omillarning sifat darajasiga ta'sirini oldindan xabardor bo'lish uchun xizmatlar sifati boshqaruvi tizimi kerak.

Sifat boshqaruvi – muhit, tizim, maqsad, dastur kabi tushunchalar bilan muqarrar ravishda suyanan holda olib boriladi. Ikki – boshqaruvchi va boshqariluvchi tizim farqlanadi. Boshqariluvchi tizim tashkilot boshqaruvining turli darajalarida namoyon bo'ladi. Boshqaruvchi tizim esa sifat boshqaruvini yaratadi va uni ta'minlaydi. Zamonaviy adabiyotlarda va shuningdek amaliyotda mahsulot va xizmatlar sifati boshqaruvining quydagi konsepsiyalari mavjud⁴:

- ❖ **Sifat tizimi** (Quality System);
- ❖ **Umumiy sifat boshqaruvi** (Total Quality Management);
- ❖ **Sifat kafolati** (Quality Assurance);
- ❖ **Sifat nazorati** (Quality Control);
- ❖ **Statistik sifat nazorati** (Statistical Quality Control);
- ❖ **Sifat nazorati tizimi** (Quality Assurance System);
- ❖ **Mahsulot kafolati** (Product Assurance);
- ❖ **Umumiy ishlab chiqarish boshqaruvi** (Total Manufacturing Management);
- ❖ **Ilg'or ishlab chiqarish tajribasi** (Good Manufacturing Practices);
- ❖ **Sifat boshqaruvi tizimi** (Quality System Management).

Sifat boshqaruvining boshqa konsepsiyalari ham mavjud. Lekin biz yuqorida sifatni boshqaruv obekti sifatida tushunish mumkin bo'lgan ayrim konsepsiyalarni keltirib o'tdik. Keltirib o'tilgan konsepsiyalar sifat turli muammolarni hal qilish

⁴ Бурков В.Н., Новиков Д.А. Модели и механизмы систем в управлении качеством. // Проблемы теории и практики управления. 2005. с.18 - 23

uchun TQM metodologiyasida ishlatiladigan turli usullar mohiyatini aks ettiradi. TQM zamonaviy firmalarni boshqarishda katta ahamiyatga ega.

Boshqariluvchi tizim yuqori boshqaruv bo'g'inidan boshlanadi. Aynan yuqori boshqaruv bo'g'ini xo'jalikning o'tgan davrga nisbatan ko'prog'iga qodir ekanligidan, ya'ni strategiyadan kelib chiqib harakat qiladi. Xo'jalikning tashkiliy tuzilmasida sifat boshqaruvi ishlarini muvofiqlashtiruvchi maxsus bo'limlar ham tuzilgan bo'ladi. Sifat boshqaruvi bilan bog'liq maxsus funksiyalarning bo'limlar orasida taqsimlanishi xo'jalikning hajmi va faoliyat yuritish xususiyatidan kelib chiqadi.

Shuni alohida ta'kidlash kerakki sifatni ta'minlash xo'jalik boshqaruv tizmi faoliyatining asosi vazifasi hisoblanadi. Sifat boshqaruvi bo'yicha maslahatchilar sifat kafolati va boshqaruvi xizmatchilarining diqattini, kuch quvvatini muammolarning kelib chiqishi va xatolarning hal qilinishiga sarf qilishiga e'tiborini qaratib edilar. Natijada boshqaruv tizimining maqsaddan og'ishi shakllandi. Bu tizim xatolarga munosabat bildirar va ishlab chiqarish jarayoni bilan bog'liq bo'limlar va profilaktik chora-tadbirlar rolini baholamas edi. Shu sababli sifat kafolati xo'jalikning ishlab chiqarish va xo'jalik faoliyatini nazorat qiluvchi boshqaruv tizimi bilan chambarchas bog'liq degan xulosaga kelindi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida faoliyat yurituvchi tashkilot va korxonalar sifat borasida shunday siyosatni shakllantiradilarki, unga ko'ra sifat bu nafaqat mahsulot va xizmatlarning, balki har qanday xodimning asosiy faoliyati asosidir. Siyosatda mazkur korxona va tashkilot ish sifati standartlari va sifatni ta'minlash tizimi asoslari joriy etilgan bo'ladi. Shunga ko'ra mahsulot va xizmat talab etilgan sifatiga ko'ra talab etilgan muddatda, talab etilgan hajmda va qabul qilingan narxda iste'molchiga yetkazilishi lozim.

Bugungi kunda sertifikatlashtirilgan sifat boshqaruvi tizimiga ega korxona va tashkilotlarda sifatni boshqarish muhim ahamiyat kasb etadi, chunki bu mahsulot sifatining turg'unligi va barqarorligining kafolati hisoblanadi. Shu jumladan sifat

tizimi sertifikatini korxonaning bozordagi raqobat ustunligini saqlashiga ham yordam beradi.

Sifatni yaxshilash talablariga muvofiq narxlarni pasaytirish orqali ham parallel olib borilishi mumkin. Loyihaning sifatini yaxshilash aksincha sarfni ko'paytiradi – yanada ko'proq didga va sifatga ega loyiha kam sarfga ega bo'lmaydi. Loyihaning sifati tushunchasi o'zida ishlab chiqaruvchining va savdo belgisining imiji yoki sifatni o'zlashtirgan jihatlarni mujassamlashtiradi.

Sifat uni to'ldiruvchilari va shakllantiruvchilari jihatlari bilan birgalikda sifat halqasini bildiradi. Sifat halqasi – bu mahsulot yoki ularni ishlab chiqarish va foydalanish jarayonlari sifatini aniqlashtirishning yopiq ketma-ketli chora-tadbirlaridir. Sifat, sifat halqasining barcha bosqichlari – ehtiyojlarni o'rganishdan boshlab, bozor imkoniyatlarigacha jarayonlarda, ya'ni marketingda yaratiladi, qo'llab-quvvalanadi va o'z davrini yashab bo'lgan mahsulotdan foydalanish davrida tugaydi.

Biror-bir bosqichda sifatga yetarlicha e'tibor berilmasa, bu mahsulotning butun umumiy sifati zarar ko'rgani kabi ishlab chiqaruvchining imiji tushishi va iste'molchi tomonidan ishonchning yo'qolishiga sabab bo'ladi. An'anaviy tarzda sifat mahsulot va xizmat ishlab chiqarishning bosqichlarini yaratuvchisi hisoblanadi. Bunga ko'ra ishlab chiqarish jarayonida eng asosiysi nuqsonga yo'l qo'ymaslik va ishlab chiqarish grafigini buzmaslikdir. Katta e'tiborni asosan mahsulot va xizmat ishlab chiqarishga qaratib ajoyib mahsulot va xizmat yaratish mumkin. Lekin ulardan ishlab chiqaruvchining o'zi foydalanadi. Qolganlar bu haqida bilmasliklari (sotuvni nomaqbul yo'lga qo'ygan xo'jalik) yoki umuman haridni inkor etishlari (ko'rimsiz, yaroqsiz ko'rinishga ega bo'lishi, xizmat ko'rsatish kafolati bo'lmasligi) mumkin. Mahsulot va xizmatning ishlab chiqaruvchi tomonidan ajoyib ishlab chiqilganiga qarmasdan, u iste'molchiga umuman kerak bo'lmasligi ham mumkin. Shu nuqtai nazardan sifat nazorat tizimi bu jihatlarning har biriga alohida e'tibor qaratadi.

Sifat boshqaruvini o`rganishdan uning tarkibiga kiruvchi quydagi funksiyalar ma`lum bo`ldi: *sifat siyosati va rejalashtirish, xodimlarni o`qitish va motivatsiya qilish, sifat ishlarini tashkillashtirish, sifat nazorati, sifat haqida ma`lumot, chora-tadbirlar ishlab chiqish, ma`muriyat tomonidan boshqaruv qarorlarining qabul qilinishi, ishlab chiqarish jarayoniga chora-tadbirlarni joriy qilish, tashqi tomonadan sifat borasida o`zaro hamkorlik* va boshqalar.

Sifat to`g`risida ma`lumot ichki va tashqi bo`ladi. Ichki tarafdan mahsulot va xizmatni loyihalashtirish nazorati natijalaridan iborat bo`ladi va uning yaratilishida qanday sifat zarurligi xo`jalik tomonidan belgilanadi. Tashqi tomondan esa iste`molchilar talabi, sotuv bozorlari, ilmiy-texnik jarayonlar ma`lumotlari va foydalanish ob`ektlari ko`rsatmalari asosida belgilanadi. Fanda boshqaruv turli shakllar, turlar va qaror qabul qilish bilan farqlanadi, qaror qabul qilish esa tanlov hisoblanadi. Biroq, qaror qabul qilish – bu nafaqat mavjud tanlov balki, mavjud muqobil variantlardan eng maqbulini (optimalini) tanlash mahoratidir.

Chora-tadbirlarni amalga oshirish, yuzaga kelgan nomuvofiqlarni optimal hal etishni to`g`ri tanlash yo`llari orqali erishish mumkin, shuning bilan birga ishlab chiqilgan chora-tadbirlar harakteridan kelib chiqqan holda profilaktik choralarni qo`llash orqali hamdir. Chora-tadbirlarni amalga oshirish sifatni boshqarishning oxirgi bosqichidir. U buyruqlar berish, tadbirlar rejasi yoki ish grafigini xodimlarga yo`naltirilish, sifat nazorati xizmatining bajarilishi kabilarda qaror qabul bilan amalga oshirilgan bo`ladi.

Mehmonxonada sifat doimiyligini saqlab turishning asosi mehmonxonadagi kesishuv nuqtalarini tushunish, to`g`ri foydalanish va xizmat ko`rsatish bilan to`yintirish sanaladi. “Kesishuv nuqtasi” deyilganda mijoz va mehmonxona xodimi o`rtasida kontakt sodir bo`ladigan har qanday nuqta tushuniladi.⁵

⁵ Safaeva S.R. «Mehmonxona xo`jaligini tashkil qilish»(O`quv qo`llanma). – T.: TDIU, 2011 yil. 261-b.

1.2. Mehmonxona xo`jaliklarida xizmatlar sifatni boshqarish tizimi va sifatni boshqarishda standartlashtirish va sertifikatlashtirish

Sifatni boshqarish mehmonxona korxonasida xizmatlar tashkil etishi va havola etilishini nazorat qiluvchi boshqaruv tizimi mavjud bo'lishini taqozo etadi.

Personalni tanlab olish va uni o'qitish *birinchi tizim* sanaladi. Personalning kompetensiyasi xizmatlar sifatini boshqarish uchun ulkan ahamiyat kasb etadi. Mehmonxona ma'muriyati personalda yuqori sifatli xizmatlarni havola etish uchun zarur bilim va malaka bo'lishi maqsadida har doim g'amxo'rlik qilishi lozim.

Xodimlar, havola etilayotgan xizmatlar konsepsiyasi mohiyatini iste'molchiga qadar yetkazib qo'yish uchun yetarlicha yuqori kommunikasiya darajasiga ega bo'lishi lozim.

Personal xushmuomalaligi sifatli xizmatlar havola etishda muvaffaqiyatning ahamiyatli omili sanaladi. Xodimlar qanchalik odobli, bosiq va iste'molchiga e'tiborli ekanligiga havola etilayotgan xizmatlar sifati ham bog'liq bo'ladi.

Xodimlarda xizmatlar havola etishga nisbatan hozirjavoblikni tarbiyalash lozim. Mijozlar tomonidan talab qilinayotgan xizmatlarni tezroq havola etishga xodimlar xohish-istak, qiziqish va layoqat ko'rsatayotganini nazorat qilib turish zarur.

Nihoyat, mijozlar bilan bevosita aloqada bo'ladigan xodimlarni vakolatlar bilan, hatto lavozim majburiyatlari doirasidan tashqarida bo'lgan, ammo muammolarni tez va samarali hal qilishga va mijozlar ketib qolishini bartaraf etishga imkon beradiganlari bilan ham quvvatlantirish kerak.

Ikkinchisi – personalni qo'llab-quvvatlash va qanoatlantirish tizimi. Mehmonxona korxonalarining savodxon va ishbilarmon rahbarlari iste'molchilarning mehmonxonaga nisbatan munosabati ko'p hollarda personal kayfiyatiga bog'liq bo'ladi deb hisoblaydilar. Ular ichki marketing o'tkazadilar va xizmat ko'rsatishning yuksak sifati uchun xodimlarni qo'llab-quvvatlash va mukofotlash tizimini ishlab chiqadilar.

Xizmatlarning rahbarlari xodimlarning o'z ishidan qoniqish darajasini doimiy asosda tekshirishlari lozim.

Xodimlarning ishdan qoniqish darajasi, basharti, agar mehmonxona rahbariyati hayotiy muammolarni hal qilishda yordam bersa, yanada ortadi.

Uchinchisi – sifat ustidan nazorat va mehmonxonada xizmatlar ko'rsatilishi jarayonini standartlashtirish. Odatda mehmonxona ma'muriyati xizmatlar taqdim etilishining ularni ishlab chiqarish jarayoni sxematik aks ettiruvchi taomil amaliyotlari ro'yxatini ishlab chiqadi.

Biroq, keragidan ortiqcha standartlashtirish havola etilayotgan xizmatlarni qashshoqlashtirib qo'yishini nazardan qochirmaslik ham kerak. Xizmatlarni sanoat konveeriga qo'yishga urinish yoki sarf–xarajatlarni qisqartirish mehmonxona rentabelligini qisqa muddatga oshirishi mumkin. Shuning barobarida ana shu harakatlar uzoq muddatli istiqbolda mehmonxonaning innovasiyalarga layoqatini pasaytirib yuboradi, shuningdek, xizmat ko'rsatishning yuqori darajasini saqlab qolish, mijozlarning o'zgarayotgan ehtiyojlari va xohish-istaklariga moslashuvchan javob qaytarish iqtidorini zaiflashtiradi.

To'rtinchisi — mehnat unumdorligini nazorat qilish tizimi. Mehmonxonalar rahbariyati xarajat past darajasini saqlab qolgan holda mehnat unumdorligini oshirishga erishadilar. Ana shu maqsadda odatda quyidagi usullardan foydalaniladi:

- personal kasbiy tayyorgarligini oshirish;
- sifatga ziyon yetkazmagan holda havola etiladigan xizmatlar hajmini oshirish;
- xizmatlar ishlab chiqarilishining texnikaviy jihozlanishini yaxshilash;
- xizmat ko'rsatishga inson mehnati sarfiyotini kamaytiruvchi innovasiyalarni joriy etish;
- xizmat ko'rsatish differensiasiyalanishi — mijoz mo'ljallab turgan asosiysiga qo'shimcha tariqasida ikkilamchi (qo'shimcha) xizmatlar turkumini ishlab chiqish;
- mijozlarni o'z-o'ziga xizmat ko'rsatishga undash (restorandagi shvedcha stol);

☞ mehnat unumdorligi o'sishiga turtki berishga imkon yaratuvchi yangi resurs tejovchi texnologiyalarni qo'llash.

Beshinchisi — shikoyatlar va takliflarni tahlil qilish tizimi, mijozlar tarkibini o'rganish, raqobatchilar xizmatlari sifatini o'z xizmatlarini havola etish sifati bilan solishtirish yordamida mijozlarning xizmatlar ko'rsatilishidan qanoatlanishi darajasini nazorat qilish.

Shikoyatlardan raqobatchilarga nisbatan ustunlikni qo'lga kiritish qimmatli manbai sifatida foydalanuvchi mehmonxonalar ana shu ustunlikni qo'ldan chiqazmaslik uchun ularga samarali ishlov berish mexanizmini yaratadilar. Shikoyatlar ishni yanada takomillashtirishning ehtimol tutiladigan yo'llariga ishora qiladi, norozi bo'lgan mijozni qanoatlantirishga imkon beradi. Shikoyatlar, shuningdek, kelajakda mijozlarni qanoatlantirish, ish yuklanmasi qisqarishidan saqlanishga va hozirgi pallada mehmonxona ishonchni orttirishga imkon beradi.

Turli-tuman tadqiqotlar, namunali mehmonxona strategik rejalashtirish tizimi mavjudligi bilan, rahbariyatning xizmat sifatini oshirishga intilishi bilan, xizmat ko'rsatishning yuksak standartlari, havola etilayotgan xizmatlar ustidan nazorat qilish tizimi, iste'molchilar shikoyatlarini qanoatlantirish tizimi bilan xarakterlanishini ko'rsatdi. Unda personalga va xaridorlarning qanoatlanishiga alohida e'tibor qaratiladi.

Xizmatlar sifatini boshqarishda standartlashtirish va sertifikatlashtirish.

Mehmonxonalar klassifikatsiyasi xalqaro va milliy darajalarda, shuningdek mehmonxonalar zanjiri, uyushmalari, ittifoqlari darajasida tartibga solib turiladi.

Dunyoda yagona tizimga kelishishga davlatlarni milliy an'analari, madaniy-tarixiy farqlar, sifat kriteriyalari to'siq bo'ladi. Hozirda O'zbekistonda mehmonxonalar klassifikatsiyasi tizimi 1 dan 5 yulduzgacha bo'lgan standart joriy qilingan. Xususan Samarqand viloyatida ham shunday kategoriyalarga kiruvchi mehmonxona xo'jaliklari mavjud va ular qo'yilgan talablar va xizmatlar xilma-xilligiga qarab bir-biridan farq qiladi.

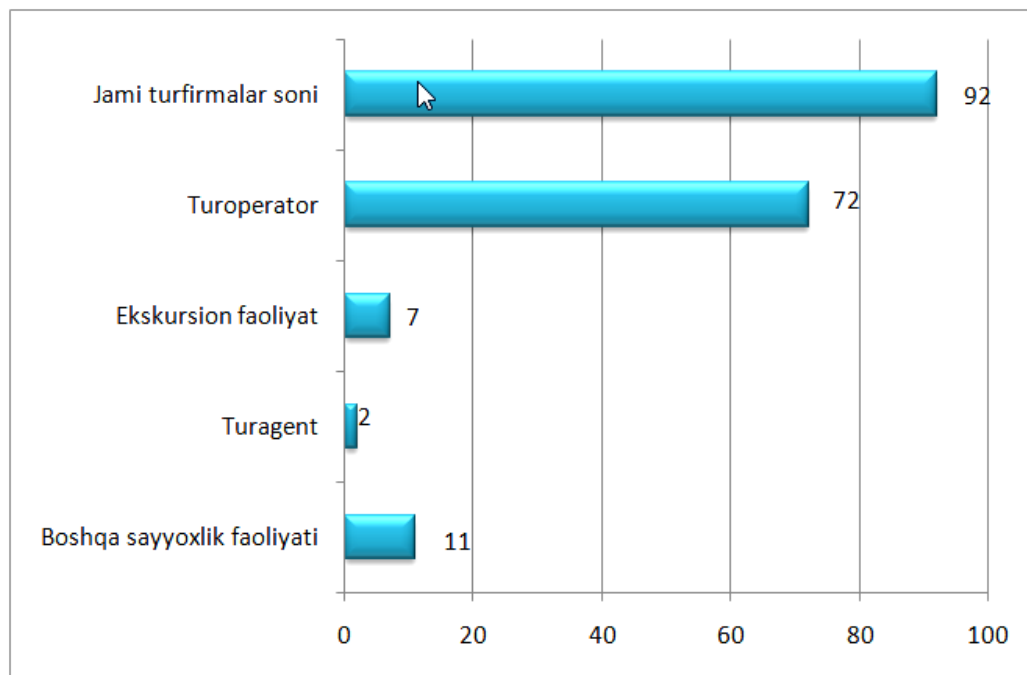
O'zbekiston Respublikasi viloyatlari ichida Samarqand viloyati katta turistik imkoniyatlarga ega viloyatdir. Hozirgi kunda viloyatda 100 ga yaqin turli mulk shakliga ega bo'lgan mehmonxonalar faoliyat ko'rsatmoqda. Bulardan tashqari 90 dan ortiq turfirmalar mavjud. Viloyatdagi har bir turizm faoliyati bilan shug'ullanishga huquqi bor turistik korxonalar tomonidan jami 25248 kishiga turistik xizmatlar ko'rsatilgan. 1.3-jadval.

1.3-jadval

2016-yilda Samarqan viloyatida turizm faoliyati bilan shug'ullangan turistik korxonalar haqida ma'lumot*

Sohalar nomi	Turistik faoliyat bilan shug'ullanadigan korxonalar soni		Xizmat ko'rsatilgan, kishi
	Jami	shundan xizmat ko'rsatganlari	
Jami turfirmalar soni	92	57	25248
Shu jumladan:			
Turoperator	72	44	14610
Turagent	2	1	40
Ekskursion faoliyat	7	6	5233
Boshqa sayyoxlik faoliyati	11	6	5365

Manba: O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari



1.3-rasm. 2016-yilda Samarqand viloyatida turizm faoliyati bilan shug'ullangan turistik korxonalar soni

Standartlashtirish – ijro etish majburiy bo'lgan hamda ijro etish tavsiya etiladigan talablar, normalar, qoidalar va shartlarni ishlab chiqish va belgilashga yo'naltirilgan, iste'molchining lozim darajadagi sifatli xizmatlarni ma'qul narxda harid qilish huquqini, shuningdek mehnatning xavfsizligi va qulayligini ta'minlovchi faoliyat.

Standartlashtirishning maqsadi – amalda mavjud, rejalashtirilgan yoki mo'ljallangan vazifalarni hal qilish uchun muayyan sohada belgilangan qoidalar, talablar, normalardan keng va ko'p karra foydalanish yo'li bilan oqilona tartib o'rnatilishiga erishish. Standartlashtirishning umumiy va tor maqsadlari farqlanadi.

Umumiy maqsadlar, eng avvalo, tushunchaning mazmunidan kelib chiqadi. Umumiy maqsadlarning muayyanlashtirilishi majburiy hisoblangan standartlarning talablari bajarilishi bilan bog'liq. Ularga odamlar hayoti va sog'lig'i, atrof-muhit va mol-mulk uchun xizmatlarning xavfsizligini, fan-texnika taraqqiyotining rivojlanish darajasiga muvofiq xizmatlar sifatini, barcha turdagi resurslarning tejalishini, xo'jalik

ob'ektlarining har xil (tabiiy va texnogen) ofatlar va favqulodda holatlar yuzaga kelishining oldini olish bilan bog'liq xavfsizligini ta'minlovchi normalar, talablar va qoidalarini ishlab chiqish kiradi.

Standartlashtirish standartlashtirish ob'ekti (predmeti) va standartlashtirish sohasi kabi tushunchalar bilan bog'liq.

Standartlashtirish ob'ekti – muayyan talablar, shartlar, parametrlar, qoidalar va sh.k. ishlab chiqiladigan xizmat, xizmat ko'rsatish jarayoni. Standartlashtirish umuman ob'ektga yoki uning tarkibiy qismlariga taalluqli bo'lishi mumkin.

Standartlashtirish sohasi – standartlashtirishning o'zaro bog'liq ob'ektlari majmui. Masalan, mehmonxona sanoati standartlashtirish sohasi hisoblanadi, muayyan mehmonxona xizmatlari: mehmonlarni rasmiylashtirish va joylashtirish xizmatlari, nomerlarni tozalash xizmatlari, ovqatlantirish xizmatlari standartlashtirish ob'ektlari bo'lishi mumkin.

Standartlashtirish har xil darajada amalga oshiriladi. Standartlashtirish darajasi standartni jahonning qaysi jug'rofiy, iqtisodiy, siyosiy mintaqasi ishtirokchisi qabul qilishiga qarab farq qiladi. Standartlashtirish amalga oshirilayotgan darajaga qarab:

➤ **xalqaro standartlashtirish** – istalgan mamlakatning tegishli organlari uchun ochiq faoliyat;

➤ **mintaqaviy standartlashtirish** – jahonning bir jug'rofiy, siyosiy yoki iqtisodiy mintaqasida joylashgan davlatlarning tegishli organlari uchun ochiq faoliyat;

➤ **milliy standartlashtirish** – bir muayyan davlatdagi standartlashtirish farqlanadi.

O'z navbatida, milliy standartlashtirish turli darajada: davlat, tarmoq, iqtisodiyotning muayyan sektori darajasida, uyushmalar, birlashmalar, korxonalar darajasida amalga oshirilishi mumkin.

Xalqaro va mintaqaviy standartlashtirish tegishli xalqaro va mintaqaviy tashkilotlarga a'zo mamlakatlarning mutaxassislari tomonidan amalga oshiriladi.

Standartlashtirish jarayonida standartlashtirish ob'ektiga doir normalar, qoidalar, talablar, shartlar ishlab chiqiladi va normativ hujjat tarzida

rasmiylashtiriladi. Normativ hujjatlarning turlari “Standartlashtirish Xalqaro Tashkiloti” (ISO) tomonidan tuzilgan ISO/MEK 2 qo‘llanmasida tavsiya etilgan. Bular standartlar, texnik shartlar, qoidalar to‘plamlari, reglamentlardir. ⁶

Standart – muayyan kelishuvga ko‘ra ishlab chiqilgan, e’tirof etilgan organ tomonidan tasdiqlangan, ma’lum sohada oqilona tartib o‘rnatishga yo‘naltirilgan normativ hujjat. Standartda faoliyatning har xil turlari yoki ularning natijalariga doir umumiy yoki ko‘p karra qo‘llaniladigan umumiy prinsiplar, qoidalar, shartlar belgilanadi. Standart fan, texnika va amaliy tajribaning umumlashtirilgan natijalariga asoslanishi, jamiyat uchun mumkin qadar ko‘proq foyda keltirishga yo‘naltirilishi lozim.

Texnik shartlar hujjati xizmat (mahsulot, jarayon) qanoatlantirishi lozim bo‘lgan texnik talablarni belgilaydi. Texnik shartlar hujjatida, zarur holda, mazkur talablarga rioya qilingan-qilinmaganligini aniqlash tartib-taomillari ko‘rsatilishi lozim.

Qoidalar to‘plami – loyihalash, tayyorlash, xizmat ko‘rsatish, foydalanish texnik qoidalar yoki tartib-taomillarini tavsiya etuvchi hujjat.

Reglament – majburiy huquqiy normalar ifodalangan va hokimiyat organi tomonidan qabul qilingan hujjat.

Inson faoliyatining barcha sohalarida xalqaro savdo va xalqaro hamkorlikning rivojlanishi ob’ektiv tarzda milliy standartlarni muvofiqlashtirish (uyg‘unlashtirish), xalqaro standartlar ishlab chiqish va ularni amalda keng qo‘llashni taqozo etdi. Sifatni boshqarish sohasidagi jahon tajribasi 1987–yil martda qabul qilingan va 1994–yilda yangilangan ISO 9000-9004 xalqaro standartlar paketida jamlangan. ISO 9000 standartlari o‘z klassik variantida sanoat uchun ishlab chiqilgan edi. Biroq, ularda bayon etilgan sifat tizimlari falsafasi universaldir. Shu bois hozirda turli faoliyat sohasidagi korxonalar va tashkilotlar bu metodologiyadan faol foydalanmoqdalar. Shuni qayd etish kerakki, chet elda minglab mehmonxonalar va restoranlar o‘z sifat

⁶ Aliyeva M.T. “Mehmonxona menejmenti”. Darslik. Toshkent-2007. 226-b.

tizimlarini milliy va xalqaro sertifikatlashtirish tizimlarida ro'yxatdan o'tkazadilar. Bu ularga raqobat kurashida muayyan ustunliklar beradi. ISO 9004-2 «Sifatni umumiy boshqarish va sifat tizimi elementlari. 2-qism. Xizmatlar bo'yicha rahbar ko'rsatmalar» xalqaro standartining qabul qilinishini xizmatlar sifatini boshqarish sohasida jahon tajribasi erishgan yutuq deb hisoblash mumkin.

Sertifikatlashtirish. “Sertifikatlashtirish” so'zi lotinchadan tarjimada “to'g'ri bajarilgan” degan ma'noni anglatadi. Xizmat “to'g'ri ko'rsatilganligi”ga ishonch hosil qilish uchun u qaysi talablarga javob berishi lozimligini va bu muvofiqlikning ishonchli dalillarini qanday olish mumkinligini bilish kerak. Muvofiqlikni sertifikatlashtirish bunday dalillarni olishning umumiy e'tirof etilgan usulidir.

Sertifikatlashtirish – muayyan xizmat qo'yilgan talablarga javob berishiga uchinchi tomon yozma kafolat berishi bilan bog'liq taomil. Uchinchi tomon deganda xizmatlar ko'rsatuvchiga (birinchi tomonga) ham, iste'molchiga (ikkinchi tomonga) ham bog'liq emas deb e'tirof etilgan shaxs yoki organ tushuniladi.

Taomillar, qoidalar, sinovlar hamda sertifikatlashtirish jarayonining tarkibiy qismi hisoblangan boshqa harakatlar muayyan omillarga qarab har xil bo'lishi mumkin. Mazkur omillar orasida standartlashtirish, sifat va bevosita sertifikatlashtirishga taalluqli qonun hujjatlari muhim o'rin tutadi. Muvofiqlikni isbotlash muayyan sertifikatlashtirish tizimida amalga oshiriladi. ISO/MEK 2 qo'llanmasiga muvofiq, bu sertifikatlashtirishni o'z qoidalariga binoan amalga oshiruvchi tizimdir.

Umumiy tarzda *sertifikatlashtirish tizimi* quyidagi tarkibiy qismlardan tashkil topadi:

☞ *tizimni boshqaruvchi, uning faoliyatini nazorat qiluvchi markaziy organ. U sertifikatlashtirishni amalga oshirish huquqini boshqa organlarga o'tkazishi ham mumkin;*

☞ *sertifikatlashtirishni amalga oshirish qoidalari va tartibi;*

☞ *sertifikatlashtirishni amalga oshirishni tartibga soluvchi normativ hujjatlar;*

☞ *sertifikatlashtirish taomillari (sxemalari);*

☞ *inspeksiya nazorati tartibi.*

Xizmatlarni sertifikatlashtirish markaziy (milliy) organda akkreditatsiyadan o'tgan organlar tomonidan amalga oshiriladi. Sertifikatlashtirish organi vazifalarini mustaqillik va kasbga layoqatlilik talablariga javob beradigan, kamida ikkita ekspert-auditorga ega bo'lgan korxona va tashkilotlar bajarishi mumkin.

Sertifikatlashtirish tizimlari milliy, mintaqaviy va xalqaro miqyoslarda faoliyat ko'rsatishi mumkin. Agar sertifikatlashtirish tizimi muayyan xizmatlar turining muvofiqligini isbotlash bilan shug'ullansa, bu turdosh xizmatlarni sertifikatlashtirish tizimidir. U o'z faoliyatida ayni bir xil xizmatlarga taalluqli standartlar, qoidalar va tartib-taomillarni qo'llaydi.

Sertifikatlashtirish majburiy va ixtiyoriy xususiyatga ega bo'lishi mumkin.

Majburiy sertifikatlashtirish qonunlar va qonun hujjatlariga muvofiq amalga oshiriladi va mehmondo'stlik xizmatlari texnik reglamentlarning talablariga, standartlarning majburiy talablariga muvofiqligini tasdiqlashni ta'minlaydi. Bunda odamlarning hayoti, sog'lig'i, xavfsizligini saqlashga majburiy talablar qo'yiladi.

Majburiy sertifikatlashtirish "Iste'molchilarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida", "Mahsulotlar va xizmatlarni sertifikatlashtirish to'g'risida"gi qonunlar bilan belgilangan. Majburiy sertifikatlashtirishni amalga oshirish uchun majburiy sertifikatlashtirish tizimlari tashkil etiladi. Majburiy sertifikatlashtirilishi lozim bo'lgan ob'ektlar nomenklaturasi davlat boshqaruvi darajasida belgilanadi.

Ixtiyoriy sertifikatlashtirish yuridik yoki jismoniy shaxslarning tashabbusi bilan arizachi va sertifikatlashtirish organi o'rtasida tuzilgan shartnoma shartlarida amalga oshiriladi. Ixtiyoriy sertifikatlashtirish haqida qaror qabul qilinishi odatda xizmatlarning raqobatbardoshligi, xizmatlarni bozorga (ayniqsa, xorijiy bozorga) chiqarish, tanlashda ko'proq sertifikatlashtirilgan xizmatlarga qarab mo'ljal oluvchi haridorlarning talablari muammolari bilan bog'liq.

Jahon turistik tashkiloti 1989 –yilda ishlab chiqqan va mintaqaviy komissiyalar tomonidan ma’qullangan “Tasniflash standartlariga asosan mehmonxonalarni tasniflash mezonlarini xalqaro miqyosda uyg‘unlashtirish” loyihasi mehmonxonalarni ixtiyoriy sertifikatlashtirishning rivojlanishida muhim bosqich bo‘ldi.

Ixtiyoriy sertifikatlashtirish belgilangan tartibda akkreditatsiya qilingan sertifikatlashtirish organlari tomonidan shartnoma narxlarida va xavfsizlik majburiy sertifikati olinganidan keyingina amalga oshiriladi.

Xizmatlarni sertifikatlashtirish tartibi quyidagilarni o‘z ichiga oladi:

- ✓ sertifikatlashtirishga ariza berish;
- ✓ ariza yuzasidan qaror qabul qilish, shu jumladan sertifikatlashtirish sxemasini tanlash;
- ✓ tekshirish o‘tkazish uslubikasini ishlab chiqish;
- ✓ sertifikatsion tekshirish o‘tkazish;
- ✓ muvofiqlik sertifikati hamda muvofiqlik belgisini qo‘llashga litsenziya berish, muvofiqlik ustidan inspeksiya nazoratini amalga oshirishga shartnoma tuzish;
- ✓ sertifikatlashtirilgan xizmat normativ hujjatlarning talablariga muvofiqligi ustidan inspeksiya nazoratini amalga oshirish.

Inspeksiya nazorati sertifikatni bergan organ tomonidan sertifikatning amal qilish muddati mobaynida, lekin yilda kamida bir marta, davriy va rejadan tashqari tekshirishlar shaklida amalga oshiriladi. Inspeksiya nazorati natijalari dalolatnoma bilan rasmiylashtiriladi. Dalolatnomada nazorat natijalariga baho beriladi va berilgan sertifikatni amalda qoldirish imkoniyati haqida xulosa chiqariladi. Dalolatnoma sertifikatlashtirish organida saqlanadi, uning nusxalari esa xizmatlar ko‘rsatuvchi korxonaga va inspeksiya nazoratida qatnashgan tashkilotlarga yuboriladi.

Belgilangan qoidalarni buzish holatlari aniqlangan taqdirda sertifikatning amal qilishi to‘xtatilishi yoki tugatilishi mumkin.

1.3. Mehmonxona xo`jaliklarida xizmat ko'rsatish sifatini oshirish dasturlarining ishlab chiqilishi

Turizm – bu pul evasiga iste`molchiga turli xil xizmatlar taklif etiladigan bozor ya`ni iqtisodiyotning sektoridir. Shunday qilib turizm iqtisodiyotning istiqbolli va tez rivojlanuvchi tarmoqlaridan biri bo`lgan xizmatlar sohasiga tegishlihisoblanadi. U o`zida keng faoliyat shakllarini o`zida mujassamlashtiradi. Savdo–sotiq va transportdan tortib to moliyalashtirish va dalollik xizmatlarining turli ko`rinishlarigacha. Mehmonxona xo`jaliklari, restoranlar, go`zallik salonlari, sport va mashg`ulot tashkilotlari, radio-telestansiyalar, konsalting firmalari, tibbiyot muassasalari, muzey , kino, teatr va boshqa ko`plab faoliyatlar, bular hammasi xizmatlar sohasiga kiradi. Amalda aytganda u yoki bu faoliyat sohasi ham xizmatlarni ko`rsatadi.

Xizmat – bu bir tomonning boshqa tomonga sezilmas darajada bo`lsada moddiylik olib kelmasligi mumkin bo`lgan har qanday foyda yoki tadbirlaridir. Xizmatlar bozori asosan ikki sababga ko`ra boshqa bozorlardan tubdan farq qiladi:

➤ Xizmat ko`rsatish, uni ko`rsatishgacha mavud bo`lmaydi. Bu xizmatlarni qabul qilib olinmaguncha ularga qiyoslash va sifatini baholash imkonining yo`qligidir. Shuning uchun faqat kutilgan va qabul qilingan foydani solishtirish mumkin;

➤ Xizmat ko`rsatishga yuqori darajadagi noaniqlik xos xususiyatdir. Bu mijozga manfaatsizlik holatini va sotuvchining xizmatlarini bozorga chiqishini qiyinlashtiruvchi xususiyatir.

Har qanday mehmonxonaning faoliyat samaradorligi u taqdim etadigan mehmonxona xizmatlarining sifati bilan bog`liq. Mehmonxona xizmatlar sifati quydagi xususiyatlari bilan ajralib turadi:

☞ **Mahoratlilik** (tashkilot xizmat ko`rsatishda yetarli malaka va ko`nikmaga ega bo`ladi);

☞ **Ishonchliligi** (tashkilotning barqarorligi);

☞ **Hozirjavoblik** (tizimi hali yangi, noma`lum so`rovlarda xatolarga yo`l qo`ymaydi);

☞ **Erkinlik** (tashkilot xodimlari bilan bog`lanishning yengilligi);

☞ **Tushunish** (mijozning o`ziga xos ehtiyojlarini tushunish);

☞ **Aloqa** (mijoz uchun o`z vaqtda va foydali ma`lumotlar);

☞ **Ishonch** (tashkilot obro`si);

☞ **Xafvsizlik** (jismoniy va ma`naviy havfsizlik);

☞ **Xushmuomalalik** (odoblilik, diqqatlilik, do`stonalik);

☞ **Sezgirlik** (tashkilot va xodimlarning moddiy jozibadorligi).

Mehmonxona xizmatlarini ko`rsatish, uning xususiy shaklidan qat`iy nazar, mehmonxona ma`muriyatining asosiy diqqat markazidadir. Xizmat ko`rsatishda sifatlilikka erishish nafaqat tadbirkorlikda, balki mehmonxona xo`jaliklarida ham muvaffaqiyatga erishishning asosiy vazifasi hisoblanadi. Mehmondo`stlik sohasidagi faoliyat mijoz va xodimlar o`rtasidagi aloqaning eng yuqori darajada bo`lishini va muvofiqlashuvini anglatadi. Bu borada ko`p uchraydigan harakatlar mehmonxona xizmatlari sifatini yaxshilashga va nazoratiga yo`naltirilgan (Suvning harorati, sochiqlar soni, taomni tayyorlash shartlari va boshqalar). Biroq mehmonxona xizmatlari sifati texnik taraflarni hal etish bilan cheklanib qolmaydi. Mehmonxona xo`jaliklarini rivojlantirish uchun an`anaviy tarzda mijozlarning barcha xoxish-istaklarini bajarib, ishonchini qozongan holda, ularni jalb qilish ko`zda tutiladi. Bu ularni to`liq qonishini kafolatlaydi. Shuning uchun mehmonxona xo`jaliklari strategiyasida mehmonxona xo`jaligi va mijoz o`rtasidagi munosabatni yo`lga qo`yish va yaxshilashga alohida diqqat qaratishi lozim.

Bugungi kunda ko`plab mehmonxona xo`jaliklari rahbar xodimlarida yuqori sifat yuqori tannarxni, harajatni anglatadi degan mulohaza shakllangan. Bu mulohaza noto`g`ri, chunki mijozning xizmat bilan uchrashuv salohiyatini yo`qqa chiqaradi. Sifatni doimiy ko`tarib boorish – bu harajat emas, aksincha , bu mijozni ishonchini qozongan holda, uning mavjud ehtiyojlarini qondirib borgan holda , uzoq muddatli

qo'yilma ya'ni daromad demakdir. Ushbu fikr mavjud ilmiy izlanishlarga asoslangan. Mavjud mijozga sifatli xizmat ko'rsatish jarayonidagi harajatlardan yangi mijozni jalb qilish harajatlari 5 marta ko'proq ekanligi isbotlangan. Ushbu izlanishlar quydagi omillarga asoslangan:

☞ Mijozlarni mumkin qadar saqlab qolish marketing harajatlarini kamaytiradi va o'z navbatida rentabellikni oshiradi;

☞ Yuqori sifatli xizmat bilan ehtiyoji qondirilgan mijozlar mehmonxona xo'jaligi to'g'risidagi iliq ma'lumotlarni og'zaki tarqatgan holda tekin reklama o'nini bosadi.

Xizmat ko'rsatish sifatini oshirish dasturi mehmonxona barcha bo'linmalari sa'y-harakati va kuch-g'ayratini o'zi ichiga oladi. Bu bobning vazifalari sirasiga korxonada sifatni yalpi (total) boshqarish tamomil- amaliyotlarini detallar bilan batafsil tasvirlab yoritib berish kirmaydi. Biroq, mehmonxonada xizmat ko'rsatish sifatini oshirish uchun ishlab chiqilayotgan dastur 10 ta asosiy tamoyilni o'z ichiga olishi lozim, jumladan:

☞ *Etakchilik (yo'lboshchilik, liderlik).* Mehmonxona rahbariyati korxonaning qaysi maqsadga xizmat qilishi va kelajakda rivojlanishi borasida aniq-tiniq tasavvurga ega bo'lishi lozim, ammo bu kifoya qilmaydi. Rahbarlar shuningdek ana shu tasavvurni o'z qo'l ostidagilarigacha yetkazishlari va ularni shunga ishonishga va ergashishga ishontirishi kerak. Durust liderlar ham xizmatchilarga, ham mijozlarga ko'rinib turadigan harakatlar vositasida sifatli xizmat ko'rsatilishi maqsadini ko'zlaydilar.

☞ *Mehmonxonaning barcha bo'linmalarida marketing yondoshuvini joriy etish.* Marketing konsepsiyasi u butun boshli tashkilotni qizil chiziqdek kesib o'tishi lozimligini nazarda tutadi. Otelda mehmonlarga xizmat ko'rsatish bo'yicha marketing funksiyalarini bajarish — marketing bo'limidan tashqarida ham xodimlarning majburiyati ekanligini hamisha nazardan qochirmaslik lozim. Bundan tashqari mehmonxonadagi marketing bo'limi har bitta bo'linmaning ishida ishtirok etmoqi lozim.

➤ *Mijozlar ehtiyojlarini tushunish.* Mijozlar sifatni yaxshi his etadilar. Xizmat ko'rsatishning yuqori sifatiga ega bo'lgan mehmonxonalar undan bozor nimalarni talab qilishini biladilar. Mehmonxona tomonidan taklif etilayotgan xizmat maqsadli bozor uchun mo'ljallangan bo'lishi lozim.

➤ *Mehmonxona biznesi maqsad va vazifalarini tushunish.* Sifatli xizmat ko'rsatilishini havola etish mehmonxonalar xodimlari barcha komandalari bir tekisda ravon ishlashini talab qiladi. Xar bitta bo'linma xizmatchilari ularning ishi butun jamoat faoliyati natijalariga qanday ta'sir qilishini tushunib yetishlari lozim. Ayrim otellarda personal “kesishadigan” xizmat ko'rsatish o'rgatiladiki, bunda xodim ishlarning har xil turlarini bajaraveradi. Bunday o'qitish xodimga turdosh kasblarni egallashga imkon yaratib beradi va boshqa ixtisoslar bo'yicha ishlar mohiyatini tushunishga yordam beradi.

➤ *Ishda asosiy tashkiliy tamoyillarni qo'llash.* Mehmonxona ishi durust rejalashtirilgan va yaxshi boshqaruvga ega bo'lishi kerak. Bu narsa boshqaruv konsepsiyasi loyihasini ishlab chiqishdan boshlanadi. Boshqaruv mehmonxonada xizmat ko'rsatilishi mijoz va tanlangan bozor segmenti uchun manfaatdorlikni ta'minlaydigan bir tarzda tashkillashtirilishi lozim. Ayni mahalda bunda mehmonxona xodimlarini boshqaruv axborotlari bilan ta'minlaydigan tizim yaratish zarur. Ana shunday tizim personalni yollash va uni o'qitish, xizmatlarni xarid qilish taomil-amaliyotlari, boshqaruv axborotlari tizimi, nomerlarni bronlashtirish tizimi, mehmonxona asbob-uskunalar texnikaviy xizmat ko'rsatish tizimi, sifatni nazorat qilish tizimi, ta'minot va hokazolarni o'z ichiga oladi. Sifatli xizmat ko'rsatilishi ta'minlanadigan mehmonxonalarda operasion jarayonlar durust yo'lga qo'yilgan bo'ladi.

➤ *Erkinlik omillari.* Birinchi toifali to'rt va besh yulduzli mehmonxonalarda mijozga ko'proq yo'naltirilgan personallashtirilgan xizmatlardan foydalanishni ko'zlaydilar. Xizmatlarni havola etish tizimi zo'rma-zo'raki tiqishtiriladigan bo'lmasligi va moslashuvchan bo'lishi kerak. Xizmatchilar mijozga uning

ehhtiyojlariga mos ravishda xizmat ko'rsatish uchun o'z harakatlarida ma'lum erkinlik darajasiga ega bo'lishlari kerak. Ular qat'iy yo'riqnomalar va qattiq qoidalarga bog'lanib qolmasliklari zarur. Bo'linmalar rahbarlari xodimlar ishini qo'llab-quvvatlashlari va xizmatchilarga mijozga kerakli tarzda xizmat ko'rsatishga xalaqit beradigan qoidalar va yo'riqnomalar ko'rinishida turli- tuman to'siqlar o'rnatib qo'ymasdan, balki ishning yo'nalishlarini ko'rsatib qo'yishlari kerak.

➤ *Mos keluvchi texnologiyalardan foydalanish.* Texnologiyalardan marketing muhiti o'zgarishlarini nazorat qilib turish, operasion tizimlarga yorda berish, mijozlar ma'lumotlar bazasini rivojlantirish va ular bilan aloqani saqlab qolish metodlarini takomillashtirish uchun foydalaniladi. Masalan, «mehmon tarixi» komp'yuter kichik tizimi mijozga sifatli xizmat ko'rsatilishiga monelik qilishi mumkin bo'lgan muammolarni aniqlash uchun ogohlantirish tizimi sifatida xizmat qiladi. Boshqa bir tizim — PMS (binoni boshqarish tizimi) texnikaviy xizmat ko'rsatish sikllari nomerlarni profilaktik ta'mirlash to'g'risida axborot beradi.

➤ *Kadrlarni samarali boshqarish.* Rahbariyatning harakatlari – mehmonxona jamoasi bilan muloqot qilishning yagona yo'lidir. Xar qanday darajadagi rahbar xizmatchilar u yoki bu vaziyat uning reaksiyasi ustidan kuzatib turishini va uning yurish-turish va xulq-atvorini o'rganishini tushunishi lozim. Mabodo mehmonxona direktori polda tushib yotgan bir varaqni yerdan olsa, unda xizmatchilar aynan shunday ishni qiladilar. Bitta komanda sifatida ish ko'rayotgan xodimlarning jamoaviy ishi muhimligini alohida ta'kidlovchi menejer ishlab chiqarish intizomini yanada mustahkamlashi va jamoa ishonchiga suyanib ish yuritishi mumkin. Xizmatchilar qanday qilib samarali ishlash mumkinlini biladigan bir tarzda boshqarish zarur.

➤ *Standartlarni belgilash, bajarilgan ishlarni baholash va rag'batlantirishlar tizimini joriy etish.* Xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilashning eng muhim usuli xizmat ko'rsatish standartlarini va uning maqsadlarini belgilash, keyin esa boshqaruvchilar va xizmatchilarni ana shunga o'rgatishdir. Ana shu standartlar uzluksiz ortib borishi,

ularni bajarayotgan xizmatchilar esa taqdirlanishi lozim. Sifatni boshqarish dasturi mijozlarga xizmat ko'rsatish standartlarini va xodimning mehnati ana shu standartlarga qanchalik mos tushishini baholash metodlarini ishlab chiqishni o'z ichiga olishi kerak. Xodimlar bilan muloqotni ular ma'muriyat tomonidan o'z ishlariga baho oladigan bir tarzda olib borish kerak. Bundan tashqari, mijozlardan olingan ularning ayrim xizmatlardan qanoatlangani to'g'risidagi axborot xizmatchilarning ishga nisbatan munosabatini o'zgartirishi mumkin. Ammo bu, basharti, agar natijalar hammaning e'tiboriga yetkazilgan bo'lsa shunday bo'ladi, kimki yaxshi xizmat ko'rsatayotgan bo'lsa, ajratib olinadi va mukofotlashning maxlum bir turi bilan taqdirlanadi.

➡ *Xizmatchilar bilan mehnat natijalariga ko'ra teskari aloqa.* Mehmonxona ishi natijalari xizmatchilar e'tiboriga yetkazilishi lozim. Bu narsa mehmonxona korxonasi oliy rahbariyatidan xizmatchilar bilan muloqot chog'ida va qisman bo'limlardagi majlislar jarayonida chiqqani ma'qulroqdir.

Mehmonxona xodimlari mehmonlarga nimalar yoqishini va ular nimalarni yaxshi ko'rmasliklarini bilishlari lozim. Ular shuningdek qaysi sohalar yaxshilanayotgani, qaysilar esa aksinchaligi to'g'risida tasavvurga ega bo'lishlari lozim. Mehmonxonalardagi sifatni yaxshilash dasturlarini o'rganish natijalar hamma joyda birdek emas. Bir qator mehmonxonalarda sifatni oshirish yuzasidan sa'y-harakatlar ijobiy natijalar bergan, bunday mehmondo'stlik korxonalari rentabelligi o'sgan.

Mehmonxona xo'jaliklari ko'rsatadigan xizmatlar sifati yuqori darajada inson kapitalining ko'nikma va qiziqishlariga, uning ijodiy imkoniyatlardan foydalana olishi, yangi texnologiyalarni joriy qilishi, mijozlarga xizmat ko'rsatish moddiy bazalaridan foydalanish shakllari va yangi tashkiliy jarayonlarni tadbiq qila olishi kabilarga bog'liqdir. Boshqacha aytganda, mehmonxona xo'jaliklarida xizmat sifati – bu mijozning ehtiyojidan kelib chiqqan holda uni qondirilishi o'lchovi va xususiyatidir.

II-BOB. “REGAL PALACE”MEHMONXONASIDA KO`RSATILAYOTGAN XIZMATLAR SIFATINING HOLATI

2.1. “Regal Palace” mehmonxonasining boshqaruv tizimi tahlili

“Regal Palace” mehmonxonasi 2009 – yilda o`z faoliyatini boshlagan bo`lib, “REGAL PALACE” MCHJ qo`shma korxonasi tarkibidadir. Ushbu qo`shma korxona tarkibida yana bir mehmonxona – “Majestic Palace” mehmonxonasi va “Regal” avtosaloni ham mavjud.

Tashkilot nomi:	MCHJ "REGAL PALACE" QK
Manzil:	1718401 Samarqand viloyati, Samarqand shahri, V.Abdullayev ko`chasi, 1-uy
Telefon:	+998662329297, +998662329999
Faoliyat turi:	Mehmonxona xizmati
Tashkiliy- huquqiy shakli:	Ma`suliyati cheklangan jamiyat
STIR	302010469
Ta`sischilari:	1. Raximov P. 2. "Regal" QK 3. "VASTOM LTD" kompaniyasi

“Regal Palace” mehmonxonasi Samarqand shahar xalqaro aeroporti yaqinida, V. Abdullo ko`chasi 1-uyda joylashgan. Mehmonxona turistlarning asosiy kelib tushadigan joylarining masofalari uzoq bo`lmaganligi va yo`lining ravon tufayli ham ancha qulay joylshgan. Jumladan, mehmonxona Samarqand xalqaro aeroportiga juda yaqin joylshgan bolib, oradagi masofa 2-3 daqiqalik yo`l hisoblanadi. Mehmonxona Shahar markazidan 5 km , temiryo`l vokzalidan 7-8 km, forumlar saroyi binosidan 5-5.5 km, shaharning diqqatga sazovor joylari, Universitet hiyoboni, Ruhobod masjidi, Go`ri Amir maqbarasi, Registon maydonlaridan 5-6 km uzoqlikda joylashgan. Mehmonxona 6 qavatdan iborat bo`lib, uning 1-qavatida restoran oshxonasi bilan, bar, suvinerlar sotiladigan do`kon, mehmonlarni qabul qiluvchi “Front office” – “Reception” bo`limi, sog`lomlashtiruvchi sport kompleksi “OLYMPIA”, hovli, basseyn va sauna kabilar joylashgan. “Regal Palace” mehmonxonasi elektr energiyasi, sovuq suv, tabiiy gaz, oqava suvlari ta`minoti bo`yicha shahardagi markazlashgan

tarmoqlar tizimiga ulangan. Mehmonxonada turib shahardagi yirik savdo tarmoqlaridan “O`zbekim”, “Farovon”, “Korzinka.uz”, “Registon” kabi supermarketlardan savdo qilish imkoniyati mavjud.

“Regal Palace” mehmonxonasi toifasiga ko`ra 4 yulduzli mehmonxona (\*\*\*\*) hisoblanib, u mijozlar e`tiboriga turli xizmatlarni taklif etadi. Mehmonxona guruhlar hamda yakka tartibdagi mehmonlar guruhlariga xizmat ko`rsatishga mo`ljallangan .

Mehmonxonada 63 ta mahalliy va xorijiy mehmonlar talablariga javob beradigan nomerlar bo`lib, shulardan 59 tasi standart nomerlar, 4 tasi lyuks toifasidagi appartement nomerlar hisoblanadi. Barcha nomerlarda mini bar , yuqori sifatli rangli televizor, fen, telefon, elektr choynak, konditsioner, muzlatgich, “Wi-Fi” tarmog`i, dush, vanna va shu kabi vositalar va qulayliklarga ega. Mehmonxona jami 127 ta mehmon qabul qilishga mo`ljallangan. Mehmonxonaning 6- qavatida ham restoran va oshxona joylashgan. Bu restoran asosiy restoranga qaraganda biroz kichik bol`ib, ish yuzasidan tashrif buyurgan mehmonlarning yuqori sifatli darajada ehtiyojlarini qondirilishi va tanovul qilishi uchun mo`ljallangan.

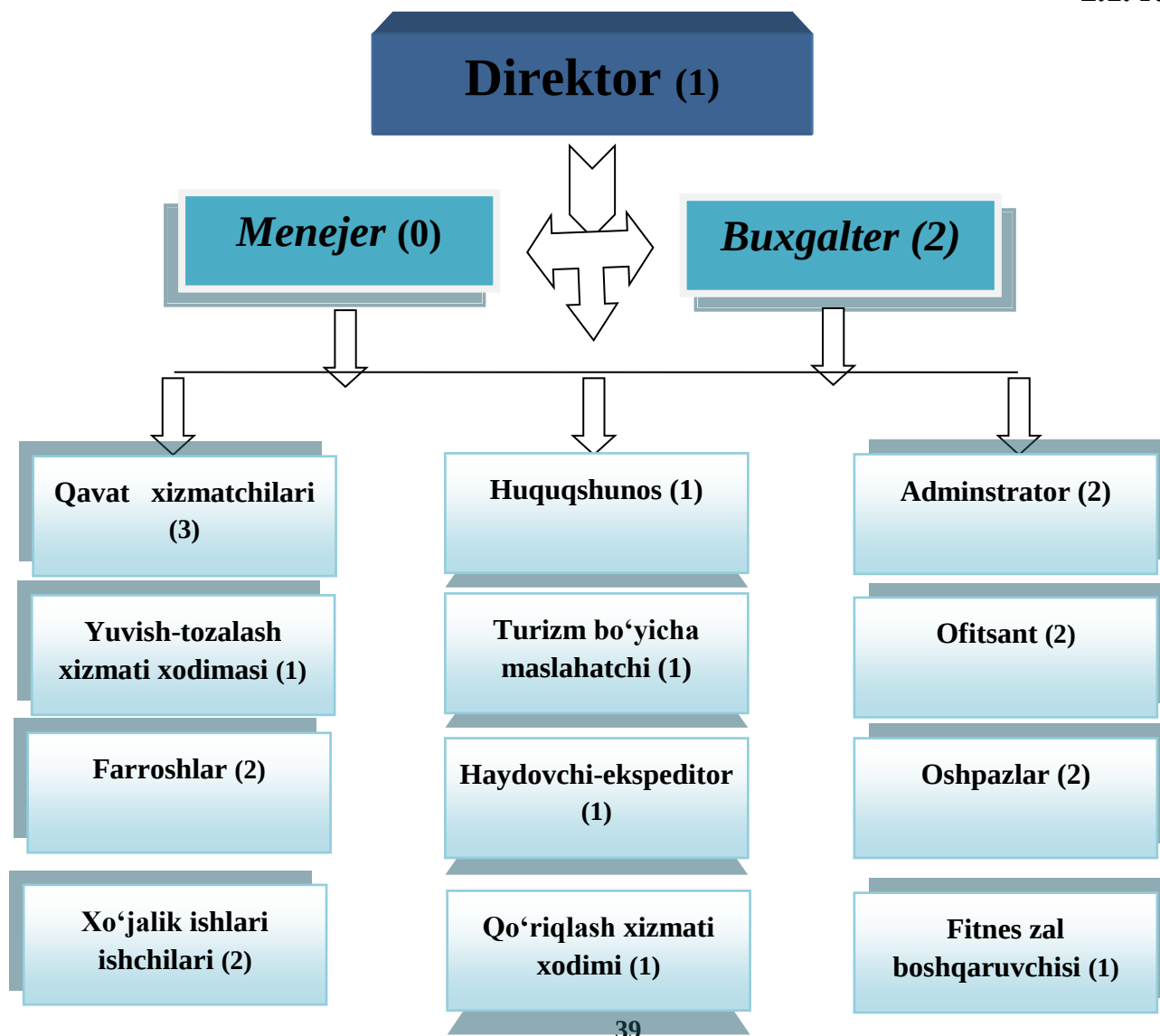
“Regal Palace” mehmonxonasining asosiy maqsadi mehmonxona mijozlarining xizmatlarga va mahsulotlarga bol`gan ehtiyojini qondirish, sifatli xizmat ko`rsatish, aholini ish o`rni bilan ta`minlash va o`z navbatida tadbirkorlikdan foyda olish hisoblanadi. “Regal Palace” mehmonxonasi faoliyati maqsadlari quydagilardan iborat:

- Sayohat operatorligi;
- Sayyohlarni qabul qilish, ularni yuborish, sayohat byurosi xizmati va sayyohlik safarlari xizmatlarini tashkil etish;
- Mehmonxonalar tashkil etish, mehmonxona xizmati;
- Xorijiy turizm va milliy turizm bo`yicha sayohat yo`nalishlari ishlab chiqish faoliyati , sayohatchilar guruhini shakllantirish va qabul qilish, mehmonlarga turli xizmatlar ko`rsatish;
- Sayohatchilar hujjatlarini rasmiylashtirishda amaliy yordam ko`rsatish;
- Maishiy xizmatlarni tashkil etish;

➤ Umumiy ovqatlanish shohobchalari tashkil etish va umumiy ovqatlanish sohasida kulinariya, shuningdek boshqa oziq-ovqat mahsulotlari tayyorlash, sotish va iste'mol qilishni tashkil etish hamda xizmat ko'rsatish va nizomda ko'rsatilgan boshqa faoliyat turlari bilan shug'ullanish.

“Regal Palace” mehmonxonasi boshqaruvi direktor tomonidan amalga oshirilib, uning tashkiliy tuzilmasi chiziqli tarkibga ega. Mehmonxonada asosiy boshqaruv masalalarini direktor bevosita o'zi hal etadi. Mehmonxona tomonidan qabul qilinadigan va xizmat ko'rsatiladigan mehmonlar bilan ishlash “Reception” – administrator va menejer tomonidan amalga oshiriladi. Mehmonxona tashkiliy tuzilishi quydagi 2.1. rasmda berilgan.

2.1. rasm



“Regal Palace” mehmonxonasida hozirgi vaqtda asosan 22 kishi faoliyat ko`rsatmoqda. Keltirilgan rasmdan ko`rinib turibdiki “Regal Palace” mehmonxonasi da direktor (1) , menejer (0), hisobchi (2), huquqshunos (1), turizm bo`yicha maslahatchi (1), administrator (2), oshpaz (2), ofitsant (2), qavat xizmatchilari (3), sport kompleksi boshqaruvchisi (1), tozalash xodimasi (1), shveytsar-qo`riqchi (1), haydovchi-ekspeditor (1), xo`jalik ishlari ishchilari (2), farroshlar (2) va boshqalar. Boshqaruv tuzilmasining yuqori bo`g`inini direktor, menejer, bosh hisobchi va administratorlar tashkil etadi. Yuqori bo`g`in xodimlari turizm va xorijiy tillar bo`yicha yetarli malakaga ega.

“Regal Palace” mehmonxonasini boshqaruv jarayonini tahlil qilish jarayonida rahbar xodimlarning va boshqa xodimlarning funksional vazifalarini o`rganib chiqdik. Jumladan “Regal Palace” mehmonxonasi rahbari xodimining ma`lum majburiyatlari mavjud bo`lib, bular quydagilar hisoblanadi:

- Mehmonxona ustav fondi to`g`risida ma`lumotnomaga ega bo`lish;
- O`ziga tegishli tashkilotni oqilona boshqarish;
- Tuzilgan shartnomalardan kelib chiqadigan majburiyatlarini bajarishi;
- Yollash asosida jalb etilgan xodimlar bilan o`z vaqtida hisob-kitob qilishi;
- Xavfsizlik, ekologiya, sanitariya, gigiyena, mehnatni muhofaza qilish shartlariga rioya etish;
- Buxgalteriya va tezkor statistika hisobotlarini qonun hujjatlari talablariga muvofiq yuritish;
- O`z faoliyatlari to`g`risida hisobotlarni tegishli organlarga, o`z vaqtida taqdim etishlari lozim.

Shu bilan birga mehmonxona rahbar xodimi quydagi huquqlarga ega:

- ✓ Mehmonxona ustaviga qonun hujjatlarida belgilangan tartibda o`zgartirishlar va qo`shimchalar kiritish;
- ✓ Mehmonxona ustav fondini miqdorini o`zgartirish;

✓ Mehmonxonaning qayta tashkil etish va tugatish to'grisida qarorlar qabul qilish;

✓ Mehmonxonaning soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar to'lanngandan keyin qolgan foydasidan o'z ixtiyoriga ko'ra foydalanish;

✓ Mehmonxonaga tegishli mol-mulkni boshqa shaxsga berish, ijaraga berish, garovga qo'yish va boshqa usulda tasarruf etish;

✓ Mehmonxona xizmat yo'riqnomalarini va mehmonxona ichki mehnat tartibi qoidalarini ishlab chiqish;

✓ Yillik hisobotlarni va yillik buxgalteriya balanslarini tasdiqlash;

Shuningdek mehmonxonada har bir xodimning funksional vazifalari bo'lib, bularni har bir xodim yaxshi bilishi lozim. Ushbu funksional vazifalarni ayrimlarini keltirib o'tamiz. Mehmonxona xodimlari quydagi talablarga javob berishi kerak:

➤ Mehmonxona xodimi mijozga xizmat ko'rsatishga doim tayyor bo'lishi;

➤ Mehmonxonaning bironta ham xodimi mehmon bilan bahslashga bormasligi;

➤ Xodim mehmonga o'z ijobiy munosabatini namoish etishi chunonchi unga hurmat ko'rsatishi, xushmuomala bo'lish, ovozini ko'tarmasligi, hatto mijoz ochiqdan ochiq noto'g'ri ish tutsa ham o'z noroziligini bayon etmasligi;

➤ Mehmonga to'liq axborot berishni, unga hatto noxush yangiliklarni ham xushmuomalalik bilan bayon etishni bilishi;

➤ Mehmonning muammosi zudlik bilan hal etilishi kerak. Agar xodim muammoni o'zi hal eta olmasa, u mehmonni menejer yoki direktorga yuborishi shart;

Mehmonxona xodimlariga menejer va direktor tomonidan ma'lum tavsiyalar berilib borilishi lozim. O'z navbatida berilgan tavsiyalar ustida doimiy nazorat ham olib boorish maqsadga muvofiq. Bular quydagilar:

☞ Mehmonlarning ismlarini, ular yaxshi ko'radigan ichimliklarini eslab qolishlari;

☞ Barcha mehmonlarga bir xil vaqt ajratishlari ;

- ☞ Mehmonlarning suhbatlariga quloq solmasliklari;
- ☞ Mehmon taklifisiz o'z fikrini bildirmasliklari;
- ☞ Mehmon bilan din, siyosat to'g'risida muhokama qilmasliklari;
- ☞ Mehmon qarshisida o'z hamkasblari bilan baland ovozda gapirmaslik yoki janjal qilmasligi;
- ☞ Xodim mehmonga mavjud xizmatning mavjuda bir nechta variantidan birini tanlashni taklif qila olishi;
- ☞ Mehmonxona va u ko'rsatadigan xizmatlar qayerda joylashgani haqida hamda boshqa ma'lumotlarga ega bo'lishlari lozim.

Yuqoridagi talablar va ko'rsatmalarga ega xodimlar tomonidan mehmonlarga ko'rsatiladigan xizmatlar har qanday mehmonda katta taasurot qoldiradi hamda mehmonxona obro'ini oshirib, tashrif buyuruvchilar soni ortishiga xizmat qiladi.

2.2. “Regal Palace” mehmonxonasi faoliyatining asosiy ko'rsatgichlari tahlili

Turizm sohasi O'zbekiston iqtisodiyoti uchun zarur bo'lgan tarmoqlardan biriga aylanmoqda. Bugungi kunda xalqaro turizm sanoatini rivojlantirish hukumatimiz tomonidan davlat siyosati darajasigacha ko'tarildi. Bunga misol yaqinda hukumatimiz rahbari tomonidan chiqarilgan “ O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida” gi PF 4861 – son farmonini keltirishimiz mumkin.

Mehmonxona xizmatini rivojlantirish faqat turizm sohasini rivojlantirish omili bo'lib qolmasdan, balki xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish, servis va xizmatlar sifatini oshirish, oila xo'jaliklari farovonligini oshirish va yuksaltirish omillari hamdir. Yirik turizm salohiyatiga ega bo'lgan mamlakatimizda mehmonxona xizmatining jadal rivojlanishi ko'zda tutilgan. Sohaga oid qabul qilingan dasturlarga ko'ra 2012-2016 – yillarda turistik xizmatlar(mehmonxona xizmatlari bilan birgalikda) 2.3 martaga oshirish prognoz qilingan.

Respublikamizda turizm sohasi rivojlanishiga turoperatorlar va turistik korxonalar, jumladan mehmonxonalarning ham o`rni beqiyos. Chunki bu turistik korxonalar yurtimizdagi butun dunyoga mashhur tarixiy obidalarini, milliy, o`zbekona urf-odatlarimizni xorijga ko`rsatib beradigan, zamonaviy tarzda aytadigan bo`lsak, “reklama” qiladigan korxonalar hisoblanadi. Shu bois bu turistik korxonalar ish sifatini yaxshilash, jahon standartlariga javob beradigan darajada servis xizmatlarini yo`lga qo`yishlari lozim.

Turistik faoliyat ishtirokchilari va bu faoliyat rivojlanishiga muhim hissa qo`shuvchi xo`jalik sub`ektlaridan biri bu mehmonxonalardir. Har qanday mamlakatda turizm rivojlanishi turistik tashkilotlar rivojlanishi bilan bevosita bo`g`liq. Bu tashkilotlar faoliyatining samarali amalga oshirilishida esa ularda rahbar xodimlar mehnatini etish, samaradorlikni oshirish alohida ahamiyatga ega.

Shuning bilan bir qatorda respublikamizda turizm sohasi rivojlanishiga salbiy ta`sir etuvchi bir qancha muammo va omillarning ham yetarliligini ham ko`rishimiz mumkin. Shulardan biri narxlar darajasining yuqoriligidir. Agar Samarqand shahrining yuqori toifali mehmonxonalari xizmatlari qiymatini xorijiy mamlakatlar bilan solishtiradigan bo`lsak, Dehlining 4 yulduzli mehmonxonasida bir kunlik yashash nonushta bilan birgalikda 15 AQSH dollari Bangkokda esa 18 AQSH dollari, Osiyoning kurortlari – Pattaya , Dubay , Antaliyada 20-40 AQSH dollarini tashkil etadi. Samarqand shahridagi mehmonxonalarda esa bir kunlik yashash esa yuqoridagi qiymatlardan farq qiladi.

Ushbu ma`lumotlardan foydalanib, tahlil qilib shuni aytish mumkinki, o`rta daomadga ega mehmon uchun Samarqand shahriga tashrif buyurish qimmatroqqa tushmoqda. 2.1-jadval.

2.1-jadval

Samarqand turistik mintaqasi bo`yicha mehmonxonalarda joylashish bahosi*

<i>Mehmonxona nomi</i>	<i>Xonalarning soni</i>	<i>Xonaning bir kunlik bahosi</i>		<i>Nonushta bahosi</i>
		<i>Oddiy</i>	<i>Lyuks</i>	
<i>Regal Palace</i>	63	65 \$	150 \$	12 \$
<i>Samarkand Plaza</i>	18	50 \$	100 \$	10 \$
<i>Afrosiab Palace</i>	500	55 \$	100 \$	10 \$
<i>Kamilla Orzu</i>	30	54 \$	80 \$	9 \$
<i>Bo`stonsaroy</i>	13	40 \$	60 \$	8 \$

*Manba: Muallif ishlanmasi

“Regal Palace” mehmonxonasi yaxshi daromad oluvchi o`rta mehmonxona hisoblanadi. Quyida mehmonxonaning moliyaviy-iqtisodiy ko`rsatkichlari tahlil etilgan jadvallar keltirilgan 2.2-2.3-2.4-2.5-jadvallar.

**Mehmonxonalarda samaradorlik ko‘rsatkichlarining natijaviyligi bilan bog‘liq
ko‘rsatkichlari va ularni aniqlash yo‘llari***

T/r	Ko‘rsatkichning nomi	Hisoblash yo‘llari
1.	<i>Mehnat unumdorligi</i>	Turistik mahsulotlar va xizmatlarni sotishdan sof tushum / Xodimlarning o‘rtacha soni
2.	<i>Xarajatlari samaradorligi</i>	Turistik mahsulotlar va xizmatlarni sotishdan sof tushum / Umumiy harajatlar
3.	<i>Aktivlar samaradorligi</i>	Turistik mahsulotlar va xizmatlar-ni sotishdan sof tushum / Aktivlarning o‘rtachi qiymati
4.	<i>O‘z mablag‘lari samaradorligi</i>	Turistik mahsulotlar va xizmatlarni sotishdan sof tushum / O‘z mablag‘larining o‘rtachi qiymati
5.	<i>Asosiy vositalari samaradorligi</i>	Turistik mahsulotlar va xizmatlarni sotishdan sof tushum / Asosiy vositalarning o‘rtachi qiymati

Manba: Pardayev M.Q. Turfirmalar moliyaviy xo‘jalik faoliyati tahlili. Ma`ruzalar kursi.

2.3-jadval

**“Regal palace” mehmonxonasining natijaviy ko‘rsatkichlari samaradorligi
bo‘yicha 2016–yilda 2015–yilga nisbatan o‘zgarishi***

T/r	Ko‘rsatkichlar	2015 yil	2016 yil	Farqi (+,-)	O‘zgarish sur’ati, %
Mutlaq qo‘rsatkichlar					
1.	Turistik mahsulotlar va xizmatlarni sotishdan sof tushum, mln so‘m	791879	958013	+166134	120.9
2.	Xodimlarning o‘rtacha soni, kishi	18	22	4	122.2
3.	Mehmonxonaning umumiy harajatlari, ming so‘m	764722	796224	+31502	104.1
4.	Aktivlarning o‘rtacha qiymati, mln. so‘m.	507613	1076713	+569100	212.1
5.	O‘z mablag‘larining o‘rtachi qiymati, mln. so‘m	2880173	3400471	+520298	118
6.	Asosiy vositalarning o‘rtachi qiymati, mln. so‘m	2531271	2473944	-57327	97.7
Nisbiy ko‘rsatkichlar					
7.	<i>Mehmonxona mehnat unumdorligi, mln so‘m (1q/2q)</i>	43993.2	43546.0	-447.2	98.9
8.	<i>Mehmonxona harajatlari samaradorligi, so‘m (1q/3q)</i>	4.22	1.20	-3.02	28.4
9.	<i>Mehmonxona aktivlari samaradorligi, so‘m (1q/4q)</i>	1.56	0.89	-0.67	57
10.	<i>Mehmonxona o‘z mablag‘lari samaradorligi, so‘m (1q/5q)</i>	2.74	0.28	-2.46	10.2
11.	<i>Mehmonxona asosiy vositalari samaradorligi, so‘m(1q/6q)</i>	3.12	0.38	-2.74	12.1

Manba: Muallif ishlanmasi

Ushbu jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki "Regal Palace" mehmonxonasining natijaviy ko'rsatkichlari bo'yicha samaradorligida 2016 – yilda 2015 – yilga nisbatan xizmat mutlaq ko'rsatkichlarida o'sish ro'y bergan . Jumladan, turistik mahsulot va xizmatlarni sotishdan tushgan sof tushum tahlil qilinayotgan davrda 120.9 % ga o'sgan, ya'ni o'rtadagi farq 166 mln 134 ming so'mga ko'paygan. Mehmonxonada xodimlarning soni 122.2 % ga ya'ni to'rttaga ko'paygan va xarajatlar ham oshgan – 104.1 % ya'ni 31 mln 502 ming so'mga.

Aktivlarning o'rtacha qiymatlarida, o'z mablag'larining o'rtacha qiymatlarida ham o'sishni 212.1 % , 118 % ni tashkil etgan. Asosiy vositalar qiymatlarida esa deyarli past o'zgarish, ya'ni o'tgan yillarga nisbatan 1.7 % ga ko'proq – 97.7 % ni tashkil etgan.

2.4-jadval

Mehmonxonalarda rentabellikni ifodalovchi ko'rsatkichlar va ularni aniqlash yo'llari*

T/r	Ko'rsatkichning nomi	Hisoblash yo'llari
1.	<i>Umumiy (sotish) rentabelligi</i>	Sof foyda / Turistik mahsulotlar va xizmatlarni sotishdan sof tushum
2.	<i>Xarajatlar rentabelligi</i>	Sof foyda / umumiy xarajatlari
4.	<i>Aktivlar rentabelligi</i>	Sof foyda / Aktivlarning o'rtachi qiymati
5.	<i>O'z mablag'lari rentabelligi</i>	Sof foyda / O'z mablag'larining o'rtachi qiymati
6.	<i>Asosiy vositalar rentabelligi</i>	Sof foyda / Asosiy vositalarning o'rtachi qiymati

Manba: Pardayev M.Q. Turfirmalar moliyaviy xo'jalik faoliyati tahlili. Ma'ruzalar kursi

2.5 -jadval.

**“Regal Palace” mehmonxonasining rentabellik ko‘rsatkichlari bo‘yicha 2016–
yilda 2015–yilga nisbatan o‘zgarishi***

T/r	Ko‘rsatkichlar	2015 yil	2016 yil	Farqi (+,-)	O‘zgarish sur’ati, %
Mutlaq qo‘rsatkichlar					
1.	Sof foyda, mln. so‘m	294107	514714	+220607	175.0
2.	Turistik mahsulotlar va xizmatlarni sotishdan sof tushum, mln so‘m	791879	958013	+166134	120.9
3.	Mehmonxonaning umumiy harajatlari, ming so‘m	764722	796224	+31502	104.1
4.	Aktivlarning o‘rtacha qiymati, mln. so‘m.	507613	1076713	+569100	212.1
5.	O‘z mablag‘larining o‘rtachi qiymati, mln. so‘m	2880173	3400471	+520298	118.0
6.	Asosiy vositalarning o‘rtacha qiymati, mln. so‘m	2531271	2473944	-57327	97.7
Nisbiy ko‘rsatkichlar					
7.	Umumiy rentabellik, % (1q/2q*100)	37.1	53.7	16.6	144.7
8.	Harajatlar rentabelligi,% (1q/3q*100)	38.4	64.6	26.2	168.2
9.	Aktivlar rentabelligi,% (1q/4q*100)	57.9	47.8	-10.1	82.5
10.	O‘z mablag‘lari rentabelligi,% (1q/5q*100)	102.1	151.3	49.2	148.1
11.	Asosiy vositalar rentabelligi,% (1q/6q*100)	116.1	208.0	91.9	179.1

Manba: Muallif ishlanmasi

Keyingi jadval ma'lumotlariga e'tibor qarataydigan bo'lsak, yuqorida keltirilgan tahlildagi mutlaq ko'rsatgichlarida ko'zga tashlanarli o'sish ro'y bergani kabi rentabellik ko'rsatgichlari bo'yicha ham o'sish holatlarini kuzatishimiz mumkin. Bu shuni ko'rsatadiki, mehmonxonaning sof foydasi o'sish sur'ati, uning sof tushumi o'sish sur'atidan bir muncha yuqori. Haqiqatda qaraydigan bo'lsak, tahlil davrida xizmatlar va mahsulotlarni sotishdan sof tushum o'sish sur'ati 120.9 % ni tashkil etgan bo'lsa xizmatlar va mahsulotlardan tushgan sof foyda o'sish sur'ati 175.0 % ni tashkil etayapdi. Boshqacha aytganda tahlil davrida xizmatlar va mahsulotlarni sotishdan sof tushum o'tgan yilgiga nisbatan farqi 166 mln 134 ming so'm bo'lsa, xizmatlar va mahsulotlarni sotishdan sof foyda farqi o'tgan yilgiga nisbatan 220 mln 607 ming so'mni tashkil etgan. Buning natijasida deyarli barcha rentabellik ko'rsatgichlarida o'sish ro'y bergan, Jumladan, mehmonxonaning umumiy rentabelligi 144.7 % ga o'sgan bir vaqtda mehmonxona umumiy xarajatlar rentabelligi 168.2 % ga oshgan. Xuddi shunday holatni o'z mablag'lari rentabelligida – 148.1 % o'sish bilan va asosiy vositalar rentabelligida – 179.1 % o'sish bilan ko'rishimiz mumkin. Aktivlar rentabelligida esa 82.5 % , ya'ni o'tgan yilga nisbatan farq -10.1 % pasayishni ko'rish mumkin.

Yuqoridagi tahlillardan shuni xulosa qilish mumkinki, samaradorlikni oshirish uchun natijaviy ko'rsatgichlarni – sof tushum va sof foyda kabilarni yuqori sur'atlar bilan oshirishga, resurslarni ko'paytirmagan, xarajatlarni oshirmagan holda erishish maqsadga muvofiq bo'ladi.

2.3. “Regal Palace” mehmonxonasida ko'rsatilayotgan xizmatlar sifatini boshqarish bo'yicha tadbirlarning tashkil etilish darajasi

“Regal Palace” mehmonxonasi mijozlarga yuqori kayfiyat ulashish bilan birga, hozirda shahardagi mehmonxonalar ichida o'zining yaxshi xizmat ko'rsatishi bilan ajralib turadi. Mehmonxonani qurishda eng zamonaviy qurilish va pardoqlash

materiallaridan foydalanilgan. Uni bezatishda O`rta Osiyo me`morchilik va Yevropa me`morchilik uslublari asosida loyihalashtirilgan. Bugungi kunda mehmonxona tomonidan mijozlarga va ularning mehmonlariga yuqori sifatli xizmatlar bilan birga o`zbek xalqining mehmondo`stlik an`nalari ko`rsatilmoqda.

“Regal Palace” mehmonxonasining kuchli va kuchsiz jihatlarini aniqlash maqsadida SWOT– tahlil usulini qo`lladik. 2.6-jadval. Mazkur SWOT–tahlil usuli, inglizcha–kuch (STRENGTH), kuchsizlik (WEAKNEGS), imkoniyatlar (OPPORTUNITES) va xavflar (THREATS) ichki va tashqi muhitni birgalikda o`rganishni olib borish imkonini beruvchi keng e`tirof qilingan yondashuv hisoblanadi. SWOT–tahlil usulini qo`llash orqali “Regal Palace” mehmonxonasiga xos bo`lgan kuchlilik va kamchilik o`rtasida hamda tashqi xavf va imkoniyatlar o`rtasida aloqa yo`llarini o`rnatishga erishiladi.

2.6-jadval

“Regal Palace” mehmonxonasining SWOT tahlili*

Kuchli jihatlar: mehmonxonaning qulay joylashganligi, zamonaviy uslubda jihozlangan xonalar, mehmonxonaning boshqa tashkilotlar va idoralar bilan aloqalari, xizmatlar bozorida yetakchiligi, doimiy mijozlarga ega ekanligi	Kuchsiz jihatlar: talab doirasida ishlab chiqilmagan strategiya, yosh bolali mijozlar uchun alohida nomerlar mavjud emasligi, bir kishilik nomerlarning kamligi, ovqatlantirish xizmati xizmatchilarining xorijiy til bilish darajasi va kasbiy malakaning yetarli emasligi, xizmatlar turlarining asosiy raqobatchilarga nisbatan kamligi
Imkoniyatlari: xizmatlar bozorida kattaroq ulushga ega bo`lishi, yangi xizmatlar turlarini ko`paytirishi, alohida mijozlar uchun nomerlarni jihozlashi, raqobatchilar orasida yetakchilikni egallashi, reklamani kuchaytirishi	Xavflar: raqobat bosimining oshishi, yangi raqobatchilarning paydo bo`lishi, mijozlar talablarining o`zgarishi, resurslarga bo`lgan sarfning oshishi

Manba: Muallif ishlanmasi

“Regal Palace” mehmonxonasida ko`rsatilgan xizmatlar uchun to`lovlar naqd pul va pul o`tkazish yo`li va kredit kartochkalari asosida amalga oshiriladi. Bir kishilik standart nomer uchun 30 AQSH dollari, 2 kishilik standart uchun 45 AQSH dollari, 3 kishilik standart nomer uchun 65 AQSH dollari, Lyuks toifa appartement nomer uchun 100 AQSH dollari miqdorida O`zbekiston Respublikasi fuqarolari uchun narxlar belgilangan. Shuningdek xorijiy fuqarolarga 1 kishilik standart nomer uchun 75 AQSH dollari, ikki kishilik standart nomer uchun 85 AQSH dollari, uch kishilik standart nomer uchun 150 AQSH dollari, lyuks toifa appartement nomer uchun 150 AQSH dollari miqdorida mavsumiy davr uchun narxlar belgilangan. Xorijiy fuqarolar uchun mehmonxona bandlik darajasini saqlash uchun nomavsumiy davrlar uchun yuqoridagi narxlarga nisbatan chegirmalar mavjud. 2.7-jadval.

Ushbu to`lovlar bahosi tarkibiga ertalabki nonushta va sport sog`lomlashtirish majmuasidan foydalanish kiradi.

“Regal Palace” mehmonxonasida mehmonlarga 15 xilga yaqin xizmat turlari taklif etiladi. Mavjud xizmat turlaridan eng muhimi bu – ovqatlantirish xizmati hisoblanadi. Mehmonxonada mehmonlarning ovqatlanishi asosan mehmonxona restorani yoki mehmonxona nomerlarida amalga oshiriladi. Mehmonxona restoranida o`zbek milliy taomlari, yevropa taomlari va shuningdek Hindiston, Xitoy, Pokiston xalqlari taomlari asosan mehmonlar uchun tayyorlanadi. Mehmonxonaning 1–qavatidagi “Movorounnahr” restorani 120 kishiga mo`ljallangan bo`lib “Shved stoli” uslubida taomlar mehmonlarga taqdim etiladi.

**“Regal Palace” mehmonxonasida mahalliy va xorijiy mehmonlar uchun belgilangan
joylashish bahosi***

Nomer turi	Mavsum		Past mavsum	
	<i>Xorijiy fuqarolar</i>	<i>O`zbekiston fuqarolari</i>	<i>Xorijiy fuqarolar</i>	<i>O`zbekiston fuqarolari</i>
SGL <i>1 kishilik nomer</i>	75 \$	30 \$	65 \$	30 \$
TWN <i>2 kishilik nomer</i>	58 \$	45 \$	75 \$	45 \$
TRPL <i>3 kishilik nomer</i>	150 \$	65 \$	140 \$	65 \$
APRT <i>Appartement</i>	150 \$	100 \$	150 \$	100 \$

Manba: Muallif ishlanmasi

Yuqori o`rinlarda aytib o`tkanimizdek “Regal Palace” mehmonxonasida mavsumiy xizmatlar narxlari mavjud. Shuningdek yuqorida ko`rsatilgan narx bahosini 10 foizdan 20 fozigacha qisqartirish mumkin.

Bu chegirmani quydagi hollarda mehmonxona direktori va menejeri amalga oshiradi:

- ✓ Yilning nomavsum oylarida (yanvar, fevral, mart 20 – sanasigacha, noyabr, dekabr);
- ✓ Sayyohlik faoliyati bilan shug`ullanish huquqiga ega litsenziyali turistik tashkilotlar bilan shartnoma tuzgan vaqtlarda;
- ✓ Taklif buyurgan mehmon uzoqroq vaqt davomida mehmonxona xizmatlaridan foydalangan holda;
- ✓ Tashrif buyurgan mehmonlar ko`pchilikni tashkil etganda ya`ni o`n kishi va undan ortiq bo`lgan hollarda;

“Regal Palace” mehmonxonasidagi nomerlar komfort darajasi yuqori bo`lib, jumladan gigiyenik toza yuvinish xonasi va alohida hojatxona, mehmonnig yaxshi dam olishi uchun yuqori sifatli yotoq mebellari, yo`ldosh antennali televizor, telefon, muzlatgich (mini bar bilan), konditsioner, kiyim va buyumlar uchun tabiiy yog`ochdan ishlangan, xona dizaynini yanada ko`rkamlashtirib turgan javon, “wi-fi” tarmog`i kabilar bilan jihozlangan. 2.8 -jadval.

2.8-jadval

“Regal palace” mehmonxonasida nomerlardagi yashash narxlariga kiritilgan bepul xizmat turlari*

№	Nomerlar turlari	Xizmat turlar									
		<i>Nonushta</i>	<i>Telefon</i>	<i>LCD televizor</i>	<i>Muzlatgich, konditsioner</i>	<i>Vanna, dush, hojatxona, xalat va fen</i>	<i>Seyf va yumshoq mebel</i>	<i>Nomerga 24 soat xizmat ko`rsatish</i>	<i>Yuklarni ma`lum muddat saqlash</i>	<i>Avtomobil turar joyi</i>	<i>Farrosh</i>
1	1 kishilik	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
2	2 kishilik	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
3	3 kishilik	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
4	Appartament	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

Manba: Muallif ishlanmasi

Bundan tashqari mehmonxonada bir qancha xizmatlar joriy qilingan bo`lib, jumladan basseyn, turkiy uslubdagi sauna, konferensiyalar zali, xalqaro so`zlashuv,

holl, bar, chekuvchilar uchun alohida joy, seyf, yuvish va dazmollash bo'limi, avtoturar joy kabilarda o'z xizmatlarini yuqori darajada ko'rsatadilar.

Mehmonxonaning konferens zali kerakli bo'lgan jihozlar va zamon talablariga mos ravishdagi kompyuter, video proektor va aloqa vositalari bilan jihozlangan bo'lib u 80-100 kishigacha seminar, konferensiya va majlislar o'tkazishga mo'ljallangan. 2.9-jadval.

2.9 - jadval

“Regal palace” mehmonxonasida konferensiya, seminar va majlislar o'tkazish uchun narxlar jadvali*

№	Nomlanishi	Soni	Naqd puldagi bahosi	Pul ko'chirishdagi bahosi
1	<i>Zal ijarasi</i>	1 soat	100 \$	100 \$ (Joriy kun uchun davlat narxida)
2	<i>Kofe-breyk</i>	1 kishiga	8 \$	8 \$ (Joriy kun uchun davlat narxida)
3	<i>Ijara LCD</i>	1 kunga	100 000	100 000

Manba: Muallif ishlanmasi

Mehmonxonada ovqatlantirish xizmatlari ham yuqori tashkil etilgan bo'lib, bu xizmatlardan mehmonxona mehmonlari bilan bir qatorda tashqaridan kelgan mehmonlar ham foydalanadi. Mehmonxona restoranida tayyorlanadigan taomlar mehmonlarning xoxish istagini inobatga olgan holda o'zbekona milliy hamda xorij

taomlari ham mahorat bilan tayyorlanadi. Bu taomlarning sifati mijozlarga juda ma`qul bo`lib, narxlari ham mehmonxonaning o`rtahol mijozlariga maqul bo`lmoqda.

2.10 - jadval.

2.10- jadval

“Regal palace” mehmonxonasida ovqatlanish narxlari*

№	Ovqatlanish turi	Narxi
1	<i>Nonushta (1 kishiga)</i>	12 \$
2	<i>Tushlik (1 kishiga)</i>	14 \$
3	<i>Kechki ovqat (1 kishiga)</i>	14 \$

Manba: Muallif ishlanmasi

Mavjud xizmatlarning ham amalga oshirish vaqti bo`lib, ayrim xizmatlar 24 soat bo`lsa 6-10-16 soatlarni tashkil etadi. 2.11-jadval.

2.11 - jadval

“REGAL PALACE” mehmonxonasida ko`rsatiladigan qo`shimcha xizmatlar davomiyligi*

№	Xizmat turlari	Xizmat ko`rsatish vaqti
1	Konferensiya zali	09:00-20:00
2	Kir yuvish	09:00-17:00
3	Telefon-faks	24 soat
4	Sovg`lar do`koni	08:0-20:00
5	Wi-Fi internet	24 soat

6	Bassey	10:00-23:00
7	Avto turarjoy	24 soat
8	Massaj	10:00-20:00
9	Sauna	10:00-23:00
10	Xonalarga xizmat ko`rsatish	24 soat
11	Lyuks xona	24 soat

Manba: Muallif ishlanmasi

“Regal Palace” mehmonxonasining personalini shartli ravishda “front office” va “back office” – ya`ni mijozlar bilan bevosita muomalada bo`ladigan xodimlar va mijozlar bilan muloqotda bo`lmaydigan xodimlarga bo`lish mumkin.

“Front office” – bu mehmonxona komanda punkti, uning asosiy markaziy qismi, mehmonlar bilan yuzma-yuz ko`rishib, hayrlashadigan joydir. Mehmon uchun “front office” – bu mehmonona yuzi. Mehmonning mehmonxona bilan munosabati qabul xizmatida ya`ni “front office” da turgan xodim suhbat bilan chegaralanishi ham mumkin. Shu boisdan ham “front office” xodimlarining odamlar bilan muloqot qila olishi ularning eng muhim fazilatlaridan hisoblanadi. Ushbu xizmat xodimlari mehmonxona xizmatlarini sotishni bilishi, uning imidjini yaratishi, mehmonxona menejmenti vakili bo`lib mehmonning muammolarini yecha olishi, boshqacha aytganda ularning yaqin do`sti bo`lishi kerak.

“Reception” – qabul qilish va joylashtirish xizmati administratori yaxshi psixolog bo`lib, mehmon bilan suhbatda to`g`ri yo`l tanlashni va u nimani tanlaydi va qadrlaydi darrov anglashi muhim hisoblanadi. “Reception” xizmati xodimlari mehmonxona haqida barcha ma`lumotlarni, shaharning diqqatga sazovor joylarini, manzilini, mashrutini va transport , muzey, teatr kabilarning ishlash rejimlarini to`liq bilishlari kerak.

“Reception” xizmatining asosiy funksiyalari quydagilar bo`lib hisoblanadi:

- ➡ Tashrif buyurgn mehmonlarni ro`yxatga olish va nomerlarni taqsimlash;

- Mehmonni joylashtirish;
- To'lovlarni qabul qilish va rasmiylashtirib kassa hisob-kitobini yuritish;
- Mehmon ehtiyojiga ko'ra boshqa qo'shimcha xizmatlarni ko'rsatish;

“Reception” xizmati xizmat ko'rsatish joyi, mehmonxonaning hollida(vestibul) da joylashgan bo'lishi shart. Imkon qadar, bu xizmat xodimlari o'z joylaridan zina va liftni ko'rib turishlari kerak. Bu o'z navbatida mehmonlar va yuklar ustidan nazoratni ta'minlaydi. “Regal Palace” mehmonxonasida “Reception” kecha-kunduz navbat bilan 2 smenada ishlaydi.

“Front office” va “back office”da yuqoridagilardan tashqari bron bo'limi, kassa, “NBU” banki valyuta ayrboshlash punkti kabilar joylashgan.

“Konserj” – ma'lumki, shveytsar (doorman), yuk tashuvchi (porter), paj (bellman) va lift xodimlari ishini nazorat qiladi. Bu oson ko'ringani bilan ammo muhim vazifa hisoblanadi.

“Regal Palace” mehmonxonasi da shveytsar mehmonni kutib olish, eshikni ochish, taksi chaqirish, avtaturarjoyni boshqarish, mehmon yuklarini joylashtirish kabilarda amaliy yordam ko'rsatadi. U mehmonni mehmonni nomergacha kuzatib qo'yib, nomer eshigini ochib berib, nomer holatini tekshirib, mehmonni nomerga joylashishida yordam beradi. Bu xodimlar direktorning ko'zi va qulog'i bo'lmog'i lozim. Mehmonxonadagi barcha voqea-hodisadan xabardor bo'lib, shubhali holatlarga sezgir bo'lishi talab etiladi.

Kiruvchi-chiquvchi telefon qo'ng'iroqlari – bu telefon operatorlarining vazifasi hisoblanib, “Regal Palace” mehmonxonasi da bu vazifani “Reception” administratori bajaradi. U telefon qo'ng'iroqlariga o'z vaqtida javob berish, mehmonni telefonda uyg'otish, mehmonning savollariga javob berish kabi vazifalarni ham bajaradi.

“Regal Palace” mehmonxonasida “Reception” administrator asosan quydagi vazifalarni bajaradi:

- ☞ Mehmonni qabul qilib, hujjatlarini rasmiylashtirib, ularni nomerga joylashishida yordam ko'rsatadi;

- ☞ Qabul qilingan mehmonni mehmonxona ro`yxatga olish registratsiya qiladi;
- ☞ Mehmonxona binosida joylashgan boshqa xizmat ko`rsatish ob`ektlariga mehmonlarni jo`natadi;
- ☞ Nomerlar fondi holati haqida mehmonxona rahbar xodimlariga va qavat xizmatchilariga axborot beradi;
- ☞ Qabul qilingan mehmonlar to`g`risidagi hisobotni tegishli joydagi ichki ishlar pasport stoli va IIB XCHK va FRB ga topshiradi.

Shuningdek u bir qancha umumiy talablarga ham rioya etishi shart:

- ☞ “Men bilmayman!” , “Bu menga ma`lum emas!” va shunga o`xshash iboralarga yo`l qo`ymaslik;
- ☞ Kiyimi tozaligiga e`tibor berishi;
- ☞ Maksimal subordinatsiyani saqlashi;
- ☞ Smena vaqtida barcha ma`suliyatni o`z zimmasiga olishi;
- ☞ Hamkasblariga ishni topshirishga tayyor bo`lishi kabilar.

“Front office” xizmat bo`yicha hamkorlari ekskursiyalar byurosi, avtomobillarni ijaraga berish tashkiloti, turistik agentliklar, turoperatorlar, aeroport, vokzal, taksi, restoran, kafe kabilar bilan yaxshi aloqa o`rnatgan bo`lishi kerak.

Bron xizmati – bu mehmonxonadagi nomerga yashash uchun oldindan buyurtma berishdir. Shu jarayondan mehmonga xizmat ko`rsatish jaarayoni boshlanadi. “Regal Palace” mehmonxonasi da bron olish bilan mehmonxona menejeri va direktori shug`ullanadi. Aynan ushbularga mehmonlardan va turistik tashkilotlardan bron haqida ariza tushadi. Mehmonxona direktori va menejeri bron uchun arizalarni rasmiy qabul qilish va yig`ishdan oldin mehmonxona nomerlar fondi va ularga bo`lgan talabni o`rganib chiqadilar. “Regal Palace” mehmonxonasi ning bron olish jarayonini mazkur regionda o`tkaziladigan festivallar, ma`naviy-marifiy va madaniy tadbirlar, bayramlar, sport musobaqalari rejasini hisobga olgan holda va nomerlarning o`tgan va joriy davrdagi bandligini tahlil qilgan holda mehmonxona direktori va menejeri rejalashtiradi.

Ommaviy tadbirlar o'tkaziladigan vaqtda mehmonxona joylariga bo'lgan talab bir necha barobar oshadi. Mehmonxona uchun ko'p sonli qatnashuvchilarga ega tadbirlar vaqtida bron olish foydalidir. Chunki bunday hollarda buyurtma tadbirdan ancha oldin amalga oshiriladi va deyarli bekor bo'lish riski mavjud emas.

Mehmonxona bandligi mavsum, mazkur hudud ischan faolligi, iqtisodiy-siyosiy vaziyat va boshqa bir qancha omillarga bog'liq. Shu bois mavsum tig'iz paytida mehmonxona ikki karrali bron qilishni amalga oshiradi. Mehmon tomonidan nomerlarni oldondan bron qilinishi ikki tomon uchun ham, mehmon ehtiyojlari sifatli xizmat bilan qondirilishi, mehmonxona o'z mehmonlariga yuqori darajada xizmat ko'rsatishi uchun qulay va foydalidir.

Agar ma'lum bir tashkilot mehmonxona xizmatlaridan doimiy foydalanayotgan bo'lsa, unda ma'lum muddatga shartnoma tuzishi maqsadga muvofiqdir. Chunki mehmon tashrifiga shartnomaga muvofiq joylar tashrif uchun tayyor, xizmatlar turi aniq bo'ladi va eng asosiysi mehmon uchun ko'rsatiladigan xizmatlarga shartnomaga muvofiq holda chegirmalar aniq belgilab qo'yilgan bo'ladi.

Hozirda turistik tashkilotlar ma'lum bir xizmat ko'rsatish doirasi keng mehmonxonalar bilan shartnoma tuzishga harakat qilmoqda. "Regal Palace" mehmonxonasi bilan quydagi turistik firmalar ma'lum bir shartnomalar tuzishgan: CATIA, Marco Polo, Sogda Tour, Grand Tour Voyage, Central Asia Travel, Nuron savdo, Asia Tour Elite, Premium Holidays, Shosh Contact Travel va boshqalar. Mehmonxona ushbu o'zaro shartnoma tuzgan tashkilotlarga doimiy ravishda mehmonlar bilan ta'minlash uchun chegirma va sifatli xizmatlar ko'rsatilishini kafolatlaydi.

"Regal Palace" mehmonxonasi uchun bron xizmatining bir necha usullari mavjud: yozma – pochta, faks orqali, og'zaki – telefonda, kompyuterda – internet saytlari, rasmiy web sayti, bron qilish electron tizimlari orqali.

Pochta orqali yoki faksda mehmonxonaga mijoz tomonidan ariza xati (пимо заявка) jo'natiladi. Bunday xatlar "Front office" da rasmiylashtiriladi. Bron arizalar

bilan ishlash uchun katta e`tibor talab etiladi. Bron qilish yoki bronni bekor qilinishi barchasi olinishi shart . Mijoz tomonidan joyni bron qilish shartnoma, hujjat yoki pochta, telefon , faks orqali olingach ariza haqiqatda mavjud mijoz tomonidan kelayotganiga ishinch hosil qilingachgina amalga oshiriladi. Mijoz bron bo`yicha ma`sul xodimga buyurtma bekor qilinishini vaqtida aytmasa mehmonxona nomeri sotilmay qolishi mumkin. Shu bois bu riskni oldini olish uchun mehmonxona menejeri va administratorlaridan aniqlikka e`tiborli bo`lishi talab etiladi.

Mehmonxona nomerini bron qilayotgan mijoz rekvizitlarini aniq ko`rsatgan bo`lishi zarur:

- ✓ *Nomerlar soni va kategoriyasi*
- ✓ *Mehmonxonada yashash muddati*
- ✓ *Tashrif buyuruvchi mehmon F.I.SH.*
- ✓ *To`lov shakli*
- ✓ *To`lovni amalga oshiruvchuning rekvizitlari*

Telefon orqali bron olish jarayoni mijoz bilan suhbatda xodim e`tiborli bo`lishi juda muhim, chunki bu suhbatdan mijozning mehmonxona haqidagi ilk taasuroti shakllanadi. Qoida bo`yicha go`shakni maksimum 5 ta gudokdan keyin olish tavsiya etiladi.. Bronni telefon orqali qabul qilishda maxsus blankalar ishlab chiqilgan va unda faqat kerakli grafalar belgilanadi.

Bronlashtirishning kompyuter usuli mehmonxonalar va mijozlar uchun keng imkoniyatlar ochib beradi. Dunyo amaliyotida bronlashtirishning kompyuter tizimi ma'lum: bronlashtirishning korporativ tarmog'i zanjirga kiruvchi otellarni birlashtiradi, bronlashtirishning boshqa bir tarmog'i esa zanjirga kirmaydigan mustaqil mehmonxonalarni birlashtiradi. Kompyuter yordamida bronlashtirishning yana ikki usuli mavjud: mehmonxonaning shaxsiy web-sahifasi yoki internet-bronlashtirish tizimlari bo`lganda - AMADEUS, SABRE, GALILEO, WORLDSPAN, UTELL, SRS (SteigerbergerReservation Service), FIDELIO kabilar.

Mehmonxona qaysi kategoriyaga tegishli ekanligidan qat'iy nazar hamma vaqt toza saqlanishi zarur. Bu borada mehmonxona xodimlaridan mehmonxona hududini, nomerlarni, ma'muriy-xo'jalik inshootlarini toza tarzda har kuni tozalik ishlarini olib borishni talab etadi. Barcha sanitariya-epidimologiya me'yorlariga rioya qilgan holda yuqori darajali tez tozalash ishlari amalga oshirish uchun mehmonxonada:

- ☞ Yuqori malakali professional xodimlar
- ☞ Zamonaviy tozalash materiallari va inventarlari
- ☞ Zamonaviy tozalash mashina va mexanizmlari kabilar bo'lmog'i lozim.

Tozalash ishlarini olib boorish jarayonida vaqtni to'g'ri taqsimlash juda muhim. Bu xodimlar tomonidan tez va imkon qadar ko'proq kuch sarflanib amalga oshirilgani maqsadga muvofiq. Ana shundagina yuqori darajadagi tozalikka erishish mumkin.

Tozalash ishlarini olib borishda bu xodimlar bir necha talablarga rioya etishi so'raladi:

- Qavat xizmatchisi mehmonning "ko'ziga kamroq ko'rinish"i ;
- Tozalash inventarlari va asboblari umumiy foydalanish joylarida qoldirmasliklari;
- Tozalash ishlarini bajarish jarayonida farroshlar va xona xizmatchilari shaxsiy ishlarga chalg'imasligi kerak.

Ushbu talablar bajarilishi mazkur mehmonxonada madaniyat darajasini belgilab berishi mumkin.

"Regal Palace" mehmonxonasida 5 ta xodim – ikki farrosh va uch qavat xizmatchisi tozalash ishlarini quydagi kategoriyalar bo'yicha olib boradilar:

- ✓ Mehmonxonaga tegishli hududni tozalash;
- ✓ Markaziy kirish joyi va vestibulini tozalash;
- ✓ Umumiy foydalanish joylarini tozalash;
- ✓ Qavatlar lifti va vestibulini tozalash;
- ✓ Nomer fondini tozalash.

Har xil kategoriya ishchilarini bir-biri bilan almashtirish yoki bir-biriga yordam berishi zarur bo`lganda, rahbar buyrug`i asosida amalga oshiriladi. Nomer fondiga xizmat ko`rsatish va tozalash ishlarini olib boruvchi xodimlar ishlarini “Regal Palace” mehmonxonasida mehmonxonaning menejeri va administratori tashkillashtirib va nazorat qilib boradi.

Nomer fondini tozalashning quydagi ko`rinishlari mavjud:

- ✓ Mehmon ketgandan keyin tozalash;
- ✓ Har kunlik joriy tozalash;
- ✓ Umumiy, tubdan tozalash;
- ✓ Bron qilingan nomerni tozalash;
- ✓ Ekspres tozalash.

Ushbu xodimlar ishlarining to`g`ri olib borilishi va mehmonxona binosi tozaligi mehmonda eng yaxshi taasurol uyg`onishiga asos bo`luvchi omillardan asosiysidir.

Bunday, bir-biridan sifatli xizmatlar ko`p bo`lib, mahalliy va xorijiy mehmonlar ehtiyojini qondira olayotgani yaxshidir. Respublikamizda turizm sohasi rivojlanishiga mehmonxonalarning ham o`rni beqiyos. Sababi, mazkur korxonalar betakror yurtimizni, asrlarga teng tarixiy obidalarimizni va milliy, o`zbekona urf-odatlarimizni dunyoga ko`rsatib beradigan korxonalar hisoblanadi

3-BOB. MEHMONXONA XO`JALIKLARIDA XIZMATLAR SIFATINI BOSHQARISHNI TAKOMILLASHTIRISH YO`LLARI

3.1. Mehmonxona xo`jaliklarida xizmatlar sifati boshqaruvini joriy etish dasturi

Xizmatlarning o`ziga xosligi sifat boshqaruvi tizimi yaratilishi munosabatlarida aks etganligidadir. Qoidaga ko`ra turistik tashkilotlar sifat boshqaruvi tizimi bir vaqtning o`zida umumiy boshqaruv tizimi ham hisoblanadi. Sifat boshqaruviga ko`ra ma`muriyat yoki vakolatli xodimlar tomonidan mavjud muammolar yuzasidan takliflar ishlab chiqadigan, muammo va sifat borasida tahlilni amalga oshirib munosabat va tegishli tadbirlar qo`llaydigan guruhlar tuziladi.

Mehmonxona xo`jaliklarida mehmonxona xizmatlari sifatini boshqarish bo`limini tashkil etish maqsadga muvofiq. Ushbu bo`lim xodimlarining vazifalari asosan xizmatlar sifati bilan bog`liq barcha holatlarni kuzatish va ular yuzasidan tegishli tadbirlar ishlab chiqish hisoblanadi. Barcha bo`limlar va xizmatlar faoliyatini boshqarishda bu ma`lumotlar tayanch vazifasini bajaradi. Boshqacha qilib aytganda mehmonxona faoliyatini takomillashtirish, oxir-oqibat mehmonlarning fikri va xulosasiga ko`ra amalga oshiriladi.

Yangi ish o`rniga ikki xodim olish rejalashtirilmoqda – bo`lim boshligi`i va menejer. Kasbiy yo`riqnomada ikkala vazifaning ham o`xshashlik tomonlari bo`lsada biroq, boshqaruv funksiyalari farq qiladi.

Mehmonxonalarda sifat nazorati xizmati bir vaqtning o`zida standartlashtirish funksiyalarini va mehmonxonaning xususiy standartlashtirish yo`riqnomalarini ishlab chiqarishi mumkin. Mehmonxona xo`jaliklari standartlarining o`ziga xosligi shundaki, ular sifat boshqaruvi tizimining hujjatlari hisoblanadi. Xizmat ko`rsatish standartlari o`zida mijozning ehtiyojlarini va ularni qondirish salohiyatini o`zida aks etgan bo`lishi lozim. Shu nuqtai nazardan zamonaviy bozor iqtisodiyotida va raqobat muhitida bularni o`rganish muhim ahamiyat kasb etadi.

“Regal Palace” mehmonxonasida sifat nazoratini ishlab chiqish orqali qabul qilingan tadbirlarni ko`zlangan maqsadiga erishish va maqsadlarini aniqlash mo`ljallanadi.

Yuqoridagi maqsadlarni amalga oshirishdan vaqtinchalik chegalarni aniqlashni ko`zlaydi. Bu holda xizmatlar sifati nazorati bir necha bosqichga bo`linadi:

1. *“Regal Palace” mehmonxonasida sifat o`lchovi masshtabini aniqlash.*

Birinchi qadamni boshlash uchun – sifat masshtabini aniqlash – sifat bilan bog`liq bo`lgan barcha standartlash shakllarini qabul qilish lozim. Ish hajmi, ish shartlari, xodimlarni tayyorlash darajasi kabilar bilan bog`liq bo`lgan, puxta belgilangan sifat masshtabi olib boriladigan takomillashtirish jarayonlarining asosi bo`lishi uchun haqqoniy va muvaffaqiyatli bo`lishi maqsadga muvofiq.

2. *Sifat darjasini tekshiruvchi savollarni joriy qilish.*

Bu yerda mijoz bilan kontaktdagi va orqa fon xodimlari muhiti yoki ma`muriyat (boshqaruv) xodimlari va mehmonxona xizmatlarini ko`rsatuvchi xodimlar muhiti kabilar ajratilishi kerak. Mijozlarning ko`rsatilgan xizmatlar sifati haqidagi fikrlari mehmonxona ichki so`rovnoma varaqalaridan o`rganilishi shart. “Regal Palace” mehmonxonasida ko`rsatiladigan xizmatlar va shunga o`xshash texnik jarayonlar har xil so`rovnomalar va mehmonlar shikoyat kitobi orqali nazorat qilinadi.

3. *Nazorat. Harakat. Baho.*

So`rovnomalar va nazorat varaqalari xizmat ko`rsatish bo`limlari xodimlarini kasbiy jihatdan rivojlantirishini ko`zda tutgan holada puxta tuzilgan bo`lishi lozim. Mehmonxona xodimlari faoliyati, sifatni mijoz nuqtai nazari bilan qaragan holda, mehmonxona xizmatlari sifatini ko`tarishga qaratilgan bo`lishi zarur. Boshqa tomondan qaraganda mehmonxona xo`jaliklarida sifat nazorati dasturlari mehmonxona bo`limlari va xodimlarining o`zaro hamjihat faoliyat yuritishiga ham katta turtki bo`ladi. Bunday yuqori boshqaruv faoliyatiga ega mehmonxona xo`jaliklarida paydo bo`lgan muammoga “Kim aybdor?” – deb emas, aksincha, “Bu nima uchun sodir bo`ldi?” – degan fikr bilan qarashlari maqsadga muvofiq.

4. Sifat maqsadlarini marketing jihatidan joriy qilish.

Yillik marketing rejasida bozor konyukturasi tahlilidan tashqari o'z mahsuloti tahlili ham o'rin olishi kerak, jumladan mazkur mehmonxona xizmatlari sifai holati. Marketing nuqtai nazaridan mehmonxona faoliyatirishning oxirgi maqsadi bo'lib, mehmonxona xizmatlari sifati standartlari ham aniqlanishi juda muhimdir.

Shunday qilib mehmonxona xo'jaliklarining raqobatchilari oldida strategik yetukligini va raqobatbardoshligi ta'minlash maqsadida xizmatlar sifatini nazorat qilish muhim o'rin tutar ekan. Mehmonxona xizmatlari sifati tahlili xizmatlar boshqaruvining samarali bo'lishiga zamin yaratadi. "Regal Palace" mehmonxonasida ham har kvartal bo'yicha mehmonxona xizmatlari sifati borasida tizimli ravishda tekshiruvlar olib boorish tavsiya etiladi. Bir yillik olingan tekshiruv natijalariga ko'ra xizmatlar sifati nazorat qilish va oshirishda, olib boriladigan dasturlarni takomillashtirish mumkin.

"Regal Palace" mehmonxonasida xizmatlar sifatini nazorat qilish borasida olib boriladigan asosiy tadbirlar. Xizmatlar sifatini nazorat qilish davomida yoki umuman mehmonxona faoliyatini boshqarishda ma'muriyat xodimlari mijozlarning ko'rsatilayotgan xizmatlar sifatiga bo'lgan fikri asosli ekanligiga tayanishi juda muhim. Shundan kelib chiqqan holda nazoratning me'yoriy hujjatlari asosini anketa so'rovnomasi usuli tashkil etishi kerak. Ushbu so'rovnomani ishlab chiqishga diqqat bilan yondashish darkor. Birinchi galda so'rovnoma savollarini, mijozni qiziqтира oladigan va shu bilan faoliyatini rejalashtiradigan mehmonxonaning, mavjud xususiyatlariga urg'u bergan holda tuzish kerak. Bunday so'rovnomani ilovalarda havola etamiz. Anketa so'rovnomasi diqqatni mijozga, xuddiki, u xizmatlar sifatining asosiy nazoratchisidek qarash imkonini beradi. Chuqur izlanish va tartib bilan tuzilgan so'rovnoma ko'rsatilayotgan xizmatlar ishtirokchilari va iste'molchilari bila teskari aloqani muvaffaqiyatli yo'lga qo'yish imkonini beradi. Boshqacha aytganda ushbu tadbirlarni innovatsiya deb atash ham mumkin. Bu holda innovatsiya sifatida

xizmat ko'rsatishga kiritilgan o'zgartirishlar yoki uning tarkibiga kiritilgan yangiliklar, barqaror xizmatlarni takomillashtirish kabilar tushuniladi.

Mehmonxona xizmat ko'rsatish sifati ko'rsatgichlarini rivojlantirishda “Regal Palace” mehmonxonasida o'z-o'zini baholash, ya'ni mehmonxona xodimlari o'rtasida, mehmonxona xizmatlari iste'molchilari bilan o'zaro harakatlari to'g'risida anketa so'rovnomalari olib turish ham maqsadga muvofiq. (Ilovada keltirilga) Mehmonxona xizmatlari iste'molchilari va xodimlardan yig'ilgan so'rovnoma ma'lumotlari, statistik ishlanmalar mehmonxona xo'jaligi ma'muriyatiga xizmatlar sifati siyosatini ishlab chiqishda asos vazifasini o'taydi.

Mehmonxona xizmatlaridan birinchi marta foydalanmayotgan ya'ni boshqacha aytganda doimiy mijoz, birinchi marta mazkur mehmonxona xizmatlaridan foydalanayotgan mijozga nisbatan teskari aloqa o'rnatishda katta qiziqish va ahamiyatga egadir. Mehmonxona xizmatlar sifati muammolarini aniqlash va ma'lum iste'molchilar ehtiyojlarini aniqlash uchun bunday mehmonlarni har kvartalda bir marotaba bo'lsada qahvaga taklif etib, xushmuomalalik bilan suhbatga tortish katta yordam qiladi. Mehmonxona ma'muriyatining yuqori boshqaruv bo'g'inidan bunday katta e'tibor va ehtiromni qabul qilgan mijoz o'zini nafaqat mehmonxona xizmatlarini oddiy iste'molchisi deb balki, o'zini mazkur mehmonxonaga doimiy va kerakli mijoz sifatida his etadi.

Doimiy mijozlarga “Regal Palace” mehmonxonasi so'rovnomalarni, ularning elektron pochtaalariga jo'natishlari ham mumkin. Elektron pochta manzillari mijoz dastlab qabul qilinganda ro'yxatga olish ma'lumotlarida saqlab qo'yilgan bo'ladi. Bir hafta va undan ortiq kunlar davomida yashaydigan va mehmonxona xizmatlaridan foydalanadigan mijozlarga oddiy so'rovnomadan farqli ravishda batafsilroq so'rovnoma tuzish zarur. “Regal Palace” mehmonxonasida mijozlarga ko'rsatilayotgan xizmatlarning sifatini nazorat qilish borasida chet tajribasida qo'llaniladigan “Mystery Guest” (тайный клиент) – “sirli mijoz” uslubini amalga oshirsa o'ylaymanki, maqsadga muvofiq bo'ladi. “Mystery Guest” metodikasi aniq

standartlarga ega, o'zining aniq yo'nalishiga ega turizm va mehmonxona sohasi bo'yicha yetarli bilim va ko'nikmaga ega firma yoki mutaxassis tomonidan amalga oshiriladi. "Mystery Guest" metodikasining asosiy faoliyati mehmonxona xo'jaliklarida ko'rsatiladigan xizmatlar, xizmatni taqdim etayotgan xodimlar va xizmat ob'ektlari borasida o'zini oshkor qilmagan holda baholish ishlrini olib borishdir. Batafsilroq aytadigan bo'lsak, "Mystery Guest" xorij metodikasi : xizmat ko'rsatish sifatini baholish va nazorat amalga oshiradi, xodimlarni qanday qilib sifatli xizmat ko'rsatish borasida axborotlar bilan ta'minlaydi, xodimalrning zaruriy harakatlarini yuqori darajada amalga oshirishi uchun ularni motivlashtirish va rag'batlantirish borasida nazariy amaliy yordam ko'rsatadi, muvaffaqiyat tomon siljish borasida dasturlarni qo'llab-quvvatlaydi, standartlarga mos holda xizmatlar sifati nazoratini olib boradi, raqobatchilarni o'rganish va tahlil qilishda yordam beradi, yuksalish imkoniyatlari to'g'risida qo'shimcha bilim va ko'nikma olish haqida fikrni beradi, xodimlar to'g'riso'zligi va boshqa ijobiy xususiyatlari haqida fikrini aytadi.

"Mystery Guest" metodikasini realizatsiya qilish bosqichlari:

1. "Regal Palace" mehmonxonasi xodimlarining joriy va kutilayotgan ko'rsatgichlarini hamda ushbu ko'rsatgichlarga ta'sir etuvchi omillarni aniqlashtirish
2. "Regal Palace" mehmonxonasida tekshiruv ishlarini olib boruvchi tashkilotga yoki mutaxassisga tekshirilayotgan xizmat mezonlarini aks etgan batafsil so'rovnomalarni taqdim etish.
3. Tekshiruvni olib boruvchi mutaxassis qabul qilingan aniq nazorat texnologiyasi bilan, oldindan "Regal Palace" mehmonxonasiga tashrif buyurishadi. Tekshiruvni olib boruvchi mutaxassis boshqa oddiy mijozlardek mehmonxona xizmatlaridan foydalanishadi: nomerni bron qilishadi (*asosan telefon orqali yoki to'g'ridan to'g'ri ochiq muloqot yo'lini tanlashadi*) , nomerga joylashishadi, mehmonxona xodimlaridan boshqa qo'shimcha xizmatlar to'g'risida va ushbu xizmatlardan foydalanishi to'g'risida iltimos qilishadi va hokazolar.

4. Tekshiruv jarayonidagi to'plangan ma'lumotlar bevosita anketaga kiritilib qo'yiladi. Zaruriyatga qarab mutaxassis tekshiruv jarayonida yashirin video va audio yozuvlarni ham olishi mumkin. Ma'lumotlar electron bazada nazorat olib boruvchi tashkilotning yetuk mutaxassislari tomonidan tahlil qilish uchun to'planib boriladi.

5. Barcha yig'ilgan ma'lumotlar asosida tashkilot mutaxassislari va tekshiruvni olib borgan mutaxassis-mijoz o'rtasida ko'rsatilgan joriy xizmatlar yuzasidan tahlil olib boriladi va mehmonxonaga ma'lum qilinadi.

“Mystery Guest” – xorij metodikasi bo'yicha Moskva shahrida faoliyat olib boruvchi, mehmonxonada ko'rsatiladigan xizmatlar sifatini nazorat va tahlil qilish bo'yicha shug'ullanadigan tashkilotlarni quydagi 3.1 - jadval orqali solishtirib ko'ramiz.

3.1-jadval

Moskva shahridagi mehmonxona xo'jaliklari xizmatlari sifati nazorati va tahlili bilan shug'ullanuvchilar tahlili*

Solishtirish mezonlari	Mehmondo'stlik instituti	Yakka mutaxassis	“Accord Management Group” firmasi
Bozordagi faoliyat muddati, yil	15	10	6
Tahliliy takliflarni berish muddati, kun	3	5	5
Bir mehmonxona xo'jaligida tekshiruv-baholash ishlarini olib borish bahosi, rubl-ming	12	14	25
Raqobatchi mehmonxonada tekshiruv ishlarini olib borish bahosi, rubl-ming	8	12	15
Xodimlar kvlifikatsiyasi, ball	10	10	9
Bozordagi obro'yi, ball	10	9	9
Olib borilgan tekshiruvlar natijasida ishlab chiqilgan standart bahosi, rubl-ming	12	35	15

Yangi ishlab chiqilgan standartga xodimlarni tayyorlash bahosi, rubl-ming	10	30	23
---	----	----	----

Manba: www.tourfaq.net internet sayti ma'lumoti asosida

Jadval ma'lumotlaridan ko`rinib turibdiki mehmonxona xo`jaliklarida “Mystery Guest” metodikasini olib borish – ko`rsatiladigan xizmatlar sifatini nazorat qilish borasida tegishli tashkilotlar Moskva shahrida ko`p bo`lishiga qaramay , Mehmondo`stlik instituti (Институт гостиприимства) yetakchilik qilar ekan. Chunki mazkur institutda xizmatlar sifatini nazorat qilish va tahlil qilish yuzasidan ko`plab izlanish va loyihalar amalga oshiriladi.

“Mystery Guest” metodikasiga ko`ra tekshiruv shakllar turli ko`rinishda bo`lishi mumkin:

- Mehmonxonaga joylashish;
- Raqobatchi mehmonxonaga joylashuv;
- Telefon, faks, internet orqali nomer bron qilish;
- Mehmonxona va xizmatlarni ko`rsatish jarayonini yashirin audio va video yozib olish;

O`tkazilgan tekshiruvlar natijasida qabul qilingan tadbirlar va standartlarga muvofiq faoliyat yuritayotganda yuzaga keladigan ayrim kamchilik va xatolarni batafsil tushunish maqsadida ular yuzaga kelgan paytdan boshlab xodimlarga bilim va ko`nikma berib borish maqsadga muvofiq. Olib borilgan tekshiruvlar natijasida mehmonxona xo`jaliklari xodimalariga bilim-ko`nikma berish va olib borilgan tekshiruvlar yuzasidan ishlab chiqiladigan standartlarga alohida yondashmaslik kerak, chunonchi mazkur jarayon yangi standart, yangicha yondashuvlar bilan xodimlarni tanishtiruvchi yangi bir butun tizim hisoblanadi. Xodimlarga natijalardan so`ng nilim-ko`nikma berishdan voz kechish ham mumkin, lekin bu holda xodimlarning olib borilgan tekshiruvlar natijalaridan batafsil axborotga ega bo`lmasligi, yangicha

standartlarga tayyor emasligi va tadbiriq etilayotgan tadbirlar mohiyatini tushunmaslik kabi navbatdagi muammolarning kelib chiqish ehtimoli kattalashadi.

Mehmonxona xo`jaligi xodimlarini o`qitishga imkon qadar diqqatni jalb etish muhim ahamiyat kasb etadi. Chunki mijozlarga ko`rsatiladigan xizmatlarning sifati asosan ularga bog`liq. Shu nuqtai nazardan kelib chiqqan holda xodimlarni o`qitish mehmonxona biznesi sohasida seminar, trening lar olib borish ko`rinishida, yetuk mutaxassislar tomonidan amalga oshirilishi lozim. Ushbu seminar va treninglar mehmonxona xodimlarining quyidagilariga ma`lum mavzular bo`yicha o`kazilishi mumkin:

➔ Mehmonxona direktori, mehmonxona menejeri va bron bo`limi boshlig`i – “Mehmonxona biznesi: boshqaruv va rivojlanish istiqbollari.” – mavzusida.⁷

➔ Bosh administratorlar va “Front Office” ning boshqa xodimlariga – “Mehmonxona xizmat ko`rsatish sifatini oshirishda “Front Office” ning ahamiyati” – mavzusida.

➔ Mehmonxona farroshlari va qavat xodimalari – “ Mehmonxonada qavat bo`yicha ishlarni optimallashtirish “ – mavzularida.

Ba`zi bir hollarda mijozlar nomer fondi tozaligidan ko`p shikoyat qiladilar. Bunday hollarda joriy mehmonxona sanitar tozalik tekshiruvi borasidagi standarti takomillashtirilishini taqozo etadi. Ushbu standartga muvofiq mehmonxona xo`jaligida sanitar tozalash ishlarini olib boruvchi xodimlar – qavat xodimalari, farroshlar va yuvish-tozalash xodimasi kabilar faoliyatini takomillashtirish tadbirlari mavjud bo`ladi. Mehmonxonada doimiy va kunlik sanitar-tozalash ishlarini mehmonxona direktorining buyrug`i bilan tayinlangan mas`ul shaxs yoki mehmonxona menejeri tashkillashtiradi. Ushbu jarayonga mas`ul bo`lgan xodimlar tozalash ishlarini tekshirib borishlari va natijalarni “Sanitariya jurnali” ga belgilab borishlari lozim.

⁷ Mavzular ixtiyoriy ravishda muallif tanlovi

Har oyning 25 – sanasigacha xizmatlar sifati bo`limi xodimi olib borilgan tekshiruvlar, nomerlar tekshiruvi, tegishli eslatma va baholashlarni yig`ma jilidiga rasmiylashtirib boradi. Ushbu yig`ib borilgan malumotlar xizmat ko`rsatish xodimlari bilan birga muhokama etiladi. Tekshiruvlar va olib borilgan nazorat najilari yig`ilgandan so`ng, xizmatlar sifati nazorati bo`limi boshlig`i yoki mehmonxona menejeri, mavjud sifatli xizmat ko`rsatgan xodimlarga nisbatan mukofotlash tizimiga o`zgartirish kiritilishi haqida “Xizmat ma`lumotnomasi” rasmiylashtirishi va bosh direktorga taqdim etishga haqli. Bu o`z faoliyatiga yaxshi yondashgan xodimlarni rag`batlantirish, motivlashtirish tadbiridir xodimlarni motivatsiya qilish samaradorlikka erishishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Yuqorida xizmatlar sifatini oshirish borasida keltirilgan takliflar “Regal Palace” mehmonxonasida ko`rsatilayotgan xizmatlar sifatini zamonaviy tahlil qilish, iste`molchilar ehtiyojini qondirish darajasini oshirishda va o`z navbatida raqobatchilardan o`zishda yordam beradi.

Ushbu ko`rsatma va tadbirlarning tegishli ravishda amalga oshirilishi “Regal Palace” mehmonxonasining raqobatbardoshligini oshiribgina qolmay, uning moliyaviy-xo`jalik faoliyati ko`rsatgichlari va qo`yilgan kapitalning daromadlilik ko`rsatgichlari o`sishiga ta`sir ko`rsatadi.

3.2. Xizmatlar diversifikatsiyasi – mehmonxona xo`jaliklarida xizmat ko`rsatish sifatini oshirish sifatida

Samarqand o`zining boy tarixi, ulug`vor obidalari, yuksak madaniyati va albatta o`ziga xos mehmondo`stligi bilan, O`zbekistonning tuzim shahri maqomiga egadir. Yurtimizga tashrif buyuruvchi xorijiy sayyohlarning asosiy qismi boy tarixiy obidalarga ega Samarqandimizni ko`rishga oshiqadilar. Bundan tashqari iqtisodiyotimiz jadal sur`atlar bilan rivojlanib borayotgani sabab xorijiy sarmoyadorlar katta qiziqishlar bilan o`z sarmoyalarini yurtimizga olib kirilayotgani

beqiyos. Ushbu jarayonlarda xorijiy biznes soha vakillari biznes turizm bilan Samarqandimizga tashrif buyurishmoqda O'z navbatida ushbu tashriflar davomida mazkur soha vakillarini turli xizmatlar qiziqtiradi.

Uch yulduzli va undan yuqori toifali mehmonxona xo'jaliklarining barchasida konferensiya zali va biznes markazlari tashkil etilgan bo'lishi lozim. Shaharda festival, ko'rgazma, xorijiy sarmoyadorlar ishtirokida yarmarka, biznes forumlar va konferensiyalar tashkillashtirilgan hollarda konferens zal va biznes markazlarga bo'lgan ehtiyoj kuchayadi, o'z navbatida ijaraga olish jarayonida taqchilik yuzaga keladi. Bundan tashqari bu davrida ko'pgina mehmonxona xo'jaliklari ham o'zining konferens xizmatlari narxlariga chegirmalar joriy qiladi.

Yuqori o'rinlarda ta'kidlab o'tganimizdek "Regal Palace" mehmonxonasi xizmat ko'rsatadigan iste'molchilar segmentidan biri bu ishbilarmon sayyohlar hisoblanadi. Shundan kelib chiqqan holda ayrim qo'shimcha xizmatlarining rivojlanishi mazkur segment mijozlari ehtiyojlarini qondirish bilan bo'g'liq bo'lgani ma'qul. Demak, ushbu segment mijozlari talab qiladigan asosiy qo'shimcha xizmatlardan biri bu – konferens zal va biznes markaz ijarasi xizmatlari hisoblanadi.

"Regal Palace" mehmonxonasida o'rtacha 100-120 kishiga mo'ljallangan katta konferensiya zali mavjud. Bu zal o'z navbatida zamonaviy kommunikatsiya vositalari, LCD proektor, mebel va boshqa zaruriy jihozlar bilan jihozlangan. Bandlik darajasi ko'zlangan darajada emas. Alohida biznes markaz sifatida muloqotlar uchun kichik hajmdagi zal mavjud emas.

O'talغان bitiruv malakaviy amaliyot davrida shu aniqlandiki biznes hamkorlarga mo'ljallangan konferensiya va muloqotlar uchun zal xizmatlariga mijozlarni jalb qilish borasida tadbirlar mukammal ishlab chiqilmagan. Mazkur mehmonxona xo'jaligi misolida oladigan bo'lsak maksimal 120 kishiga/1 soat uchun mo'ljallangan zal ijarasi, O'zbekiston Respublikasi Markaziy Bankining milliy valyutaning AQSH dollariga joriy kunga nisbatan qiymatida – 100 \$ da belgailangan. Xuddi shunday kofe-breyk bahosi ham 1 kishiga 8 \$ qiymatda belgilangan.

Samarqand shahrida joylashgan mavjud mehmonxona xo'jaliklarida biznes hamkorlar va mijozlar uchun zal ijarasi turlicha qiymatlarni tashkil etadi. 3.2-jadval

3.2 - jadval

Samarqand shahridagi mehmonxonalarda mavjud konferensiya zal ijarasi baholari*

<i>Ijaraga beruvchi mehmonxona xo'jaligi nomi</i>	<i>Sig'imi</i>	<i>Ijara bahosi</i>
<i>“Regal Palace” mehmonxonasi</i>	100-120	100 \$/1 soat
<i>“Prezident” mehmonxonasi</i>	120-150	100 \$ / 1 soat
<i>“Asia Samarkand” mehmonxonasi</i>	80	80-100 \$ / 1 soat
<i>“Registon Plaza” mehmonxonasi</i>	40-45	100 \$ / 1 kunga
<i>“Grand Samarkand” mehmonxonasi</i>	50-60	100 \$ / 1 soat
<i>“Diyora” mehmonxonasi</i>	25-30	100 \$ / 1 soat
<i>“Kamilla-Orzu” mehmonxonasi</i>	40	200 ming so'm / 1 kunga

Manba: Muallif surishtiruv natijasida to'plangan ma'lumotlar asosida

“Regal Palace” mehmonxonasining mavjud bino loyihasi, 20-30 kishiga mo'ljallangan biznes markaz loyihasini amalga oshirish imkoniyatiga ega. Yangi zal loyihasini amalga oshirish umumiy xarajatlarini oshiradi va albatta binoning arxitektura tuzilishi ham yo'l qo'ymaydi. Eng maqbul yechim bu mehmonxonanign mavjud va foydalanilmayotgan maydonini qayta rekonstruksiya qilishdir. Mazkur mehmonxona xo'jaligi binosining 6-qavatida joylashgan qo'shimcha kichik restoran shu jumladandir. Uni 30-40 kishilik biznes markaz sifatida qayta rekonstruksiya qilish eng optimal yechim hisoblanadi. Shunday qilib 30-40 kishiga mo'ljallangan biznes

markazni tashkil qilish loyihasi “Regal Palace” mehmonxonasining bunday dinamik bozorda oʻz oʻniga ega boʻlishiga va raqobatchilaridan ajralib turishiga katta poydevor boʻladi. Mehmonxona umumiy binosi bilan birga joylashgan bunday markaz, biznes soha mijozlari uchun ancha qulay va bandlik darajasini bir muncha koʻtarishga yordam qiladi shu bilan bir qatorda mehmonxona xoʻjaligining korporativ mijozlar bilan ishlashda qoʻshimcha imkoniyatlarini oshiradi.

Yana bir xizmatlar diversifikatsiyasi yoʻnalishidan biri – bu, bar xizmatlarini tashkil etish hisoblanadi. Bu ham mehmonxona xoʻjaligining imiji bilan bogʻliq xizmat koʻrsatish turlaridan biridir.

“Regal Palace” mehmonxonasida bar mavjud boʻlib, u mehmonxonaga kiraverishda, vestibulda (hall) joylashgan. Vestibulda asosiy xizmat koʻrsatish zonasi “Front office” ham joylashgan. Tashrif buyurgan mijoz ilk xizmatlarni qabul qilayotgan bir paytda, mehmonxonada yashayotgan mijoz bar xizmatlaridan foydalanishi mumkin. Bu bar loyihasining mehmonxona dizayniga nooʻrin va noqulay joylashgani yaqqol misoli.

Bar loyihasi “Regal Palace” mehmonxonasining tinch va koʻngilochar suhbatlarni yoqtiradigan, tamaki mahsulotlari va oʻtkir ichimliklar isteʼmol qiladigan mehmonlari uchun moʻjaz burchak boʻlmogʻi lozim. Bu joy mehmonlar uchun tanovvuldan keyin hordiq chiqaradigan, yangi tanishuvlar va qaynoq suhbatlar uyushtiradigan joy boʻlishi katta ahamiyat kasb etadi. Shu bilan bir qatorda xorijiy mehmonlarning deyarli koʻpchiligi tamaki mahsulotlarini qabul qilishi va bu uchun alohida joy boʻlishini xoxlashlari ham eʼtiborga olinishi kerak.

Bar loyihasi unchalik katta maydonni egalashi shart emas. 15-20 kishini moʻjazgina joylashishini taʼminlashi kifoya qiladi. Avvalo, havo almashinish masalasini hal etish maqsadga muvofiq. Tamaki tutuni va oʻtkir ichimliklar hidi ancha oʻtkirdir. Mijozlarning shinam oʻtirishlari uchun kuchli havo almashinish tizimi va alohida havo kiradigan joy tashkil qilish kerak. Yanada qulayroq variant bu havoni yuqori darajada tozalab, havo almashinuvini taʼminlab beradigan tizimga ega

konditsioner o`rnatishdir. Shunda mijozlarning tamaki chekuchvi va alkohol ichimlik iste`mol qiluvchilardan chiqayotgan zararli hidlar, boshqa mijozlarga zarar keltiragan holda ularning shinam o`tirishlari ta`minlanadi.

Bar loyihasi dizaynini shakllantirish borasida qabul qilingan tegishli qoida mavjud bo`lmasada, lekin xonani dizayni va rangini tovush pasaytuvchi rang va jihozlardan foydalangan ma`qulroq. Loyiha devorlarini an`anaviy tarzda emas, balki noan`anaviy tarzda, bejirim va xushkayfiyat bag`ishlaydigan qilib jihozlash uning dizayniga yanada ko`rk qo`shadi. Yana bir jihat – shunisi bilan ahamiyatliki, mehmonlarning uzoq muddatli hordiqi va suhbatida yumshoq va qulay mebelda o`tirishlari, mavjud xizmatdan to`laqonli qoniqishiga sabab bo`ladi. Barning asosiy inventarlaridan biri stol hisoblanadi. Jihozlashda turli qiziqishlarga ega mijozlarni hisobga olish ham shart. Masalan, rus millatiga mansub mehmonlar barda stol atrofida o`tirib, har xil ichimliklar ichib, ko`ngilochar o`yinlar o`ynashni qadrlashadi va deyarli bunday tarzda hordiq chiqarish, ularga odatga aylanib qolgan.

“Regal Palace” mehmonxonasi Bar xizmatlari mavjud bo`lishi lozim bo`lgan toifagi, ya`ni “4 yulduzli” mehmonxonalar toifasiga kiradi. Shu sabali, barning mebel va jihozlari, dizayni, umumiy tavsifi yuqori darajadagi zamonaviy talablarga javob berishi kerak. Asbob-uskunalar uchun – yuqori texnologik xususiyatlar va foydalanish asoslari, mebellar uchun – tashqi ko`rinish va tabiiylik sifati, jihozlar uchun – originallik va yuqori darajada bejirimlik bag`ishlashi kerak.

Xizmat ko`rsatish sifati eng yuqori darajada, sara o`zlashtirganlikka bo`g`liq. Bu shuni bildiradiki, bir xizmat turli xil holatda mijozlarning individual holati, xarakteri, qiziqishlari, shaxsiy xususiyatlari, joriy paytdagi holat kabilardan kelib chiqqan holda mijozlar tomonidan qabul qilinadi. Ushbi jihatlarni hisobga olmaslik bilan mehmonxona xo`jaligi katta tavakkalga qo`l urgan bo`ladi. Shu sababli “Regal Palace” mehmonxonasi bar loyihasi dizaynini to`g`ri va ma`qul tanlashi juda muhim.

Mehmonxona bari mehmonxona xo`jaligining madaniy-ommaviy xizmatlar ko`rsatiladigan joylaridan biridir. Uning birinchi qavatda mehmonxona restorani va vestibulga yaqinroq lekin alohida joylashgani omadli bo`ladi.

“Regal Palace” mehmonxonasi bari o`zining hududiy-joylashuv yechimi, asbob-uskunalar, bo`linishi, yoritilishi, ichki mikroiklimi va akkustikasi kabi jihatlar bilan mijozlarda katta taasurol uyg`otishi kerak.

Bar loyihasi uchun unchalik kattalik bo`lmagan maydon ajratish kifoya, ya`ni 20-25 m/kv hajmda o`rtacha bo`ladi. Qabul qilinadigan loyihaga muvofiq maydon 15-20 kishining hordiq chiqarishi uchun mo`jallanadi. To`g`ri burchakli shaklga ega sath uning maqsadga ko`ra jihozlanishini kafolatlaydi, aniqroq aytganda maydon dizayni ustida ijod qilishga, uskunalar va jihozlarni to`g`ri joylashtirishda aynan qo`l keladi.

Devorlarni bezashda eng yaxshi tanlov yog`och mahsulotlaridan foydalanish, chunki bu devorlarga o`zgacha hashamat va bejirimlik bag`ishlabgina qolmay, ovoz va tutunni yutish xususiyatiga egadir. Pol qismi esa xoxishga ko`ra umumiy sath dizayniga mos ravishda tanlangani ma`qul. Shuni e`tiborga olish muhimki, gilamli va shunga o`xshash to`shamalardan voz kechgan yaxshiroq. Sababi u tutunni va qolaversa changni o`zida saqlashi bilan noqulaylik keltirib chiqaradi.

Barni qurishda eng asosiysi talablardan – xona sathi pardozida gigiyena, zararsizlilik, changsizlik va tozalashda qulaylik kabilarga javob berishi kerak. Bar atmosferasini yaratishdagi jihatlar, bu uning mikroiklimidir – xona harorati, namlik, havoning harakati, shu bilan birga xonaning akkustik holati – tovush o`lchovi va yoyilishikabilardir. Akkustik qulaylikni ikki jihat: shovqinni pastlatish, tovushning bir xil tarqalishi va tebranishi kabilar ta`minlaydi. Mazkur bar loyihasida shovqinni kamaytirishda yuqorida ta`kidlaganimizdek shovqinni yutuvchi pardoz vositlaridan foydalanish maqsadga muvofiq.

Barning asosiy qismlaridan bo`lgan ichimliklar va asbob uskunalar saqlanadigan orqa qismi, tabiiy yog`ochdan ishlangan devor mebeli bilan

jizhozlanishi kerak. Mazkur mebel ko`p qavatli bo`lib har bir bo`lmaga turiga qarab mahsulotlar joylashtirish uchun qulay bo`lmog`i lozim.

Yuqoridagi barcha talablarga javob bera oladigan bar loyihasini tashkillashtirgandan so`ng uning faoliyati yanada samarador bo`lishi uchun xodimlarda xizmat ko`rsatish darajasi va mijozlarni jalb qila olish qobiliyati yuqori bo`lishi talab etiladi. Xizmat ko`rsatish sifatining yuqoriligi bilan mijozlarni jalb etib bo`lsada, lekin ularni har xil ko`ngilochar tadbirlar va shou sifatidagi kechalar bilan ham jalb etish alohida o`rin tutadi. Bunday tadbirlar natijasida mehmonxona xo`jaligi o`z imijini yanada mustahkamlaydi va shu bilan bir qatorda mehmonlarda ulkan taasurot qoldiradi.

Hozirgi vaqtda butun jahonda, mehmonxona xo`jaliklarida yangicha yo`nalish – animatsiya, ya`ni dam olishni jonlashtirish va tadbirlarda shaxsan ishtirok etish orqali bevosita taasurot olishni tashkil etish tobora keng tarqalmoqda. Turizmda bu hodisa paydo bo`lishiga intererlari va xizmat ko`rsatish darajasi teng bo`lgan turistik korxonalar o`rtasida raqobat sabab bo`lgan.

Insonning animatsion (lotincha – jon , animatus – jonlanish) yoki dam olish faoliyati , eng avvalo, rekreatsiya (inglizcha recreation – kuchlarni tiklash) tushunchasiga “insonning kuchlarini tiklash” , deb izoh berilgan. Turistlar entsiklopediyasida esa rekreatsiya “insonning jismoniy va ma`naviy kuchlarini dam olish , shu jumladan turizm bilan shug`ullanish vositasida tiklash va rivojlantirish” sifatida ifodalangan.

Animatsiya bo`sh vaqtni o`tkazishda maxsus dasturlarni ishlab chiqish va taklif qilish borasidagi faoliyat sifatuda qaraladi. Animatsion dasturlar sport o`yinlari va bellashuvlari, raqs oqshomlari, har xil o`yinlar va mashg`ulotlarni o`z ichiga oladi. Boshqacharoq aytadigan bo`lsak, animatsiya – bu turistik dasturlarni jonlantirish va shu tariqa ularga ishtirokchilarni ya`ni mehmonlarni jalb qilishga qaratilgan tadbirlardir. Shunaday ekan ushbu jarayonni amalga oshiruvchi shaxs – animator ,

bo'sh vaqtni o'tkazish individual va kollektiv dasturlarni ishlab chiqishi bilan shug'ullanuvchi, to'laqonli dam olishni tashkil etuvchi mutaxassis bo'lishi kerak.

Mehmonxona xo'jaliklarida mehmonlarning dam olish animatsiyasi turizm industriyasi asosiy animatsiya yo'nalishlaridan hisoblanadi. Bu jarayondaeng asosiy vazifa – bu mehmonlarning zerikib qolishlariga yo'l qo'ymaslik hosblanadi.

Animatsion dasturlarning vazifasi madaniy, sog'lomlashtirish, va sport tadbirlarini tashkil etish va boshqarish, ularni mehmonlar o'rtasida ommaviylashtirishdan iborat.

Mazkur jarayonlarni tashkillashtiruvchilar, ya'ni animatorlar animatsion dasturlarni shakllantirish paytida quyidagi savollarga javob berishlari lozim:

1. *Dasturlar kim uchun mo'ljallangan?* Bu yerda, bo'lg'usi tomoshabinlarning yoshi va jinsi, ijtimoiy holati va kasbi, millati, mehmonlarning yashash uslubi – klassik yoki ekstremalligi, sog'liqining holati kabilar jihatlar e'tiborga olinadi.

2. *Animation dastur zahirida nima yotadi?* Bunda asosiy g'oya ishlab chiqiladi va mazkur g'oyaga erishish maqsadlari aniqlanadi.

3. *Animatsion dasturni yaratish uchun nimalar qilish lozim?* Ilk amalga oshirish jarayonlarni boshlashdan oldingi tadbirlar aniqlanadi.

Animatsiya dasturi shunday tayyorlanishi kerakki, ko'ngilochar va boshqa elementlar shaklan rang-barang, mehmonlarga qiziqarli bo'lishi va o'tkazilayotgan tadbirlarda mumkin qadar ko'proq ishtirokchilar, ya'ni mehmonlar qatnashsin.

“Regal Palace” mehmonxonasida animatsion dasturlarni yaratish va amalga oshirish borasida barcha imkoniyatlarga ega. Samarqand shahri turizmi mavsumiy harakterga xosligi uchun har mavsum yilning issiq oylariga to'g'ri keladi. Shu boisdan “Regal Palace” mehmonxonasida animatsion dasturlarni amalga oshirish borasida alohida joy tashkillashtirish borasida bosh qotirishmayd. Mehmonxonaning ichki taraf hovlisi animatsion dasturlarni tashkillashtirish uchun eng yaxshi va qulay joydir. Hovlining kengligi, ko'kalamlashtirilganligi va eng asosiysi ochiq osmon

tagida toza havoda ekanligi amalga oshiriladigan dasturlarga yanada tabiiylik qo`shadi.

“Regal Palace” mehmonxonasida amalga oshiriladigan animatsion dasturlarni bosh g`oyasini yaratishda tashkilotchilar mehmonxonaga tashrif buyuruvchi mehmonlarning yosh va millati jihatdan tarkibini hisobga olgan holda, yurtimizning boy madaniy va ma`naviy xususiyatlarini va san`atini ifodalagan jihatlarni hisobga olgani ma`qul. Misol uchun xalqimizning milli jamoaviy o`yinlari, milliy raqslarimiz va ikki tomon milliy ashulalari almashinuvi kabilardan tashkil topgan dasturlarni yaratishlari mumkin. Bunday animatsiona dasturlarni “Regal Palace” mehmonxonasida kechgi ovqatdan keyin tashkillashtirgan maqsadga muvofiq, sababi yurtimizda mavjud tur operatorlari tomonidan taqdim etiladigan tur paketlar asosini Samarqandning boy tarixini aks ettirgan tarixiy obidalarimiz va tarixiy qadamjolarimiz bo`ylab kunduz kuni sayohatlar tashkil etadi. Shu boisdan “Regal Palace” mehmonxonasiga tashrif buyurgan mehmonlar animatsioan dasturlar uchun faqat kechgi ovqatdan keyin bo`sh vaqtlari mavjud bo`ladi.

“Regal Palace” mehmonxonasida animatsioan dasturlarni mehmonxona rahbar xodimlari va boshqa xizmat ko`rsatuvchi xodimlar yordamida guruh tuzgan holda ishlab chiqishlari ko`zda tutiladi. Animatsion dastur loyihasi, senariysi, musiqa, kiyimlar rejasi rahbar xodimlar tomonidan puxta ishlab chiqilishi va tashkiliy ishlar qolgan mas`ul xodimlar tomonidan amalga oshirilishi lozim. Animatsion dasturlar moliyaviy-iqtisodiy tomoni tahlili “Regal Palace” mehmonxonasining yuqori rahbariyati tomonidan ko`rib chiqilgach, dasturlar loyihasi puxta ishlab chiqilishi kerak.

Shunday qilib, animatsion dasturlar “Regal Palace” mehmonxonasi rahbar xodimlarining ishi – sermashaqqat ijodiy jarayon bo`lishiga qarmay , tashrif buyurgan tur guruhi uchun mehmonxonada o`tkazgan har bir kuni ulkan voqea, bayramga aylanishida, uning yodida dam olishdan olingan yorqin taasurot sifatida bir umr saqlanib qolishiga erishiladi. Shu bilan birga, mazkur jarayon mehmonxonada qulay psixologik muhitni yaratishi orqali, mehmonlarning bu yerga qayta tashrif buyurishlari uchun zamin yaratadi. Mehmonxonaning obro`si oshishiga va uning daromadi ko`payishiga ko`maklashadi.

Xulosa va takliflar

Bugungi iqtisodiyotni modernizatsiya qilish shart-sharoitlarida mehmonxona industriyasi yuqori raqobat muhitiga ega tarmoq sifatida namoyon bo`lmoqda. Qisqa vaqt ichida yangidan yangi restoran va mehmonxona qurilib foydalanishga topshirilayotganini guvohi bo`lmoqdamiz. Yaratilayotgan yangi konsepsiyalarga muvofiq ma`lum bir iste`molchilar guruhlari ehtiyojlari to`laligicha qondirilmoqda. Turistik tashkilotlarning ayrimlari jadal sur`atlar bilan faoliyatini yuritishni davom ettirayotgan bo`lsa, ayrimlari qisqa vaqt ichida raqobatga dosh berolmay, bu safdan chiqib ketishmoqda.

Mehmonxona xo`jaliklarining muvaffaqiyatga erishishda eng asosiy vazifalardan biri – bu yuqori sifatli xizmatlar ko`rsatish hisoblanadi. Mehmonxona barcha xizmat bo`limlari xodimlarining birdamligini oshirish, ma`muriyatning doimiy va samarali nazorati, xizmat ko`rsatish shakllari va usullarini takomillashtirish borasida olib borilayotgan ishlar, ilg`or tajriba, texnika-texnologiyani o`rganish va takomillashtirish, xizmatlar assortimentini kengaytirish va ko`rsatilayotgan xizmatlarni takomillashtirish kabilar mehmonlarga yuqori sifatli xizmatlarni ko`rsatishni ta`minlaydi.

Bitiruv malakaviy ishining maqsadi xizmat ko`rsatish sohasida sifat tahlili masalalarini ko`rib chiqish, o`rganish va mehmonxona xo`jaliklarida xizmatlar sifatini boshqarishni takomillashtirishdir.

Birinchi bobda mehmonxona xo`jaliklarida xizmatlar sifati modeli va xizmat sifati ko`rsatgichlari, xizmat ko`rsatish elementlari samaradorligi tasnifi, mahsulot va xizmatlar sifatini baholash shakli va usullarining asosiy ilmiy-uslubiy va nazariy masalalari bo`yicha ma`lumotlar keltirildi.

Ikkinchi bobda “Regal Palace” mehmonxonasining xo`jalik yuritish faoliyati to`g`risida ma`lumotlar keltirildi. Ushbu ma`lumotlar ichida “Regal Palace” mehmonxonasining ma`muriy-hududiy tuzilish shakli, asosiy faoliyat shakli, tashkiliy tuzilmsi, xizmat ko`rsatish tasnifi, oxirgi ikki yil mobaynida moliyaviy-iqtisodiy

ko'rsatgichlarining samaradorlik ko'rsatgichlari tahlili kabilar ham o'rin olgan. Ushbu ma'lumotlardan kelib chiqqan holda uchinchi bobda "Regal Palace" mehmonxonasida xizmat ko'rsatishni sifatini boshqarishni takomillashtirish yuzasidan tadbirlar ishlab chiqildi.

Malakaviy ishni bajarish davomida "Regal Palace" mehmonxonasi xo'jalik faoliyatini tizimli ravishda tahlil qilish olib borildi. Tahlilning asosiy vazifalari bo'lib quyidagilar hisoblanadi:

- Xo'jalik faoliyati natijalarini baholash;
- Mehmonxona xo'jaligining kuchli va zaif tomonlarini aniqlash;
- Mehmonxona xo'jaligida bandlik darajasi muammolari o'rganish;
- Mehmonxona xo'jaligi xizmatlar hajmi va sifati holatini o'rganish.

To'plangan ma'lumotlar shuni ko'rsatdiki, "Regal Palace" mehmonxonasining ojiz tomonlaridan biri – xizmat ko'rsatish sifatining yuqori darajada emas ekan. Mehmonxonada xizmatlar sifatini nazorat qilish bo'limi va ichki standartlarning yaxshi yo'lga qo'yilmaganligi xizmat ko'rsatish darajasi pastligiga olib keladi. Shu bois tashkiliy masalalarni hal etishda tashkiliy tuzilma tarkibiga yangi bo'limlarni qo'shish, mehmonxonada xizmatlar sifatini nazorat qilish, ichki boshqaruvdagi zaif tomonlarni oldini olish kabilar birinchi darajali vazifalar hisoblanadi.

"Regal Palace" mehmonxonasi boshqaruv tizimida ko'rsatiladigan xizmatlar sifatini boshqarishni takomillashtirish tadbirlari sifatida quydagi takliflar keltirildi:

- *Mazkur mehmonxona xo'jaligida xizmatlar sifatini boshqarish bo'limi tashkil etish;*
- *Tashqi xizmatlar sifati tekshiruvini olib boruvchi tashkilot tomonidan tekshiruvlarni olib borishni tashkillashtirish;*
- *Boshqaruv jarayoni xodimlari va boshqa xodimlarga tegishli ravishda "Mehmonxona xizmatlari sifati" mavzularida bilim va ko'nikma berilishi;*

- *Tozalash ishlari borasida mavjud standartlarni takomillashtirish;*
- *Mijozlar o`rtasida xizmatlar sifati borasida davriy so`rovnomalar tashkillashtirish;*
- *Korporativ mijozlar uchun kichik biznes markaz tashkil etish;*
- *Ko`ngilochar suhbatlarni xoxlovchi mijozlar uchun mehmonxona bar loyihasini qayta ishlab chiqish va bar xizmatlarini takomillashtirish;*
- *Faol mehmonlar uchun mehmonxonada animatsion dasturlarni yaratish va tashkillashtirish.*

Hozirgi iqtisodiyotni modernizatsiya qilish sharoitida raqobat muhiti ancha rivojlanganini ko`rishimiz mumkin. Bunday sharoitda Samarqandda mavjud mehmonxona xo`jaliklarida qo`shimcha xizmatlarni rivojlantirish muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu jihatni mijozlarning o`z ehtiyojlarini qondirish maqsadida mehmonxonani tanlashning asosiy omili sifatida qarash mumkin.

“Regal Palace” mehmonxonasida boshqaruvida qo`shimcha xizmatlarni joriy qilish va mavjud xizmatlar sifatini oshirish borasida qo`llaniladigan tadbirlar orqali, o`ylaymanki yetarli darajada iqtisodiy samaradorlikka erishadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

I. O'zbekiston Respublikasi qonunlari

1. O'zbekiston Respublikasi "Turizm to'g'risidagi" qonuni. Xalq so'zi/ 1999-y. 20-avgust.
2. O'zbekiston Respublikasi "Mahsulot va xizmatlarni sertifikatlashtirish to'g'risida" qonuni. 1993-y. 28-dekabr. 1006-XII-son

II. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Farmonlari va qarorlari

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2006-yil 17-apreldagi "O'zbekiston Respublikasida 2006-2010- yillarda xizmat ko'rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirish chora-tadbirlari to'g'rsida" gi PQ-325-sonli qarori.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2011 yil 05 yanvardagi "O'zbekiston Respublikasida 2015 yilga qadar xizmat ko'rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar haqida"gi PQ-830-sonli qarori.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2012- yil 7-maydagi "2012-2016-yillarda O'zbekiston Respublikasida xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish dasturi to'g'risida" gi PQ-1754-sonli qarori.
6. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi PF-4947-sonli farmoni
7. "O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida", 2016 yil 2 dekabr, PF-4861-son
8. "O'zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish Davlat Qo'mitasi faoliyatini tashkil etish to'g'risida", 2016 yil 2 dekabr, PQ-2666-son

III. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi Qarorlari va O'zbekiston Respublikasi vazirliklarining huquqiy-me'yoriy hujjatlari

9. Sayyohlarning O'zbekiston Respublikasiga kelishi va ketishi tartibi to'g'risidagi nizom. "O'zbekturizm" MK. 13.09.2004 yil 23-son.

10. “Turizm faoliyatini litsenziyalash to‘g‘risida”gi nizom. 2003 y №-497..

11. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2012 yil 10 mayda qabul qilgan "2012-2016 yillarda O‘zbekiston Respublikasida xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirish dasturi to‘g‘risida” gi qarori. //Xalq so‘zi, 2012 yil 12 may.

IV. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti asarlari

12. O‘zbekiston Respublikasi birinchi prezidenti Islom Karimovning mamlakatimizni 2015 yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2016 yilga mo‘ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo‘nalishlariga bag‘ishlangan Vazirlar Mahkamasining kengaytirilgan majlisidagi ma‘ruzasi. <http://press-service.uz>. 2016 yil 16 yanvar.

13. Karimov I.A. Bosh maqsadimiz – keng ko‘lamli islohotlar va modernizatsiya yo‘lini qat‘iyat bilan davom ettirish: O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimovning 2012 yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari hamda 2013 yilga mo‘ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo‘nalishlariga bag‘ishlangan Vazirlar Mahkamasining 2013 yil 18 yanvar majlisidagi ma‘ruzasi. – Xalq so‘zi, 2013 yil 19 yanvar, №13.-1-3- b.

14. Karimov I.A. Bosh maqsadimiz – keng ko‘lamli islohotlar va modernizatsiya yo‘lini qat‘iyat bilan davom ettirish: O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimovning 2012 yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari hamda 2013 yilga mo‘ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo‘nalishlariga bag‘ishlangan Vazirlar Mahkamasining 2013 yil 18 yanvar majlisidagi ma‘ruzasi. – Xalq so‘zi, 2013 yil 19 yanvar, №13.-1-3- b.

15. Mirziyoev Sh.M Tanqidiy tahlil, qat‘iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo‘lishi kerak.// Xalq so‘zi. 15 yanvar 2017 yil...

16. Mirziyoev Sh. M. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2017 yil 14 yanvar oyida bo‘lib o‘tgan “Mamlakatimizni 2016 yildagi ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlarini har tomonlama tahlil qilish hamda respublika hukumatining

2017 yil uchun iqtisodiy va ijtimoiy dasturi eng muhim yo‘nalishlari va ustuvor vazifalarini belgilashga bag‘ishlangan majlisida so‘zlagan nutqi. // “Xalq so‘zi” gazetasi, 2017 yil 16 yanvar.

17. Mirziyoev Sh.M. Ilm fan yutuqlari – taraqqiyotning muhim omili// “Xalq so‘zi” 2016 yil 31 dekabr

V. Darsliklar

18. M.T. Aliyeva. Mehmonxona menejmenti. Darslik. - T: TDIU. 2010. -275 b.

19. Kabushkin N. I.. Menedjment turizma. – M.: Novoy znanie. 2005.- 644 s.

20. F.K. Komilova, A.A. Eshtayev Mehmonxona va restoran xo‘jaligi marketingi: Darslik. - T.: TDIU. 2010. – 156 b.

21. Kozirev V.M, Zorin I.V, Surin A.I. Menedjment turizma. Ekonomika turizma. Uchebnik (seriya menedjment turizma), (GRIF). - M.: Finansi i statistika. 2004. – 253 s.

22. Ulitskiy M.P. Otsenka stoimosti transportnix sredstv. Uchebnik. – M.: Finansi i statistika. 2005. – 304 s.

23. Yankevich V.S. Marketing v gostinichnoy industrii i turizme. - M.: Finansi i statistika, 2003. - 415s.

24. Brassington, F. and Pettit, S. Principles of Marketing. 2nd ed, Prentice-Hall, 2002 -255b.

25. Wright, L.T and Crimp, M. The Marketing Research Process. 5th ed., Financial Times/Prentice-Hall, 2002 -240b.

26. Xoliqulov A.N. “Mehmonxonalarda servis sifati va samaradorligini oshirish imkoniyatlari (Samarqand mehmonxonalari misolida)” nomzodlik dissertatsiya.Samarqand 2010

27. Pardayev M.Q., Xolikulov A.N., Raximov X.A. Mehmonxona xo‘jaliklarida samaradorlikni oshirish yo‘llari. Monografiya. - T.: “Iqtisodiyot”, nashriyoti, - 2013. – 212 b.

28. Pardayev M.Q., Berdikulova I.R., Pardayev O.M. Marketing tadqiqotida statistik tahlil. Ma'ruzalar kursi. 1-qism. Samarqand, SamISI, 2014. – 144 b.

29. Pardayev M.Q., Rahimov H.A. Turfirmalarda moliyaviy natijalar tahlili. Monografiya. T.: "Iqtisodiyot", 2012. 64 b.

30. Pardayev M.Q. Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyotining ayrim muammolari. – Toshkent, "Navro'z" nashriyoti, 2014.-264 b.

31. Pardayev M.Q., Atabayev R., Pardayev B.R. Turizm sohasini rivojlantirish imkoniyatlari. "Fan va texnologiya", 2007.-32 bet.

VI. O'quv qo'llanmalar

32. O.X. Hamidov – "Turizm va servisda innovatsiyalar" O'quv qo'llanma. - TDIU, 2011 y. - 147 b.

33. Q.A. Alimov, B.B. Xolov. – Turizm infratuzilmasi. O'quv qo'llanma. - TDIU, 2011 y. - 129 b.

34. Pardayev M.K. va boshqalar. Xizmat ko'rsatish tarmoqlar iqtisodiyoti. O'quv qo'llanma. Samarqand, SamISI, 2013.

35. Safayeva S.R. Mehmonxona xojaligini tashkil etish. O'quv qo'llanma. TDIU-2011

36. Tuxliyev I.S. Turizm asoslari. Uslubiy qo'llanma. SamISI-2008

37. I. Ivatov. Restoran menejmenti O'quv qo'llanma TDIU, 2009 y 151 b

38. Volkov Yu.F. Gostinichniy i turistskiy biznes. - Rostov n/D: Feniks, 2008.– 637s.

39. Senin V.S, Denisenko A.V. Gostinichniy biznes: klassifikatsiya gostinits i drugix sredstv razmesheniya. Uchebnoe posobie. - M.: Finansi i statistika. 2006. - 144 s.

VII. Gazeta va jurnallar

40. Iqtisodiyot va ta'lim.

41. Jamiyat va boshqaruv.

42. O'zbekiston iqtisodiy axborotnomasi.

43. Xalq soʻzi gazetalari.

VIII. Statistik maʼlumotlar toʻplamlari

44. Osnovnie pokazateli razvitiya turizma v 2016 g. WTO. Madrid. 2016. 32 s.

45. Oʻzbekiston Respublkasi Davlat Statistika qoʻmitasining Samarqand viloyati turlar tahlili maʼlumotlari

46. Oqzbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qoʻmitasi yil hisobotlari toʻplamlari T.: 2010-2016 yillar

IX. Internet saytlari

47. www.stat.uz

48. www.my.gov.uz

49. www.standart.uz

50. www.interunion.ru

51. www.world-tourism.org

52. www.tourfaq.net

53. www.e-tours.ru

54. www.travel-library.com

55. <http://www.norma.uz/>

56. www.theregalpalace.com