

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

SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI

«Servis va turizm» fakulteti

«Xalqaro turizm va turizm servisi» kafedrası

«Himoyaga tavsiya etildi»
“Xalqaro turizm va turizm
servisi” kafedrası mudiri,
i.f.n. R.S.Amriddinova

Bayonnoma № 10 2014 y. 26 may

**5811700 - «Turizm va mehmonxona xo‘jaligi servisi»
*ta‘lim yo‘nalishi***

**TMS-110 guruh talabasi Zakirov Zafarjonning
“Xususiy turistik biznesda boshqarishni tashkil etish
xususiyatlari (Samarqand shahri turkorxonalari
misolida)” mavzusidagi**

BITIRUV MALAKAVIY ISHI

Ilmiy rahbar dotsent v.b. Ibadullayev N.E.

SAMARQAND – 2014

MUNDARIJA

	Kirish	
1-bob	Turizmda boshqarishni tashkil etishning nazariy asoslari....	
1.1	Xususiy turistik biznesning milliy iqtisodiyotda tutgan o‘rni va roli.....	
1.2	Turizm biznesida boshqaruvning maqsadi va funksiyalari.....	
1.3	Turizm biznesida boshqaruv usullari.....	
2-bob	Samarqand shahar turistik korxonalarida boshqaruning tashkil etilishi.....	
2.1	Samarqand shahrida turizmning rivojlanish tendensiyalari.....	
2.2	“Asia Samarkand” mehmonxonasining turizm bozorida tutgan o‘rni	
2.3	“Asia Samarkand” mehmonxonasining faoliyati tahlili.....	
3-bob	Xususiy turistik biznesda boshqarishni tashkil etish yo‘nalishlari.....	
3.1	Turistik biznesni boshqarishda boshqaruv tamoyillaridan samarali foydalanish	
3.2	Turistik biznesni boshqarishda axbort texnologiyalaridan foydalanish.....	
3.3	Turizm biznesida turistlar hayot faoliyati xavfsizligini ta’minlash masalalari.....	
	Xulosa va tavsiyalar.....	
	Foydalanilgan adabiyotlar.....	

KIRISH

Takidlash joyizki, har qanday faoliyat turi hoh u ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatish bo'lsin boshqaruvni hamda yuqori daromad olish va samaradorligini oshirish uchun boshqaruvdan samarali foydalanishni taqozo etadi.

Shunday ekan, bugungi kunda xususiy turistik korxonalarni boshqarish masalalari ya'ni turizm biznesida boshqaruv usullari, turistik biznesni boshqarishda boshqaruv tamoyillaridan samarali foydalanish, turistik biznesni boshqarishda axbort texnologiyalaridan foydalanish kabilani o'rganish va tadqiqotlarni natijalariga asoslangan holda tegishli tavsiyalar ishlab chiqish **mavzuning dolzarbligini** belgilab beradi.

Bitiruv malakaviy ishining maqsadi O'zbekistonda xususiy turistik biznesni boshqarish chiqish bo'yicha ilmiy va amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat. Qayd qilingan maqsadlarga erishish uchun quyidagi **vazifalar** bajarilishi maqsad qilib olingan:

- Xususiy turistik biznesning milliy iqtisodiyotda tutgan o'rni va roli;
- Turizm biznesida boshqaruvning maqsadi va funksiyalari;
- Turizm biznesida boshqaruv usullari;
- Samarqand shaxrida turizmning rivojlanish tendensiyalari;
- “Asia Samarkand” mehmonxonasining turizm bozorida tutgan o'rni;
- “Asia Samarkand” mehmonxonasining faoliyati tahlili;
- Turistik biznesni boshqarishda boshqaruv tamoyillaridan samarali foydalanish;
- Turistik biznesni boshqarishda axbort texnologiyalaridan foydalanish;
- Turizm biznesida turistlar hayot faoliyati xavfsizligini ta'minlash yo'llarini ishlab chiqishdan iboratdir.

Bitiruv malakaviy ishining predmeti. Iqtisodiyotni modernizatsiya qilish sharoitida O'zbekistonda xususiy turistik biznesni boshqarish bilan bog'liq bo'lgan ijtimoiy va iqtisodiy munosabatlar tizimidan iborat.

Bitiruv malakaviy ishining o'rganish ob'ekti. Tadqiqot ob'ekti bo'lib xususiy turistik korxonalar hisoblanadi.

Bitiruv malakaviy ishining ishining amaliy ahamiyati. Bitiruv malakaviy ishida berilgan takliflar amaliy jihatdan O'zbekistonda xususiy turistik biznesni boshqarishga to'siq bo'layotgan muammolarni bartaraf etish bo'yicha ilmiy va amaliy ishlarni amalga oshirishga o'zining munosib hissasini qo'shadi.

Bitiruv malakaviy ishining tarkibiy tuzilishi. kirish, uchta bob shu jumladan har bir bobda uchtdan paragraf savollari, xulosalar, tavsiyalar va foydalanilgan adabiyotlar ro'yhatidan iborat. Ishda 10 ta jadval, 9 ta rasm va 22 ta adabiyotlar keltirilgan. Ish 58 bet bo'lib kompyuterda sahifalangan.

1-BOB. TURIZMDA BOSHQARISHNI TASHKIL ETISHNING NAZARIY ASOSLARI

1.1. Xususiy turistik biznesning milliy iqtisodiyotda tutgan o‘rni va roli

So‘ngi yillarda milliy iqtisodiyotning daromad manbai bo‘lgan turizm sohasini yuqori sur‘atlar bilan rivojlanishini ta‘minlash bugungi kungi dolzarb masalalardan biri bo‘lib hisoblanadi. Shunday ekan mamlakatimiz mustaqillikka erishiboq boshqa sohalar singari bu sohani ham rivojlantirishga davlat siyosati darajasida qarab kelmoqda. Shu bilan birga O‘zbekiston Respublikasi keng jaxonga yuz tutdi va xalqaro aloqalarga kirishib ketdi. Bugungi kunda esa O‘zbekistonning xalqaro aloqalari rivojlanishida turizm sohasi ahamiyatga ega.

O‘zbekiston respublikasi mustaqillikka erishishi bilanoq turizm sohasini rivojlantirish ishlarini sekin astalik bilan bosqichma-bosqich amalga oshirib bordi. 1992 yil Prezidentimiz sharofati bilan “O‘zbekturizm” Milliy Kompaniyasining tashkil etilishi ushbu sohani rivojlantirishga qo‘yilgan dastlabki qadam bo‘ldi.

“O‘zbekturizm” Milliy kompaniyasining faoliyat yuritishi davomida Respublikamiz turizm sohasida katta o‘zgartishlar amalga oshirildi. Oldinlari mexmonxonalar, dam olish uylari, turistik bazalar, kempinglar umuman zamonaviy talablarga javob bera olmas edi. Chunki ularni ta‘mirlash, qayta qurish va jixozlash masalalari sobiq Markaz tomonidan ko‘rib chiqilgan. Mustaqillikka erishilishi bilan bu xolga, shuningdek, turizm sohasidan olingan daromadning barchasini respublika tashqarisiga olib chiqib ketilishiga chek qo‘yildi. O‘zbekiston turizm sohasida bozor munosabatlari amal qila boshladi, davlatning ko‘plab turistik korxonalari xususiylashtirildi, turistik mahsulot yaratish hamda shu turistik mahsulotga mustaqil narx belgilash erkinligi yaratib berildi. Natijada turizm bozorda faoliyat ko‘rsatayotgan korxonalar orasida raqobat yuzaga keldi. Raqobat O‘zbekiston turizm korxonalarining o‘z faoliyatini yanada rivojlantirish uchun

sifatli mahsulot ishlab chiqarish va bu bilan umumiy rivojlanishni ta'minlashga undadi.

«O'zbekturizm» Milliy Kompaniyasining vujudga kelishi va bu tashkilotning 1993 yili Butunjahon turizm tashkilotiga a'zo bo'lib kirishi O'zbekistonda turizm sohasining rivojlanishiga qo'yilgan o'lkan qadam bo'ldi. Respublikada xalqaro turizmni yangi bosqichga ko'tarish va samarali faoliyat ko'rsatishiga mos keladigan yangi shart-sharoit va mexanizmlar vujudga kelda boshladi.

Asta sekinlik bilan turizm sohani rivojlantirishning ma'yoriy-huquqiy asoslari ham yaratila boshladi. Jumladan, O'zbekiston Respublikasida xalqaro turizmni rivojlantirish borasida ishlab chiqilgan muhim hujjatlar qatoriga O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1995-yil 2-iyundagi «Buyuk ipak yo'li»ni kayta tiklashda O'zbekiston Respublikasi ishtirokini avj oldirish va respublikada Halkaro turizmni rivojlantirish borasidagi chora-tadbirlar to'g'risida»gi Farmoni hamda mazkur farmonni amalga oshirish maqsadida e'lon kilingan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Maxkamasining 1995 yil 3-iyundagi «O'zbekiston Respublikasida xalqaro turizmning zamonaviy infratuzilmasini barpo etish chora-tadbirlari to'g'risida»gi karori, 1998 yil 2 martdagi "Toshkent shahrida xalqaro klassdagi 4 yulduzli mehmonxona qurilishi samaradorligini oshirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi 89-sonli, 2002 yil 2 sentyabrdagi "O'zbekiston Respublikasida mehmonxona biznesi va xalqaro turizmni yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi 310-sonli, 2003 yil 11 noyabrdagi «Turizm faoliyatini litsenziyalash to'g'risidagi nizomni tasdiqlash haqida»gi 497-sonli Qarorlari va 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'risida"gi PQ-325-sonli, 2012 yil 10 maydagi «2012-2016 yillarda O'zbekiston respublikasida xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish dasturi to'g'risida»gi PQ-1754-sonli, 2013 yil 17 apreldagi «2013 - 2016 yillarda qishloq joylarda xizmat ko'rsatish va servis sohasini jadal rivojlantirish yuzasidan qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida»gi PQ-1957-sonli Qarorilari hamda 2014 yil 13 martdagi O'zbekiston Respublikasi

Vazirlar Mahkamasining “Turizm faoliyatini amalga oshirish va litsenziyalash tartibini takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi va boshqa shu kabi qabul qilingan va ijrosi amalga oshirilgan hamda oshirilayotgan qarorlarni kiritish mumkin.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida O‘zbekistonda halqoro turizm sohasini rivojlantirish uchun qo‘lay imkoniyatlar va shart-sharoitlar yuzaga kelayotganligi, turizmning respublika iqtisodiyotiga yanada integratsiyalashuvi, mamlakat iqtisodiyotida muhim ahamiyat kasb etadi. Jahon iqtisodiyoti tajribalaridan ma’lumki, turizm sohasi mamlakat byudjeti uchun zarur bo‘lgan valyuta tushumini ta’minlash, yangi ish joylarini vujudga keltirish va shu bilan birgalikda aholining turmush darajasini ko‘tarish uchun xizmat qiladi. O‘zbekiston betakror, ajoyib tarixiy arxitektura yodgorliklari, shirin-shakar mevalari, xilma-xil milliy taomlari-yu ajoyib milliy an‘analari, urf-odatlariga ega bo‘lgan mehmondo‘st xalqiga ega. Bularning barchasi chet ellik turistlar e’tiborini o‘ziga tortadi va ularni xayratlantiradi.

Bugungi kunga kelib mamlakat iqtisodiyotida turizm sohasi muhim ahamiyatga ega bo‘lib, aholi farovonligini oshirishda asosiy o‘rinni egallar ekan, mamlakatimizga kelayotgan turistlar soni ham yildan-yilga oshib bormoqda. Buni biz quyida “O‘zbekturizm” MK ma’lumotlaridan ham ko‘rishimiz mumkin (1.1.1 – jadval).

1.1.1 – jadval

O‘zbekistonga tashrif buyurgan turistlar sonining o‘zgarish dinamikasi

№	Ko‘rsatkichlar nomi	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
3.	Xizmat ko‘rsatilgan turistlar son - ming kishi	656,7	745,42	791,4	870,9	966,3	1022,5	1200
	Shu jumladan							
	Shundan xorijiy turistlarni	272,6	353,8	370,2	383,87	432,7	463,4	511

☐	qabul qilish						
--------------------------	--------------	--	--	--	--	--	--

Manbaa: «O‘zbekturizm» Milliy kompaniyasi ma’lumotlari

Jadval ma’lumotlaridan ko‘rinib turibdiki mamlakatimizda birgina 2012 yilda 2011 yilga nisbatdan xizmat ko‘rsatilgan turistlar soni 17 %ga, qabul qilingan xorijiy turistlar sonidagi o‘zgarish esa 10%ni ko‘rsatmoqda.

Mehmondo‘stlik industriyasi bugungi kunda dunyo tovar va xizmatlar eksportida birinchi o‘rinda kelmoqda. Xalqaro turistik oqim esa yiliga 1 mlrd.dan oshmoqda. Shuningdek, mamlakatimizga kelayotgan turistlarning ham soni asta sekinlik bilan oshib bormoqda.

“O‘zbekturizm” MKning statistik ma’lumotlariga qaraganda 2013 yilda 1977600 ta turistga xizmat ko‘rsatilgan. Turistik xizmatlar xajmi 2012 yilga nisbatdan 16%ga, xizmatlar eksporti esa 9%ga oshgan.

Sohada faoliyat ko‘rsatayotgan turistik korxonalar soni esa 2014 yilning boshiga kelib 900 ga yetgan bo‘lib, ularning 400 tasi mehmonxona xo‘jaliklari va 500 tasi esa turistik kompaniyalar hisoblanadi¹.

O‘zbekistonga keluvchi turistlarning aksariyati Toshkent-Samarqand-Buxoro-Xiva yo‘nalishi bo‘yicha sayohat qiladilar. Chunki, O‘zbekiston turizm infratuzilmasi aynan shu manzilgohlarda yaxshiroq rivojlangan hamda Buyuk Ipak yo‘liga taalluqli ko‘pgina ob’ektlar aynan shu joylarda saqlanib qolingan. Ammo, mamlakatimizning boshqa joylarida ham yetarli darajada turistik salohiyatga ega bo‘lishiga qaramasdan soha rivojlanishi ancha oqsoq holatda bo‘lmoqda. Misol uchun, Surxondaryo, Qashqadaryo va Farg‘ona vodiysi viloyatlarida ham turistlarni jalb etishi mumkin bo‘lgan ko‘plab muhim turistik resurslar mavjud bo‘lsada, infratuzilmaning rivojlanmagani turistlarni bu yerga kelishiga tusqinlik qiladi. Biroq, takidlash joyizki, bu kabi kamchilarni bartaraf etish maqsadida hukumatimiz tomonidan barcha imkoniyatlar ishga solinmoqda. Zero yaqin yillar ichida mamlakatimizning barcha hududlarida turizm sohasi tez sur‘atlarda rivojlanadi.

¹ <http://www.api.uz/news/info/print/3089/>

Hozirda Respublikamizda xorijiy turistlarga asosan madaniy-tanishuv turlari taklif qilinmoqda. Ushbu turlar davomida tarixiy, arxitektura, diniy obidalar va ziyoratgohlar bilan tanishtiriladi, mahalliy aholining turmush tarzi, madaniyati, urf odatlari va an'analari ko'rsatiladi. Bunday turlar davomida asosan Samarqand, Buxoro va Xivadagi ob'ektlarga tashrif buyuriladi. Respublikamizda hammasi bo'lib 30 ga yaqin turlar taklif etiladiki, ularning ichida Toshkent va Farg'ona vodiysida amalga oshiriluvchi ko'ngilochar, dam olish - davolanish, tog'-chang'i, golf sportlari bilan shug'ullanish turlari ham mavjud.

O'zbekiston Respublikasi Davlat Statistika qo'mitasi ma'lumotlariga e'tibor berar ekanmiz, xozirgi vaqtda milliy turmahsulotlarimiz bilan asosan Yevropa mamlakatlari fuqarolari qiziqishmoqda. Agarda, Osiyo mamlakatlariga nazar tashlaydigan bo'lsak, yurtimizga eng ko'p osiyolik mehmonlar kunchiqar Yaponiya, Janubiy Koreya va Erondan kelayotganligining guvohi bo'lamiz mumkin.

O'zbekistonda xalqaro turizmni rivojlantirishning asosiy vazifalaridan biri xorijiy turistlarni qadimiy tarixga ega bo'lgan Samarkand, Buxoro, Xiva va Shaxrisabz kabi shaharlarimizdagi tarixiy obidalar, me'morchilik, diniy va madaniy yodgorliklar hamda respublikadagi boshqa diqqatga sazovor joylar bilan tanishtirish orqali ularga madaniy-ma'rifiy ma'lumotlar berishdir. Bundan tashqari, xorijlik turistlarni respublikamizning nafaqat tarixiy joylarini, balki go'zal tabiati bilan yaqindan tanishtirish, hordiq chiqarish, davolanish bilan bog'liq bo'lgan marshrutlar ishlab chiqilgan.

1.2. Turizm biznesida boshqaruvning maqsadi va funksiyalari

Har qanday faoliyat jumladan, turizm biznesi bilan shug'ullanish ham boshqaruvni talab etar ekan, dastlab boshqaruv, uning maqsadi va funksiyalarini o'rganib olish lozim.

Boshqaruv tushunchasi tor ma'noda biror bir turistik faoliyat bilan shug'ullanuvchi korxonaning maqsadini aniqlash va unga erishish uchun zarur bo'lgan rejalashtirish, tashkil etish va nazorat jarayonlarining foyda keltirishi,

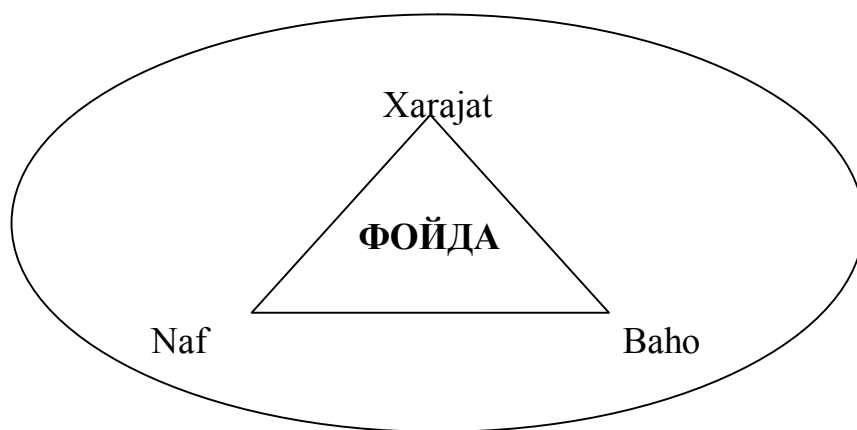
samara berishi, faoliyat yo‘nalishlarining to‘g‘ri tanlanishi, muqobil qarorlarni qabul qila olish hamda uning bajarilishini nazorat qilish va bu jarayonning kechishi bilan bog‘liq. Boshqaruv keng ma’noli tushuncha sifatida jahondagi boshqaruv va uni tashkil etishning nazariyotchilaridan biri Piter F.Druker aytganidek, “Boshqaruv alohida faoliyat turi bo‘lib, tashkil etilmagan betartib ommani, bir maqsadga yo‘naltirilgan samarali va unumli guruhga, jamiyatga aylantiradigan, ijtimoiy o‘zgarishlarni rag‘batlantiruvchi element hisoblanadi”.

Boshqaruv nafaqat korxona doirasida, qolaversa, butun bir jamiyat, davlatni o‘z tanlagan yo‘li, maqsad va intilishlariga yetaklovchi, iqtisodiyotni kuchli barqaror ishlovchi mexanizmga aylantirishda muhim ta’sir etuvchi kuch hisoblanadi.

Boshqaruvning mohiyati ijtimoiy–iqtisodiy munosabatlar darajasi, xizmat ko‘rsatishning rivojlanishi va iqtisodiy aloqalarining murakkablashuvi bilan kengayib boradi. Boshqaruv turizm biznesida xizmat ko‘rsatuvchilar o‘rtasida raqobatni shakllantirish, foydani maksimalashtirishga, shuningdek, ularni jahon turizm bozorida o‘z o‘rniga ega bo‘lishiga qaratilgan bo‘ladi.

Umuman olganda boshqaruv bu o‘ziga xos yuksak san’at va mahoratni talab qiluvchi tanlov va shu tanlov asosida qaror qabul qilish hamda uning bajarilishini nazorat qilishdir.

Har qanday faoliyatning ijobiy natija berishi eng avvalo, tanlovni to‘g‘ri bajara olishga, maqbul va ishonchli qarorni qabul qila olishga hamda bu qarorning bajarilishini nazorat qila olishga bog‘liq. Masalan, yuqori foyda olish quyidagi uch ta jihat bo‘yicha to‘g‘ri tanlovni va ishchan qaror qabul qilinishini talab qiladi (1.2.1 – rasm).



1.2.1 – rasm. **Yuqori foydani ta'minlanish sharti**²

Demak, 1.2.1 – rasimga e'tibor beradigan bo'lsak yuqori foyda olish harajat, naf va baho bo'yicha to'g'ri va muqobil qarorlaning qabul qilinishiga bog'liq ekan.

Harajat – bu xizmat ko'rsatish va uni sotish hamda ish haqqi to'lashga sarflanadigan mablag'lar yig'indisidir.

Naf – tashkil etilajak xizmatlarning iste'molchilarga qanchalik ijobiy natija keltirishidir.

Baho – bu xizmatlarning pulda ifodalangan qiymatidir.

Foydaga ta'sir etuvchi bu uch omilning mohiyatini anglagan boshqaruvchigina tanlovni to'g'ri amalga oshirishi va oqilona qarorni qabul qila olishi mumkin. Boshqaruv san'ati va mahorati shundagini namayon bo'lishi, natijada esa yuqori foyda olishga erishilishi mumkin.

Endi boshqaruvning maqsadlariga keladigan bo'lsak, uning maqsadlari juda xilma – xildir. Ularga quyidagilarni kiritishimiz mumkin:

- Joriy maqsadlar;
- Istiqboldagi maqsadlar;
- Uzlaksiz maqsadalar;
- Fursatli maqsadlar;
- Bir martalik maqsadlar va boshqalar.

Amalga oishrish muddatiga qarab joriy va istiqboldagi maqsadlarga bo'linadi. Joriy maqsadlar deganda bir yil ichida, yil choragi, bir oy va undan kamroq muddatda amalga oshiriladigan maqsadlar tushuniladi.

Joriy maqsadlar nuqtai nazaridan maqsadlarni belgilashga yondoshuv, har bir bo‘lim maqsadlari, ularni bajarish muddatlari, aniq ijrochilar, aniq maqsadli tadbirlar, belgilangan tadbirlar bajarilishining asoslab berilishi barcha bo‘g‘inlar va darajalarda boshqaruv ishonchliligini oshirish kafolatini beradi hamda butun boshqaruv tuzulmasi harakatlarining puxta bo‘lishini belgilaydi.

Istiqbolli maqsadlar- bu besh yil yoki undan ko‘proq davr mobaynida amalga oshiriladigan maqsadlar tushuniladi. Misol uchun, 2006-2010 yillarda xizmat ko‘rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirish chora-tadbirlari, 2012-2016 yillarda O‘zbekiston respublikasida xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirish dasturi kabilarni kiritishimiz mumkin.

Uzluksiz maqsadlar- har kuni qabul qilinadigan va amalga oshiriladigan odatiy maqsadlardir.

Fursatli maqsadlar- biror bir muammoni hal etish zarurati tug‘ulgan hollarda paydo bo‘ladigan maqsadlar tushuniladi. Masalan, turistik korxonani qayta jixozlash, yangi marshrutlar ishlab chiqish, qo‘shimcha xizmatlarni tashkil etish va b.

Boshqaruv jarayonida bir martalik maqsadlarga ham ehtiyoj tug‘ulishi mumkin. Bunday maqsadlar, odatda korxona uchun kutilmagan muammoni yechish uchun yuzaga keladi.

Boshqaruv maqsadlarini amalga oshirish boshqaruv funksiyalaridan samarali foydalanishni taqozo etadi.

Funksiya – bu lotincha so‘z bo‘lib, biror kimsa yoki narsaning ish, faoliyat doirasi, vazifasi degan ma’nolarni anglatadi³. Boshqarish funksiyasi deganda u yoki bu ob’ektni boshqarishga oid aniq vazifalarni hal etishga qaratilgan bir turdagi ishlar majmui tushuniladi⁴.

Yuqoridagi ta’rifdan kelib chiqadigan bo‘lsak, boshqaruv muayan funksiyalar orqali amalga oshirilgan ekan. Demak, boshqaruv funksiyalarini aniqlash, ularning

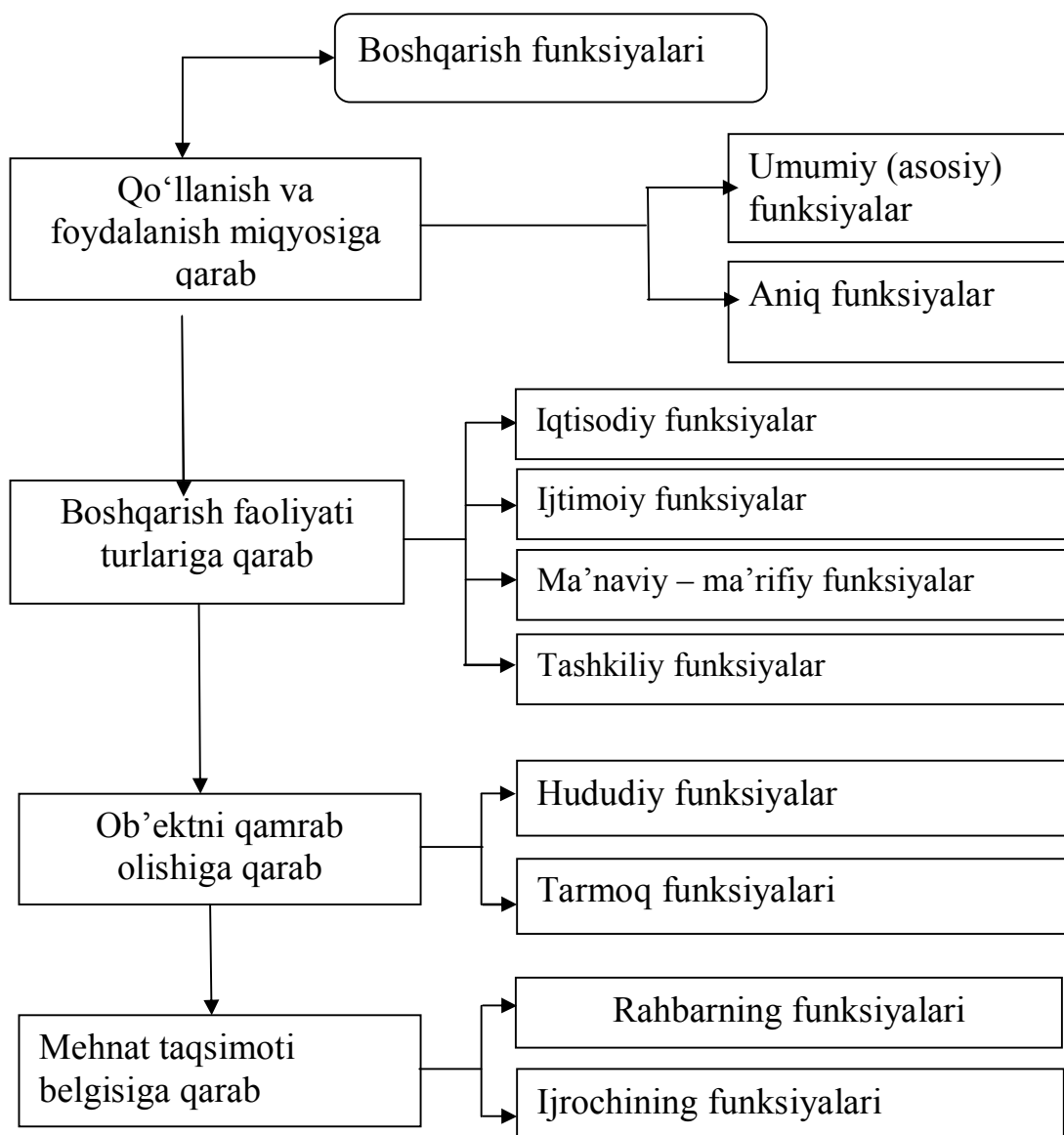
³ O‘zbek tilining izohli lug‘atidan

⁴ M.Sharifxo‘jayev, Yo.Abdullayev “Menejment” darslik. T.: “O‘qituvchi” 2001 y.

mohiyatini ochish va o'rganish boshqaruv jarayonini to'g'ri tashkil qilishning muhim sharti ekan.

Boshqaruv funksiyalarining mazmunini u yoki bu faoliyatni tashkil qilishdan kelib chiqadi. Funksiyalar tarkibini, ularning ko'lamini va mazmunini aniqlash boshqaruvchi xodimlar sonini belgilash, boshqaruv apparatining tashkiliy tuzilishni loyihalash uchun muhim asos bo'lib hisoblanadi.

Boshqaruv funksiyalari- ko'p qirrali tushuncha bo'lib, ularni muhim belgilar bo'yicha tasniflash zarurati tug'uladi(1.2.2-rasm).



1.2.2-rasm. **Boshqarish funksiyalarining tasnifi**

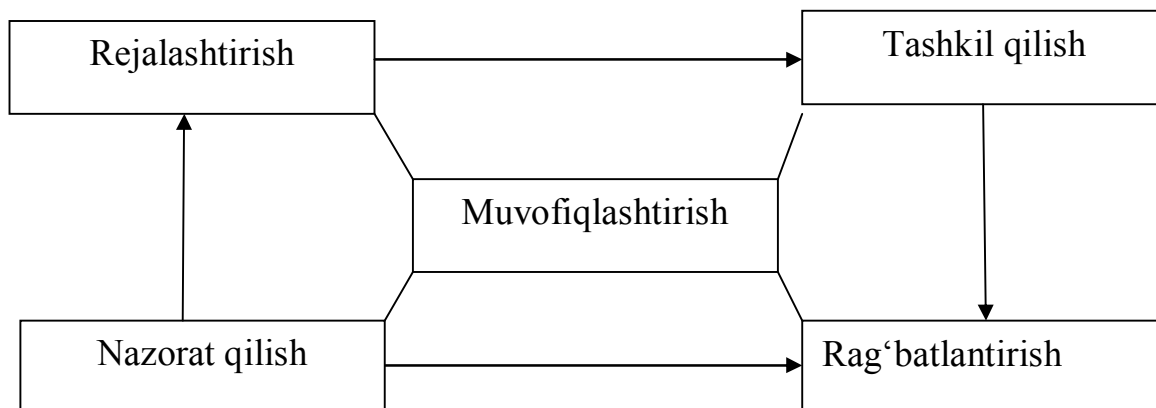
Boshqaruv funksiyalarining mohiyati va mazmunini o'rganish boshqaruvning butun jarayonini tartibga solib turish uchun zarurdir. Chunki, yuqorida ta'kidlaganimizdek, boshqaruv mazmuni jarayon sifatida uning funksiyalarida namoyon bo'ladi.

G'arb menejmentining bugungi zamonaviy nazariyasi boshqarish funksiyalarini tasniflashda eng avvalo uning quyidagi asosiy funksiyalariga ustuvorlik beradi:

- Rejalashtirish;
- Tashkil qilish;
- Tartibga solish va muvofiqlashtirish;

- Nazorat qilish;
- Ragʻbatlantirish (motivlashtirish).

Bu funksiyalar boshqaruvning barcha boʻgʻinlarida quyidagi izchillikda amalga oshiriladi(1.2.3-rasm).



1.2.3-rasm. **Boshqarish funksiyalarini amalga oshirishdagi ketma-ketlik**⁵

Yuqoridagi rasmdan koʻrinib turibdiki boshqarish dastlab rejalashtirishdan boshlanib, tashkil qilish, ragʻbatlantirish bilan davom ettiriladi va nazorat funksiyasi bilan yakunlanar ekan. Bu yerda muvofiqlashtirish barcha funksiyalar jarayonida oʻz aksini topadi.

Bu funksiyalar boshqaruvning barcha bosqichlariga xos boʻlgan umumiy xususiyatlarga ega boʻlib, boshqaruv boʻgʻinlaridagi barcha rahbar va mutaxassislar faoliyatida mavjud boʻladi.

Boshqaruvning yuqorida sanab oʻtilgan asosiy funksiyalari turizm biznesini boshqarish jarayonida ham muhim ahamiyatga ega.

Rejalashtirish-boshqarishning asosiy va dastlabki funksiyasi hisoblanadi. Chunki har qanday boshqarish reja tuzishdan boshlanadi. Bu reja doirasida boshqaruv maqsadlari va vazifalari, ularni amalga oshirish muddatlari belgilanadi, shuningdek vazifalarni amalga oshirish usullari ishlab chiqiladi.

Tashkil qilish – bu funksiya boshqaruv ob’ekti doirasida barcha boshqariluvchi va boshqaruvchi jarayonlarning uyushqoqligini ta’minlaydi. Shu nuqtai nazardan tashkil qilish ichki va tashqi shart sharoitlarning oʻzgarib turishiga qarab, amaldagi tizim tarkibini takomillashtirish yoki yangisini tuzish demakdir.

Bu funksiya joriy va strategik rejalarning ijrosini ta'minlash bo'yicha birinchi qadamdir.

Muvofiqlashtirish va tartibga solish- bu funksiyaning asosiy vazifasi oqilona aloqalar o'rnatish yo'li bilan boshqariladigan tizimning turli qismlari o'rtasida kelishib ish olib borishni ta'minlashdir.

Nazorat- bu funksiyaning maqsadi boshqaruv ob'ektida sodir bo'layotgan jarayonlarni hisobga olish, tekshirish, tahlil qilish va ma'lum tartibda shu ob'ekt faoliyatini o'z vaqtida sozlab turishdir. Nazorat o'rnatilgan me'yoriy hujjatlardan, rejalardan og'ishlarni, ularning joyi, vaqti, sababi va xususiyatlarini aniqlash imkonini beradi.

Motivlashtirish ya'ni rag'batlantirish – bu kishilarning faoliyatini ruhiy yo'llar bilan maqsadga muvofiq yo'naltirishdir. Motivatsiya jarayoni qandaydir ehtiyojga yetishmovchilikdan yoki qoniqishning yetarli yoki umuman yo'qligidan boshlanadi. So'ngra shu qoniqishga erishish uchun maqsad sari harakat qilinadi.

Xozirda motivlashtirishning nazariyasiga asoslanib uning turli modellari ishlab chiqilgan va amaliyotda qo'llanilib kelinmoqda.

1.3. Turizm biznesida boshqaruv usullari

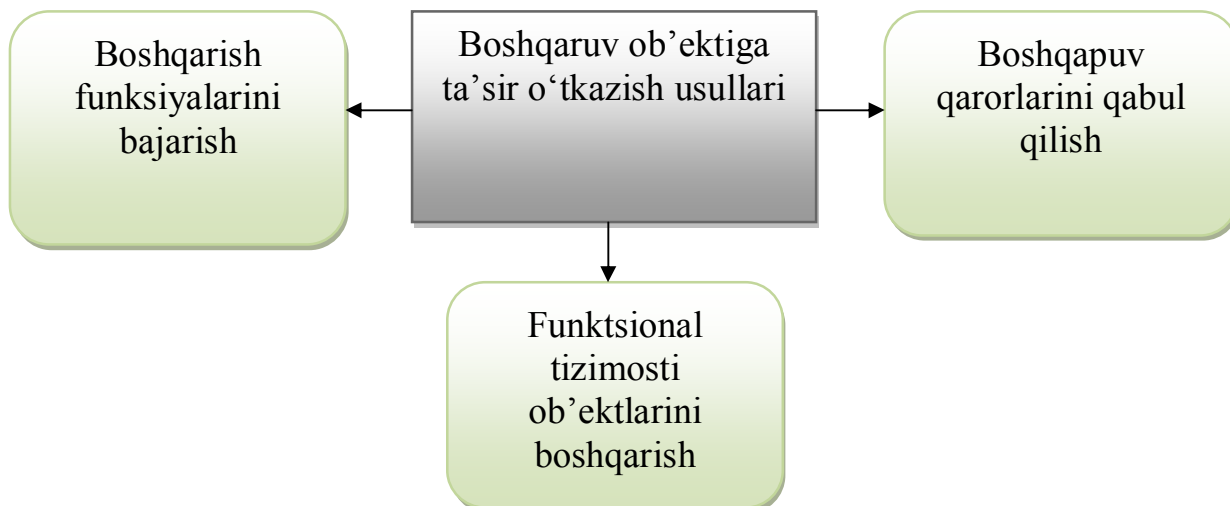
Bizga ma'lumki, qanday faoliyat bilan shug'ullanmaylik, hoh u yirik yoki kichik ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatish sohasi bo'lsin boshqaruvni hamda boshqaruv usullaridan foydalanishni taqozo etadi.

Shunday ekan, biz ubu ishimizning 1.3 bo'limini turizm biznesida boshqaruv usullari deb nomlab tadqiqot olib bordik. Bo'limni yoritishda birdagina boshqaruv usullarining turlariga o'tib ketmasdan, boshqaruv usuli tushunchasining o'ziga ta'rif berishdan boshlashni joyiz topdik.

Biz tadqiqotlarimiz natijasida boshqaruv usuli bu – “turistik biznesi korxonalarning maqsadlarini bajarish uchun xodimlar oldiga qo'yilgan vazifalarni bajarishiga ta'sir etish usuli” degan xulosaga keldik.

Ta'sir o'tkazish nuqtai nazardan usul deganda, boshqapish funksiyalarini amalga oshirish uchun boshqaruv ob'ektiga ta'sir o'tkazish usullari tyshyniladi (1.3.1-rasm).

1.3.1-rasm



Demak, boshqaruv usullaridan foydalanish jarayonida xodimlarga va xizmat ko'rsatish jamoalariga ta'sir ko'rsatish orqali qo'yilgan maqsadlarga erishiladi.

Xozirgi vaqtda quyidagi asosiy boshqaruv usullaridan keng foydalanilmoqda:

- Boshqaruvning iqtisodiy usullari;
- Boshqaruvning tashkiliy farmoyish usuli;
- Boshqaruvning ijtimoiy-psixologik usullari.

Boshqarishning **iqtisodiy usullari** boshqaruvda markaziy o'rin berilganligi bilan muhim ahamiyatga ega. Bu usulni qo'llashdagi eng muhim huquqiy talablarning biri-"tashkilotning mustaqil ish yuritishiga" sharoit yaratish hisoblanadi.

Iqtisodiy usullar orqali xodimlarining tadbirkorlik imkoniyatlari uyg'otiladi, tashabbuskorligi oshiriladi. Bunday ijobiy holatlarning yuzaga kelishi natijasida ya'ni tashkilot tashabbuskorlik, ixtirochilik, yangilikga intilish, tavsiya va takliflarni joriy qilishdan qo'shimcha daromad oladi. Natijada qo'shimcha foydaning ma'lum bir qismidan jamao a'zolari manfaatdor bo'lishadi.

Bu boshqaruv tipidagi eng muhim masalalardan biri boshqaruv organi ham mehnat jamoasi ham o'z rahbariyatining faoliyati tashkilotni qanday iqtisodiy rivojlanishga olib kelishni maksimal holda bilishi lozim bo'ladi.

Iqtisodiy boshqaruv usulida rejalashtirish, tahlil qilish, xo'jalik hisobini, bahoni belgilash, moliyalashtirish, rag'batlantirish tizimi mukammallashtiriladi.

Turizm biznesida boshqarishning iqtisodiy usullari iqtisodiy manfaatlardan foydalanishga asoslanar ekan, hap qanday turistik korxonaning iqtisodiy munosabatlari, eng avvalo manfaatlarda namoyon bo'ladi.

Boshqarishning iqtisodiy usullarining asosiy vazifasi turizm biznesida ko'rsatiladigan har bir xizmat birligiga sarflanadigan harajatni kamaytirishga imkon beruvchi yangi usullarni, shuningdek, manfaatdorlik muhitini vujudga keltirish va ulardan samarali foydalanishdir.

Bu usullar yordamida xodimlarning shaxsiy va jamoaviy manfaatlarini yuzaga chiqarish orqali ularning samarali ishlashi ta'minlanadi. Shu maqsadda qo'shimcha ish haqqi to'lash, mukofotlar berish kabilar muhim ahamiyat kasb etadi.

Turizm biznesida boshqariladigan ob'ektiga iqtisodiy usullar orqali ko'rsatiladigan ta'siri turizm biznesi korxonalari:

- jiddiy reklama tadbirlarini amalga oshirishishga;
- turistik, mehnat va moliya resurslaridan samarali foydalanishga;
- yangi texnika va texnologiyalarni joriy qilishga;
- mehnat unimdorligini oshirishga;
- raqobatdardosh xizmat turlarini ko'paytirishga va va ularni tashkil qilishga davat etuvchi bo'lishi kerak.

Boshqarishnnng **tashkiliy-ma'muriy usullarida** qo'llanilganda buyruq berish, nazorat qilish, jazolash usullari doimo birini-biri kutib turganidan ko'p hollarda boshqaruvning bu usullarini tanqid qilishadi. Lekin keyingi vaqtlarda ma'lum bo'ldiki, jamoada tartibni saqlash, xizmat ko'rsatishdagi tartib, aniqlik, javobgarlikni sezish aynan ana shu - boshqarishning tashkiliy - ma'muriy usullarini qo'llash orqali amalga oshiriladi.

Tashkiliy-ma'muriy usullar boshqarish usullari ichida alohida o'rin tutib, bu usullarga:

- boshqarish apparatining muayyan strukturasi tuzish;
- har bir boshqaruv bo'g'inining funksiyalarini aniq qilib belgilash;
- kadrlarni to'g'ri tanlash va ularning vazifalarini to'g'ri taqsimlash;
- buyruqlar, farmoyishlar va qo'llanmalar chiqarish, ularning bajarilishini nazorat qilish;

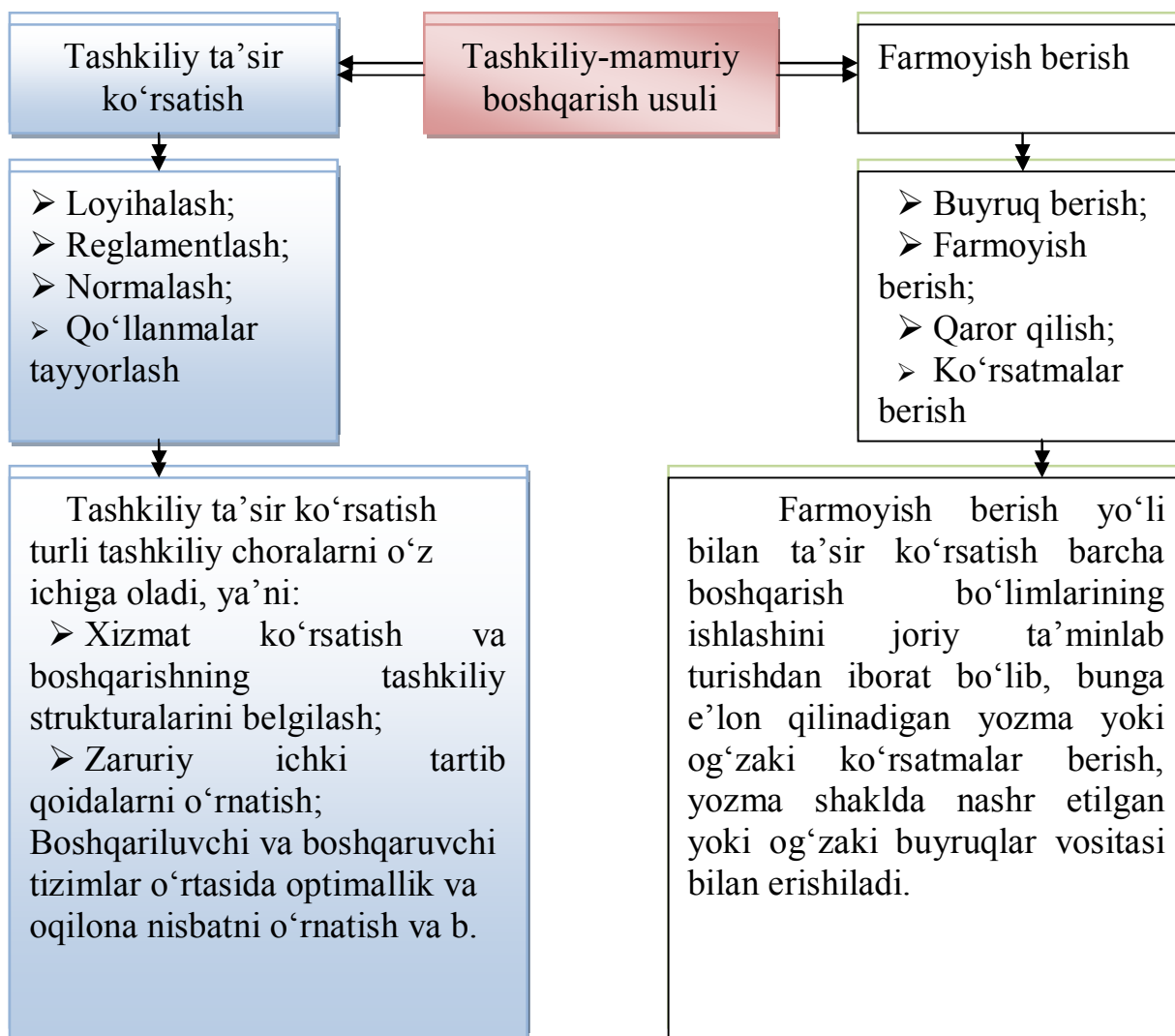
- topshiriqlar va ko'rsatmalarni bajarmayotgan bo'linma hamda shaxslarga nisbatan majburiy choralarni qo'llash kiradi.

Boshqarishning tashkiliy-mamuriy usullari ikki shaklda:

- tashkiliy ta'sir ko'rsatish usullari;
- farmoyish berish usullari shakllarida namoyon bo'ladi

Tashkiliy usullarning bu ikkala shakli birgalikda qo'llaniladi, bir-birini to'ldiradi va rivojlantiradi. Har ikkala shaklning uyg'unlashuvi xizmat ko'rsatishni hisobga olgan holda optimal bo'lishi kerak.

Tashkiliy-ma'muriy boshqaruv usuli 2 ko'rinishda bo'ladi (1.3.2-rasm).



Boshqaruvning **ijtimoiy - psixologik usullari** qo'llanilganda e'tibor berilishi kerakki, korxonada mehnat unumdorligini oshirish albattda xodimlarning ruhiy holatlariga bog'liq bo'ladi. Boshqaruvda har bir xodimga individual yondashish turizm biznesi oldiga qo'ygan maqsadni bajarish ya'ni sifatli xizmat ko'rsatishni tashkil etishda yagona jamoani shakllantirishda juda qo'l keladi.

Ijtimoiy - psixologik boshqaruv usullarining oddiy jihatlariga e'tibor bermaslik jamoa o'rtasida nosog'lom muhitning asta-sekinlik bilan kuchayib borishiga, boshqaruvdan narozi bo'lgan guruhlar shakllanishiga, rahbariyat bilan bu guruhlar o'rtasida tortishish hodisalari yuz bera boshlashiga, xodimlarning biri-biriga o'zaro yordam berishi munosabatlari yo'qola borishiga sabab bo'ladi.

Natijada boshqaruvning korxona oldiga qo'ygan maqsadlariga erishishdagi mehnat unumdorligining pasayishi sababli barbod bo'ladi.

Boshqarishning ijtimoiy – psixologik usullarining asosiy maqsadi jamoalarda sog'lom ijtimoiy – psixologik muhitni yaratishdir. Bu usul ijtimoiy – ma'naviy vaziyatga ta'sir etish yo'li bilan kishilarning fel – atvori ruhiyatini hisobga olib ularning ijtimoiy talablarini qondirish orqali boshqarishdir.

Boshqarishning ijtimoiy - psixologik usullari quyidagi muammolarni hal qilishga qaratilgan:

1. Kishilarning qobiliyatlari, mijozlari, harakatlari va hokazolarni hisobga olgan holda mehnat jamoalarini tashkil toptirish.

2. Ijtimoiy yurish-turish me'yorlarini o'rnatish va rivojlantirishga yaxshi va namunali an'analarni qo'llab-quvvatlash, milliy urf-odatlarini joriy etish hamda jamoa ongini o'stirishga yordam beradi.

3. Kishilarning intilishini, tashabbusini rag'batlantirish, umumiy ta'lim darajasini oshirish, ma'daniy, ma'naviy va ma'rifiy o'sish, malaka oshirish, estetik ravnaq va mehnatga ijodiy munosabatni ta'minlaydi.

4. Kishilarning madaniy va ijtimoiy-maishiy ehtiyojlarini qondirish, chunonchi, uy-joylar, bolalar bog'chalari, klublar, profilaktoriyalar, sport inshootlari va hokazolarni qurishga sharoit tug'diradi.

5. Mehnat jamoalarida talabchanlik, o'zaro yordam, intizomni buzuvchilarga murosasizlikdan iborat sog'lom ijtimoiy-psixologik muhitni vujudga keltirish va uni qo'llab-quvvatlashga sharoit tug'diradi.

6. Odamlarning o'z mehnatidan, tanlagan mutaxassisligi va kasbidan qoniqishlari uchun, xizmat ko'rsatish samaradorligi va ish sifatini oshirish uchun shart-sharoitlarni vujudga keltiradi.

Bu muammolarning yechimi boshqarishning yanada uyushqoq, samarali bo'lishini talab qiladi. Boshqarishning ijtimoiy - psixalogik usuli jamoada sog'lom muhitni yaratish uchun foydalaniladi.

Ta'kidlash joyizki, boshqaruvning samarali kechishi funksional tizimosti ob'ektlarni boshqarish va uning usullaridan foydalanish bilan chambarchas bog'liq.

Funksional tizimosti ob'ektlarini boshqarish usuli boshqariladigan ob'ektning tuzilishi bilan bog'liq bo'lib, uning tarkibidagi bo'limlarni boshqarishda qo'llaniladigan o'ziga xos usullarni o'z ichiga oladi. Ularni quyidagi tizimosti bo'limlar misolida ko'rish mumkin (1.3.3-jadval).

3.1.1-jadval

№	Tizimosti bo'limlar	Boshqarishninr o'ziga xos usyllari
1	“Xizmat ko'rsatish” bo'limi	• xizmatning sifat (ishonchli)ligini tahlil qilish; • xizmatlarning tashkil qilinishini va ko'rsatilishini nazorat qilish; • xizmat ko'rsatish jarayonlarini o'rganish va ularni takomillashtirib borish; • xizmat ko'rsatishni rejalashtipish va nazorat qilish; • harajatlarni hisob-kitob qilish va boshqalar.
2	“Marketing” bo'limi	• xizmatlar bozorida turizmning mavqeini tahlil qilish; • turistik korxonalarning bozorga chiqish imkoniyatlarini tahlil qilish; • yangi xizmatlar orqali yangi bozorlarga chiqish bo'yicha talab va ehtiyojlarni aniqlash; • marketing tadqiqotlarini olib borish; • marketing konsepiyasini ishlab chiqish va h.k.
3	“Xodim” bo'limi	• ishchi kuchini rejalashtipish; • xodimlar mehnatini va ish haqini tashkil qilish; • xodimlar va ularning martabalarini boshqarish; • xodimlarni boshqarish tizimini shakllantirish, tahlil qilish va boshqalar.

Bu usullarni qo'llash yordamida boshqariladigan ob'ekt tarkibidagi bo'limlarning maqsadlari va ularning yechimi bo'yicha zarur tadbirlar aniqlab olinadi. Umuman olganda o'rganilayotgan barcha usullar zahirida boshqaruv funksiyalariga samarali ta'sir etib ulatishning samaradorligini oshirish yotadi.

Demak, boshqaruv funksiyalarini bajarishda qo'llaniladigan usullar

boshqarish funksiyalarini, ya'ni:

- ✓ rejalashtirish;
- ✓ tashkil qilish;
- ✓ nazorat qilish;
- ✓ muvofiqlashtirish;
- ✓ motivatsiya (vaj, isbot keltirish) kabilarni bajarish uchun qo'llaniladigan usullardir.

Boshqarishning nazorat funksiyasini bajarishda qo'llaniladigan usullar tezkor, buxgalteriya hisobi va statistika holatiga bog'liq va shularga asoslanadi. Motivatsiya usullari xodimlarni mehnatga undaydigan barcha usullarni, ya'ni:

- ish haqi;
- rag'batlantirish tizimi;
- foyda taqsimotida qatnashish;
- ma'naviy rag'batlar;
- yuqori lavozimlarga tayinlash;
- malakani oshirish kabilarni ham ichiga oladi.

Qabul qilingan qarorlarning bajarilishini ta'minlash bo'yicha tadbirlar qapop qabul qilinib, tasdiqlangandan so'ng tuziladi. Bu bosqichda qarorlar shajarasi tuzilib, unda maqsadga erishishning barcha yo'nalish va yo'llari ikir-chikirigacha aniqlab chiqiladi.

2-BOB. SAMARQAND SHAHAR TURISTIK KORXONALARIDA BOSHQARUNING TASHKIL ETILISHI

2.1. Samarqand shaxrida turizmning rivojlanish tendensiyalari

Jahon sayohat va turizm kengashi (World Travel and Tourism Council — WTTC) ma'lumotlariga qaraganda O'zbekiston turizm tarmog'i tezkorlik bilan rivojlanayotgan davlatlar ro'yxatiga kiritildi.

Shuningdek, Kengash ma'lumotiga ko'ra, so'nggi yillarda O'zbekistonda turizm sohasi jadallik bilan o'sib borayotganligi, ziyoratchilar ayniqsa, Samarqand, Buxoro va Xiva shaharlariga katta qiziqish bilan qarashayotganligini takidlashdilar.

Shu o'rinda aytish joyizki, mamlakatimizda amalga oshirilayotgan turizm sohasini rivojlantirish bo'yicha islohotlar o'zining yuksak natijalarini bermoqda. Bugungi kunda yurtimizda 900 dan ziyod sayyohlik tashkiloti faoliyat yuritayotgani, zamonaviy mehmonxonalar, dam olish maskanlari soni ko'payib, servis xizmati ko'rsatish sifati tobora yaxshilanib borayotgani ana shunday keng qamrovli islohotlar samarasidir.

Buyuk Ipak yo'lining markazida joylashgan O'zbekistonda to'rt mingdan ortiq tarixiy-me'moriy obida mavjud. Yurtimizning bebaho moddiy va ma'naviy merosi hisoblangan ushbu osori-atiqalar ko'z qorachig'idek asrab-avaylab kelinayapti. Mamlakatimizning muhim turizm markazlari — Samarqand, Buxoro, Xiva, Shahrisabz shaharlari YUNESKOning Butunjahon madaniy merosi ro'yxatiga kiritilgan.

Mamlakatimizda turizm sohasining rivojlanishida Samarqandning o'рни beqiyos. Viloyat hududida joylashgan turistik – rekreatsion, ziyorat resurslariga yildan – yilga turistlarning qiziqishi ortib bormoqda. Jumladan, viloyatning turistik salohiyatidan kelib chiqqan holda yangi sayyohlik yo'nalishlari ishlab chiqilmoqda, mavjud transport kommunikatsiyalari qayta ta'mirlanib, yangilari barpo etilmoqda. Mustaqilligimizning 24 yilg 20 yillik bayrami arafasida birgina

“Toshkent — Samarqand”, “Samarqand — Toshkent” yo‘nalishlarida zamonaviy tezyurar “Afrosiyob” poyezdi qatnovi yo‘lga qo‘yilishi ham turistlarga ko‘rsatiladigan transport xizmatlarining tez va samarali amalga oshirilishini ta‘minlab beradi.

Samarqandda turizm sohasi boshqa viloyatlarga nisbatan yaxshi rivojlangan bo‘lib mamlakat byudjetiga valyuta tushumini ta‘minlab kelmoqda. Samarqand O‘zbekistonning yirik turistik markazlaridan biri bo‘lib hisoblanadi. Xozirgi kunda viloyatda turizm faoliyati bilan shug‘ullanish huquqini beruvchi litsenziyaga ega bo‘lgan 150 dan ortiq turistik korxona faoliyat ko‘rsatmoqda. Jumladan, 85 ta joylashtirish vositasi, 45 ta turoperatorlik, 30 ta turagentlik korxonalari va 13 ta sanatoriya kurort muassasalari faoliyat ko‘rsatmoqda(2.2.1 – jadval).

2.2.1 – jadval

Samarqand viloyatida 2010-2012 yil holati bo‘yicha turistik faoliyat bilan shug‘ullanuvchi korxonalar to‘g‘risida ma‘lumotlar

№	Faoliyat yo‘nalishi	soni			2012 yilda 2010 yilga nisbatan o‘zgarishi (%)
		2010	2011	2012	
1.	Turfirmalar	40	45	45	112,5
2.	Turagentliklar	20	29	30	150
3.	Mexmonxona va shunga o‘xshash joylashtirish vositalari	63	85	85	141,2
4.	Sanatoriya kurort muassasalari	13	13	13	o‘zgarishsiz

Jadval ma‘lumotlarini tahlil qiladigan bo‘lsak Samarqand viloyatida turistik faoliyat bilan shug‘ullanuvchi korxonalar soni yildan – yilga oshayotganligini ko‘rishimiz mumkin. Bigina 2012 yilda 2010 yilga nisbatdan turfirmalar soni 5

taga, turagentliklar soni 10 taga, mexmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalari soni 21 taga ko'payganligini ko'rishimiz mumkin.

“Buyuk ipak yo‘li”ning chorraxasida joylashgan Samarqand viloyati mamlakatimizdagi eng jozibador turistik mintaqalarning biridir. Respublika madaniy meros ob'ektlarini muxofaza qilish va ulardan foydalanish bosh boshqarmasi ma'lumotlariga ko'ra viloyat hududida tabiiy va antropogen harakterdagi turli davrlar, sivilizatsiyalar va dinlarga tegishli 1501 ta arxeologiya, 806 ta me'morchilik yodgorliklari, 25 ta alohida diqqatga sazovor joylar, 100 dan ortiq monumental san'at ob'ektlari davlat ro'yxatiga olingan.

Samarqand viloyati madaniy, tarixiy va me'moriy yodgorliklarga boy. Samarqand shaxridagi Shohizinda me'moriy ansambli, Bibixonim jome masjidi, Registon maydonidagi me'moriy majmua, Amir Temur maqbarasi, Ulug'bek rasadxonasi va boshqalar butun dunyoga mashhur.

Mustaqillik yillarida madaniy merosni tiklash, tarixiy va me'moriy yodgorliklarni ta'mirlash ishlariga O'zbekiston hukumati tomonidan katta e'tibor berilmoqda. O'zbekiston prezidenta I.A.Karimovning tashabbusi bilan Samarqand viloyatidagi Hartang qishlog'i yaqinida Imom al Buxoriy yodgorlik majmui o'z o'rnida qayta tiklandi, shuningdek, Samarqand shaxridagi Imom Abu Mansur al Moturidiy maqbarasi, Samarqand shaxri yaqinidagi Dahbed qishlog'ida joylashgan Maxdumi A'zam masjidlari va boshqalar to'la ta'mirlandi va bugungi kunda turistlar diqqat e'tibori markazida bo'lmoqda.

Viloyatda turizmning rivojlanishi hududdagi mavjud resurslar asosida raqobatdosh turistik mahsulot yaratish bilan belgilanadi. Bu jarayonda marketing tadqiqotlarini kuchaytirish, ya'ni turistik mahsulotlarga bo'lgan talabni har tomonlama o'rganish, tahlil etish katta ahamiyatga ega. Albatta viloyatda turistik mahsulot yaratishga asos bo'luvchi turistik resurslarning turlari, salohiyati yuqori darajada.

Hozirgi kunda, Samarqandda turizm sohasini rivojlantirishga alohida e'tibor qaratib kelinmoqda. Xususan, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan 2011 yil 4 oktyabrda “Samarqand viloyatida 2011-2012 yillarda turizm

sohasini rivojlantirish va turistik xizmatlar eksport salohiyatini oshirish bo'yicha manzilli Dasturi" qabul qilingani bunga yaqqol misol bo'la oladi. Ushbu Dasturda:

- viloyatda turizm sohasini rivojlantirishga hissa qo'shadigan turistik ob'ektlarni ta'mirlash va modernizatsiyalash;
- yangi turistik ob'ektlar ochish;
- mehmonxonalarda xizmat turlarini kengaytirish (bankomatlar, internet aloqalari, on-layn bron qilish sistemalarini o'rnatish);
- shaharda informatsion tizim va reklamani rivojlantirish;
- turizm sohasida malakali kadrlar tayyorlash va boshqa turizm infratuzilmasini rivojlantirishga bog'liq ishlarni amalga oshirish ko'zda tutilgan.
- Turizm har bir turistik resurslarga ega bo'lgan hududning ijtimoiy iqtisodiy rivojlanishi uchun muhim omillardan biri hisoblanadi, chunki u nafaqat iqtisodiy o'sishni ta'minlaydi, balki mahalliy aholining bandligi va daromadlarini oshirishga ko'maklashadi.

Shu bilan birga turizmning rivojlanishi iqtisodiyotning boshqa sohalarini sanoat, qishloq xo'jalik, xizmat ko'rsatish sohasini rivojlanishini rag'batlantiradi. Ushbu soha korxonalarining rivojlanishi va ular daromadlari, to'laydigan soliqlari natijasida mahalliy byudjet mustahkamlanadi. Mahalliy aholining bandligi va daromadlarini ortishi natijasida aholining turmush darajasi ko'tariladi.

Hozirgi kunda «O'zbekturizm» milliy kompaniyasining Samarqand filiali hamda hukumatimiz tomonidan amalga oshirilayotgan bir qator tadbirlar natijasida Samarqand viloyatida yildan-yilga kirib kelayotgan turistlar soni oshib bormoqda.

Samarqandda tashrif buyurayotgan mehmonxonalar va sayyohlarga ko'rsatilayotgan xizmatlar soni va sifatini yanada oshirish, mehmonxonalarda xizmatlar hajmini ko'paytirish, tarixiy obidalarimiz atrofi va turistik marshrutlarda keng obodonchilik ishlarini olib borishni yo'lga qo'yish maqsadida juda ko'plab ishlar amalga oshirilmoqda.

O'tgan yillarda shahrimizga tashrif buyurayotgan sayyohlar statistikasiga e'tibor qaratadigan bo'lsak, ularning shaharda tunab qolishlari soni anchagina past. Buni quyida keltirilgan 1-jadvalda ko'rishimiz mumkin:

1-jadval

Samarqand shahrida tashrif buyurgan turistlarning o‘rtacha tunab qolishlari ko‘rsatkichlari tahlili:

Yillar	Tashrif buyurgan turistlar soni	Ulardagi tunab qolishlar soni	Bitta turistning o‘rtacha bo‘lganligi
2011 y.	121457 ta	259835	2,1 kun
2012 y.	129271 ta	300293	2,3 kun
Farqi	7814 ta	40458	0,2 kun

Ushbu jadvaldan ko‘rinib turibdiki, Samarqand shahrida tashrif buyurgan turistlarning o‘rtacha tunab qolganliklari soni 2 kundan salgina ko‘proqni tashkil etyapti. Albatta, bu ham aslida yomon ko‘rsatkich emas, lekin biz shaharda xorijiy va mahalliy turistlarning bundanda ko‘proq qolishlari uchun sharoit yaratishimiz va imkoniyatlardan maksimal darajada foydalanishimiz kerak.

Bugungi kunda Samarqand shahrida mehmonxonalarning soni tobora oshib bormoqda. Bu esa, Samarqand shahrida turizm sohasining rivojlanishi uchun muhim omil bo‘lib xizmat qiladi (2-jadval):

2-jadval

Samarqand shahrida faoliyat ko‘rsatayotgan mehmonxona to‘g‘risida ma’lumot

Yillar	Mehmonxonalar soni	Xonalar soni	Joylar soni
2011 y.	77 ta	1744 ta	3379 ta
2012 y.	85 ta	1826 ta	3640 ta

2012 yilgi statistik ma’lumotlarga e’tibor qaratadigan bo‘lsak, Samarqand viloyatida 85 ta mehmonxona faoliyat ko‘rsatib kelgan. Ulardagi xonalar soni 1826

tani, o‘rinlar soni 3640 tani, joylashtirilgan shaxslar soni 129271 tani tashkil qilgan. Shahrimizda tashrif buyurgan turistlarning 57498 tasi O‘zbekistondan, 8638 tasi MDH mamlakatlaridan, 63135 tasi uzoq xorijiy mamlakatlardan hisoblanadi. Tunab qolishlar soni esa, O‘zbekistondan 147149,5 tani, xorijiy davlatlardan 153143,5 tani tashkil qiladi. Mehmonxona xizmatidan tushgan tushum 10628231,4 ming so‘mni, shu jumladan xizmatlar eksporti 3392148 AQSH dollarini tashkil qilgan.

Shunday bo‘lsada Samarqand shahridagi mehmonxonalar yiliga hech bir qiyinchiliksiz 600-700 ming sayyohlarni qabul qilish imkoniyatiga ega, lekin haqiqatda 2009 yilda, rasmiy ma’lumotlarga ko‘ra, hammasi bo‘lib 98 ming kishini qabul qilgan. Bu esa, 2002 yilga nisbatan 2,4 barobarga oshgan bo‘lsada, imkoniyatlarga nisbatan bu ko‘rsatkich juda ham pastdir.

Shaharda mehmonxonalardan tashqari turistik firmalar soni ham kun sayin oshib bormoqda (3-jadval):

3-jadval

Samarqand shahrida faoliyat ko‘rsatayotgan turistik firmalar to‘g‘risida ma’lumot

Yillar	Turistik firmalar soni	Turistlarga xizmat ko‘rsatishlar soni	Qabul qilinganlar soni
2011 y.	41 ta	26912 ta	23544 ta
2012 y.	45 ta	27886 ta	25731 ta

2012 yil statistik ma’lumotlariga e’tibor qaratadigan bo‘lsak, viloyatda 45 ta turistik firmalar faoliyat ko‘rsatib kelgan. Ularning turistlarga xizmat ko‘rsatganlari soni 27886 kishini, qabul qilinganlar soni 25731 tani tashkil etib, ulardan 15723 tasi chet ellik tashrif buyuruvchilar, 564 tasi MDH mamlakatlaridan va 10008 tasi O‘zbekiston fuqarolaridir.

Jo‘natilganlar soni 2155 tani tashkil qilib, ularning 25 tasi chet ellik tashrif buyuruvchilar, 426 tasi MDH mamlakatlaridan, 1704 tasi O‘zbekiston

Respublikasi fuqarolaridir. Sayyohlik xizmatidan tushgan tushum 10618916.7 ming so'mni, shu jumladan xizmatlar eksporti 1218814 AQSH dollarini tashkil qilgan.

Samarqand viloyati O'zbekiston iqtisodiyotining muhim bo'g'ini hisoblanib, u juda katta turistik salohiyatga ega. Ammo, turistik salohiyatdan foydalanish samaradorligi hozirgi kunda past. Jumladan, Yunesko tomonidan Samarqand hududidagi 360 ta obida tarixiy meros sifatida ro'yxatga olingan bo'lsada, haqiqatda esa, turistik firmalar tomonidan sayohat marshrutlarini tuzishda ularning 20-25 tasi kiritilmoqda. Demak, mavjud turistik resurslardan foydalanish koeffitsiyenti 6,9 %ni tashkil etadi.

Shu paytgacha Samarqandga keladigan sayyohlar asosan tarixiy obidalar, muqaddas qadamjolar, yirik muzey va bozorlarda bo'lar edi. Shuningdek, ayrim turistik yo'nalishlar bo'yicha milliy hunarmandchilik ashyolari tayyorlanadigan maskanlar, bog' va xiyobonlarga ham sayohatlar uyushtirilardi. Lekin bu Samarqanddek katta tarixiy shahar uchun yetarli emas. Chunki, bizda sayyohlarga ko'rsatishga arzigulik tarixiy va madaniy obektlar juda ko'p, ayniqsa, betakror tabiat manzaralari har qanday odamni maftun etadi.

2.2 “Asia Samarkand” mehmonxonasining turizm bozorida tutgan o'рни

“Asia Samarkand” mehmonxonasi 2008 yil ochilgan bo'lib, 4 yulduzli darajaga ega. Mehmonxonada yuqori saviyada yevropa standartlariga mos xizmatlarga egsha bo'lib, ushbu mehmonxonaga tashrif buyurgan mehmonlar o'zbek urf – odatlari va o'zbekona muhitni his qiladi. Malakali va xushmomila xodimlari tashrif buyurgan mehmonlarning maroqli dam olishlari uchun maksimal darajada harakat qilishadi.

Mehmonxonada, 2 ta koferens – zallari, tungi bar, yozgi bar, sauna, massaj xonasi sport bilan shug'g'ulanish xonalari mavjud. Bundan tashqari, ochiq basseyn va uning yonida bar o'z xizmatlari bilan mehmonlarni xushnud etadi. Mehmonxonada mehmonlar uchun telefon, faks va simsiz internet (WiFi)

xizmatlari ham yo'lga qo'yilgan. Qabul qilish bo'limida (Reception) bepul seyfdardan hamda foydalanish uchun kompyuterlar (Notebook) ham foydalanish uchun beriladi. Qo'shimcha qilib shuni ham aytish mumkinki, Asia Samarkand mehmonxonasida mehmonlar turli – tuman sovg'alar ham sotib olish uchun suvinerlar do'koni 1 – qavatda tashkil qilingan.

Mehmonxona 85 xona (nomer)lardan iborat bo'lib, xonalarda konditsioner, telefon, televizor (sputnik kabellari ulangan), mini-bar, vanna va dush xonalari, fen mavjud.

“Asia Samarkand” mehmonxonasi 2 qavatdan iborat bo'lib, birinchi qavatida restoran, oshxona, bar, qabul qilish xizmati bo'limi, barcha bo'limlar ofisi, valyuta ayirboshlash shaxobchasi, zal, suvenir magazin, fitnes klub, sauna, kirxona, xodimlar uchun dush, mijozlar va xodimlar uchun hojatxona joylashgan. Mehmonxonaning ikkinchi qavatida asosan mehmonlar uchun xonalar (nomerlar) joylashgan.

Nomerlarning umumiy soni 85 ta bo'lib, shundan 3 ta bir kishilik (Single), 1 ta lyuks (Lux), 3 ta juft kishilik (Double) va 78 ta ikki kishilik (Twin) nomerlardan iborat.

Mehmonxonada zamonaviy trenajer xizmatlari, sauna va mijozlar talabiga qarab masaj xizmati ko'rsatiladi

“Asia Samarkand” mehmonxonasida shtat jadvali bo'yicha 56 kishi ishlaydi. Malakali menejerlar ish faoliyati tufayli mehmonxona mavsum paytida doimo band bo'ladi. Hali yangi tashkil etilgan vaqtda bir nechta turfirmalar bilan hamkorlikda ishlayotgan mehmonxona bugungi kunda 20ga yaqin turfirma va korxonalar bilan hamkorlikda ishlaroqda. Bular jumlasiga: Nuron Savdo, Marco Polo CAT, Orient Voyages, Mir Corporation, Dolores Travel, Daveshtour, Farg'ona Vodiy Sayyoh, Advantour, Asia Advantures va boshqa ko'plab turfirmalar shular jumlasidandir.

Mehmonxona bir kunda 160 dan ortiq mijozlarga xizmat ko'rsatishga mo'ljallangan. Bu faqatgina nomerlar xizmati bo'lib, restoran (150 kishi), konferens zal (100 kishi), diplomatik muzokoralar xonasi (40 kishi), yozgi

restoran 50 kishi, tungi bar 40 kishi, sauna va bar xizmatlari ham ko'rsatilishini hisobga olib, bir sutkada 220 ga yaqin mehmonga xizmat ko'rsatish mumkin.

“Asia Samarkand” mehmonxonasi nomerlari narxi O'zbekiston fuqarolari va chet el fuqarolari uchun biroz farq qiladi. Ya'ni chet el fuqarolari uchun biroz qimmatroq.

MCHJ «Hotel Asia Samarkand» mehmonxonasi faoliyatida nomerlar narxlari qo'yidagicha farqlanadi: Amaldagi ta'riflarga muvofiq amalga oshiriladi, qo'yidagicha:

- bir o'rinli nomer – ichki turistlar uchun 50 ming so'mni va tashqi turistlar uchun 55 dollarni:
- ikki o'rinli nomer – ichki turistlar uchun 70 ming so'mni, tashqi turistlar uchun esa 80 dollarni:
- lyuks nomer – mahalliy turistlar uchun 100 ming so'mni xorijiy turistlar uchun 100 dollarni tashkil etadi.

Mehmonxona xizmatlarning o'ziga xosligi tashrif buyurgan mehmonlarga xizmat ko'rsatish xususiyatlari va texnologiyalari bilan belgilanadi.

MCHJ «Hotel Asia Samarkand» mehmonxonasida mehmonlarga xizmat ko'rsatish texnologiyasi qo'yidagi jarayonlarda aks etadi. Mehmonxonaga kirishda mehmonlarni kutib olish- mehmonxona xodimlari tashrif buyurgan turistlarni xush kayfiyat va xushmuomalalik bilan kutib oladilar mehmonlarga «Welcome drink» yaxna ichimlik, shirinliklar taklif etiladi.

Mehmonxonada ishbilarmon turistlar uchun majlislar yig'ilishlar, turli xildagi tadbirlarni o'tkazish uchun mo'ljallangan 100 o'rinli konferensiya zali mavjud. Konferensiya zalidan bir kunlik foydalanish narxi 100 ming so'mni tashkil etadi.

Mehmonxonada sog'lomlashtirish markazi xizmati ham amalga oshiriladi. Bu yerga turistlar o'zlarini noxush his etgan hollarda murojaat qilishlari mumkin.

Ma'lumki mehmonxonada sauna va fitnes markaz, basseyn mavjud. Fitnes markaz o'z faoliyatini kunduzga soat 10:00 dan 22:00 gacha olib boradi va kirish 1 kun uchun 3 yevroni tashkil etadi. Mavsumning issiq kunlarida turistlar

basseyndan foydalanishlari mumkin. Bu xizmatlar barchasi turistlar madaniy xordiq chiqarishlari uchun yaratilgan imkoniyatlardir.

“Hotel Asia Samarkand” mehmonxonasida ko‘rsatiladigan asosiy xizmatlardan biri “Mehmonxonalarning ovqatlanishi chog‘ida xizmat ko‘rsatish” bo‘lib hisoblanadi. Bu ma’suliyatli ishni “Food Service Samarkand” korxonasi o‘z zimmasiga oladi.

Mehmonxonada 130 o‘rinli restoran mavjud bo‘lib unda turistlar uchun barcha qulayliklar yaratilgan, hamda jahon standartlariga muvofiq jihozlangan.

Mehmonxona restoranida turistlar uchun maxsus taomlar, milliy va yevropacha tayyorlangan taomlar assortimenti taklif etiladi. Shuningdek mehmonxona restoranida menyu tarkibiga yaxna ichimliklar, mineral suvlar va alkogol ichimliklar assortimenti, disert uchun turli xil shirinliklar taklif etiladi.

Xodimlarning turli xorijiy tillarda gapirish qobiliyatiga ega bo‘lishi va o‘z bilimi aql-zakovati, samimiy hayrihohlik muloqati bilan mehmonlarda yaxshi taassurot qoldirishi har qanday mehmonxonaning faxri va obro‘si hisoblanadi.

Ijtimoiy mehnat sohasi ham hodimlarning ijtimoiy holati shakllanadigan, barqaror amalga oshiriladigan va o‘zgaradigan aniq ijtimoiy muammolar majmuidan iborat bo‘lib uni ham boshqarib borish zarur.

Mehnatni boshqarish vazifalariga avvalo ish samaradorligi va sifatini oshirish, iqtisodiyotni rivojlantirishning muvozanatligi va munosibligini ta’minlash mehnatdagi ijtimoiy iqtisodiy tafovutlarni kamaytirish mehnat jamoalarini rivojlantirishi va boshqarishidagi ularning rolini oshirish kiradi.

Mehnat jarayonlari 3 ta asosiy usul bilan boshqariladi.

1. Boshqaruvning boshqaruvchilarga va ular orqali boshqarilayotgan jarayonga bevosita ko‘rsatmalar orqali ta’sir etish usuli.

2. Boshqaruvning boshqaruvchilari va ular orqali boshqarilayotgan jarayonga bilvosita manfaatlar orqali ta’sir etish usuli.

3. Jarayon ishtirokchilarining o‘zlari qaror qabul qilib o‘zlari ijro etadigan o‘z-o‘zini boshqarish usuli.

Boshqaruv xodimlari madaniyatini ta'minlashning asosiy yo'llari-menejment ishini chuqur egallash, umumiy madaniy darajasi va malakasini muntazam oshirib borish, o'z faoliyati natijalarini tahlil etish va tushunish, ijobiy-shaxsiy sifatlarni rivojlantirishdan iborat.

2.2.1 – jadval

“Asia Samarkand” mehmonxonasi nomerlari narxlari

<i>Xonalar turi</i>	<i>Gruppali tarif</i>			<i>Individual tarif</i>			<i>Qo‘shimcha</i>	
	<i>(10 va undan ortiq kishi)</i>			<i>(10 kishigacha)</i>				
	<i>Mavsum</i>	<i>O‘rta mavsum</i>	<i>Mavsum emas</i>	<i>Mavsum</i>	<i>O‘rta mavsum</i>	<i>Mavsum emas</i>	<i>O‘zbekiston fuqarolari uchun</i>	<i>Gidlar uchun</i>
	<i>(mart 20, aprel, may, sentyabr, oktyabr)</i>	<i>(iyun, iyul)</i>	<i>(yanvar, fevral, 20-martgacha, noyabr, dekabr)</i>	<i>(mart 20, aprel, may, sentyabr, oktyabr)</i>	<i>(iyun, iyul)</i>	<i>(yanvar, fevral, 20-martgacha, noyabr,</i>		
Single	60 \$	50 \$	45 \$	70 \$	60 \$	55	20 \$	20 \$
Twin	90 \$	80 \$	60 \$	100 \$	90 \$	70	30 \$	40 \$
Double	90 \$	80 \$	60 \$	100 \$	90\$	70 \$	30 \$	40 \$
Triple	120 \$	100 \$	90 \$	130 \$	110 \$	95 \$	40 \$	50 \$
Lux	150 \$	135 \$	120 \$	160 \$	140	130 \$	60 \$	100 \$

Yuqoridagi 2.2.1 – jadvaldan ko'rinib turibdiki, mehmonxona narxlari chet el fuqarolari uchun O'zbekiston fuqarolariga nisbatan 90 AQSH dollarigacha qimmatroq.

Mavsum paytlarida mijozlar ko'p bo'lganligi tufayli narxlar biror yuqoriroq, nomavsum paytlarda esa nomerlar narxlari biroz tushurilishini ko'rishimiz mumkin. Shuningdek, nomerlar narxlari guruhli turistlar uchun, individual turistlarga qaraganda biroz arzonroq.

2.3. “Asia Samarkand” mehmonxonasining faoliyati tahlili

Mehmonxona qabul qilish va joylashtirish xizmati "Hotel Asia Samarkand" mehmonxonasida ertalab soat 9⁰⁰ dan 24 soat kuni-tun ish olib boradilar.

Bu xizmatning asosiy vazifalaridan yana biri bu mehmonxona nomerlarini maksimal darajada to'ldirish hisoblanadi (2.3.1 – rasm).

	Yanvar	Fevral	Mart	Aprel	May	Iyun	Iyul	Avgust	Sentyabr	Oktyabr	Noyabr	Dekabr
O'zbekiston fuqorolari	570	460	645	825	782	762	990	900	610	535	650	602
Xorijlik fuqorolar	300	280	2188	2165	1948	1350	1130	1780	2150	1795	250	238
Jami	870	740	2833	2990	2730	2112	2120	2680	2760	2330	900	840

2.3.1-rasm. “Asia Samarkand” mehmonxonasining oylar bo'yicha

o'rtacha yuklanish darajasi⁶

Mehmonxonalarning kuni – tun uzluksiz ishlashi uni maishiy xizmat korxonasi vazifasiga o'xshash vazifalarni bajarishga to'g'ri keladi. Ularning faoliyatlari maxsus qoida va shartlar ko'rsatilgan nizom bo'yicha olib boriladi.

Hozirgi kunda «O'zbekturizm» milliy kompaniyasining Samarqand filiali hamda hukumatimiz tomonidan amalga oshirilayotgan bir qator tadbirlar natijasida Samarqand viloyatida yildan – yilga kirib kelayotgan turistlar soni oshib bormoqda. Jumladan bevosita “Asia Samarkand” mehmonxonasiga tashrif buyurayotgan turistlar sonida ham yildan yilga ijobiy o'zgarishlar kuzatilmoqda (2.3.2 – jadval).

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Jami xizmat ko'rsatilgan turistlar soni	22 640	20 010	23 110	22 150	23 108	23 905
Shu jumladan						

⁶ “Asia Samarkand” mehmonxonasi ma'lumotlari asosida tuzildi 2013 yil ma'lumoti

O‘zbekiston fuqorolari	5490	4285	6950	6859	7140	6980
Xorijlik fuqorolar	17 150	15 725	16 160	15 291	16 040	16 925

2.3.2-rasm. “Asia Samarkand” mehmonxonasi tomonidan xizmat

ko‘rsatilayotgan turistlar sonidagi o‘zgarishlar⁷

Katta mehnat sarfini talab qiladigan mehmonxona sanoatida xodimlar korxonaning eng muhim aktivi hisoblanadi. Binobarin, xodimlarni boshqarish mazkur qudratli aktivlarni muvofiqlashtirish vazifasini bajaradi va kompaniya menejmenti tizimini va uslubini tarqatish hamda rivojlantirish ishiga qo‘shilgan katta hissa hisoblanadi.

Mehmonxona xo‘jaligida xizmatlar ko‘rsatishni tashkil etish uchun mijozlarning talabiga javob beradigan xodimlarni tanlash juda muhim. Ko‘pgina xodimlar mijozlar bilan bevosita aloqa qiladi va tashkilotning asosiy maqsadlariga erishish jarayoniga o‘z-o‘zidan jalb etiladi, xizmat ko‘rsatish sifati esa nafaqat ularning mahoratiga, balki onglilik darajasiga bog‘liq bo‘ladi. Xizmatlar ko‘rsatish sohasida mijozlarni qanoatlantirishga xodimlarning xushmuomalaligi, jonkuyarligi bilan ham erishish mumkin.

Mehmonxona sanoatida uzoq muddatli istiqbolda inson resurslaridan biznesning bosh strategiyasi sifatida foydalanish samaradorligini oshirishda e‘tibor kuchayadi. Mijozlarga xizmat ko‘rsatish sifati inson resurslarini rivojlantirishga ko‘proq e‘tibor berishni talab qiladigan xodimlar ta’siri ostida ta’minlanadi. Mehmonxona sanoati korxonalari mijozga yo‘naltirilgan korxonaga aylanishi uchun xodimlar farovonligini oshirish va ularni rivojlantirishga, ularda tashabbuskorlikni oshirishga ko‘proq mablag‘lar joylashtirish zarurligini anglab yetmoqda.

“Asia Samarkand” mehmonxonasida inson resurslariga katta e‘tibor qaratilgan va ular uchun zaruriy sharoitlar yaratib berilgan.

“Asia Samarkand” mehmonxonasi katta turdagi joylashtirish korxonasi bo‘lgani sababli uning personalisi 66 kishidan ya’ni direktor, restoran direktori, bosh

hisobchi, buxgalter, kassir, menejer, administrator, oshpazlar, haydovchi, va boshqa bir qator qo‘shimcha va mavsumiy ishchilardan tashkil topgan (2.3.4 – jadval)

2.3.4-jadval

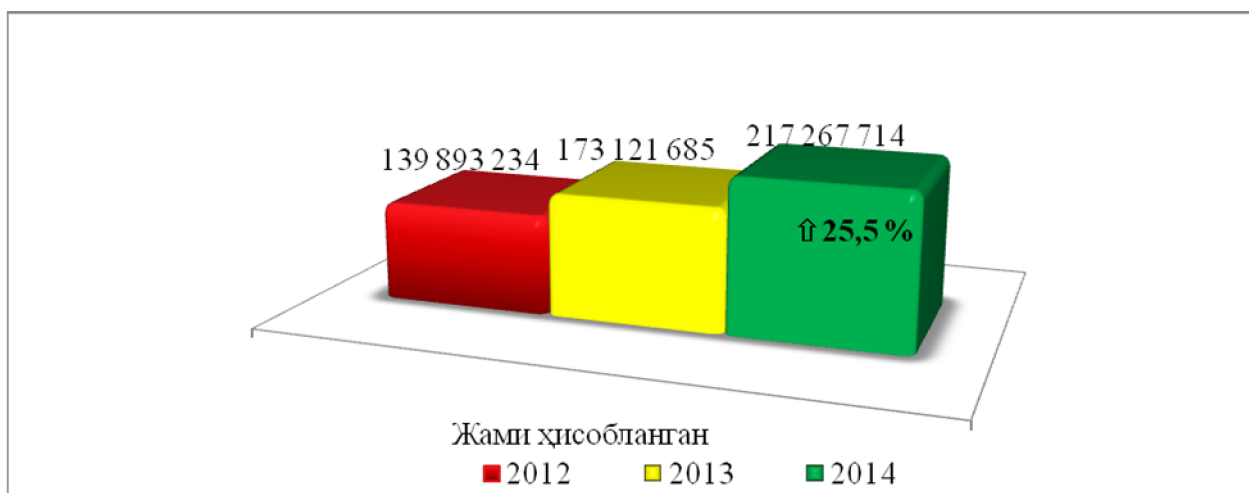
“Asia Samarkand” mehmonxonasining 2013 yil shtatlar jadvali⁸

	Tuzilmaviy bo‘limlar nomi	Shtatlar soni
1	Direktor	1
2	Menejer	1
3	Restoran direktori	1
4	Bosh hisobchi	1
5	Administrator	3
6	Kassir	1
7	Buxgalter	3
8	Oshpaz	5
9	Xaydovchi	2
10	Shveysar	3
11	Elektrik	2
12	Qoravul	2
13	Hovli supuruvchi	2
14	Farrosh	2
15	Xona tozalovchi	13
16	Ofitsant	6
17	Barmen	2
18	Idish yuvuvchi	3
19	Salat qiluvchi	2
20	Konditer	2
21	Kir yuvuvchi	3
22	Mexanik	3
23	Bog‘bon	1
24	Sauna, basseyn xizmatchisi	1
25	Ombor mudiri	1

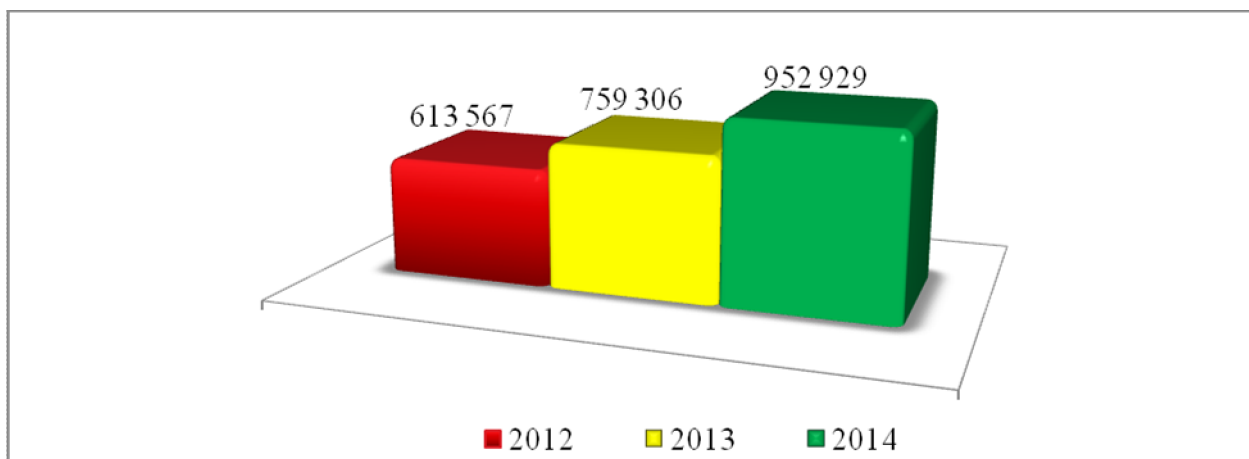
Ish haqi - har bir xodimning sarflagan mehnati miqdori va sifatiga mos ravishda taqsimlanuvchi va xodim tasarrufiga pul shaklida kelib tushuvchi milliy daromadning bir qismidir. Ish haqi–bu mehnat uchun mukofotdir.

Kadrlar, mehnat unumdorligi va ish haqi o‘zaro chambarchas bog‘liq bo‘lgan tushunchalar hisoblanadi. Har bir korxonada mehnat va ish haqi bo‘yicha reja tuzilib, uning maqsadlari ishchi kuchidan foydalanishni yaxshilash zahiralarini topish va shu asosda mehnat mahsulдорligini oshirishga qaratilgan bo‘lishi lozim. Bu rejalarga ko‘ra, mehnat unumdorligining o‘shish sur‘ati o‘rtacha ish haqi sur‘atlaridan tezroq o‘shishi lozim.

Quyidagi 2.3.1 – 2.3.2 rasmlarga e‘tibor berar ekanmiz unda mehmonxona xodimlarining ish haqi shuningdek, o‘rtacha ish haqi miqdori doyimiy o‘shish darajasiga ega.



2.3.1-rasm. 2012-2013 yillardagi ish haqi tahlili va 2014 yilgi prognoz ko‘rsatkichi⁹



2.3.2-rasm. O‘rtacha ish haqi¹⁰

⁹ Hotel Asia Samarkand” mehmonxonasi ma’lumotlari

¹⁰ Hotel Asia Samarkand” mehmonxonasi ma’lumotlari

3-BOB. XUSUSIY TURISTIK BIZNESDA BOSHQARISHNI TASHKIL ETISH YO'NALISHLARI

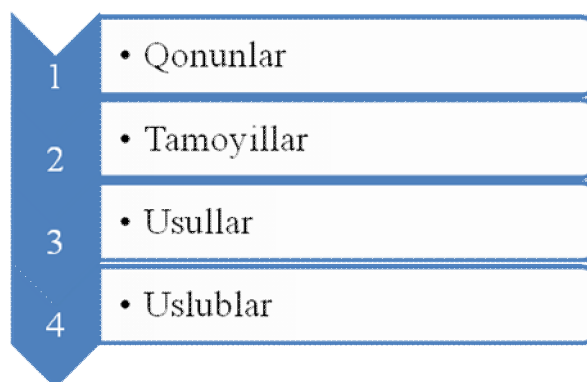
3.1. Turistik biznesni boshqarishda boshqaruv tamoyillaridan samarali foydalanish

Boshqaruvni to'g'ri tashkil etish, boshqaruv funksiyalari va usullaridan samarali foydalanish boshqaruv tamoyillarini mukammal bilish va ulardan foydalana olishni taqozo etadi.

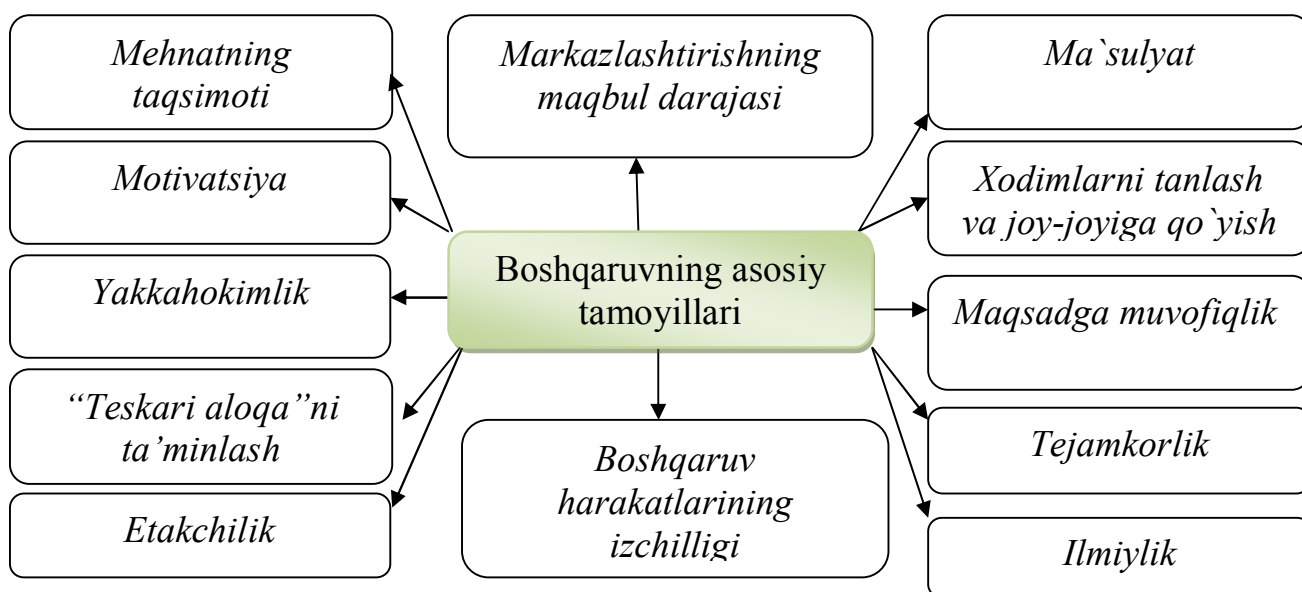
Tamoyil - maxsus kategoriya bo'lib, alohida shaxs yoki jamoa qaror qabul qilishda unga tayanadi. Tamoyil faqat insongagina xosdir. Mashinalar va jonivorlar biron-bir tamoyilga ega bo'lmaydi. Ma'lum bir tamoyillardan kelib chiqqan holda aynan inson o'zini o'rab turgan dunyo bilan munosabatlarini yaratadi.

Korxonadagi boshqaruv faoliyati shuningdek, ma'lum bir tamoyillar asosida amalga oshiriladi. Bu tamoyillar birinchidan, xizmat ko'rsatish qatnashchilari orasidagi kelishuvlarni o'rnatsa, ikkinchidan, yuzaga kelishi mumkin bo'lgan xatolarning oldini oladi hamda boshqaruv mehnatining samaradorligini oshiradi.

Tamoyil - bu faoliyat yuritish, xalqning asosiy qoidasi, yetakchi g'oyadir. Ilmiy adabiyotlarda odatda boshqaruv tamoyillari deganda iqtisodiyotga rahbarlik qilishda asoslaniladigan asosiy qoida, yo'l-yo'riq, xulq me'yorlari tushuniladi. Boshqaruv tamoyillari iqtisodiyot qonunlari ta'siri natijasida boshqaruv usullariga bog'liq hodisalar mohiyatini aks ettiradi. Boshqaruv mexanizmini quyidagicha ketma-ketlikda ifodalash mumkin(3.1.1-rasm):



Boshqaruv tamoyillari o‘zaro bog‘liq va birgalikda qo‘llanilishi lozim bo‘lib, asosiy tamoyillarga quyidagilar kiradi:



3.1.2-rasm. **Boshqaruvning asosiy tamoyillari**

Boshqaruvning tamoyillari asosida har bir tashkilot faoliyatining yakuniy natijalariga erishish maqsadlari shakllanadi.

Zamonaviy fan va menejment amaliyoti boshqarishning quyidagi tamoyillarini eng asosiylari sifatida qabul qiladi:

- 1) ilmiylik;
- 2) tizimlilik va majmuaviylik;
- 3) yakka boshqaruv va kollegiallik;
- 4) tartib va adolat;
- 5) xodimlarni moddiy va ma'naviy rag'batlantirish;

- 6) tejamkorlik va samaradorlik;
- 7) tashabbuskorlik va korporativ ruhiyat;
- 8) vakolat va majburiyat.

Boshqaruvning **ilmiylik** tamoyili eng muhim tamoyillardan biridir. Amalda bu tamoyil, avvalo jamiyat rivojlanishining ob'ektiv qonunlari va fan-texnika yutuqlaridan xabardor bo'lishni talab qiladi. Uning yordami bilan xizmat ko'rsatish va boshqaruvning zaruriy mutanosibligi ta'minlanadi, boshqaruv qarorlaridagi xatolar kamaytiriladi.

Ilmiylik tamoyili xizmat ko'rsatishni tashkil etish masalalarini hal qilishda iqtisodiy- matematik usullardan keng foydalanish, boshqaruvning maqsadli-dasturiy usullarini amalga kiritish, zamonaviy elektron-hisoblash texnikasi va boshqaruvning avtomatlashtirilgan tizimlaridan foydalanishni ko'zda tutadi.

Tizimlilik va majmuaviylik tamoyili ilmiylik tamoyilining davomi bo'lish bilan birga, o'zining mustaqil ahamiyatiga ham ega. U boshqarilayotgan tizimning vertikal va gorizontal yo'nalishlari bo'yicha barcha xususiyatlarini qamrab olishni ko'zda tutadi. Tizimlilik va majmuaviylik tamoyili boshqaruv usullarining tarqoqlikdagi tamoyillariga hamda bir daqiqalik foyda va ehtiros tufayli yuzaga keluvchi qarorlarga qarshi qo'yiladi. U xizmat ko'rsatishning bir maromda amalga oshirilishini ta'minlashga xizmat qiladi, xizmat ko'rsatishni tashkil qilish uchun qulay sharoit yaratadi.

Yakka boshqaruv va kollegiallik korxonani boshqarishning muhim tamoyillaridan biridir. Bu tamoyil, ayniqsa, aksionerlik sharoitlarida faoliyat yurituvchi korxonalarda aniq ko'zga ko'rinadi.

Yakka boshqaruv har bir xo'jalik rahbari o'z vakolati doirasidagi masalalarni hal qilishda qonun tomonidan berilgan huquqlarga asosan bir o'zi (yakka tarzda) qaror qabul qilishini hamda korxona faoliyati uchun shaxsan javobgarligini anglatadi. Bundan tashqari, yakka boshqaruv xodim buyruqlarni faqat bitta bevosita (to'g'ridan-to'g'ri) boshliqdan olishi mumkin yoki shart bo'lgan hollarni ham anglatadi.

Kollegiallik korxona jamoasining xizmat ko'rsatish jarayoni bilan bog'liq bo'lgan qarorlarni qabul qilishdagi faol ishtirokida ifodalanadi. Ma'lum bir ma'noda, ayniqsa, boshqaruvning iroda bilan bog'liq bo'lgan usullarida kollegiallik yakka boshqaruv qarama-qarshilikni anglatadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitlarida ushbu tamoyilning imkoniyatlari sezilarli ravishda kengaytirilgan.

Tartib va adolat - bu, boshqaruvning har bir qadamda o'zini eslatib turuvchi tamoyilidir. Ko'p hollarda aynan shu tamoyilga ko'ra korxona va uning rahbariga tavsifnoma beriladi. Korxona rahbari qanchalik bilimli va tajribali, uning kasb mahorati va madaniyati qanchalik yuqori bo'lsa hamda u jamoa to'g'risida qanchalik ko'p qayg'ursa, tartib va adolat ko'rsatkichlari shunchalik yuqori bo'ladi. Qisqaroq qilib aytganda, tartib - bu, har bir kishi va hamma narsa o'z joyida bo'lishini, adolat esa rahmdillik va odillikning uyg'unligini anglatadi. Boshqaruvning tartib va adolat tamoyili kadrlar tez-tez almashishini oldini olib, korxona obro'sining o'sishiga hamda bunga korxona jamosini qiziqtirishga xizmat qiladi.

Xodimlarni moddiy va ma'naviy rag'batlantirish tamoyili mehnat unumdorligini oshirishda muhim turtki hisoblanadi va boshqaruv tizimining samaradorligini aks ettiradi. Xodimlarning sadoqati va qo'llab-quvvatlashiga erishish maqsadida ular o'z xizmatlari uchun, ishchilar esa bajarilgan ishning sifati va miqdori uchun adolatli tarzda haq olishlari zarur. Bundan tashqari, ma'naviy rag'batlantirish moddiy rag'batlantirishdan kam ahamiyatga ega emas. Rahbarning iqtidori, xodim (xodimlar, ishchilar)ning tashabbus va yutuqlarini o'z vaqtida ilg'ab olib, munosib baholash hamda ularni ham moddiy ham ma'naviy rag'batlantirish tizimini mohirona qo'llashida ko'zga tashlanadi.

Tejamkorlik va samaradorlik tamoyili - bu, korxona boshqaruvining barcha bo'g'inlarida amalga oshirilishi lozim bo'lgan tamoyildir. Bu tamoyilning mohiyati moddiy va mehnat resurslaridan tejamkorlik bilan foydalanish, eng kam harajatlar bilan eng ko'p natijalarga erishishda ifodalanadi.

Tashabbuskorlik va korporativ ruhiyat boshqaruvning muhim tamoyili bo'lish bilan birga, korxonaning bozor tizimida muvaffaqiyatli faoliyat yuritishiga

turtki hamdir. Umuman olganda, boshqaruv tashabbuskorliksiz, istiqbolni koʻrmasdan, ijodiy yondashuvsiz muvaffaqiyatlarga erishishi amrimaholdir. Boshqaruv ijodiy negizni, tashabbuskorlikni korporativlik bilan bogʻlagan holda boyitadi.

Agar korporativ ruhiyat xizmat koʻrsatish bilan shugʻullanuvchi jamoa uygʻunligining natijasi, ittifoqi boʻlsa, **tashabbuskorlik** faol harakatlarni anglatib, korxona jamoasiga va har bir xodimga xizmat koʻrsatishni rivojlantirishning turli xil dasturlarini ishlab chiqish va amalga oshirishda qoʻshimcha kuch-quvvat baxsh etadi.

Vakolat va majburiyat tamoyili boshqaruvning ratsional, aniq va yoʻlga qoʻyilgan tashkiliy tizimini yaratish, lavozimlarga oid yoʻriqnoma hamda rahbar va mutaxassislarning huquq va burchlari toʻgʻrisidagi hujjatlarni ishlab chiqish, bajarilgan ish uchun moddiy javobgarlikni belgilash, buyruq va koʻrsatmalarni oʻz vaqtida tayyorlashni anglatadi. Har bir lavozim egasi - boʻlim yoki xizmat boshligʻidan, to korxona rahbarigacha - boshqaruv faoliyatidagi oʻz vakolatlarini yashirmasligi va majburiyatlarini kamaytirmasligi - boshqalarning, yaʼni unga boʻysinuvchi shaxslarning zimmasiga yuklamasligi lozim.

Yuqorida koʻrsatilgan tamoyillar ham alohida, ham birgalikda boshqaruv tizimining ishonchliligiga va korxona rahbari hamda har bir boshqaruv tuzilmasining obroʻsini oʻstirishga xizmat qilishi lozim. Bundan tashqari, ular doimiy ravishda mukammallashtirib borilishi hamda zamon ruhi va xoʻjalik yuritish mexanizmi talablariga javob beruvchi yangi tamoyillar bilan toʻldirilishi zarur. Bu esa boshqaruv tizimi va jarayonlarining yangi shakl va usullarini rivojlantirishga imkon yaratadi. Boshqaruvni toʻgʻri tashkil etish va samarali faoliyat yuritish yaʼni samarali boshqaruvni tashkil etish boshqaruv tamoyillaridan toʻgʻri va oʻrinli foydalanishni taqozo etadi.

3.2. Turistik biznesni boshqarishda axborot texnologiyalaridan foydalanish

Boshqaruning axborot texnologiyasi maqsadi turistik korxonalarda qaror qabul qilish bilan aloqador bo'lgan hech bir istisnosiz barcha xodimlarning axborotga bo'lgan ehtiyojini qondirishdan iborat. U boshqaruning barcha darajalarida foydali bo'lishi mumkin.

Har qanday korxona o'z faoliyatini axborotsiz amalga oshira olmaydi. Uning kundalik hayotida hamda boshqarish jarayonlarini rahbardan to oddiy xizmatchigacha barcha xodimlar turli xildagi axborotlarga asoslanib faoliyat ko'rsatadilar. Barcha ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish korxonalarida boshqaruvning tashkiliy iqtisodiy mexanizmi faoliyati axborot oqimlarida o'z ifodasini topadi. Shuning uchun boshqaruv jarayonida axborotlarning almashinuvi va aylanishi hamda axborot nazariyasi bilan bog'liq masalalarni tahlil etish zarur. Tahlil boshqaruv siklini yoritishdan boshlanadi.

Boshqaruv sikli o'z tarkibi jihatidan rejalashtirish, tashkillashtirish, motivatsiya va nazorat funksiyalaridan tashkil topadi. Bu funksiyalar moddiy boyliklar yaratish, moliyalashtirish, marketing va boshqa boshqaruv faoliyatining barcha turlarini qamrab oladi.

Rejalashtirish funksiyasi umuman olganda qarorlarni tayyorlash jarayonlarini o'z ichiga oladi:

- maqsadning aniqlanishi;
- boshlang'ich sharoit shartlarining tahlili;
- muqobil variantlarning aniqlanishi;
- eng yaxshi variantni tanlash; -rejani amalga oshirish.

Tashkillashtirish funksiyasi rahbar va bajaruvchilarning faoliyatini muvofiqlashtirishga qaratilgan. Bu, birinchi navbatda, rahbar tomonidan o'z imkoniyatlari, qo'l ostidagi ishchilarni, ularning potensial imkoniyatlari, joy-joyiga qo'yilganliklarini baholash va hakazo. Ana shu tashkiliy jarayonlarning barchasi korxonaning ma'lum tuzilmasi asosida amalga oshiriladi.

Motivatsiya. Barcha tayyorgarlik masalalari amalga oshirilgandan so'ng rahbar ishning muvaffaqiyatli amalga oshirilishini ta'minlaydi. Bu maqsadlarda quyidagilardan foydalaniladi:

a) rag'batlantirish; b) motivatsiyani amalga oshirish;

Nazorat funksiyasining mohiyati barcha jarayonlarnin mavjud direktiv hujjatlar va boshqaruvning qabul qilingan tamoyillariga mos ravishda borishini tekshirib borishdan iborat. Nazorat-bu mavjud ma'lumotlarning topshiriqlarga mos kelishini tekshirish jarayoni hisoblanadi.

B oshqaruv siklining doimiyliigi. Ma'lumki, rahbar doimo boshqaruv funksiyalarini amalga oshirish bilan bo'ladi. Rahbar o'zi boshqarayotgan ishlab chiqarish korxonasining bugungi kuni va kelajagini ta'minlash to'g'risida fikr yuritadi, u boshqarishning barcha qirralariga astoydil yondashib faoliyat ko'rsatadi. Bu jarayon rejalashtirishdan boshlanadi.

Har bir professional xodim o'z faoliyatini rejalashtiradi. Rejalashtirilgan faoliyat albatta tashkillashtiriladi, xodimlar esa maqsadga yo'naltirilgan ish uchun tayyorlanadilar. Xodimlardan aniq harakat yo'nalishlarini tushunib, kelajakda nimalar kutayotganligini bilishlari talab qilinadi.

Ko'p hollarda tegishli o'zgarishlar katta yoki sezilarli kuchlarni talab qilmaydi, xodimga rahbardan qandaydir o'ziga xos undovchi gap yoki hatto bir so'z ham kifoya qilishi mumkin. Bularning barchasi xodimning ichki psixologik holatiga ta'sir qiladi va uning javobi bunda darhol bilinadi. Tuzatishni amalga oshirish tashkiliy omillarga bog'liq hollarda birmuncha qiyinroq kechadi. Masalan, xodim o'z vazifalarini yaxshi anglagan holda ishga kirishadi, ammo muvaffaqiyatga erishilmaydi. Muammoning negizi esa ish hajmining kutilganidan ko'proqligida bo'lishi mumkin. Bunday hollarda kuchlarning ma'lum ma'noda qayta taqsimlanishi va tegishli yordam berishi lozim bo'lishi mumkin. Ba'zi hollarda boshlang'ich rejaga ham o'zgartirishlar kiritilishi kerak bo'lishi mumkin.

Ko'rinib turibdiki, boshqaruvning to'rttala funksiyasi(rejalashtirish, tashkillashtirish, motivatsiya va nazorat) ma'lum ma'noda doimiy qaytarilib turadi. Ular o'zaro uzviy bog'liqdir-bu zanjirning bironta ham bo'g'inini olib tashlash mumkin emas.

Shu o'rinda ta'kidlash joizki, menejmentning barcha asosiy funksiyalari menejerning qaror qabul qilish bo'yicha harakatlari bilan ta'minlanadi. Samarador

qarorlar idora, muassasa, tashkilotlar va jamiyat rivojlanishining garovidir. Ular biz yuqorida ko'rib chiqqan boshqaruv funksiyalarining barchasining asosini tashkil etadilar.

Izlanishlar shuni ko'rsatadiki, zamonaviy rahbar o'z vaqtining 50-90 foizini turli majlislar, yig'ilishlar, uchrashuvlar, suhbatlar, turli hujjatlarni tayyorlash va o'qitish jarayonida axborot almashishga sarflaydi. Bu hayotiy zaruratdir, chunki bugungi kunda axborotlar har qanday korxonaning ijtimoiy-iqtisodiy, texnik va texnologik taraqqiyotining hal qiluvchi omiliga aylanib borayapti. Bunday sharoitda axborotlarga egalik qilish biznes rejalarni va korxonaning rivojlanishiga katta ta'sir ko'rsatadi. Shuni aloxida ta'kidlash joizki axborot tanqisligi ham, uning keragidan ortiqqligi ham rahbarni chalg'itishi mumkin. Shuning, uchun doimo, kerakli axborotlarni keraksizidan, foydalisini foydasizidan ajratishini o'rganish juda muxim hisoblanadi.

Yuqorida ta'kidlanganidek, turizm biznesi korxonasi faoliyatining samarasi uning tashqi va ichki muhit axborot resurslariga bog'liq. Agarda boshqaruvchi tizim to'liq va aniq bo'lmagan yoki kechikib kelgan axborotlar asosida boshqaruv ta'sir axborotlarini shakllantirib ikkinchi qismga uzatib yuborsa, ular asosida tashkil etilgan jarayon albatta kutilgan natijalarni bermaydi va aksincha to'liq, aniq va o'z vaqtida kelgan axborotlar korxona faoliyatining samarasini oshishiga olib keladi.

Boshqaruvning axborot texnologiyasi maqsadi firmadagi qarorlar qabul qilish bilan aloqador bo'lgan hech bir istisnosiz barcha xodimlarning axborotga bo'lgan ehtiyojini qondirishdan iboratdir. U boshqaruvning barcha darajalarida foydali bo'lishi mumkin.

Bu texnologiya boshqaruvning axborot tizimi muhitida ishlashga mo'ljallangan va hal qilinadigan masalalar, agar ularni ma'lumotlarga ishlov berishning axborot texnologiyasi yordamida hal qilinadigan masalalar bilan qiyoslaganda, juda yomon tuzilgan hollarda foydalaniladi.

Boshqaruvning axborot tizimi turli funksional kichik tizimlar (bo'linmalar) yoki firmaning boshqaruv darajalari xodimlarining axborotga bo'lgan o'xshash

ehtiyojlarini qondirish uchun juda to'g'ri keladi. Ular yetkazib beradigan axborot firmaning o'tmishi, bugungi kuni va kelajagi to'g'risidagi ma'lumotlarni o'z ichiga oladi. Bu axborot doimiy yoki maxsus boshqaruv hisobotlari shakliga ega bo'ladi.

Boshqaruv nazorati darajasida qarorlar qabul qilish uchun axborot agregatlangan shaklda shunday taqdim etilishi kerakki, bunda ma'lumotlarning o'zgarish yo'nalishlari, yuzaga kelgan og'ishlarning sabablari va qabul qilinishi mumkin bo'lgan qarorlar ko'zga tashlanib tursin. Bu bosqichda ma'lumotlarga ishlov berishning quyidagi masalalari hal qilinadi:

- boshqaruv ob'ektining rejalashtirilgan holatini baholash;
- rejalashtirilgan holatdan og'ishlarni baholash;
- og'ishlarning sabablarini aniqlash;
- qabul qilinishi mumkin bo'lgan qarorlar va harakatlar tahlili.

Boshqaruvning axborot texnologiyasi hisobotlarning xilma-xil turlarini tuzishga yo'naltirilgan.

Muntazam hisobotlar ularni tuzish vaqtini belgilab beradigan o'rnatilgan grafikka muvofiq tuziladi, masalan, kompaniyaning oylik sotishlari tahlili.

Maxsus hisobotlar boshqaruvchilarning so'rovlari bo'yicha yoki kompaniyada rejalashtirilmagan biror-bir voqea sodir bo'lganida tuziladi. Hisobotlarning ham u, ham bu turlari jamlovchi, qiyosiy va favqulodda hisobotlarning shakliga ega bo'lishi mumkin.

Jamlovchi hisobotlarda ma'lumotlar alohida guruhlariga birlashtirilgan, saralangan va ayrim ustunlar bo'yicha oraliq hamda yakuniy natijalar shaklida taqdim etilgan bo'ladi.

Qiyosiy hisobotlar turli manbalardan olingan yoki turli belgilari bo'yicha tasniflangan va qiyoslash maqsadlari uchun foydalaniladigan ma'lumotlardan iborat bo'ladi.

Favqulodda hisobotlar istisno (favqulodda) harakteridagi ma'lumotlardan iborat bo'ladi.

Boshqaruvni qo'llab-quvvatlab turish uchun hisobotlardan foydalanish og'ishlar bo'yicha boshqaruvni amalga oshirishda ayniqsa samarali bo'ladi.

Og‘ishlar bo‘yicha boshqaruv menejer tomonidan olinadigan ma’lumotlarning asosiy mazmuni firma xo‘jalik faoliyatining ba’zi bir belgilangan standartlar (masalan, uning rejalashtirilgan holati)dan og‘ishlari bo‘lishi zarurligini ko‘zda tutadi. Firmada og‘ishlar bo‘yicha boshqaruv tamoyillaridan foydalanilganda yaratiladigan hisobotlarga quyidagi talablar qo‘yiladi:

- hisobot faqat og‘ishlar yuz bergan holdagina yaratilishi zarur;
- hisobotdagi ma’lumotlar ushbu og‘ish ko‘rsatkichi uchun kritiklik qiymati bo‘yicha saralangan bo‘lishi kerak;
- menejer ular o‘rtasidagi aloqani anglab yetishi uchun barcha og‘ishlarni birgalikda ko‘rsatish ma’qul;
- hisobotda me’yordan miqdor jihatidan og‘ishni ko‘rsatish zarur.

Boshqaruv axborot texnologiyalarining asosiy komponentlari ko‘rsatilgan. Kirish axboroti operatsion darajadagi tizimlardan uzatiladi. Chiqish axboroti esa qarorlar qabul qilish uchun qulay bo‘lgan shaklda boshqaruv hisobotlari shaklida tuziladi.

Ma’lumotlar bazasining ichidagi ma’lumotlar tegishli dasturiy ta’minot yordamida davriy va maxsus hisobotlarga o‘zgartiriladi, ular tashkilotda qarorlar qabul qilishda ishtirok etadigan mutaxassislarga taqdim etiladi. Ko‘rsatilgan axborotni olish uchun foydalaniladigan ma’lumotlar bazasi ikki elementdan iborat bo‘lishi kerak:

- 1) firma o‘tkazadigan operatsiyalarni baholash asosida to‘plangan ma’lumotlar;
- 2) boshqaruv ob’ekti (firma bo‘linmasi) ning rejalashtirilayotgan holatini belgilovchi rejalar, standartlar, byudjetlar va boshqa me’yoriy hujjatlar.

Shuningdek, ma’lumotlarga **ishlov berishda ham axborot texnologiyasidan** foydalanish muhim ahamiyatga ega. Ma’lumotlarga ishlov berishning axborot texnologiyasi yaxshi tuzilgan masalalarni hal qilish uchun mo‘ljallangan bo‘lib, bu masalalar bo‘yicha zaruriy kirish ma’lumotlari mavjud bo‘lishi va ularga ishlov berishning algoritmlari hamda boshqa standart protseduralari ma’lum bo‘lishi kerak. Bu texnologiya boshqaruv nashnatining ba’zi bir doimiy takrorlanadigan

og'ir amallarini avtomatlashtirish maqsadlarida malakasi uncha yuqori bo'lmagan xodimlarning amaliy (ijro) faoliyati darajasida qo'llaniladi. Shuning uchun bu darajada xodimlarning mehnat unumdorligini ancha oshiradi. Ularni og'ir va mashaqqatli amallardan ozod etadi, hatto xodimlar sonini qisqartirishga ham olib keladi. Operatsion faoliyat darajasida quyidagi masalalar hal qilinadi:

- firma tomonidan amalga oshiriladigan operatsiyalar to'g'risidagi ma'lumotlarga ishlov berish;
- firmada ishlarning holati to'g'risida davriy nazorat hisobotlarini tuzish;
- turli-tuman joriy so'rovlarga javoblar olish va ularni qog'ozda hujjatlar yoki hisobotlar shaklida rasmiylashtirish.

Ushbu texnologiyani barcha boshqa texnologiyalardan farqlab turadigan ma'lumotlarga ishlov berish bilan bog'liq bir nechta o'ziga xos xususiyatlari mavjud:

- ma'lumotlarga ishlov berish bo'yicha firmaga zarur masalalarni bajarish. Har bir firma o'zining faoliyati to'g'risidagi ma'lumotlarga ega bo'lishi va bunday ma'lumotlarning firmada saqlanishi qonun bilan belgilab qo'yilgan, ulardan firmada nazoratni ta'minlash va saqlab turish vositasi sifatida foydalanish mumkin. Shuning uchun har qanday firmada, albatta, ma'lumotlarga ishlov berishning axborot tizimi bo'lishi va tegishli axborot texnologiyasi ishlab chiqilgan bo'lishi shart;

- faqat yaxshi tuzilgan va ular uchun algoritm ishlab chiqilishi mumkin bo'lgan masalalarni hal qilish;

- ishlov berishning standart protseduralarini bajarish. Mavjud standartlar ma'lumotlarga ishlov berishning namunaviy protseduralarini belgilab beradi va barcha turdagi tashkilotlar uchun ularga rioya qilishni belgilab qo'yadi;

- ishlarning asosiy hajmini imkon qadar kam odam ishtirokida avtomatik rejimda bajarish;

- mufassal ma'lumotlardan foydalanish. Firma faoliyati to'g'risidagi yozuvlar taftish o'tkazishga imkon beradigan darajada mufassal harakterga ega. Taftishlar

jarayonida firma faoliyati xronologik tartibda faoliyatining boshlanish davridan oxirgi davrigacha va oxirgi davrdan boshlanish davrigacha tekshiriladi;

- voqealarning xronologiyasiga diqqatni qaratish;
- muammoni hal qilishda boshqa darajadagi mutaxassislar tomonidan kichik bo'lsa ham yordam berilishini talab qilish.

Ma'lumotlarga ishlov berish ATning asosiy komponentlarini taqdim etamiz va ularning tavsiflarini keltiramiz (2.9-rasm).

Ma'lumotlarni to'plash.Firma mahsulot ishlab chiqarish va xizmatlar ko'rsatishni boshlagan davrdan boshlab, uning har bir harakati ma'lumotlarni tegishli tarzda yozib borish bilan birga olib boriladi. Odatda, firmaning tashqi olamga taalluqli harakatlari firma tomonidan amalga oshiriladigan operatsiyalar sifatida alohida ajratib ko'rsatiladi.

Ma'lumotlarga ishlov berish.Kelib tushayotgan ma'lumotlardan firma faoliyatini aks ettiradigan axborot yaratish uchun quyidagi namunaviy operatsiyalardan foydalaniladi:

▪tasniflash yoki guruhlash. Dastlabki ma'lumotlar odatda bir yoki bir nechta belgidan iborat bo'lgan kodlar shaklida bo'ladi. Ob'ektlarning muayyan belgilarini ifodalovchi bu kodlardan yozuvlarni identifikatsiya qilish va guruhlash uchun foydalaniladi;

▪saralash, uning yordamida yozuvlarning ketma-ketligi tartibga solinadi;

▪arifmetik va mantiqiy operatsiyalarni o'z ichiga oladigan hisoblashlar. Ma'lumotlar ustida bajariladigan bu operatsiyalar yangi ma'lumotlarni olish imkonini beradi;

▪yiriklashtirish yoki agregatlash, bu ma'lumotlarning miqdorini kamaytirish uchun xizmat qiladi va yakuniy yoki o'rtacha qiymatlarni hisoblash shaklida amalga oshiriladi.

Ma'lumotlarni saqlash. Ko'plab ma'lumotlarni keyinchalik ulardan shu yerning o'zida yoki boshqa darajalarda foydalanish uchun operatsion faoliyat darajasida saqlab qolish zarur bo'ladi. Ularni saqlash uchun ma'lumotlar bazasi yaratiladi.

Hisobotlarni (hujjatlarni) yaratish. Ma'lumotlarga ishlov berish axborot texnologiyasida firma xodimlari va rahbariyat, shuningdek tashqi sheriklar uchun hujjatlar yaratish zarur bo'ladi. Buning ustiga bunday hujjatlarni firma o'tkazgan operatsiya munosabati bilan bir marta yoki davriy ravishda har oy, yil choragi yoki yilning oxirida tayyorlash kerak bo'ladi.

3.3. Turizm biznesida turistlar hayot faoliyati xavfsizligini ta'minlash masalalri

Chet mamlakatga safar qilishni mo'ljallagan turist eng avvalo o'z xavfsizligi haqida o'ylashi, ya'ni sayohat paytida o'z sog'lig'ini saqlashga yo'naltirilgan bir qancha profilaktika chora-tadbirlarini amalga oshirishi lozim. Mazkur muammo ba'zan safarda juda muhim ahamiyat kasb etadi. Chet elga o'tlanayotgan O'zbekiston fuqarosi u yerda salomatlik bilan bog'liq yuzaga kelishi mumkin bo'lgan vaziyatlar haqida doim ham o'ylayvermaydi. Vaholanki, jahon statistikasi barcha sayohatchilarning kamida 3% safarda salomatlik bilan bog'liq muammolarga duch kelishi, ularning ayrimlari hatto o'lim bilan tugashidan dalolat beradi. Shu bois tibbiy xavfsizlik masalasining quyidagi uch jihatiga alohida e'tibor berish kerak:

- sug'urta polisi, chunki mazkur hujjatning mavjudligi borilgan joy (mamlakat)da vrachga murojaat etish va barcha zarur xizmatlarga haq to'lash imkonini beradi;
- shaxsiy gigiyena va sanitariya qoidalariga rioya etish;
- tibbiy xavfsizlik bo'yicha dastlabki protseduralarni bajarish, jumladan, har xil kasalliklarga qarshi emlanish.

Sug'urta turistning xavfsizligini ta'minlash shakli hisoblanadi. Sayohatchilarni sug'urta qilish – O'zbekistonda nisbatan yangi faoliyat. Gap shundaki, agar sovet davrida o'zbekistonlik turistlarning chet elda bo'lishlari uchun davlat javob bergan bo'lsa, hozirda bu javobgarlik to'liq sayohatchining zimmasiga yuklangan. Garchi turistlarni sug'urta qilish majburiy bo'lmasa-da,

bir qancha mamlakatlarning konsulliklari kirish vizasini rasmiylashtirishda sugʻurta polisining boʻlishini talab qiladilar.

Turistlarni sugʻurta qilishning dasturi sayohatchi baxtsiz tasodif yoki qoʻqqisdan kasallanish natijasida amalga oshirish talab etiladigan tibbiy harajatlarni qoplashni nazarda tutadi. Bunda sugʻurta kompaniyasi turistga vrach xizmatlari va u yozib bergan dori-darmonlar haqini, turist kasalxonaga yotqizilgan taqdirda – kasalxonada davolanish va ovqatlanish, zarur diagnostika va laboratoriya tadqiqotlari oʻtkazish, operatsiya, reanimatsiya xizmati haqini toʻlaydi.

Sugʻurta dasturi quyidagi harajatlarni qoplashni nazarda tutadi:

- turist kasallangan yoki baxtsiz hodisaga uchragan hollarda unga tibbiy yordam koʻrsatish;
- shoshilinch stomatologik yordam koʻrsatish (150 dollargacha);
- turist kasallangan yoki baxtsiz hodisaga uchragan hollarda transportirovka qilish;
- turist kasallangan yoki baxtsiz hodisaga uchragan hollarda uni vataniga repatriatsiya qilish;
- turist qoʻqqisdan vafot etgan taqdirda uning jasadini vataniga joʻnatish;
- shoshilinch xabarlar berish;
- qarindoshining kelishi;
- muddatidan ilgari qaytib kelish;
- dori-darmonlar yuborish.

Polis qiymati borilgan joy (mamlakat), sugʻurta summasi, sugʻurta dasturi va turistning safar muddatiga bogʻliq boʻladi.

Turistning safarini tashkil etgan turistik firma baxtsiz hodisalarning oldini olish uchun borilayotgan mamlakatdagi aholining turmush tarzi hamda bajarish lozim boʻlgan talablar haqida ogohlantirishi lozim. Jumladan, ayrim mamlakatlarda vodoprovod suvi va hatto idishlarda sotiladigan suv ham toza boʻlmaydi va h.k. Bundan turist safarga chiqishdan oldin xabar topishi lozim.

Har bir turist turli vaziyatlarda birinchi yordam ko'rsatish uchun zarur dori-darmonlarga ega bo'lishi kerak. Yo'lga kichkina aptechkani olish juda ko'p muammolardan xalos qilishi mumkin.

Quyidagi turkumlarga mansub vositalardan hech bo'lmasa bittasini safarga olish maqsadga muvofiqdir:

Shamollash va bezgakka qarshi dorilar: ferveks, koldreks, teraflyu.

Og'riqni qoldiruvchi vositalar: paratsetamol, aspirin, spazmalgon.

Ichburuqqa qarshi dorilar: imodium, enteroseptol, diarol.

Ovqatni hazm qildiruvchi dorilar: festal, mezim.

Ich qotishiga qarshi dorilar: gutalaks, koordinaks.

Allergiyaga qarshi preparatlar: klaritin, telfast.

Yurak kasalliklariga qarshi dorilar: korvalol, valokordin.

«Dengiz» va «havo» kasalliklariga qarshi dorilar: banin, aeron.

Zamburuqqa qarshi dorilar: mikozolon, lamizil.

Mahalliy antiseptiklar: yod, «zelyonka».

Bundan tashqari, mazkur ro'yxatga oftob urishidan (UVA va UVB nurlardan) saqlaydigan kremlar (SPF 10), qaychi, pinset, bint, leykoplastir (oddiy va bakteriyaga qarshi) kiritish lozim.

Borilayotgan mamlakatda ma'lum yuqumli kasallik, aytaylik, malyariya tarqalganligidan xabardor bo'lgan turist unga qarshi emlanishi shart. O'zbekistonda tibbiy muassasalar bunday xizmatlar ko'rsatadi va emlanganlik to'g'risida xalqaro namunadagi sertifikat taqdim etadi.

Issiq iqlimli mamlakatlarda tibbiy xavfsizlik. Afrika, Janubiy va Sharqiy Osiyo, Lotin Amerikasi singari mintaqalarda O'zbekiston va Markaziy Osiyo hududida uchramaydigan parazitlar va yuqumli kasalliklar ham, butun yer yuzida tarqalgan kasalliklar ham uchraydi. Issiq iqlim o'zbekistonliklar uchun tanish ekanligiga qaramay, bir ekvatorli mamlakatlarning atmosfera bosimi, quyosh radiatsiyasi, temperaturasi, namligi va boshqa ko'rsatkichlarida tafovutlar mavjudligini, ular insonning sog'lig'iga salbiy ko'rsatishi mumkinligini yodda tutish kerak.

Notanish tabiiy iqlim organizmga nojo'ya ta'sir ko'rsatishi, ko'p ter ajralishi, uyqu, ishtaha va asabning buzilishiga hamda boshqa hodisalarga sabab bo'lishi mumkin. Bundan tashqari, issiq iqlim va baland atmosfera bosimi yurak-qon tomir hamda o'pka kasalliklarining qo'zg'alishiga olib keladi. Shuning uchun issiq iqlimli mamlakatlarda chiqishdan oldin xavfsizlik maqsadlarida tibbiy ko'rikdan o'tish tavsiya etiladi. qat'iy belgilangan vaqtda ma'lum tibbiy preparatlarni, masalan, insulin, homiladorlikka qarshi tabletkalar va h.k.ni qabul qiluvchi shaxslar maxsus vrach maslahatini olishlari lozim. Homilador ayollarga hamda 10 yoshga to'lmagan bolalarga bunday mamlakatlarga safar qilish tavsiya etilmaydi.

Malyariya - issiq iqlimli mamlakatlarda keng tarqalgan eng xavfli kasallik. U chivin chaqishi natijasida o'tadi. So'nggi yillarda «malyariyalı» mamlakatlarda bo'lish natijasida kasallangan odamlar soni MDH mamlakatlarida ancha ko'paydi. Kasallikning bevaqt aniqlanishi va noto'g'ri davolanishi natijasida vafot etganlar ham bor. Odamlar ko'pincha kasallik sababi va uning oldini olish yo'llari haqida hech narsa bilmaydilar. Bu munosabat bilan Jahon sog'liqni saqlash tashkiloti malyariyaning oldini olishga yo'naltirilgan bir qancha qoidalarini ishlab chiqdi. Malyariya bilan kasallanish xavfi mavjud mamlakatga ketayotgan turist quyidagi chora-tadbirlarni amalga oshirishi lozim:

- o'z vrachiga yoki tegishli muassasaga murojaat etib, malakali maslahat olish. To'g'ri, turfirma epidemiologik vaziyat to'g'risida turistga axborot berishi shart, lekin turistning o'zi ham mazkur mamlakatda malyariya bilan kasallanish xavfi bor-yo'qligini surishtirib bilishi lozim. Agar bunday xavf mavjud bo'lsa, vrachdan malyariyaga qarshi qanday dori olish, uni qanday qabul qilish va uning mumkin bo'lgan nojo'ya ta'sirlari haqida maslahat olish kerak;

- dorini belgilangan dozada qabul qilish va xavfli zonadan qaytib kelgandan keyin 4 hafta mobaynida dorini qabul qilishni davom ettirish;

- malyariya tarqalgan joyda deraza va oynalariga to'r tortilgan xonada uxlash. Bundan tashqari, kech tushgandan to tong otgunga qadar shunday kiyinish

kerakki, qo‘l va oyoqlar ochiq qolmasin. Tananing ochiq joylariga repellent bilan ishlov berish lozim;

- kasallikning alomatlarini yodda tutish. qo‘qqisdan bezgak, bosh og‘rig‘i, bo‘g‘inlarda og‘riq turgan, ko‘ngil aynigan yoki ich ketgan hollarda guruhni kuzatib borayotgan turlider yoki turistning o‘zi zudlik bilan tibbiy yordam so‘rab murojaat etishi zarur. Turist qayerlarda bo‘lgani haqida vrachga axborot berish lozim. Darvoqe, malyariya turist sayohatdan qaytib kelganidan keyin, hatto u malyariyaga qarshi dorilar qabul qilgan bo‘lsa ham, oradan hatto bir yil o‘tib rivojlanishi mumkin;

- malyariya kasallikning ilk alomatlari paydo bo‘lganidan keyin 48 soat ichida o‘limga olib kelishi mumkinligini unutmaslik kerak.

Hasharotlar tropik va subtropik iqlimli ayrim mamlakatlarda tarqalgan boshqa kasalliklar – leyshmanioz, filyariatoz, tripanosomoz, gemorragik bezgak, sariq bezgak, ensefalit va boshqa kasalliklarning tarqatuvchilari bo‘lishi ham mumkin. Professor A. Bronshteyn va N. Malishevning qayd etishicha¹, isitma, bosh og‘rishi, teri rangining o‘zgarishi, toshma toshishi, jinsiy a‘zolarining ko‘karishi, teriga yara chiqishi mazkur kasalliklarning asosiy alomatlaridir. Deraza va eshiklarga to‘r tortish, repellentlardan foydalanish, tanada ochiq joy qoldirmay kiyinish orqali chivin chaqishining oldini olish mumkin. Konditsioner o‘rnatilgan, hasharot va ilonlardan himoyalangan xonalarda uxlagan ma’qul.

¹ www.palomnik.ru.

Xulosa va tavsiyalar

Mamlakatimizda amalga oshirilayotgan turizm sohasini rivojlantirish bo'yicha islohotlar o'zining yuksak natijalarini bermoqda. Bugungi kunda yurtimizda 900 dan ziyod sayyohlik tashkiloti faoliyat yuritayotgani, zamonaviy mehmonxonalar, dam olish maskanlari soni ko'payib, servis xizmati ko'rsatish sifati tobora yaxshilanib borayotgani ana shunday keng qamrovli islohotlar samarasidir.

Ammo takidlash joyizki, turizm biznesida ham boshqa sohalar singari boshqaruvni to'g'ri tashkil etishni, boshqaruv funksiyalari va usullaridan samarali foydalanishni, boshqaruv tamoyillarini mukammal bilishni va ulardan foydalana olishni taqozo etadi.

Qayd qilinganlardan tashqari, boshqaruv jarayonlarida axborot texnologiyalaridan ham mukammal va maqsadli foydalanish boshqaruv samaradorligini oshirish va boshqaruvni yengillashtirish imkonini beradi.

Har qanday korxona o'z faoliyatini axborotsiz amalga oshira olmaydi. Uning kundalik hayotida hamda boshqarish jarayonlarini rahbardan to oddiy xizmatchigacha barcha xodimlar turli xildagi axborotlarga asoslanib faoliyat ko'rsatadilar. Turizm biznesida boshqaruvning tashkiliy iqtisodiy mexanizmi faoliyati axborot oqimlarida o'z ifodasini topadi. Shuning uchun boshqaruv jarayonida axborotlarning almashinuvi va aylanishi hamda axborot nazariyasi bilan bog'liq masalalarni tahlil etish zarur.

Tavsiyalar:

- turistik korxonalarda doimiy ravishda xodimlar faoliyati bo'yicha tahlillar olib borish;
- o'tkazilgan tahlil natijasida aniqlangan muammolarni atroflicha o'rganish va tegishli choralarni ishlab chiqish;
- turizm biznesini boshqarishda boshqaruv usullaridan to'g'ri foydalanish;

- xususiy turistik biznesini boshqarishda boshqaruv tamoyillari va funksiyalaridan samarali foydalanishni tashkil etish;
- turistik biznesda faoliyat ko'rsatayotgan menejerlar malakalarini doimiy ravishda oshirib borish;
- boshqaruni tashkil etishda xorij tajribalaridan foydalanish va shu kabilar.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi qonuni. 1999 y. 20 avgust.
2. Karimov I.A. “O‘zbekiston iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish yo‘lida”. – Toshkent: O‘zbekiston, 1995. – 267 b.
3. Karimov I.A. “Bizning bosh maqsadimiz – jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh etishdir”. – Toshkent: O‘zbekiston, 2005. – 110 b.
4. 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‘risida”gi PQ-325-sonli Qarori.
5. M.Sharifxo‘jayev, Yo.Abdullayev “Menejment” darslik. T.: “O‘qituvchi” 2001 y.
6. N.T.Tuxliyev, T.Abdullayeva “Menejment i organizatsiya biznesa v turizme O'zbekistana”. - T.: GNI «O'zbekiston milliy ensiklopediyasi», 2006 y.
7. Baylik S. I. Gostinichnoye xozyaystvo. Organizatsiya, upravleniye, obslujivaniye: - Kiyev: VIRA-R, 2002.
8. Jukova M. A., Senin V. S., Chudnovskiy A. D. Upravleniye industriyey turizma. - M.: KnoRus, 2007.
9. Saak A. E., Yakimenko M. V. Menedjment v industrii gostepriimstva (gostinitsi i restorani). - SPb.: Piter, 2007.
10. Chudnovskiy A.D. Menedjment v turizme i gostinichnom xozyaystve: uchebnoye posobiye. M.: KNORUS, 2006.
11. Durovich A.P. Marketing v turizme. –Mn.:Novoye znaniye, 2004.–496 s.
12. Ibodullayev N.E. O‘zbekistonning turistik resurslari –Samarqand: SamISI, 2008. -114 b.
13. Soliyev A.S., Usmonov M.R. Turizm geografiyasi. Samarqand: SamDU, – 2005. -131 b.

14. Tuxliyev I.S., Qudratov G'.H., Pardayev M.Q. Turizmni rejalashtirish. Darslik. T.: Iqtisod va moliya". 2008.- 262 b.
15. Eshtayev A.A., Norchayev A.N., Ro'ziyev S.S. O'zbekiston Respublikasida turizm xizmati va servis sohasini rivojlantirish yo'llari. T.: TDIU, 2007. – 38 b.
16. Mamatqulov X.M, Bektemirov A.V, Tuxliyev I.S, Norchayev A.N. Xalqaro turizm.–T.: "O'zbekiston faylasuflar milliy jamiyati" nashriyoti, 2009. - 192 b.
17. R.Hayitboyev, O.Pardayev "Turizmning menejmenti" Samarqand 2010 y.
18. Qosimova M.S., Axmedov O.M., Yodgorov M.H. Marketing tadqiqoti. Toshkent, Uqituvchi, 1998.
19. "O'zbekturizm" MK ma'lumotlari.

Internet saytlari

1. www.wttc.org – Butunjahon sayohat va turizm kengashi
2. www.uzbekturizm.uz – "O'zbekturizm" Milliy kompaniyasi
3. www.stat.uz - O'zbekiston Respublikasi Davlat statistikasi qo'mitasi