

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

SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI

Fakultet: Servis va turizm

Kafedra Xalqaro turizm va turizm servisi

«Himoyaga tavsiya etildi»

Kafedra mudiri,

i.f.n. R.S.Amriddinova

Bayonnoma № 11 15 iyun 2015 y.

**5610200 - Mehmonxona xo‘jaligini tashkil etish va boshqarish *ta’lim*
*yo‘nalishi***

**MXT-311 guruh talabasi Rizanov Shuxrat
Sharofovichning “O‘zbekistonda kichik
mehmonxonalarni rivojlantirish istiqbollari.
 (“O‘zbekturizm” MK ma’lumotlari asosida)”
mavzusidagi**

BITIRUV MALAKAVIY ISHI

**Ilmiy rahbar: Katta o‘qituvchi,
i.f.n. F.U.Tursunov**

SAMARQAND – 2015

MUNDARIJA:

	Kirish	2
I-Bob.	Mehmonxona xo‘jaligini rivojlantirishning nazariy asoslari	5
1.1.	Iqtisodiyotni erkinlashtirish va mamlakatni modernizatsiyalash sharoitida xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirish muammolari	5
1.2.	Mehmonxonalarning turlari va tasnifi bo‘yicha klassifikatsiyasi hamda ulardan foydalanishning o‘ziga xos xususiyatlari	13
1.3.	O‘zbekistonda mehmonxona xo‘jaligini rivojlantirishning hozirgi kundagi ahvoli	23
II-Bob.	Kichik mexmonxonalarda xizmatlarni tashkil etish xususiyatlari	31
2.1.	Kichik mexmonxonalarda ko‘rsatiladigan xizmatlarning o‘ziga xos xususiyatlari.....	31
2.2.	Samarkand shahrida faoliyat yurituvchi kichik mehmonxonalarda ko‘rsatiladigan xizmatlar turlarini ko‘paytirish yo‘llari.....	36
III-Bob.	Kichik mehmonxonalarda xizmat ko‘rsatish tizimini takomillashtirish yo‘llari	46
3.1.	Samarkand shahrida faoliyat yurituvchi kichik mehmonxonalarda ko‘rsatiladigan xizmatlar turlarini ko‘paytirish yo‘llari	46
3.2.	Samarqand shahridagi kichik mehmonxonalarda xizmat ko‘rsatish sifatini oshirish yo‘llari	52
3.3.	Mehmonxonalarda hayot faoliyati xavfsizligini tashkil etish	56
	Xulosa	60
	Takliflar	62
	Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati	64

KIRISH

Mavzuning dolzarbligi. Mehmonxona xo‘jaligi turizm sohasining tarkibiy qismi hisoblanadi. Shu sababli turizm rivojlanishi mehmonxonalar faoliyatining kengayishida olib keladi. Jahon amaliyoti ko‘rsatishicha, turizm umumiy iqtisodiy o‘rinishga, ham taraqqiy etgan hududlarning rivojlanishida ko‘maklashadi. Bunday hududlarda turistik markazlarni ochish ko‘pgina davlatlarning iqtisodiyotni rivojlantirishning asosiy usuli hisoblanadi. Tog‘ va qishloq joylarida turistik markazlarning tashkil qilinishi shu joylarning o‘zlashtirilishiga, aholi yashash darajasining yaxshilanishiga yordam beradi.

O‘zbekistonda boy turistik resurslarga ega bo‘lishiga qaramay, mavjud imkoniyatdan foydalanish darajasi talab qilingan holatdan ancha kam. Ushbu sohaning yana bir muhim jihati, qishloqda ortiqcha ish kuchini ish bilan ta‘minlash masalasini ham hal qilishda ko‘maklashuvchi muhim soha hisoblanadi. chunki, xususiy tadbirkorlik uchun jozibador bo‘lgan ko‘pgina an‘anaviy xizmat turlari shaharda ham qishloqda ham yetarli darajada rivojlangan emas. Shu tufayli «O‘zbekiston respublikasida 2006-2010 – yillarda xizmat ko‘rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirish chora – tadbirlari to‘g‘risida»gi 2006 yil 17 apreldagi «O‘zbekiston respublikasi Prezidentining qarorida: «Mahalliy hokimiyat organlari rahbarlari bu muhim tarmoqqa kerakli darajada e‘tibor qaratmayotganligiga mutlaqo toqat qilib bo‘lmaydi», deb ta‘kidlangan edi. Albbat, e‘tibor berilmagan sohaning samaradorligi ham o‘ziga yarasha bo‘adi. Xizmat ko‘rsatishdagi ushbu 2005 yilda 38,3 foizni tashkil qildi. 2010 yilga kelib ushbu ko‘rsatkichning miqdori 49,0 foizni tashkil qilishi belgilangan edi. Ammo bu ham kam. Chunki, dunyoning rivojlangan mamlakatlarida xizmat ko‘rsatuvchi tarqmoqlarning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi 60-80 foizni tashkil etadi. Ushbu mamlakatlar iqtisodiyotida band bo‘lgan aholining 70 foizi shu xizmat ko‘rsatish sohasida faoliyat ko‘rsatadi.

Turizm ko‘laming kengayishi bilan xizmat ko‘rsatish korxonalarining, jumladan mehmonxonalarning soni ham oshib boraveradi. Bulardan tashqari turizmning rivojlanishi bilan bog‘liq sohada yana ko‘plab korxonalar, xo‘jalik yurituvchi sub‘ektlar (ovqatlantirish shahobchalari, transport, ko‘ngilochar ob‘ektlar va boshqalar) kiradi va ular turistik mavsum davomida faoliyat ko‘rsatadi.

Turizm xizmat ko‘rsatish sohasiga tegishli bo‘lib, iqtisodiyotning tezlik bilan rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri hisoblanadi. «O‘zbekistonda turizmning yuqori so‘r‘atlar bilan oshishi, katta hajmdagi valyuta tushumlarini ta‘minlash orqali iqtisodiyotda ijobiy ta‘sir etib, mamlakat turizm industriyasining rivojlanishiga ham imkon beradi. Chunki, turizm tarixiga nazar tashlaydigan bo‘lsak, uning asosida mehmondo‘stlik yotadi. Mehmondo‘stlik turizmining bir qismi sifatida mazkur sohaning rivojlanishi uchun katta ahamiyatga ega. Shu tufayli mehmondo‘stlik industriyasini tashkil qilish ham sohaning barqaror rivojlanishini ta‘minlaydi. Bularni inobatga olib mehmondo‘stlik industriyasining ham ta‘rifini ishlab chiqishni maqsadga muvofiq deb topildi.

Amalda mehmonxona korxonasi turizm va mehmondo‘stlik industriyasi tarkibida asosiy funksiyalarni bajaradi, iste‘molchilarga kompleks xususiyatlarga ega mehmonxona mahsulotlarini taklif etadi. Bu mahsulotning shakllanishi va sotilishida turizm va mehmondo‘stlik industriyasining barcha sektorlari hamda elementlari ishtirok etadi. Shu nuqtai nazardan ishda mehmonxona biznesini turizm va mehmondo‘stlik industriyasining tarkibiy qismi sifatida mustaqil ko‘rib chiqishni maqsadga muvofiq, deb topdik. Shu bois ba‘zi masalalar ma‘lum darajada turizm va mehmondo‘stlik industriyasi bilan uzviy aloqda o‘rganildi.

Bitiruv malakaviy ishining maqsadi – kichik mehmonxonalarning faoliyatini rivojlantirish bo‘yicha tavsiyalarni ishlab chiqishdan iborat.

Bitiruv malakaviy ishining vazifalari qo‘yidagilardan iborat:

- Iqtisodiyotni erkinlashtirish va mamlakatni modernizatsiyalash sharoitida xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirish muammolarini o‘rganish;

- Mehmonxonalarning turlari va tasnifi bo'yicha klassifikatsiyasi hamda ulardan mamlakatimizda foydalanishning o'ziga xos xususiyatlari;
- O'zbekistonda mehmonxona xo'jaligini rivojlantirishning hozirgi kundagi ahvolini o'rganish.

Turizm sohasi rivojlantirish va mehmonxonalarda servis sifatini oshirishning o'rnini alohida ahamiyatga ega. Ularda ko'rsatiladigan xizmatlar jahon standartlari talablariga javob beradigan darajada bo'lishi lozim. Shuning uchun mavjud mehmonxonalar servisi sifati va samaradorligini oshirish imkoniyatlarini to'liq ishga solish ularni alohida tadqiq qilishni, ilmiy jihatdan asoslangan taklif va tavsiyalarni ishlab chiqishni taqozo qiladi. Shulardan kelib chiqib, mehmonxonalarda servis sifati va samaradorligini oshirish yo'nalishlarini ishlab chiqish zarurligi tadqiqot mavzusining dolzarbligini belgilaydi.

Bitiruv malakaviy ishining ob'ekti sifatida Samarqand shahrida joylashgan kichik mehmonxonasi olindi.

Bitiruv malakaviy ishining predmeti – iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida kichik mehmonxonalarda servis sifati va samaradorligini oshirish bilan bog'liq iqtisodiy munosabatlar majmuidan iborat.

Bitiruv malakaviy ishini kirish, 3 ta bob, xulosa va tavsiyalar hamda adabiyotlar ro'yxatidan iborat.

I.BOB. MEHMONXONA XO‘JALIGINI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY ASOSLARI

1.1. Iqtisodiyotni erikinlashtirish va mamlakatni modernizatsiyalash sharoitida xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirish muammolari

O‘zbekiston qisqa tarixiy davr mobaynida rejali iqtisodiyotdan bozor munosabatlariga asoslangan iqtisodiyotga o‘tishning mashaqqatli, lekin ayni bir vaqtda o‘ta muhim bosqichini boshdan kechirdi. O‘z mazmun-mohiyati, maqsad va vazifalari hamda ularga kirishish yo‘llari, iqtisodiy tartib, qonun va mexanizmlari jihatidan tubdan farq qiladigan bir iqtisodiy tizimdan boshqa, yangi bir tizimga o‘ish, eski, oldingi davrda hukmronlik qilgan formatsiyaga xos ishlab chiqarish munosabatlari o‘rniga yangi munosabatlar (ishlab chiqarish sohasida, mulk sohasida, almashuv sohasida, tadqiqot sohasida) tizimini o‘rnatish ko‘p vaqt va mehnat talab qiladigan murakkab jarayon.

Ushbu o‘tish jarayonining o‘ta murakkabligini, rejali iqtisodiyotga xos va ko‘p yillar davomida qattiq o‘rnashib qolgan iqtisodiy mexanizmlarni ildizi bilan qo‘porib tashlab, ularning barpo etish oson emasligini to‘la tasavvur qilmasdan turib, mamlakatimizda amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohatlar ko‘lamiga, bosib o‘tilgan yo‘lning ahamiyatiga ob‘ektiv, adolatli baho berib bo‘lmaydi. O‘tmishga nazar tashlash, bosib o‘tilgan yo‘lning samaradorligini aniqlash, unda ilmiy asoslangan, ob‘ektiv baho berish, yo‘l qo‘yilgan xato va kamchiliklarni hamda qo‘lga kiritilgan yutuqlarni tahlil qilish va tegishli xulosalar chiqarish katta nazariy va amaliy ahamiyatga ega.

Ma‘muriy – buyruqbozlik, markazlashtirilgan rejada asoslangan iqtisodiy munosabatlardan erkin bozor munosabatlariga o‘tish davri davomida O‘zbekistonda ko‘p ukkladli progressiv iqtisodiy tizim asoslari yaratildi. Ushbu maqsadda mulk shakllarida va demak, mulkiy munosabatlarda tub islohatlar amalga oshirildi, bozor infratuzilmalariga mos keluvchi institutlar joriy etildi, o‘tish davrning birinchi boso‘ichlarida, ya’ni 90-yillarning birinchi yarmida

yuzaga kelgan iqtisodiy bo‘roning og‘ir oqibatlari bartaraf etilib, mamlakatda makroiqtisodiy barqarorlik qaror topdi. 1986 yildan boshlab O‘zbekistonda ijodiy makroiqtisodiy siljishlar va e‘tiborga molik iqtisodiy o‘shish suratlari kuzatilmoqda. Keyingi yillarda esa iqtisodiy o‘shish va makroiqtisodiy ko‘rsatkichlarning yaxshilanish sur‘atlari yanada jadallashib, mamlakat barqaror iqtisodiy o‘shishga yuz tutmoqda. Faqat 2005 yil mobaynida O‘zbekistonda ishlab chiqarilgan yalpi, ichki mahsulot hajmi 7,3 foizga, aholining real daromadlari esa 18 foizga oshdi. Bu esa o‘z navbatida, tanlangan tarixiy yo‘lning to‘g‘ri ekanligidan, erkin bozor munosabatlariga asoslangan iqtisodiy tizimning markazlashtirilgan reja va ma‘muriy buyruqlarga asoslangan iqtisodiy tizimdan chandon ustunligi va ushbu tizim, pirovard natijada, mamlakatni moddiy mo‘l-ko‘lchilikka, xalqni esa farovon turmush darajasida olib kelishi muqarrar ekanligidan dalolat beradi.

Hozirgi davrda O‘zbekistonda islohatlarni chuqurlashtirish va iqtisodiyotni erkinlashtirish hamda demokratik fuqarolik jamiyatni qurish amalga oshirilmoqda. Bozor talablariga mos ravishda boshqaruvning tashkiliy tarkiblari takomillashmoqda, xodimlarning ishlab chiqarishni boshqarishdagi ishtirokining yangi progressiv, samarali usullar ishlab chiqilmoqda va joriy etilmoqda.

Har qanday murakkab ijtimoiy-iqtisodiy jarayondagi kabi, o‘tish davrida ham o‘zining ustivorliklari bo‘lib, bozor islohatlarining maqsadlariga va yakuniy natijalariga erishish ko‘p jihatdan ularga bog‘liqdir. Mehnat resurslarining nisbiy ortiqchaligiga va o‘tmishning og‘ir merosiga ega bo‘lgan O‘zbekiston Respublikasi uchun banday ustivorliklardan biri ijtimoiy soha hisoblanadi. mustaqillikka erishish tufayli mamlakat siyosiy hayotida va bozor munosabatlariga o‘tish sababli uning iqtisodiy siyosatida sodir bo‘lgan tub o‘zgarishlar ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyot uchun cheksiz imkoniyatlar va real istiqlool ochib berdi. Shu bilan birga, yangi iqtisodiy tartibot jamiyatning barcha a‘zosi uchun uning hayot faoliyati va mehnatining barqarorligiga, ma‘lum bir xavf-xatar omilini ham olib kelmoqda, har bir inson hayotiga jiddiy o‘zgarishlar va ma‘lum darajada noaniqliklarni kiritmoqda. Bozor iqtisodiyoti o‘z mazmun-mohiyati jihatidan,

ma'muriy-buyruqbozlik tizimidan farqli o'laroq, kuchli, baquvvat, tadbirkor, tashabbuskor kishilar uchun keng imkoniyatlar eshigini ochib beradi. Shu bilan bir qatorda u mehnatga yaroqsiz, nochor, notovonlar uchun moddiy qiyinchilik va mashaqqat to'g'riadi. Bunday vaziyatda ijtimoiy himoyaning ishonchli tizimi va sotsial xizmatlarning butun bir majmui alohida ahamiyat kasb etadi.

Chunki, O'zbekistonda bozor munosabatlarini shakllantirishdan faqatgina kuchli, baquvvat, uddaburon kishilar uchun keng imkoniyatlar va qulayliklar, to'q, to'kin-sochin, farovon hayot tarzi yaratib berish nazarda tutilgan emas. Aholining barcha qatlamlari, jumladan, mehnatga layoqatsiz yosh bola va o'smirlar, ulug' yoshdagi kishilar, bemor-notavonlar va aholining tashqi yordamga muxtoj, lekin inson sifatida, o'zimizning vatandoshlarimiz sifatida, o'zimizning vatandoshlarimiz sifatida jamiyatda yaratilayotgan moddiy va ma'naviy boyliklardan ma'lum darajada bahramand bo'lishga haqli bo'lgan boshqa qatlamlari ham jamiyat e'tiboridan chetda qolishi mumkin emas. Bunday talablarga javob beradigan tizim bu bozor iqtisodiyotining davr talabi asosida mukammallashgan zamonaviy modifikatsiyasi – ijtimoiy yo'naltirilgan bozor iqtisodiyoti tizimidir. Aynan u bozor tizimiga ko'nikishdagi bir qator masalalarni hal etishga imkon beradi, noaniqlik va yashash uchun kurashning odatiy bo'lmagan sharoitlarida uning mavjud bo'lishini va hayot faoliyatini ta'minlaydi.

O'zbekiston rivojlanishining hozirgi bosqichi uchun umuman xizmatlar, jumladan sotsial xizmatlar sohasining turmushning o'zi tomonidan taqozo etilmoqda va tubdan xalqning uzoq muddatli manfaatlariga mos keladi. Bozor islohatlarining boshlangich davridayoq O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimov ijtimoiy yo'naltirilgan bozor ekanligini alohida ta'kidlagan: «O'zbekiston uchun o'zi tanlab olgan yo'l ijtimoiy sohaga yo'naltirilgan, respublikaning manfaatlariga, shart-sharoitlari va xususiyatlariga eng ko'p darajada mos keladigan bozor iqtisodiyotini shakllanishga qaratilgandir». Amalda bu respublikada ijtimoiy yo'naltirilgan bozor iqtisodiyotini yaratishdagi katta va mashaqqatli jarayonning boshlanishi edi.

Bugun ijtimoiy yo‘naltirilgan bozor iqtisodiyoti – bu endi oddiygina shur yoki mmaqsad emas, balki barcha davlat idoralari va tarkiblari hamda aholi o‘rtasidagi yangi munosabatlarning faol shakllanib borayotgan, amalda qo‘llanilayotgan tizimidir. Uning asosiy farqlanuvchi xususiyati-ishlab chiqaruvchi kuchlarining yanada rivojlanishiga yo‘naltirilganligi, jamiyatda sezilarli iqtisodiy va ijtimoiy taraqqiyotga erishilganligidir. Bozor iqtisodiyotiga o‘tish kun tartibiga bir qator prinsipial yangi vazifalarni qo‘yib, ulardan eng muhimi yangi ijtimoiy – iqtisodiy muammolarni hal etishning yaxlit konsepsiyasini yaratishdan, pirovard maqsadga erishishning ustivor yo‘nalishlarini belgilashdan iborat. Chunki ijtimoiy yo‘naltirilgan bozor g‘oyasini amalga tadbiq etish birinchi galda ushbu muammoni yechishning metodologik va nazariy asoslarini yaratishni, shuningdek, aniq, ravon, ilmiy jihatdan asoslangan yo‘llarini belgilab olishni taqozo etadi.

Ijtimoiy sohaga yo‘naltirilgan bozor munosabatlarini shakllantirish iqtisodiyotda tub tarkibiy o‘zgarishlarlar, ayrim tarmoq va sohalarning jadal sur‘atlari bilan rivojlanishi, demak, ularning yalpi mahsulot ishlab chiqarishda va umuman, mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy hayotida rolining tobora oshib borishi, ayni paytda, boshqa bir tarmoq va sohalarning esa, aksincha, jamiyat hayotidagi mavqeining pasayib borishi bilan tavsiflanadi. Metodologik nuqtai nazardan O‘zbekistonda shakllantirilayotgan yangi tizimning ikkita muhim tomoni bor. Birinchidan, u boshqa tizimlardan farqli o‘laroq, aholini har tomonlama va samarali ijtimoiy himoyalash, uning to‘q va farovon turmush kechirishi uchun barcha farovon turmush kechirishi uchun barcha shart-sharoitlarni yaratib berishi kerak. Bu jihatdan yangi tizim ijtimoiy sohada yo‘naltirilgan jamiyatdagi kishilarning kundalik hayotidagi serqirra sotsial jumboqlarni yechishga moyil bo‘ladi. Ikkinchidan, yangi tizim iqtisodiyotning bosh masalalariga, ya’ni nima, qancha va kim uchun mahsulot va xizmatlar ishlab chiqarish lozimligi to‘g‘risidagi savollarga to‘laroq va aniqroq javob bera oladi vash u asosda kenagytirilgan takror ishlab chiqarishni intensiv yo‘l bilan amalga oshirishini ta’minlaydi. Bu jihatdan yangi tizim, hozirga qadar bizga ma’lum barcha iqtisodiy tizimlardan farqli

o'laroq, mamlakatda ishlab chiqariladigan yalpi ichki mahsulot va boshqa makroiqtisodiy o'sish sur'atlarini jadallashtirish, ishlab chiqarishga safarlar etilgan nodir va cheklangan resurslarning har bir o'lchamiga ko'proq va ayni paytda, sifatliroq mahsulot va xizmatlar ishlab chiqarishga qodir. Eng qizig'i shundaki, kuchli, baquvvat, irodali, uddaburon, ishni ko'zini biladigan, tadbirkor kishilarga ishlab chiqarish sohasidagi keng imkoniyatlar, ularning iqtisodiyotda faol ishtirok etishi uchun yaratilgan shart-sharoit va qulayliklar evaziga erishilgan iqtisodiy o'sish, ishlab chiqarishdan olingan samarqand talaygina qismi aholiga ijtimoiy xizmatlar ko'rsatish, kishilarning ijtimoiy ehtiyojlarini qondirish, jamiyatning ijtimoiy jihatdan himoyalash uchun sarflanadi. Ma'lumki, shunday ekan, ijtimoiy yo'naltirilgan bozor iqtisodiyoti sharoitida bozor imkoniyatlaridan aholining faqatgina ishga yaroqli yoki iqtisodiyotda faol ishtirok etadigan qatlamlari emas, uning qolgan guruhlar ham manfaatdor. Yangi tizimning mukammalligi, uning boshqa barcha ijtimoiy-iqtisodiy formatsiyalardan ustunligi ham aynan shunda.

Xulosa qilib aytganda, ijtimoiy yo'naltirilgan bozor iqtisodiyotining tub maqsad va vazifalarini iqtisodiy-o'sish sur'atlarini jadallashtirishni ta'minlamasdan erishib bo'lmaydi. Iqtisodiy o'sish sur'atlarini jadallashtirish, noyob va nodir, cheklangan resurslardan unumli foydalanish, tejamkorlik bozor munosabatlariga asoslangan iqtisodiyotning tub mohiyatidan kelib chiqadi va unga amal qiladigan bozor mexanizmlari (bozor raqobati, baholar mexanizm va h.k.) bilan ta'minlanadi.

Bozor munosabatlari qaror topib borgan sayin ma'lum sabablarga ko'ra rejali iqtisodiyot hal eta olmagan (hal etib ololmaydigan) muammolar, binobarin, resurslardan oqilona foydalanish muammosi ham uzil kesil o'z yechimini topib boradi. Bundan har qanday jamiyatning eng bebaho resurslari – mehnat resurslari istisno emas. Ushbu resurslardan unumli foydalanish moddiy ishlab chiqarishda band bo'lganlar sonining keskin qisqarishiga vash u tariqa ishsizlar safining kengayishiga olib kelishi muqarrar. Madomiki, shunday ekan, bozor iqtisodiyoti sharoitida mehnatga yaroqli, lekin moddiy ishlab chiqarish tarmoqlaridan siqib

chiqarilgan kishilarni, shuningdek, endi mehnat yoshiga yetgan o'smirlarni ish bilan ta'minlash muammosi keskinlashadi. Bozor munosabatlari uyg'unlashib, uning mexanizmlari to'la kuch bilan amal qilib borgan sayin, ishlab chiqarishda yangi texnika va texnologiyalarni qo'llash, mehnatni ilmiy asosda tashkil etish, mehnat natijalari bila nish haqi o'rtasidagi bog'liqlikni kuchaytirish kabi omillarning ta'siri natijasida mehnat resurslaridan foydalanish samaradorligi va mehnat unumdorligi ham mos ravishda oshib boradi. Demak, bandlik muammosi bozor munosabatlariga asoslangan iqtisodiyotning mahsuli uning ajralmas qismi sifatida vujudga keladi va o'ta muhimligi sababli hamisha davlat rahbarlarining, iqtisodchi olimlarning, jamoatchilikning diqqat markazida turadi. Ushbu jiddiy muammoni hal etmay turib, ijtimoiy sohaga yo'naltirilgan bozor iqtisodiyoti, kishilarning moddiy farovon hayoti, yuqori turmush sifati haqida gapirish yoki fikr yuritish mantiqan noto'g'ri, siyosiy jihatdan esa kaltabinlikdir. Mehnat va uning evaziga olinadiga ish haqi aholi daromadlarining asosiy manbai, aksariyat ko'pchilikning yashash vositasi bo'lib kelgan va bozor iqtisodiyoti sharoitida ham shunday bo'lib qolaveradi. Hozirgi kunda O'zbekistonda ish haqi sifatida olinadigan 56 foizni tashkil etadi. Hukumatning ketma-ket va izchillik bilan minimal ish haqi miqdori hamda buyudjet sohasidagi korxona va muassasalar xodimlari ish haqini oshirishga qaratilgan siyosati ham ish haqining aholi daromadlaridagi yetakchilik mavqiyeni saqlab qolish, kelajakda uning rolini yanada oshirish g'oyasining amaliy yechimidir.

Bozor mexanizmlari va ularning samarali amal qilishi tufayli moddiy ishlab chiqarishda band bo'lgan aholining nisbiy qisqarishi oqibatida yuzaga kelgan ishsizlik muammosi boshqa bir soha va tarmoqlarni rivojlantirish evaziga hal etiladi. Ijtimoiy yo'naltirilgan bozor Iqtisodiyoti sharoitida bunday soha barcha nomoddiy sohasi , xususan, aholiga bepul va pullik xizmat ko'rsatish tarmoqlari (sotsial ta'minot, sotsial sug'urta, savdo, umumiy ovqatlanish, turizm, sog'liqni saqlash, aloqa transport va boshqalar) majmuidan iborat. Dunyo mamlakatlari ayniqsa iqtisodiyoti rivojlangan G'arib davlatlari tajiribasi ham xizmat ko'rsatish

sohasining jamiyat ijtimoiy-iqtisodiy hayotida tutgan o'rnini va roli yuqori bo'lishi lozimligidan dalolat beradi. Inson salohiyati yuqori darajada bo'lgan mamlakatlardan Yaponiyada 59%, AQShda 63%, Shveysiyada 66%, Kanadada esa 71%, ish kuchi xizmat ko'rsatish tarmoqlarida band. Hozirgi kunda O'zbekistonda xizmat ko'rsatish sohasida band bo'lganlar barcha ish kuchining 45.5% tashkil etadi. Bu ko'rsatkich bundan o'n yil muqaddam 33.4% tashkil etganligini e'tiborga olsak, kelajakda ushbu sohaning aholi bandligi muommosini yechishda roli oshib borishligiga ishonch hosil qilamiz. Biroq ijtimoiy yo'naltirilga bozor iqtisodiyoti sharoitida xizmat ko'rsatish sohasining roli faqatgina qo'shimcha yangi ish joylarini tashkil etish va aholi bandligini ta'minlash, ishsizlik tufayli mamlakatda sodir bo'lish mumkin norozichilik va ijtimoiy ziddiyatlarning oldini olish bilan chiklanib olmaydi. U mamlakatda ishlab chiqariladigan yalpi ichki mahsulotning asosiy manbai (xizmat ko'rsatish sohasining YAIM dagi ulushi 43.2% tashkil etadi),kelajakda uning o'sish sur'atlarini jadallashtirishning barqaror iqtisodiy o'sishini ta'minlashning qolaversa ishlab chiqarish jarayonlarini intensivlashtirishning muhim omoli hisoblanadi. Shu sababli xizmat ko'rsatish sohasini har tomonlama rivojlantirish, uning yurlarini ko'paytirish va sifatini yaxshilash davlat iqtisodiy siyosatining ajralmas qismiga, qolaversa uning ustivor yo'nalishiga aylanmog'i lozim.

Jahon bankining hisob-kitoblariga ko'ra xizmat ko'rsatish sohasining yalpi ichki mahsulotdagi hissasi 49-51% tashkil etmog' lozim. O'zbekistonda xizmat ko'rsatish sohasining yalpi ichki mahsulotdagi ulushi Jahon banki oqilona deb topgan marraga yaqinlashib brogan sayin mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy hayotidagi roli va ahamiyati ham tobora oshib borishi muqarrar.

Ijtimoiy yo'naltirilgan bozor iqtisodiyoti sharoitida aholi turmishining munosib sifat darajasini ta'minlash, kishilarga jahon andozalari darajasida servis xizmatlar va maishiy qulayliklar yaratish, ishchilarning madaniy hordiq chiqarishlari uchun sarflanadigan vaqtlarni tejash va buning evaziga bo'sh vaqtlarini ko'paytirish muomilalari muhim ahamiyat kashf etadi. Ushbu

muommolarni yechish uchun xizmat ko'rsatish sohasini jadal sur'atlar bilan rivojlantirish, unga yo'naltiriladigan investitsiyalarni ko'paytirish, xizmatlar xilma xilligini yuqori sifatini ta'minlash lozim. Xizmat ko'rsatish sohasi aholining sog'ligiga, kayfiyatigamehnatga munosabatiga, ishchi xodimlarning mehnat unumdorligiga o'z hayotidan rozilik darajasi va xursandligiga, umuman ishlab chiqarish kuchlarining hayoti va taraqqiyotiga bevosisa va sezilarli darajada ta'sir ko'rsatadigan soha. Ishlab chiqarish kuchlarining rivojlanishi esa o'z navbatida, xo'jalik jarayonlarining tezlashishiga, iqtisodiy o'sish sur'atlarining jadallashiga olib keladi. Binobarin rivojlangan mamlakatlar tajribasi ham shuni ko'rsatadiki, qulay sotsial sharoitlarda va kishiga qaratilga e'tibor kuchli bo'lganda mehnatga qiziqishning oshi borishi, ish kuchi sifatining yaxshilanishi va shu asosda mehnat unumdorligining ko'tarilishi, noishlab chiqarish harajatlari va kadrlar qo'nimsizligining qisqarishi, hayotiy kuch va quvvatni tezroq hamda sifatliroq tiklanishi, asosiy ishlab chiqarish operatsiyalari, sifatliroq mahsulot ishlab chiqarishga vaqtning ko'payishi kabilar oqibatida ishlab chiqarishning pirovard natijalari yaxshilanib, yalpi mahsulot hajmi oshib boradi.

Ijtimoiy yo'naltirilgan bozor iqtisodiyotini shakllantirish jarayonida xizmat ko'rsatish sohasining alohida o'rnini, ahamiyatini, dolzarbligini qayd etish yoki nazariy jihatdan asoslashning o'zi kifoya qilmaydi. Xizmat ko'rsatish sohasini jadal sur'atlar bilan rivojlantirish vash u tariqa uning mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy hayotidagi, yalpi ichki mahsulot ishlab chiqarish, yangi ish joylarini yaratish va aholi bandligini yaratish va aholi bandligini ta'minlash, aholi turmush sifatini yaxshilash, etiborga molik qulayliklar to'g'irishdagi rolini oshirishning amaliy vositalarini va yo'llarini amalga oshirish mexanizmlarini ishlab chiqish zarur.

Yuqorida zikr etilgan masalalarni hal etish mamlakatda ijtimoiy yo'naltirilgan bozor munosabatlarini shakllantirish konsepsiyasi nuqtai nazaridan amalga oshirilmog'i lozim. Aholining keng davlatlari manfaatiga mos keladigan vash u sababli mamlakatda jadal taraqqiyotni ta'minlashga qodir bo'lgan ijtimoiy yo'naltirilgan bozor iqtisodiyotini shakllantirish xizmat ko'rsatish sohasini

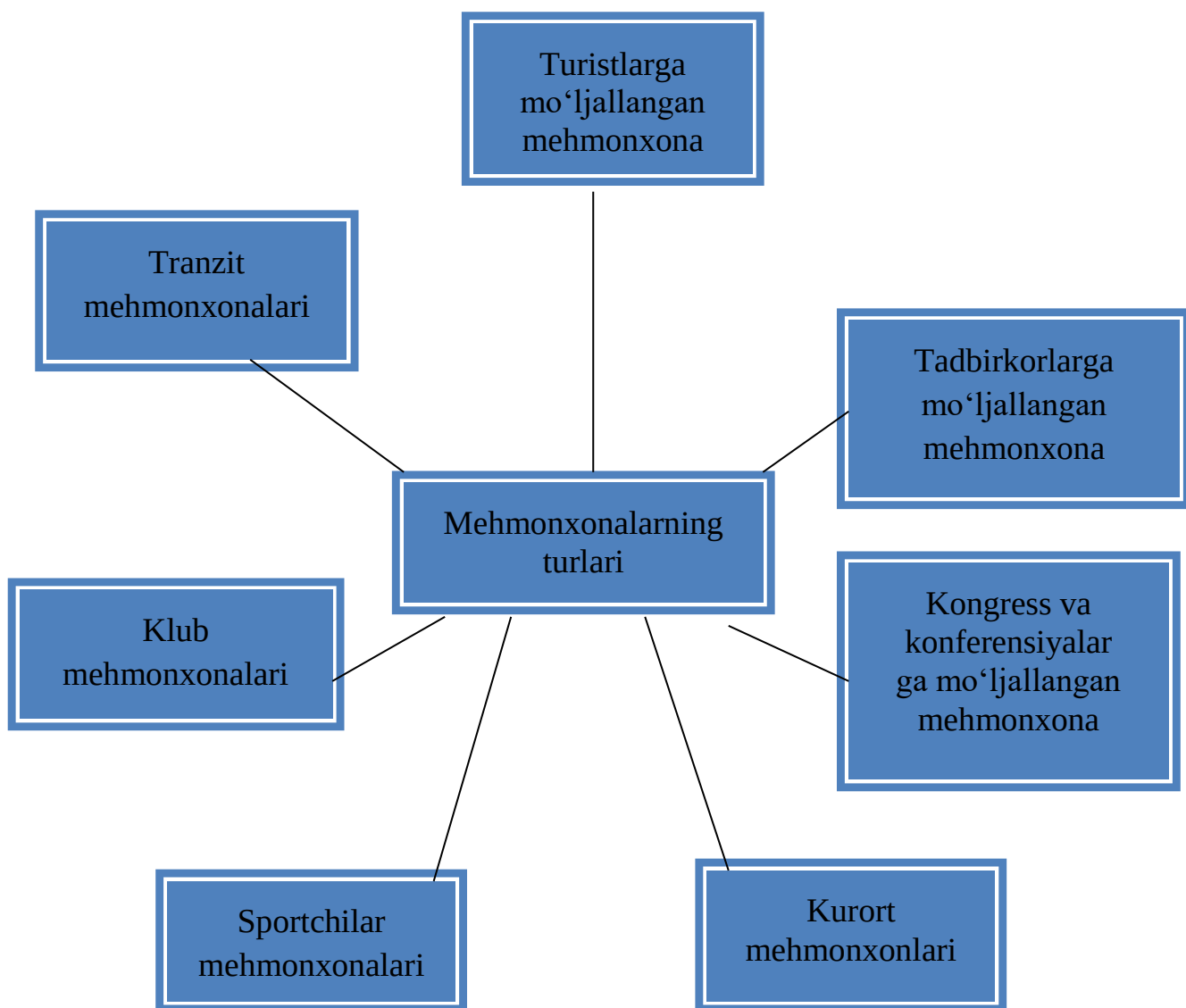
rivojlantirishning ustivor yo‘nalishlarini belgilab olishni dolzarb muammoga aylantiradi.

1.2. Mehmonxonalarning turlari va tasnifi bo‘yicha klassifikatsiyasi va ulardan foydalanishning o‘ziga xos xususiyatlari

Turizm faoliyatining asosiy yo‘nalishlaridan biri sayyohlarni joy bilan ta‘minlash masalasini hal qilishdir. Sayohat davomida turistlarga ko‘rsatiladigan kompleks xizmatlar ichida joylashtirish markaziy o‘rinda turadi va har bir turning tarkibiy qismi hisoblanadi.

Joylashtirish vositasi sifatida yotoq uchun epizodik yoki doimiy joy beradigan har qanday ob‘ektni kiritish mumkin. Bu sohada turizmga band shaxslarning 56 № daromadlarning 39,8 % to‘g‘ri keladi. Yangi joylashtirish ob‘ektlarini qurish turistlarning qiziqishi ortishiga sabab bo‘ladi va turistlar oqimining oshishiga olib keladi. Joylashtirish bo‘yicha yuqori saviyadagi xizmat ko‘rsatish sayohatdan qoniqish va turistlarning u yoki bu mamlakatda bo‘lishini tashkil etishning yuqori darajasi kabi jihatlarni belgilab beradi. Ko‘plab joylashtirish vositalari ichida mehmonxona industriyasi muhim ahamiyatga ega. Mehmonxona industriyasi iqtisodiy faoliyat sifatida mehmonxona xizmatlari ko‘rsatish va mehmonxona, kemping, motel va yotoqxonalarda qisqa muddatli yashashni bildiradi. Bu faoliyatga restoran xizmatlari ham kiritiladi.

Shuni ta‘kidlash joizki, hozirgi kunda mehmonxonalar mehmonxonalarning toifalariga qarab hamma xizmat turlarini ko‘rsatishga qodir emaslar. Shu tufayli ular maxsus yo‘nalishlari bo‘yicha bir qancha turlarga bo‘linadi. Bu bevosita mehmonxonalarning ixtisoslashuvini talab qiladi. Shu jihatdan olib qaraladigan bo‘lsa mehmonxonalar hozirgi sharoitda quyidagi turlarga ega bo‘lishlari lozim. Bularga quyidagilarni kiritish mumkin.



1-rasm. Mehmonxonalarning turlari

Mazkur rasmda keltirilgan mehmonxonaning turlari mamlakatimizda ham mavjud. Ammo ixtisoslanish darajasi unchalik kuchli emas. Shu tufayli mehmonxonalarni joylanishiga va kimlarga xizmat qilishiga qarab ixtisoslashtirish maqsadga muvofiqdir. O'zbekistonda mehmonxonalar faoliyati rivojlangan hududlarga Toshkent shahri, Samarqand va Buxoro viloyatlarini kiritish mumkin.

Samarqand viloyati mamlakatimizdan tashrif buyuruvchi turistlar bo'yicha 2006 yilda uchinchi o'rinda turgan bo'lsa, 20 yilga kelib ikkinchi o'ringa chiqib oldi. Ammo xorijiy turistlarning kelishi bo'yicha 2006 yilga kelib to'rtinchi o'ringa tushib qoldi. Bundan ko'rinib turibdiki viloyatda xorijiy turistlarga

ko'rsatiladigan xizmatlarni kengaytirish bilan birga ularga ko'rsatiladigan xizmatlarning sifatini ham oshirishga to'g'ri kelmoqda.

Mehmonxonalaraning turlari bo'yicha gap ketganda jahon turistik tashkiloti tomonidan mehmonxonalarni tasniflash bo'yicha tavsiyasini inobat joylashtirish vositalari bo'yicha standartlarni ishlab chiqdi va unga asosan mehmonxonalarga quyidagi talablar qo'yiladi:

- minimal belgilangan miqdordan (odatda 10 tadan) ko'p nomerga ega bo'lish va yagona rahbariyatga birlashish;
- asosiy (har kuni nomerlarni tozalash, to'shaklarni tartibga keltirish) va qo'shimcha (kir yuvish, kimyoviy tozlash, sartaroshxona, avtomobillarni ijaraga berish va boshqalar) xizmatlar ko'rsatish;
- xizmatlar tarkibi, jihozlanishiga ko'ra mehmonxonalarni milliy standartlar talablari asosida sinflar va toifalarga guruhlash.

Joylashtirish vositalari jamoaviy va individual bo'lishi mumkin. Mehmonxona ko'rinishiga jamoaviy joylashtirish vositalariga: mehmonxonalar, motellar, pansionatlar va yotoqxonalar kiradi.

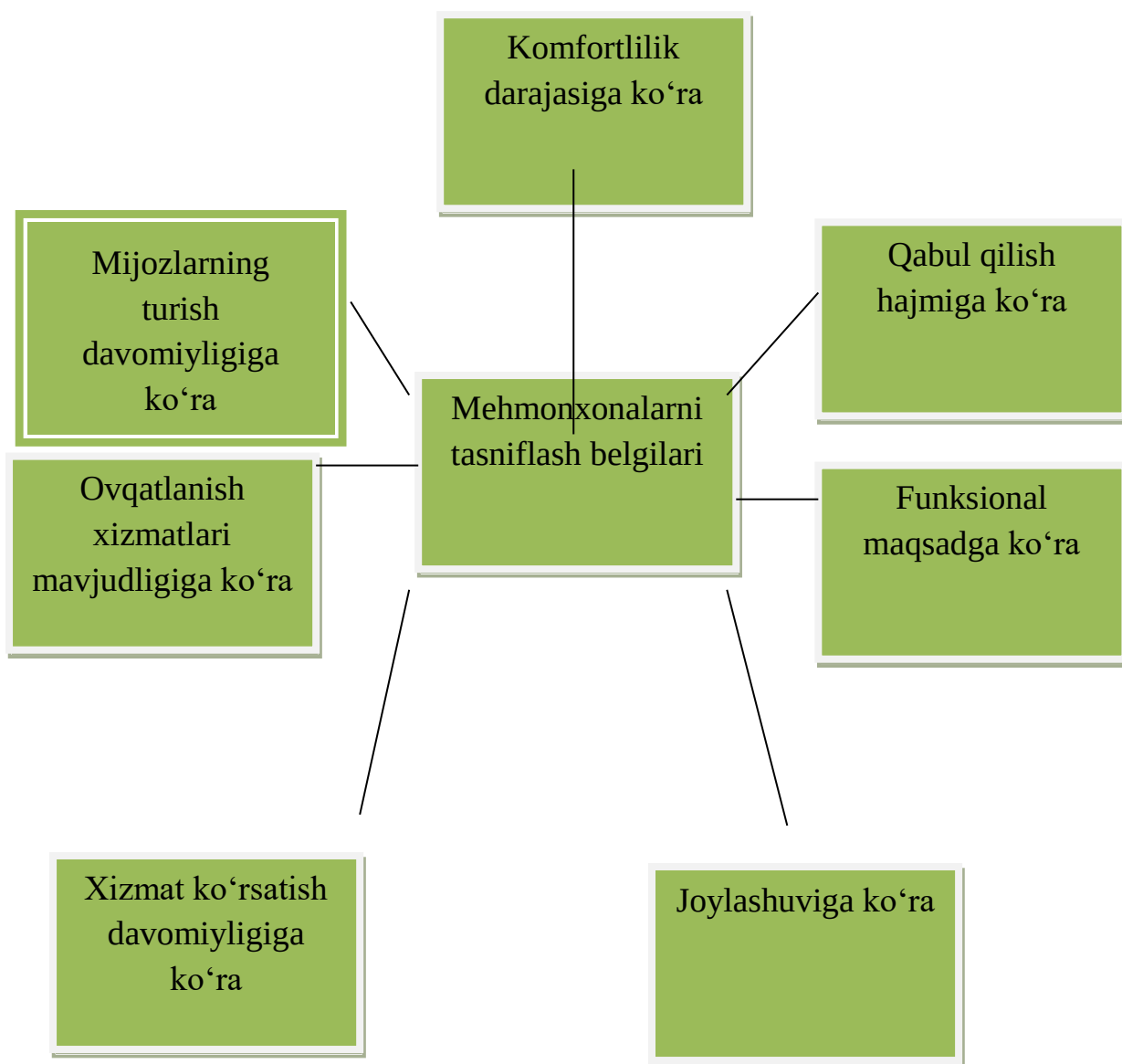
Ixtisoslashtirilgan jamoaviy joylashtirish vositalariga sanatoriyalar, profilaktoriyalar, dam olish uylari, turistik va sport bazalari, dam olish bazalari, ovchilar uylari, kongress markazlari, kempinglar, votellar, flotellar, rotellar va boshqalar kiradi.

Joylashtirishning individual vositalariga ijaraga beriladigan xonadonlar, undagi xonalar, uylar, kotejlar kiradi.

Turli adabiyotlarda mehmonxonalarni turli mezonlar (belgilar)ga ko'ra tasniflangan bo'lib, keng tarqalganlariga quyidagilarni kiritish mumkin:

- komfortlilik darajasiga ko'ra;
- qabul qilish hajmiga ko'ra;
- funksional maqsadiga ko'ra;
- joylashuviga ko'ra;
- xizmat ko'rsatish davomiyligiga ko'ra;

- ovqatlanish xizmatlari mavjudligi bo'yicha;
- mijozlarning turish davomiyligi va boshqalarga ko'ra. Bularning chizmasini quyidagicha ifodalash mumkin.



2.rasm. Mehmonxonalarni tasniflash belgilari

Mehmonxonalarning kofortlilik darajasi kompleks mezon bo'lib, uning tashkil etuvchilariga quyidagilar kiradi:

1. Nomerlar fondi holati va tarkibi: nomerlar yuzasi, bir o'rinli va ko'p o'rinli nomerlar ulushi, komunal qulayliklar mavjudligi;
2. Mebel, inventar, sanitar-gigiyenik jihozlar holati;

3. Ovqatlanish xizmatlarining mavjudligi, holati va ish tartibi;
4. Mehmonxona binosi, unga kirish yo‘laklari, hududdagi obodonlashtirish holati;
5. Axborot texnologiyalari ta’minoti va texnik jihozlanishi, ya’ni telefon, sun’iy yo‘ldoshli aloqa, televizor, konditsioner, mineral, miniseyflar, muzlatgich va boshqalar;
6. Qo‘shimcha xizmatlar ko‘rsatishga imkoniyat yaratilganligi.

Mehmonxonalarni komfortligiga ko‘ra tasniflash dunyoning barcha mamlakatlarida qo‘llaniladi. Bundan tashqari, xodimlarning tayyorgarlik, darajasi, malakalisi, ma’lumoti, yoshi, sog‘ligi, til bilishi, tashqi ko‘rinishi, xul-atvori kabilar uchun ham talablar qo‘yiladi. Hozirgi paytda komfortlilik darajasini belgilashda 30 yaqin tasniflash tizimlari mavjud bo‘lib, ulardan keng tarqalganlarini ko‘rib chiqish maqsadga muvofiq.

Mehmonxonaning joylashtirish qobiliyati deganda bir vaqtning o‘zida mijozlarga taklif etish mumkin bo‘lgan koyka-o‘rinlar yoki nomerlar soni tushuniladi. Koyka-o‘rin – bir kishi tomonidan foydalanishga mo‘ljallangan karovatli maydon.

Nomer deganda bir yoki bir nechta koykali o‘rinlardan iborat, tegishli mehmonxona toifasiga mos jihozlangan xona yoki xonalar tushuniladi. Nomerlar bir o‘rinli, ikki o‘rinli, uch xonali va hokazo bo‘lishi mumkin. Maqsadiga ko‘ra biznes-klass, ekonom- klass, appartement nomerlar bo‘ladi. Biznes klass nomerlar ishbilarmonlik maqsadida kelgan turistlarga mo‘ljallangan bo‘lib, standart muhitdan tashqari bu yerga ishlash uchun yozuv stoli, telefon, faks, kompyuter va boshqalar bo‘lishi mumkin. Ekonom nomerlar keng turistlar ommasiga mo‘ljallangan bo‘lib, kamtarona jihozlanish, rast narxi bilan ajralib turadi. Appartement nomerlar ikki, uch, to‘rt xonali bo‘lib, odatda uzoq muddatga oilaviy joylashishga mo‘ljallangan bo‘ladi.

Mehmonxonalarni turkumlashda har xil mamlakatlar har xil tizim qo‘llanadi, hozirgi kunga kelib 30 dan ortiq tizim shakllanadi.

Dunyodagi mehmonxonalarni yagona turkumga ajratish uchun bir qator omillar sayyohlik sayohati ko'rsatuvchi davlatlarning madaniy-tarixiy rivojlanishi, ularning milliy xususiyatlari, xizmat ko'rsaish sifatini baholash o'lchovlaridan farqlar va boshqalar bilan bog'liq.

Eng ko'p tarqalgan turkumlarga quyidagilar kiradi:

- yulduzlar yordamida turkumlash tizimi (Fransiya, Avstraliya, Vengriya, Misr, Rossiya, Xitoy kabi mamlakatlarda);
- harflar yordamida turkumlash (gresiyada);
- «toj»lar yordamida turkumlash (Buyuk Britaniyada);
- darajalar yordamida turkumlash.

Endi bu turkumlarning xususiyatlarini ko'rib chiqamiz. Eng ko'p uchraydigan turkumlashdan biri fransuz milliy turkumlashidir. Bunga ko'ra mehmonxonalar qulayligiga qarab shartli ravishda yulduzlar bilan belgilanadigan turkumlarga bo'linadi.

Avstriya sayyohlikni qabul qilish bo'yicha dunyoda tan olingan modellardan biri hisoblanadi. Shuning uchun mamlakatning tog'li qismlarining o'ziga 20 mingdan ortiq mehmonxonalar mavjud. Eng arzon joylashish vositalariga Avstriyada 100 tadan kam bo'lmagan «youth hotells» kiradi (solishtirish uchun: Rossiyada 10 tadan kam). Bu qimmat bo'lmagan yoshlarga mos yotoqxonalarda xohlovchilar tunab qolishlari mumkin, lekin bu yerda alohida qulayliklar mavjud emas.

Avstriya mehmonxonalari 5 yulduzli tizim bo'yicha baholanadi, lekin qishloq joylarida «turkumdan tarshqari mehmonxonalar» ham mavjud. Ular bir, ikki, uch qavatli uylardan iborat bo'lib, ko'pincha fermer oilalari tomonidan ochilgan bo'ladi.

Avstriyadagi 3 va 5 yulduzli mehmonxonalar bir-biridan uncha farq qilmaydi. Bu klassdagi ko'p mehmonxonalarda basseyn, sauna, restoran, bufet va shu kabi xizmat ko'rsatish turlari mavjud. O'zbekistonlik Avstriyada tarqalgan mehmonxona inter'erini "romantik uslub"da bezatish bilan chuqurlanadi. Bu

uslubda zamonaviy texnika qadimiy turkumi anjomlari bilan uyg'unlashib ketadi. Ba'zan, uch yulduzli mehmonxonadagi uskunalar to'rt yulduzli mehmonxonadan yaxshiroq bo'lishi mumkin (masalan, basseyn mavjudligi uchun). Umuman, ikki oliy turkumdagi mehmonxonalar o'zlarining yulduzliligini keng nomerlari va ko'rsatiladigan xizmatlar to'plamining ko'pligi yordamida oqlaydilar. Besh yulduzli mehmonxonalar to'rt yulduzlilardan ko'ra ko'proq qo'shimcha yuqori darajadagi xizmat ko'rsatishi bilan ajralib turadi. Misrda mehmonxonalarni turkumlashda ham yulduzlar ishlatiladi, lekin Yevropa turkumidan farqli o'laroq yulduzlar taxminan 1/2 yulduzga oshirilgan.

Xitoyda 1996 – yilning boshiga kelib 4000 ga yaqin joylashish vositalari mavjud edi. Ularni baholashda ko'p tarqalgan 5 yulduzli tizim qo'llaniladi. Bundan tashqari mamlakatda o'ziga xos shkala ham mavjud bo'lib , unga ko'ra eng oddiy qabul qilish joylariga “mehmon uylari” kiradi. Bu karvonsaroy yoki xotellarni student yotoqxonalari bilan tenglashtirish mumkin. “Mehmon uchun uylar” qulayroq hisoblanib, 2 yulduzli mehmonxonalar qatoriga kiradi. Yanada nufuzli uch va to'rt yulduzli darajadagi talablarga javob beruvchi mehmonxonalarga sayyohlar mehmonxonalarni, besh yulduzli darajaga - “vino uylarini” kiritish mumkin. Bunda Xitoy standartlari Yevropa standartlaridan qolishmaydi.

Gresiyada, garchi mehmonxona old tomonlarida odatiy yulduzlar qo'yilgan bo'lsada, harflar yordamida turkumlash ommalashgan. Hamma grek mehmonxonalari 4 guruhga bo'linadi: A, V, S, D.

A guruhdagi mehmonxonalar – 4 yulduzli;

V guruhlardagi – 3 yulduzli;

S – 2 yulduzli darajaga kiradi.

Oliy klassdagi mehmonxonalar ko'pincha “deluxe”turkumiga kiradi. Lekin, keltirigan turkumlarga qaramay, gresiyada bir xil guruhdagi mehmonxonalar bir-biridan ta'lim darajada farq qiladi.

“S” guruhdagi (2 yulduzli) mehmonxonalarda xizmatlar to'plami taklif etiladi va ular dengiz qiroqlarida joylashgan.

“V” guruhdagi (3 yulduzli) mehmonxonalar deyarli har doim kurort zonada, dengiz bo'yida joylashgan bo'ladi.

“A” guruhdagi (4 yulduzli) mehmonxonalar yuqori darajada xizmat ko'rsatish bilan ajralib turadi va shahar markazlarida joylashgan bo'ladi.

Oliy darajada davo qiluvchi mehmonxonalar “D” guruhiga kiradi va ular odatda dunyo talablariga javob beruvchi mehmonxonalardir.

Angliya mehmonxonalarining turkumlanishi bir muncha murakkab. Ba'zi kataloglarda an'anaviy yulduzli turkumlash qo'llansada, mehmonxonalarning old tomonida yulduzlar emas tojlar tasvirlangan. Mehmonxona darajasini “tojlar tilida” yulduzli turkumlashga o'tkazish uchun tojlar umumiy sonida bittasini olib tashlash kerak. Misol uchun, Londondagi “Royal Norfolk Hotel” mehmonxonasi 3 yulduzli yoki 4 tojli deb ko'rsalishi mumkin.

Eng to'g'ri turkumlash deb Britaniya sayyohlik agentliklari assosatsiyasi taklif qilgan turkumlash hisoblanadi:

- buyudjet mehmonxonalari bir yulduzli (*) bo'lib, ular shahar markazida joylashgan va eng kam qulayliklarga ega;
- sayyohlar darajasidagi mehmonxonalar ikki yulduzli (**) bo'lib, ularda restoran va bar mavjud;
- o'rta darajadagi mehmonxonalar uch yulduzlilarga (***). Ularda xizmat ko'rsatish saviyasi yetarli darajada yuqori;
- birinchi darajadagi mehmonxonalar to'rt yulduzli (****) bo'lib hisoblanadi. Bunday mehmonxonalarda yashash uchun juda yaxshi sharoit va a'lo darajada xizmat ko'rsatishga mo'ljallangan;
- oliy darajadagi mehmonxonalar besh yulduzli (*****) bo'ladi. Bunday mehmonxonalarda yashash va xizmat ko'rsatish oliy (ekstra klass) darajada bo'ladi.

Boshqa mamlakatlar bilan taqqoslaganda Angliya mehmonxonalari qator o'ziga xos xususiyatlarga ega. London mehmonxonalarining ba'zilari to'liq xususiyashtirilgan, ba'zilari aksiyador jamiyatlarga, kompaniyalarga tegishli

ekanligini nazarda tutish kerak. Ingliz mehmonxonalarining asosiy qismi mahalliy menejerlar tomonidan boshqarilishiga qaramay, ularning ko'pchiligi yirik xalqaro tizimlarga kiradi.

Italiyada 40 mingga yaqin mehmonxonalar bo'lib, ular butun mamlakat bo'yicha tarqalgan. Sayyohlar Italiya mehmonxona eshiklarida tanish yulduzlarni ko'rsalarda ularni turkumlanishi juda chigallashgan. Mamlakatda rasman qabul qilingan me'yorlarga ko'ra mehmonxonalar 3 darajaga bo'linadi.

1 daraja – 4 yulduzli *****, 2 daraja 3 yulduzli ***, 3 daraja 2 yulduzli ** mehmonxonaga mos keladi. Bundan tashqari har bir darajada u yoki bu tomonda erkin o'tishi mumkin. Italiya mehmonxonalarining ajralib turadigan xususiyati uning kichik bo'lishidir (50-80 nomerli mehmonxonalar). Odatda, kichik mehmonxonalar yuqori darajaga kiritilmaydilar yuqori darajaga kiritilmaydilar va ular 2 yulduzli darajaga mos keladi. Lekin Alpdagi kurortlarda ta'minlanishi va xizmat ko'rsatish saviyasi eng yuqori talablarga javob beruvchi kichik mehmonxonalardir. Italiya mehmonxonalarining ba'zi afzalliklari shundaki, ularda yaxshi jihozlangan konferen-salning mavjudligidir.

Isroil o'rta Yer va qizil Dengiz qirg'oqlarida joylashgan yuqori darajadagi kurort mehmonxonalariga ega. Mehmonxonalar miqdori oshmoqda, ammo 7-8 yil oldin mavjud bo'lgan yulduzlar yordamida turkumlash yo'qolgan. Uning o'rniga mehmonxonalarni 3 ta darajaga ajratish usuli paydo bo'ldi. Lekin bunga qaramay sayyohlik tashkiloti xodimlari mijozlarga qulay bo'lishi uchun Isroil mehmonxonalarini yulduzli shkala bo'yicha baholaydi. Isroilning 3 yulduzli mehmonxonalarida mijozlar to'liq xordiq chiqarish uchun eng kam xizmatlar to'plamini olishlari mumkin. 4 yulduzli mehmonxonalarda nafaqat katta qulaylik, balki o'rnatilgan joyining yaxshiligi va yuqori darajadagi xizmat ko'rsatish mavjud. Oliy darajadagi mehmonxonalar alohida fayzi va yuqori tabaqa (aristokrat)ga xos hashamati bilan ajralib turadi.

Mehmonxonalarda xizmat ko'rsatuvchi xodimlarga qo'yiladigan talablarni shartli ravishda 4 guruhga bo'lish mumkin:

1. Malaka, ixtisos (mehmonxonalardagi hamma darajalar uchun).

Hamma xizmat ko'rsatuvchi xodimlar zarur. Tayyorgarlik darajasi ular ko'rsatayotgan xizmatlarga mos bo'lishi kerak. Bir xodim mehmonxonada yashovchilarning xavfsizligini ta'minlash bo'yicha tayyorgarlik ko'rishi lozim bo'lsa, boshqa xodim ularni ovqatlantirish bo'yicha xavfsizligini ta'minlash sohasida malakaga ega bo'lishi, ularning hamma chet tillarni bilish kabi talablarga javob berishi kerak.

1 yulduzli mehmonxonalarda qabul qilish va joylashtirish xizmati xodimlari bitta chet tilini bilishlari kifoya.

2 yulduz darajadagi mehmonxonalarda ham talab shunday.

3. yulduz darajasidagi mehmonxonalarda hamma xodimlar 2ta chet tilini yoki shu hududga keluvchi mijozlar ko'proq gaplashadigan tillarini yetarli darajada bo'lishini talab qiladi.

4. yulduzli mehmonxonalarda ham xuddi shunday talablar qo'yiladi lekin tillarni yanada yuqori darajada bo'lishi kerak.

5 yulduzli mehmonxonalarda hamma xodimlar kamida 3 ta chet tilini bilishi va mijozlar bilan erkin gaplasha olishlari kerak.

2. Ahloq, xulq-atvor. Hamma darajadagi mehmonxona xodimlari mehmonxonada mehmondo'stlik sharotini yaratishini bilishi, mijozning har bir iltimosini xayrihohlik bilan bajarishga tayyor bo'lishi, yashovchilar bilan muloqatda vazmin va sabr – toqatli bo'lishlari zarur.

3. Meditsina (tibbiy) talablar. Hamma darajadagi mehmonxonalarning xodimlari vaqti – vaqti bilan tibbiy ko'rikdan o'tishlari va bu haqida tegishli sertifikat olishlari kerak.

4. Uniforma. Hamma darajadagi mehmonxonalarning mijozlar bilan muloqatda bo'luvchi xodimlari har doim formal kiyim kiyishlari, formal kiyim doimo toza va yaxshi ko'rinishda o'z ismi, familiyasi yozilgan shaxsiy znachok taqib yurishi kerak.

Hamma mehmonxona komplekslarda xodimlarning dam olishi va ovqatlanishi uchun alohida shroitlar yaratilgan bo'lishi lozim. Bu sharoitlarning hajmi xodimlar miqdoriga mos yelishi kerak.

Bizning mehmonxonalarimiz ham shu jahon andozalari darajasiga javob berishlari shart. Chunki turizmni rivojlantirish uchun dunyoning barcha burchaklaridan, barcha tabaqa va toifadagi turistlarni qabul qilishga to'g'ri keladi. Bular o'zlariga munosib sharoitni talab qiladi. Shundagina xorijiy turistlarning tashrifini ko'paytirishga erishish mumkin.

1.3. O'zbekistonda mehmonxona xo'jaligini rivojlantirishning hozirgi kundagi ahvoli

Hozirgi kunda O'zbekistonda turizmning milliy modelini shakllantirish jarayoni ketmoqda. Mutaxassislarning fikricha respublikada har yili turistlar oqimining 15 foizga kamayishi kutilmoqda, bu Butunjahon turistik tashkilotining taxminlariga nisbatan ikki marotaba ko'pdir. Turizm milliy iqtisodiyotining istiqbollari sohalaridan biriga aylanmoqda, uning mamlakatning ichki yalpi mahsulotidagi ulushi 0,4 foizni tashkil qiladi. O'zbekiston katta turistik imkoniyatlarga ega. Bu yerda 200 dan mehmonxonalar faoliyat ko'rsatmoqda. Ulardan 50% xalqaro talablarga javobberadi. Shuningdek, 14 ta turbazalar va kempinglar mavjud. Mehmonxona fondi 8,6 ning xonadon iborat bo'lib, ulardan 7 mingtasi yil davomida ishlaydi. 2000 yil boshiga kelib turizm sohasida 6,7 ming kishi band edi. 2010 yilda turistik korxonalar tomonidan 1,3 ming kishiga, shu jumladan 350 ming chet ellik turistlarga xizmat ko'rsatilgan. Hisob –kitoblarga ko'ra 2011 yilda turistlar oqimi 1,5 mln. tashkil qilishi, shundan 750 mingi chet ellik turistlar bo'lishi, chet ellik turistlarga xizmat ko'rsatish hajmi 2 mlrd AQSH dollariga yetishi mo'ljal qilinmoqda. Shu jumladan, "O'zbekturizm" milliy kompaniyasi turistik korxonalari 150,0 mln. AQSH dollarilik xizmat ko'rsatishlari ko'zda tutilmoqda. Respublikaning eksport imkoniyatlarini rivojlantirish uchun 2010 yilga qadar quyidagi bir qator tadbirlarni amalga oshirish rejalashtirilmoqda:

turizm bo'yicha ochiq iqtisodiy hududlarni barpo qilish, xorijiy turistlarning oqimlari va qiziqishlariga qarab qo'shimcha xizmat ko'rsatish tizimini takomillashtirish, yangi turistik marshrutlarni yaratish va ulardan samarali foydalanishni yo'lga qo'yish, yangi mehmonxonalar, kempinglar, dam olish xonalarini qurish, turistik mehmonxonalar va xo'jaliklarni jihozlash uchun mahsulotlar ishlab chiqish bo'yicha investitsiya loyihalarini tayyorlash.

O'zbekiston bo'yicha turistik marshrutlar qadimgi ipak yo'li shaharlari bo'yicha sayohatni va ko'plari YUNESKO tomonidan qo'riqlanadigan 4000 dan ortiq qunoqlarni ziyorat qilishni o'z ichiga oladi. Turistik agentlik quyoshli cho'llarning issiqlik ufurib turgan yo'llari bo'ylab, mangu erimaydigan qorli cho'qqilardagi chang'i trassalari bo'ylab, ovchilik, deltaplanda uchish va alpenizm kabi turli sayohatlarni taklif qiladilar. "Marko Polo izidan", "Quyosh karvoni", "Buyuk ipak yo'li" karvoni kabi qiziqarli marshrutlar taklif qilinadi.

Xorijiy tajribalarni hisobga olgan holda ilg'or yo'nalishlarning respublika konsepsiyasiga asoslangan holda turizm industriyasini rivojlantirish siyosatini olib borish "O'zbekturizm" milliy kompaniyasiga yuklatilgan. 1993 yil kuzida "O'zbekturizm" milliy kompaniyasi Butunjahon turistik tashkilotiga a'zo bo'ldi va o'sha kundan boshlab O'zbekistonni "Buyuk Ipak yo'li" xalqaro loyihalashning muvofiqlashtiruvchi markaziga aylantirishni o'z oldiga maqsad qilib qo'ygan. Toshkentda BTT va YUNESKO boshchiligidagi BTT ning "Buyuk ipak yo'li" xalqaro seminari bo'lib o'tdi. Uning registon maydonida bo'lib o'tgan qo'shma yig'ilishida Samarqand deklaratsiyasi qabul qilindi. Mazkur loyihaning mantiqiy davomi 1995 yildan beri har yili "ipak yo'li bo'ylab turizm" xalqaro turistik yarmarkasi o'tkazib kelinmoqda. Unda ishtirok etuvchi ishtirokchilar soni 100 tadan 170 tagacha ko'paydi. O'zbekistonning turistik mahsulotni xalqaro bozorga olib chiqish borasida tinmay izlanmoqdalar. Ularning Londondagi, Berlindagi, Milandagi va Moskvadagi yirik turistik yarmarka – birjalarida muntazam ravishda ishtirok etishlari buning dalilidir. BTT ning Tehron va Yaponiyadagi "Buyuk ipak

yo‘li”ga seminarlarda O‘zbekiston xalqaro loyiha­ning jug‘rofiy va muvofiqlashtiruvchi markazi deb e‘lon qilindi.

Respublikamizning turizm sohasida olib borayotgan faoliyati BTT ning 1997 yil oktyabr oyida Istambulda bo‘lib o‘tgan 12- Bosh assambliyasida munosib baholanib, O‘zbekiston Fransiya va Italiya davlatlari bilan bir qatorda Butunjahon turistik tashkilotining Ijroiya qo‘mitasiga a‘zo etib saylandi. Turizm sohasida chet ellik hamkorlar bilan bir necha institutsiya loyihalari amalga oshirildi.

Xorijiy hamkorlar ishtirokida 5 yulduzli “Interkontinental”, 4 yulduzli “Lya Meridian”, “Xilton”, 3 yulduzli “Sheraton” mehmonxonalari qurildi, “O‘zbekiston”, “Shodlik” mehmonxonalari tubdan qayta ta‘mirlandi va xorijiy boshqaruvida topshirildi. Xivadagi “Xorazm” mehmonxonasini ta‘mirlash ishlari tugatildi, Buxorodagi “Buxoro” mehmonxona majmuasi to‘liq jihozlandi.

Ammo, dastlabki hisob-kitoblar respublikada turizmning to‘laqonli infratuzilmasini barpo qilish uchun qo‘shimcha mablag‘lar zarur ekanligini ko‘rsatdi. Ushbu mablag‘lar xoridiy kompaniyalarning sarmoyali hisobiga olinishi rejalashtirilmoqda.

Toshkent shahridagi “Chorsu”, Samarqand shahridagi “Samarqand” mehmonxonalarini ta‘mirlash, Buxoro, Navoiy, Samarqand shaharlarida avtoservis majmualarini qurish rejalashtirilmoqda.

Tarixiy, me‘mtoriy va arxeologik yodgorliklarning soni 7587 tani tashkil etadi. Ushbu ob‘ektlardan deyarli 2000 tadan ortig‘i davlat tomonidan qo‘riqlanadi. Bizning ma‘lumotlarga ko‘ra barcha yodgorliklarning 50% i chet ellik turistlarda katta qizish uyg‘otadi. Ammo hozirgi kunga kelib ularning 300 tasi faoliyat ko‘rsatmoqda. Xalqaro marshrutlarga kiritilgan 80 ta yodgorlik xorijiy turistlarda ayniqsa qiziqish uyg‘otadi. Ammo hozirgi kunga kelib ularning 300 tasi faoliyat ko‘rsatmoqda. Xalqaro marshrutlarga kiritilgan 80 ta yodgorlik xorijiy turistlarda ayniqsa qiziqish uyg‘otmoqda. Yodgorliklarning 75% dan ortig‘i respublikaning markaziy turistik shaharlarida joylashgan. Bunday yodgorliklar Toshkent shahrida – 114 ta, Samarqandda -221 ta, Xivada – 310 tani tashkil etadi.

Samarqand, Buxoro, Xiva shaharlarida ham turizmni faol rivojlantirish mumkin. Ayniqsa, Farg'ona vodiysi o'zining serhosil bog'lari, paxta dalalari, ipakchiligi, tog' bilan o'ralganligi va sharqona bozorlari bilan turistlarda katta qiziqish uyg'otishi mumkin.

O'zbekistondagi tarixiy, me'moriy va arxeologik yodgorliklarning hozirgi kundagi axvollari, unga turistlar bora olishi darajasiga ko'ra baholanib, to'rt guruhga bo'lingan. Yodgorliklarni bunday guruhlarga bo'lish respublikada mavjud yodgorliklardan to'g'ri foydalanish darajasi qanday ekanligini, ulardan foydalanishni noto'g'ri yo'lga qo'yish mamlakatga qo'shimcha valyuta kelishiga to'sqinlik qilishini aks ettiradi. Turistik yodgorliklar guruhlarga quyidagicha bo'linadi:

1. Turistlarga katta qiziqish uyg'otuvchi, eng ommabop yodgorliklar 140 tani tashkil qiladi. Ular a'lo darajada saqlangan bo'lib, to'liq faoliyat ko'rsatadi. Yil davomida O'zbekistonda Yevropaning keluvchi turistlarning deyarli 80%i ularga albatta borib kelishga harakat qilishadi.
2. Yil davomida faoliyat ko'rsatmaganligi sababli turistlar tomonidan ba'zida ziyorat qilinishi mumkin bo'lgan yodgorliklar 180 tani tashkil qiladi. Mazkur guruhdagi tarixiy va me'moriy yodgorliklar xorijiy turistlarda o'rtacha qiziqish uyg'otadi. Ular mavsumiy faoliyat ko'rsatib, zudlik bilan ta'mirlanishni talab qiladi.
3. Ta'mirlanayotgan va hozirgi kunda turistlar tomonidan ziyorat qilinmayotgan yodgorliklar mavjud. Ular 2000 dan ortiq. Turli moliyaviy manbalar yordamida ta'mirlash ishlari faol olib borilmoqda. Respublikada ushbu maqsadlarda davlat buyudjetidan maqsadli mablag'lar ajratiladi. Masalan, 1997 yilda faqatgina Buxoro shahrida 40 ta yodgorlikni ta'mirlash uchun 100 mln. so'mdan ortiq mablag' ajratildi. Xuddi shunday yo'l bilan 2009 yilda Samarqand shahridagi 30 tadan ortiq yodgorlik ta'minlandi. Bunday maqsadli mablag'lar barcha viloyatlardagi tarixiy va me'moriy yodgorliklar uchun ajratilgan.

4. Ta'mirlash ishlari olib borilayotganligi sababli yaqin 3-5 yillar davomida faoliyat ko'rsatmaydigan yodgorliklar. Hozirgi kunda ularni ta'mirlash uchun mablag'lar yetishmayapti. Ular taxminan 500 tadan ortiqni tashkil qiladi. Lekin kelajakda ular turistlarda qiziqish uyg'otishi lozim. Hukumat tomonidan mazkur yodgorliklarni ta'mirlash uchun moliyaviy manbalarni shakllantirish ishlari olib borilmoqda. Ushbu yodgorliklarning ko'pligi arxeologik bo'lib, oldin izlanishlar olib borish, so'ngra esa ta'mirlashni talab qiladi. Masalan, Afrosiyob, Varaxsha, Chust va boshqalar.

Shu bilan birga 2003-2010 yillar davomida O'zbekistonning tarxiiy va me'moriy yodgorliklarni ziyorat qilishga baho berish, ta'mirlash bilan bog'liq muammolar hal qilinmaganligi, servis xizmatini tashkil qilish uchun yetarli miqdorda mablag' ajartilmaganligiga qaramay, kirish turizmining mavjud tizimi samarali faoliyat ko'rsatayotganligini aniqladi. Ularni qo'yidagicha guruhlash mumkin.

O'zbekistonga kelgan xorijiy turistlarning umumiy sonidan 61,1 %i – Samarqandga, 34,5 foizi – Buxoroga va 24,5 foizi Xivaga tashrif buyurganlar. Bitta turist bir necha shaharga tashrif buyurishini hisobga olgan holda quyidagilarni belgilash mumkin: ikkita shaharga (Toshkent – Samarqand va Toshkent-Xiva) 59% borgan, uchta shaharga (Toshkent – Samarqand - Buxoroga) – 40,3 % borgan. Bundan barcha kelayotgan turistlarning yarmidan ko'pi Toshkent shahridan tashqari faqatgina bitta shaharga tashrif buyurib ortlariga qaytadilar degan xulosaga kelish mumkin. Xorijiy turistlarning mamlakatga va yodgorliklarga qayta tashrif buyurishi quyidagi ma'lumotlarda aks ettirilgan: 2000 yil davomida 5% turistlar O'zbekistonda qayta tashrif buyurishgan, ulardan 20-30 foizigina Toshkent shahriga qayta kelishgan. Bu qayta tashrif buyurishning juda past darajasini tashkil qiladi. Shuning o'zigina turistlarni jalb qilish uchun qo'shimcha tadbirlar ishlab chiqish lozimligini ko'rsatadi. Mehmonxona va servis xizmatlarini kengaytirish yordamida turmahsulot sifatini oshirish, shuningdek

mavjud yodgorliklarning qabul qila olish imkoniyatlarini oshirish kabi tadbirlar shular jumlasidandir.

Mehmonxonaning qabul qila olish imkoniyatlariga baho berish ham katta ahamitga ega. Mehmonxonalarda joy taklif qilish imkonlari tahlil qilinganda mehmonxona xo'jaligini ta'mirlash birlamchi vazifalardan biriga aylanishi lozimligini ko'rsatdi.

2010 yil boshiga kelib O'zbekistondagi mehmonxonalarda 20 ming nomer yoki 24051 ta joy mavjud. Edi. Bir qaraganda katta raqamga o'xshaydi. Agarda ularning sifatida e'tibor berilmaydigan bo'lsak, bu son haqiqatda ham ko'pni tashkil qiladi. Ularning sifati nomerlarda taklif qilinadigan qulayliklarga qarab belgilanadi. Toifalarga ko'ra ular qo'yidagicha bo'linadi: to'rt yulduzli va besh yulduzli mehmonxonalarning talablariga javob beruvchi nomerlar – oliy, ikki yulduzli va uch yulduzli mehmonxonalarning lyuks bo'lmagan nomerlari – birinchilarga bo'linadi. Xalqaro standartlarda birinchi toifaga mos keluvchi nomerlarni uchratish qiyin. Mehmonxona nomerlarini qulayligi bo'yicha (ulardagi joylarning soniga ko'ra) toifalarga bo'lish ularning xalqaro turizm uchun noqulayligini ko'rsatadi:

- oliy toifa – 1835 ta joy yoki barcha joylarning soniga nisbatan 13,1%,
- birinchi toifa – 5786 ta joy yoki 41,2%,
- ikkinchi toifa – 6430 ta joy yoki 45,7%.

Restoranlar, barlar, bufetlar va boshqa qo'shimcha xizmatlardan qo'shimcha foyda olishga harakat qilinmaganligi sababli ko'p hollarda har bir turistdan yoki har bir mijozdan qo'shimcha daromad olish imkoni boy berimoqda. Barlar ko'p hollarda qarong'uu va iflos holda, mijozlar uchun taklif qilinmayotgan xizmatlar va tovarlar bilan tanishish uchun sharoitlar yaratilmagan bo'ladi. Ofitsiantlar ko'p hollarda sekinlik bilan va e'tiborsiz xizmat ko'rsatiladilar, bu esa mijozlarning kamayishiga olib keladi. Xizmat ko'rsatish buyurosi xodimlari mijozlar bilan ishlashni bilmaydilar. Mijozlar bilan kelisha olmaslik va qo'shimcha sharoitlar yarata olmaslik natijasda qo'shimcha daromad olinmay qoladi: turistlar va

mijozlarning e'tiborini o'zlariga jalb qilish choralarini ko'rgan holda, mehmonxona boshqaruvchilari va xodimlari ham harajat qilgan holda ko'proq daromad olishga erishishlari mumkin.

Mehmonxona va restoran boshqaruvchilari sifatli xizmat ko'rsatishda malakali xodimlar tanlash naqadar muhim ekanligini yaxshi tushunishlari lozim. Xodimlarning mehmonxona va restoran sohasidagi bilimlarini kuchaytirish turizm infratuzilmasini rivojlantirishda, yangi mehmonxonalar va restoranlar paydo bo'lgan sayin va turistlar soni ko'paytgan sayin juda muhim ahamiyatga ega bo'lib boradi.

Mehmonxona va restoran boshqaruvchilari malaka oshirish bo'yicha tashabbus ko'rsatishlari ularning bizneslariga, shuningdek O'zbekistonning turistik biznesida foyda keltiradi.

Ovqat tayyorlash bilimi – bu asosiydir. Lekin ko'p turistlar O'zbekistonda mavjud mahsulotlardan to'liq foydalana bilish tajribasi yetishmayotganligidan shikoyat qiladilar. Tayyorlangan taomlar ko'pincha ishtaha quzg'atuvchi bo'lmay, mijozlarda yaxshi taassurot qoldirmaydi. O'zbekiston restoranlarining xodimlari zamonaviy turistlarning ovqatlanish borasidagi talablarini bilishlari va o'z ish faoliyatlarida ulardan foydalana olishlari lozim. Masalan, taomlar turkumiga yog'i kam bo'lgan yoki umuman yog'siz bo'lgan taomlarni, shuningdek parhez taomlarni kiritishlari lozim. Ovqatlarning turlari juda kam, ularning turlari va ko'rinishlari o'rtasida farq yo'q. Masalan, bir ko'rinishda juda yog'li bo'lib ko'rinadigan taomlar, go'shtli taomlarning bir-biriga o'xshash turlari, bir-birini takrorlovchi salatlar, sifatsiz dissertlarva hokazo. Bir qator mehmonxonalarning restoranlarida mijozlarga tanlash imkonini qoldirmagan holda turkum taomlar taklif qilinadi. Restoranlarda xizmat ko'rsatish darajasi juda past bo'lganligi sababli mijozlarni qondira oluvchi darajada boshqaruvchilik qobiliyati yo'q degan taa'surot qoladi. Ofitsiantlar o'z e'tiborlarini asosan mijozga taomni yetkazib berishga qaratadilar, ammo mijozga e'tiborli munosabatida bo'lgan holda ularga quvonch olib kelib, ehtiyojlarini qondirishlari mumkin ekanligi haqida

o'ylamaydilar. Mijozlarga xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilash bo'yicha reja asosida ish olib borish, muammoni yaxshi hislatlardan biriga aylantiribgina qolmay, balki restoranlarning daromadlarini ko'paytirishga olib keladi.

Bo'lajak turistlarning ovqatlanishi masalasiga kelsak, yangi restoranlar va ovqatlanish shahobchalariga ko'proq e'tibor qaratish, yangi korxonalar barpo qilish, yangi ish joylari va turistlar uchun yangi ob'ektlarni yaratish uchun yaxshi imkon beradi.

Turizm va mehmonxona xo'jaligi sohalarida statistika talab darajasida tashkil qilinmaganligi sababli o'z vaqtida zarur choralarni ko'rish uchun mehmonxona xo'jaligidagi ahvolni kuzatib borish muammoga aylanib qolgan. Boshqaruvchilarning hisobotlari va statistik ma'lumotlar eski sovet davridan qolgani kabi choraklar bo'yicha topshiriladi. Ushbu hisobotlarda mehmonxona ish faoliyati qanday borayotganligini aks ettiruvchi va tezkor qarorlar qabul qilish uchun zarur bo'lgan ma'lumotlar (nomerlarning bandligi va ularning kundalik, oylik, chorakdagi va yil davomidagi bandliklarining foiz darajalari) berilmaydi. Aynan shu ma'lumotlar kelajakdagi maqsadlar va buyudjetlarni belgilashda o'ta muhim ahamiyatga egadir.

II.BOB. KICHIK MEXMONXONALARDA XIZMATLARNI TASHKIL ETISH XUSUSIYATLARI

2.1 Kichik mehmonxonalarda ko'rsatiladigan xizmatlarning o'ziga xos xususiyatlari

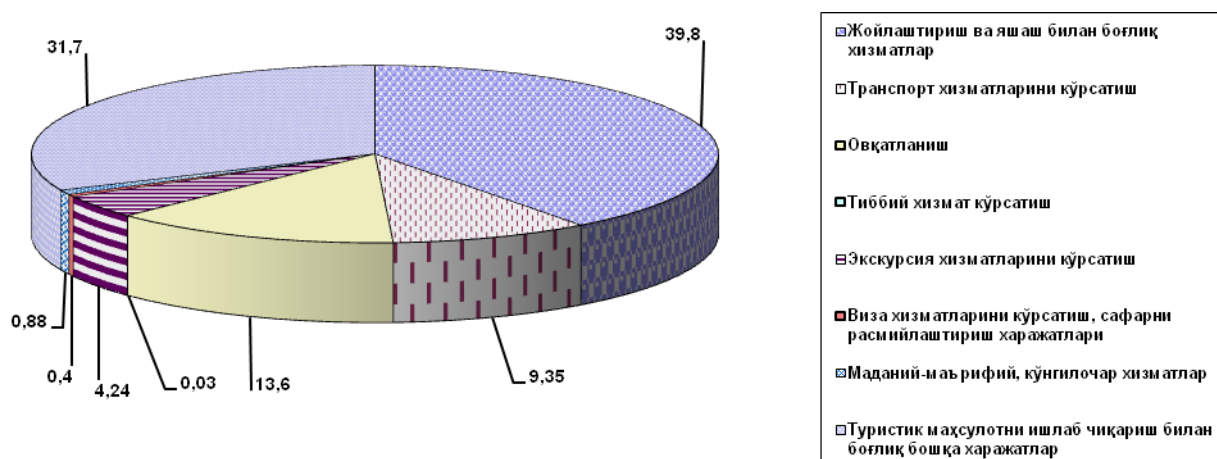
Turizmning rivojlanishida katta omil bo'ladigan soha bu mehmonxona xizmatidir. Bu soha hozirgi paytda asosan xususiy sektor hisobidan tez rivojlanish bosqichini kechirmoqda. Bu soha yaqin istiqbolda ham tez rivojlanishi uchun katta ko'rsatkichlarga erishish ko'zda tutilgan. Xususan, 2010 yilda 2006 yilga nisbatan mehmonxona xizmatini rivojlantirish 2,4 barobarga o'sishi belgilangan. Bu soha xizmatining har yili o'sishi ham belgilab qo'yilgan. Masalan, 2007 yilda 125% o'sish sur'atiga erishish belgilangan. Bu istiqbolli sohaning rivojlanishidagi o'ziga xos xususiyatlardan biri shuki, yangi qurilayotgan mehmonxonalar jahon standartlari talablariga javob beradigan darajada amalga oshirilmoqda. Ularning yuqori sifatli bilan birga narxi ham bir muncha arzonligi bilan farq qiladi. Bu esa turistlarning mamlakatimizga jalb qilinishi uchun muhim omillardan biri bo'lib hisoblanadi. Bu masalaning halqaro darajaga ko'tarilishiga sabab, mamlakatimizda ham halqaro turizmni rivojlantirishga qaratilganligidir.

Mehmonxona xizmatini rivojlantirish faqat turizmni rivojlantirish omili bo'lib qolmasdan, balki xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish, servis va xizmatlar sifatini oshirish, oila xo'jaliklari farovonligini yuksaltirish omillari hamdir. Yirik turizm salohiyatiga ega bo'lgan mamlakatimizda mehmonxona xizmatining jadal rivojlanishi ko'zda tutilgan. 2007-2010 yillarda mehmonxona xizmatining rivojlanishi ta'kidlanganidek, mamlakatimiz bo'yicha 2,4 martani tashkil qilgan bir paytda Samarqand viloyatida uning hajmi 2,5 marta ko'payishi ko'zda tutilgan.

Samarqand viloyatida yillar bo'yicha tahlil qilganda quyidagilarni kuzatish mumkin. 2007 yilda mehmonxona xizmatining hajmini viloyatda 117,5% oshirish ko'zda tutilgan. 2008 yilda 123,6%, 2009 yilda – 127,0%, 2010 yilda – 134% oshirilgan. Bunday jadal o'sish sur'ati mamlakatimizning birorta xududida ko'zga

tashlanmaydi. Bunday o‘shishga «Sharq taronalari» Halqaro musiqa festevalining Samarqand shahrida o‘tkazilishi ham sababdir.

Har qanday sohaning istiqbolini aniq belgilash uchun aniq raqamlar orqali matematik usullarni qo‘llagan holda bir qancha amallarni bajarishga to‘g‘ri keladi. Bu maqsadga erishish uchun Samarqand shahrida joylashgan 50 tadan ortiq mehmonxonalardan qiyoslanadigan 47 tasini tanlab oldik va ularning ma’lumotlarini tahlil qildik. Barcha mehmonxonalarni to‘g‘ri oraliqda (15 kishi) taqsimlab 8 guruhga bo‘lib oldik (12-ilova). Eng kichik guruh 1 dan 15 kishigacha, eng katta guruh 105 va undan ortiq turistlarni bir vaqtning o‘zida qabul qila olish imkoniyatiga ega bo‘lgan mehmonxonalar guruhlari. Zamonaviy mehmonxonalarning bosh maqsadi bo‘lib turistlarga xizmat ko‘rsatish hisoblanadi. Turistlarga ko‘rsatilayotgan xizmatlar ichida joylashtirishga oid xizmatlar 39,8 %ni, ovqatlantirish xizmatlari 13,6 %ni, transport xizmatlari 9,35 %ni, ekskursiya xizmatlarini ko‘rsatish 4,24 %ni, madaniy-ma’rifiy, ko‘ngilochar xizmatlar 0,88 %ni, viza va safarni rasmiylashtirish xizmatlari 0,4 %ni, tibbiyot xizmatlari 0,03 %ni hamda turli boshqa xizmatlar 31,7 %ni tashkil etadi (3-rasm).



1-diagramma. Mamlakatimizda 2014 yilda turistlarga ko‘rsatiladigan xizmatlarning tarkibi, %

Mehmonxonalarda xizmat kursatishning tashkiliy prinsipi: ogohlantirilganlik va tezkorlik. Meyoriy talablardan kelib chiqqan xolda, nomer fondiga xizmat

ko'rsatuvchi va saqllovchi xizmatlari o'z ishlarida tezkorlikka va axborot bilan taminlanganlikka erishmoqchi bo'lsalar quyidagilarni bilishlari shart:

- sust professional tayyorgarlik tashkiliy-profilaktik xatolarga olib keladi, mehmonxona obro'siga zarar keltiradi, xizmat ko'rsatishda xavf darajasini ko'taradi;
- joylashtirish davriyligi (muddati) haqida malumotlarni sustligi nomerlarni taqsimlashda xatolarga yo'l qo'yishga, uskunalarining tez ishdan chiqishiga olib keladi (qulf sinishi, stullarning yetishmasligi, intererning torligi).

Nomer fondi xizmati egiluvchan ijtimoiy texnologiyalarga ega bo'lishi kerak. Ushbu xizmat mijoz va mehmonxona xizmati o'rtasidagi birinchi tashkiliy bo'g'indir. Ular ushbu qavatda har kimga ham qiziq bo'lmagan kutilmagan xolatlarni tezda xal qiladi. (Masalan: mehmon belgilagan vaqtdan barvaqtroq keldi yoki nomer oldindan bron qilingan bo'lsa ham, xali tayyor emas, xona bekasi ishi ko'pligi, joyshablarning yetishmasligi). Bunday xolatda nomer fondi xizmati psixologik bosimni bartaraf qilish uchun rezerv uskunalariga ega bo'lishi kerak. Ushbu xolatlarga befarqlik bilan qarash mijozlarning kayfiyatini yanada ko'proq tushurishi mumkin. Nomer fondi xizmati obekti barcha kutilmagan xolatlarni "shu yerda va xozirning o'zida" prinsipi asosida faoliyat ko'rsatishdir.

Mehmonxona - bu uzluksiz xizmat ko'rsatuvchi tashkilot bo'lganligi sababli unga yuqori darajali sanitariya-gigiyenik talablar qo'yilgan.

Barcha sanitariya-yepidemiologiya meyorlariga rioya qilgan xolda yuqori darajali tez tozalash amalga oshirish uchun mehmonxonada:

- yuqori malakali professional tayyorgarlikka ega xodimlar;
- zamonaviy tozalash materiallari va invetarlar;
- zamonaviy tozalash mashina va mexanizmlariga ega bo'lishi kerak.

Tozalash ishlarini olib borish jarayonida vaqtni to'g'ri taqsimlash juda muximdir. Bu yerda tez va xizmat ko'rsatuvchi xodimlar tomonidan ko'p kuch sarflanib

bajarilishi shart. Tozalash ishlarini olib borish jarayonida bir nechta muxim prinsiplar mavjud:

- qavat xodimi mehmonning "ko'ziga kamroq ko'rinishi";
- tozalash invertantlari va asboblari umumiy foydalanish joylariga qoldirilmasligi;
- tozalash ishlari vaqtida farroshlar, xona bekalari shaxsiy ishlariga chalg'imasliklari kerak.
- Ushbu prinsiplarni bajarilishi mazkur mehmonxonada madaniyat darajasini belgilovchi mezondir.

Tozalash ishlarini quyidagi kategoriyalarini ajratish mumkin:

- mehmonxonaga tegishli territoriyani tozalash;
- markaziy kirish joyi va vestibulni tozalash;
- umumiy foydalanish joylarini tozalash(zina, koridor, xoll, mamuriy va qo'shimcha inshootlar);
- nomer fondini tozalash (xona va sanuzel).

Barcha tozalash ishlarini nomer fondiga xizmat ko'rsatish bo'limi ishchilari amalga oshiradi. Har xil kategoriya ishchilarini bir-biri bilan almashtirish zarur bo'lganda, raxbar buyrugi xasosida amalga oshirish mumkin. Nomer fondiga xizmat ko'rsatish bo'limining direktor o'rinbosari mehmonxonadagi xizmat ko'rsatuvchi xodimlar ishini tashkillashtirishadi.

Tozalash ishlarining olib borish uchun quyidagi xodimlar kategoriyasi mavjud:

- xona bekasi-nomerlarni yig'ishtirib, tozalaydi;
- farroshlar- koridor, xoll, zina, vestibulni tozalaydi;
- ishlab chiqarish bo'limi, ustaxona va texnik xizmatlar inshootlarini tozalovchi farroshlar.

Nomerlarni (joylashish xonalari) tozalashning quyidagi ko'rinishlari mavjud:

- mehmon ketganidan keyin tozalash;

- har kunlik joriy tozalash;
- umumiy(tubdan) tozalash;
- bron qilingan nomerni tozalash;
- ekspress- tozalash;

Tozalash ishlarining olib borish uchun quyidagi xodimlar kategoriyasi mavjud:

- xona bekasi-nomerlarni yig'ishtirib, tozalaydi;
- farroshlar- koridor, xoll, zina, vestibulni tozalaydi;
- ishlab chiqarish bo'limi, ustaxona va texnik xizmatlar inshootlarini tozalovchi farroshlar.

Nomerlarni (joylashish xonalari) tozalashning quyidagi ko'rinishlari mavjud:

- mehmon ketganidan keyin tozalash;
- har kunlik joriy tozalash;
- umumiy(tubdan) tozalash;
- bron qilingan nomerni tozalash;
- ekspress- tozalash.

Tozalash ishlarini to'g'ri tashkillashtirish, xonani va undagi predmetlarni maksimal tozalash uchun minimum kuch va vaqt sarflashga erishish maqsadida quyidagi ketma-ketlikni bajarish zarur:

Ko'p xonali nomerni tozalashdagi ketma-ketlik:

- yotoqxona;
- mehmonxona;
- oshxona;
- kabinet;
- yo'lak (prixoika);
- sanuzel.

Amalga oshiriladigan tozalash ishlari turlarining ketma-ketligi:

- bron qilingan nomerlar;
- har kunlik joriy tozalash ;

- mehmon ketganidan keyin tozalash;
- ekspress- tozalash.

Tozalash ishlarini olib borish jarayonida xonadagi biror bir predmetni etiborsiz qoldirmaslik maqsadida soat millariga qarab yoki soat millariga qarshi tozalashni olib borish qilish tavsiya etiladi.

Tozalash ishlarini bajarishda xizmat ko'rsatuvchi xodimlar mehmonxona inshootlarini sanitariya talablariga mos ravishda tozalashlari shart.

2.2 Samarqand shahrida faoliyat yurituvchi kichik mehmonxonalarda ko'rsatiladigan xizmatlar turlarini ko'paytirish yo'llari

Mehmonxona xizmatlarining o'ziga xosligi, tashrif buyurgan mehmonlarga xizmat ko'rsatish xususiyatlari va texnologiyalari bilan belgilanadi. Mehmonlarga xizmat ko'rsatish texnologik jarayonlari o'z ichiga quyidagilarni oladi:

- mehmonxonaga kirishda mehmonlarni kutib olish;
- registratsiya (qayd qilish), hujjatlarni rasmiylashtirish va mehmonlarni joylashtirish;
- mehmonlarga nomerda xizmat ko'rsatish;
- mehmonlarning ovqatlanishi chog'ida xizmat ko'rsatish;
- mehmonlarning madaniy talablarini qondirish – ya'ni sport, sog'lomlashtirish va fitnes-xizmat talablari;
- jo'nab ketishini rasmiylashtirish, kuzatib qo'yish.

Shuni ta'kidlash joizki, xizmatlar tayyor, tugal shaklda bo'lishi mumkin emas. Ular ijrochi va iste'molchining o'zaro qalin hamkorligida xizmat ko'rsatish chog'ida shakllanadi. Mehmonxona xizmatlarini ishlab chiqarish va iste'mol qilinishi mehmonning mehmonxonaga kelgan paytidan jo'nab ketilganiga qadar bir vaqtning o'zida kechadi. Butun mehmonxona sikli davomida mehmon xizmatlarni mehmonxona xodimi faoliyatining natijasi sifatida qabul qiladi.

Mehmonxona xizmatlari bitta joyda – xizmat ko'rsatish joyida ishlab chiqiladi va iste'mol qilinadi, iste'molchining o'zi esa taqsimlash tizimi qismiga

aylanadi. Mehmonlar xizmat ko'rsatuvchi xodimlar bilan restoranda, nomer (xona)da, oshxonada ro'baro' (duch) keladi. Demak, mehmonxona korxonasi xodimlarning mijozlar bilan bo'ladigan aloqasini izchil yo'lga qo'yishi kerak. Shu bilan birga mehmonlar jamoat joylarida belgilangan xulq-avtor, odob-axloq normalariga, yashashda tartib-qoidalariga rioya etishi shart.

Mehmonxona xizmatlarining muhim xususiyatlari shundan iboratki, ularni jamg'arish va saqlash imkoniyati yo'qligi hisoblanadi. Shuningdek nomer fondiga talabnoma qabul qilishda va odamlarni joylashtirishda uning tabiiy sig'imidan oshib ketmasligiga yo'l qo'yish mumkin emas. O'sha vaqtda mehmonxonada bo'sh qolgan nomer va o'rin-joylarning yo'qotilishiga olib kelishini ham unutmaslik zarur. Shunday qilib, mehmonxona xizmatlari – bu mehmonlar va mehmonxona xodimlarining uyushgan holda o'zaro hamkorligi bo'lib, butun faoliyat davomida mehmonlarga uzluksiz ta'sir etadi. Bu mahsulot faqat mehmonlar bo'lgan vaqt davomida amalga oshiriladi. Ushbu vaqt davomida mehmonlar va mehmonxona o'rtasida doimiy muloqot boradi, uni dasturlash yoki allaqanday standart yoki xizmat ko'rsatish algoritmi yaratish imkoni yo'q. Shu bois, mehmonxona xizmatlari har bir konkret holatda individual harakter kasb etadi.

Mehmonxona sohasida ko'rsatiladigan xizmatlarning turlari. Mehmonxona-tijoriy korxona bo'lib u kompleks xizmatlarni ishlab chiqaruvchi, o'zi ishlab chiqargan mahsulotini ya'ni «tovar» (joylashtirish, ovqatlantirish va boshqa xizmatlar)ini turizm bozorida sotishga taklif qiluvchi hisoblanadi.

Mehmonxona xizmatlarini mahsulot ya'ni tovar sifatida ko'rib chiqadigan bo'lsak, unda xizmat ko'rsatishning uchta darajasini ajratishimiz mumkin:

- alohida xizmatlar va xizmatlar guruhi;
- «mehmonxona» mahsuloti kompleks xizmat sifatida;
- «mehmonxona» mahsuloti qo'shimcha xizmatlarning kompleks
- xizmatlari sifatida.

Mehmonxona xizmatlarining mazmun mohiyati qo‘yidagilardan iborat bo‘ladi. Birinchidan, foydalanishga maxsus bino (mehmonxona nomeri-xonasi) taqdim etiladi; ikkinchidan, bevosita mehmonxona xodimlari bajaradigan xizmatlar ya’ni mehmonlarni qabul qilish va ularni rasmiylashtirish ishlari, mehmonxona nomerlarini yig‘ishtirish va h.k. xizmatlarni taqdim qilishadi.

Mehmonxona nomeri (xonasi) – joylashtirish xizmatining asosiy elementi bo‘lib hisoblanadi. U mehmonlarning yashashi, dam olishi, uxlashi, ishlashi uchun mo‘ljallangan ko‘p funksiyali binodir. Mehmonxona nomerlari odatda mehmonlar tomonidan kechqurun va tungi paytda ularga uxlash uchun imkoniyat yaratadi. Boshqa funkitsyalar ahamiyati esa eng avval mehmonxonaning mo‘ljallangan va mehmonlar ehtiyojlariga bog‘liq bo‘ladi. Misol uchun, ishbilarmonlarga mo‘ljallangan mehmonxonada mehmonlarning ishlash imkoniyatini ta’minlash kabi funkisiya juda muhim hisoblanadi. Ya’ni bu yerda mehmon uchun yozuv stoli, telefon, faks, kompyuter va boshqalarning bo‘lishi zarur bo‘ladi.

Mehmonxonalarda tur xil kategoriyadagi nomerlar bo‘lib, ular o‘zining maydoni, mebeli, jihozlari, yoritilishi va boshqa tomonlari bilan farq qiladi. Biroq kategoriyasidan qat’iy nazar har bir mehmonxona va nomeri qo‘yidagi mebellar va uskuna-jihozlarga ega bo‘lishi shart:

- krovat;
- bir o‘ringa mo‘ljallangan stul yoki kreslo;
- bir krovat hisobiga tumbochka yoki stolga;
- kiyim-kechaklar uchun maxsus shkaf;
- umumiy yoritgich;
- chiqindi savati.

Har bir nomerda mehmonxona haqidagi ma’lumot va yong‘in ro‘y berganda evakuatsiya qilish plani (sxemasi) bo‘lishi zarur.

Mehmonlarga ovqatlanish xizmati ko‘rsatish quyidagi jarayonlar kombinatsiyalaridan iborat bo‘ladi:

- ishlab chiqarish (oshxonada taomlar tayyorlash) bo‘limi;
- savdo-sotiq (iste’molga tayyor mahsulotlar, alkogoli va alkogolsiz ichimliklarni sotish) bo‘limi;
- servis (restoran, bar, kafe, mehmonxona nomerida mehmonlarga ofitsiant tomonidan xizmat ko‘rsatish) bo‘limi.

Mehmonxonalardagi qo‘shimcha va boshqa xizmatlarga basseyin, sport zal, konferen-zal muzokaralar zali, avtomobilni prokatga berish, kiyimlarni kimyoviy tozalash korxonasi, sartoroshxona xizmatlari, massajxona va boshqalarni taklif etish kiradi. Hozirgi vaqtda mehmonxona korxonalarining bozoriy jalb qilishini shakllantirishda qo‘shimcha xizmatlar tobora ko‘proq ahamiyat kasb etayotir.

Joylashtirish xizmatlari asosiy bo‘lib qolar ekan, turgan gap mehmonlarning qo‘shimcha xizmatlarga qiziqishini orttirishi tabiiy holdir. Mehmonlar shu tufayli boshqa qator mehmonxonalardan ushbu mehmonxonani tanlaydi.

So‘nggi yillarda mamlakatimizga turist sifatida tashrif buyuruvchi xorijlik fuqarolar sonini sezilarli darajada oshirish uchun sohada keng ko‘lamli islohotlar, muayyan sa’y-harakatlar amalga oshirilmoqda, maxsus dasturlar ishlab chiqilib, hayotga keng joriy etilmoqda. Natijada, O‘zbekistonda turistik xizmatlar hajmining o‘sishi yildan-yilga ortmoqda. Masalan, 2013 yilda ushbu ko‘rsatkich 16 foizni tashkil qilib, xizmatlar eksporti 20 foizga oshdi, qariyb 600 ming nafar xorijlik turistlar respublikamizda mehmon bo‘ldi.

Ushbu xizmatlar bozorida 500 tadan ortiq mehmonxona, turistik baza va kemping, 300 tadan ortiq kompaniya ishlab turibdi va ularning soni muntazam ko‘paymoqda.

Aytish joizki, O‘zbekiston hukumati tomonidan xizmatlar sohasini, shu jumladan, turizm tarmog‘ini kengaytirishga katta e’tibor qaratilmoqda. Zero, ushbu soha mamlakatimizda iqtisodiyotni rivojlantirishning eng muhim ustuvor yo‘nalishlaridan biri etib belgilangan. Mazkur tarmoqni mamlakatimiz iqtisodiy majmuining muhim tarkibiy qismiga aylantirish yo‘lida muayyan shart-sharoitlar yaratilmoqda. Bu esa, o‘z navbatida, yangi ish o‘rinlarining tashkil etilishi, aholi

farovonligining o'sishi, valyuta va soliq tushumlarining ko'payishiga sezilarli hissa qo'shmoqda.

Shuningdek, mehmonlarga tijorat banklarining ko'p tarmoqli tizimi keng doiradagi moliyaviy xizmatlarni taqdim etmoqda. Mamlakatimizning asosiy qismi internet tarmog'iga ulangan uyali aloqa xizmatlari bilan qamrab olingan, bu turistlarga mamlakatimizda va jahonda yuz berayotgan voqealardan hamda yaqin kishilari holidan xabardor bo'lib turish imkonini beradi. Mamlakatimizda xorijlik mehmonlarga ko'rsatiladigan xizmatlar sifatini oshirish ishlari uzluksiz davom ettirilmoqda.

Mehmondo'stlik industriyasi – bu tez rivojlanuvchi sohaning sektorlaridan biridir. Uebsterning izohli lug'atiga muvofiq (Webster New International Dictionary), “mehmondo'stlik industriyasi – bu mehmonlarga nisbatan do'stona va ochiq ko'ngillik bilan ajralib turuvchi mehmondo'stlik prinsiplariga tayanuvchi xizmat turlaridan iborat tadbirkorlik sohasidir”. Shu munosabat bilan mehmondo'stlik industriyasini mehmonlarni qabul qilish va ularga xizmat qilish bilan bog'liq turli-tuman faoliyat nomlari kabi aniqlash mumkin. “Mehmon” iborasi mehmondo'stlik industriyasida xizmatlar sohasi kabi muhimdir. Amaldagi huquqiy me'yorlarga va mehmondo'stlik industriyasi amaliyotida mavjud qoidalarga muvofiq “mehmon” iborasi “iste'molchi” va “mijoz” tushunchalariga o'xshashdir.

Mehmondo'stlik industriyasi iste'molchilarga xizmatlar kompleksini beradi, ularning ichida mehmonxona xizmati asosiy o'rinni egallaydi. Biznes nuqtai-nazaridan mehmonxona – bu ma'lum iste'molchilik xususiyatlariga ega va mijozlar ehtiyojini qondira oluvchi, xizmatlarni ishlab chiqarish va ko'rsatish bo'yicha korxonadir. Mehmonxona korxonasi joylashtirish, ovqatlantirish, sayohatlarni tashkil etish, avtomobillarni ijaraga berish, kimyoviy tozalash, sataroshxona, masaj xonasi, fitnes-markazlar xizmatini taklif etuvchi bir nechta bo'limlardan iborat. Ulardan eng muhimi ovqatlanishni, joylashtirish va yetkazish bo'yicha xizmatlardir.

Joylashtirish xizmatining mazmuni shundan iboratki, birinchidan – mehmonlarga foydalanishga maxsus joy (mehmonxona nomerlari) beriladi va ikkinchidan – mehmonxona personalisi tomonidan bevosita bajariladigan xizmatlar ko‘rsatiladi.

Mehmonxona tashkilotida xizmatlarni ko‘rsatish harakteri ishlab chiqarish usuli, moddiy-texnik ta‘minot vositalari bo‘yicha, hamda iste‘mol harakteri bo‘yicha ham ko‘p tarmoqli kelib chiqishga ega. Mamlakatimizda ham xizmat ko‘rsatish sohasiga berilayotgan e‘tibor natijasida bugungi kunda yangi yo‘nalish va turdagi xizmatlar rivojlanib bormoqda. “2006-2010 yillar davomida xizmat ko‘rsatish sohalarini rivojlantirish va zamonaviy xizmat turlarini shakllantirish” bo‘yicha maxsus dasturning qabul qilinishi hozirda bu sohaning rivojlanish zamini bo‘lmoqda. Turizm sohasini mehmondo‘stlik industriasiz tasavvur qilib bo‘lmaydi. 2014 yilda Samarqand viloyatida 80 ta mehmonxona faoliyat olib borgan.

Mehmonxonada joylashtirish xizmatlari 2012 yilda 26,2 mln. so‘m, ovqatlantirish xizmati 5,1 mln. so‘m, transport xizmati 2,6 mln. so‘m, qo‘shimcha xizmatlar 1.6 mln so‘mga sotilgan. Qo‘shimcha xizmatlar ko‘rsatish 2012 yilda 2010 yilga nisbatan 8 barobarga o‘sgan.

Mehmonxona faoliyatida asosan quyidagi harajatlar qilinadi: soliq to‘lovi, mehmonxona to‘lovi va boshqa to‘lovlar. 2012 yilda mehmonxona soliq to‘lovlariga 4,8 mln. so‘m, mehmonxona to‘lovlari 12,0 mln. so‘m va boshqa to‘lovlar 5,1 mln. so‘m ajratgan.

Mehmonxonada kursatiladigan xizmatlar turlari:

- 21 standart nomerlarda xizmat kursatish,
- badiiy galereya
- kechki restoran xizmatlari, nonushta va kunduzgi ovkatlanish zali, bar
- sauna
- massaj

- tennis korti
- uygotish xizmati
- bagaj olib borib berish
- 21 nomerlarga xizmat kursatish
- valyuta ayrboshlash
- gid-tarjimon xizmat kilib olishi
- aeroportga kuzatish va kabul kilish
- bepul Internet xizmati va Wi Fi
- ofis xizmati
- Kir yuvish xizmati

Mehmonxonaning oshxonada xizmat ko'rsatish, nomerni tozalash, umumiy ishlatish xonalaridagi tozalik, yashash nomerida servis xizmat ko'rsatish holati muhim hisoblanadi.

Ovqatni yetkazish bo'yicha xizmatlar turli jarayonlar kompleksidan iborat: ishlab chiqarish (oshxonada taomlarni tayyorlash), savdo (iste'molga tayyor mahsulotlarni, alkogolli va alkogolsiz ichimliklar sotish), servisli (restoranda, kafeda va mehmonxona nomerlarida ofitsiantlar tomonidan mehmonlarga xizmat ko'rsatish).

Mehmonxonada oshxona mavjud bo'lib, u tomonidan ovqatlanish xizmatlari, nonushta, tushlik va kechgi ovqatlar taklif etilmoqda.

1-Jadval

Samarqand shaxridagi mehmonxonalar xaqida ma'lumot (2012 y.)

№	Mehmonxo-nalar nomi	Katego riyasi)	Jami o'rinlar soni					Narxi				
				Oddiy. lyuks	1-kishilik	Ikki kishilik	Uch kishilik	Oddiy Lyuks	Bir kishilik	2-kishilik	3-kishilik	Bir odam bo'lganda
5.	Sher-Dor		28			28				25		30
6.	Xils		30			30				15		20
7.	«Furkat»	2 *	22/39		5	34			25	15		
8.	Lejand du Samarkand		15/33			24	9			20	15	27
9.	Zerafshan		40/82	18		52	12	22	11	8	6	
10	Malika		26/52			52				25		30
11	Lyudmila		34/82			46	36			4	3,5	
12	Kamilla	2 *	27/43	26	6	8	3	30	25	20	15	
14	Konstantin		20/40			40				35		40
15	Tumaris		12/24		8	4	6		25	20	15	
16	Alijon		15/35		1	16	18		10	10	8	
17	Timur ze Greyt		4/8			8				10		15

18	Bonu-SH		5/10			10				7		10
19	Muxandis		4/10			4	6			20	15	20
20	Zarina		15/30		1	24	6		15	10	10	
21	Sevara		10/20			20				20		25
22	Suxroboxon		3/6			6				8		
23	Oksaroy (Dilshoda)		4/8			8				10		10
24	Nasiba		4/8			8				10		
25	Nusratillo		7/14			14				10		10
26	Al-Buhari		4/8			8				15		20
27	Fedan		6/12			12				10		15
28	Shaxname –trevel		6/12			12				20		25
29	Barokat		4/8		1	4	3		10	7	7	
30	Shoxina STD		3/6		2	4			10	10		
31	Jamshed.		11/22			22	3	4		20		25
32	Shark		27/45			26	3	16		3		3

Jadval «O‘zbekturizm»MK Samarqand viloyati mintaqaviy bo‘limi ma’lumotlari asosida tuzildi.

**Samarqand shaharida turistik sohasining 2011-2014 yillar davridagi
rivojlanish ko'rsatkichlari**

№	Ko'rsatkich nomi	Yillar			
		2011	2012	2013	2014
1	Turistik xizmatlar hajmi, mln. So'mda	22354,2	23740,0	25481,4	27547,3
2	Xizmatlar eksporti, AQSH ming dollarida	7791,76	8267,65	8853,33	9476,8
3	Xorijiy turistlarga xizmat ko'rsatish, ming kishi	91,09	105,92	123,17	143,18
4	Mehmonxonalar va joylashtirishning boshqa muqobil vositalari, Dona	70	81	95	116
5	Mehmonxonalar va joylashtirishning boshqa muqobil vositalarida tunashlar soni, ming dona	218,3	229,3	241,2	254,1
6	Mehmonxonalarda 2 kishilik joyga joylashtirishning o'rtacha qiymati, AQSH dollarida	7,7	6,85	5,94	4,97

*Manba: Statistika ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tayyorlandi.

III.BOB. KICHIK MEHMONXONALARDA XIZMAT KO'RSATISH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI

3.1. Kichik mehmonxonalar faoliyatini samaradorligini oshirish imkoniyatlari

Albatta, mehmonxonalar bilan boshqa chet elliklar – diplomatlar, talabalar va boshqalar, biznesmenlar, talabalar va boshqalar ham foydalanadilar. Ularning soni kelajakda yanada oshadi. Ularning tarkibi birinchi galda, davlatning turizm sohasidagi siyosatidan, ushbu sohaga ajratiladigan mablag'lardan, diplomatik vizalar va boshqa ko'rsatkichlarga bog'liq bo'ladi. O'zbekistonda barcha chet elliklar uchun servis tizimini yaratish, turistik ob'ektlarni xizmatlarni sotish tizimiga jalb qilish samaradorligiga bog'liqdir. Turizmni barqaror rivojlantirish dasturini amalga oshirish natijasida mikrodarajada iqtisodiy samaraga erishiladi. Turizmni rivojlanish darajasi bitta xorijiy turistdan olinadigan tushum, ko'rsatiladigan xizmatlar hajmi, rentabellik kabi bir qator ko'rsatkichlar bilan o'lchanadi. Turizm sohasidan olinadigan moddiy samara foyda va daromad bilan belgilanadi. Turistlarga ularning respublikada bo'lish davrlarida ko'rsatiladigan xizmatlarning qiymati ularning turlarini 29 tadan 100 tagacha ko'paytirish evaziga 3000 so'mdan 30 ming so'mgacha oshishi mumkin.

Xizmatlar sonini ko'paytirish va ularning sifatini yaxshilash turistlarga mehmonxonalarda xizmat ko'rsatish samarasini, demak turizm sohasi rentabilligini oshirishga olib keladi. Shu munosabat bilan yangi turmahsulotlarni ishlab chiqish ga imkon pydo bo'ladim, hozirgi kunda ularniishlab chiqish uchun yetarli darajada xaiqaro standartlarga mos keluvchi sifatli xizmatlar yetarli emas.

Turistik va ekskursiya korxonalari tomonidan xizmat ko'rsatilayotgan mehmonlarning sonini bir yida 202.5mln tagacha, chet ellik turistlardan tushayotgan valyuta tushumlarini esa 2012 – yilga kelib 1mlrd ga yetkazish rejalashtirilmoqda.

Yangi iqtisodiy mexanizmni tashkl qilish quyidagi vazifalarni amalga oshirish uchun qulay sharoitlarni taratishni ko'zda tutadi.

- mehmonxonalar uchun zamonaviy xalqaro standartlarga mos keluvchi mebillar, jihozlash ishlab chiqarish bo'yicha qo'shma korxonalar tuzish va bu borada imortni kamaytirish;
- xalq hunarmandchiligini rivojlantirish, qadimgi turkiy jihozlar shaklida ishlangan kundalik turistik ehtiyojlar uchun tovarlar ishlab chiqish bo'yicha kichik korxonalar ochish va ularga yordam berish;
- ko'ngil ochish industriasini tashkil qilish, dam olish uchun mo'ljallangan sport –sog'lamlashtorish markazlarini, tabiiy turistik oromgohlarni, sport kulublarini, kazino, golf o'ynash uchun mo'ljallanga maydonlarni va hakoazolarni tashkil qilish;
- reklama faolyatini kengaytirish va reklama mahsulotlarining sifatini oshirish, tegishli bosmaxona bazasini barpo qilish, audio, vedio, nashriy mahsulotlarni yartish;
- maxsus belgiga ega bo'lgan esdalik mahsulotlari, sport jihozlari, turistik anjomlarni ishlab chiqarish bo'yich xususiy va qo'shimcha korxonalarni tashkil qilish;
- turizm sohasidagi korxona va tashkilotlarini yo'lga qo'yish orqali xorijiy investitsiyalarni jalb qilish, turizm iqtisodiyotiga bevosita sarmoyalarni olib kelish uchun imtiyozlar, kafolatlar tizimini va tegishli soliq tartibini joriy qilish;
- mavjud moddiy texnik bazani xalqaro andozalar darajasiga olib chiqish uchun ta'mirlag ishlarini olib borish;
- katta bo'lmagan, 100-150 ta o'ringa mo'ljallangan mehmonxonalarni qurish, bu mahalliy resurslardan to'liq foydalanish, loyihalarni moliyalashtirish masalalarini soddalashtiradi.

“O'zbekturizm” MK marketing faoliyatini olib borishdagi joriy sarf harajatlari bir mln. dollardan oshmaydi. Sharqiy Yevropadagi va ba'zi bir Osiyo mamlakatlaridagi mehmonxona tashkilotlarining bugungi kundagi buyudjetlarni

o'rganib chiqilsa, u Shri-Lankada 800.000 dollar, Ruminiyada 3 mln., Vengriyada 6 mln. Singapur va Polshada 7 mln. va Hindistonda 18 mln. AQSH dollarini tashkil qiladi. Bu buyudjetlar davlatning turli manbalaridan moliyalashtiriladi.

Har bir korxona hozirda tutilmagan harajatlar uchun mablag'larga ega bo'lishi o'ta muhimdir. Mehmonxona kompaniyalari uchun qimmat mahsulotlarni sotish va qo'shimcha xizmatlar ko'rsatish orqali ko'proq daromad olish imkoni mavjud. Mehmonxona boshqaruvchilarini ko'pincha bandlik, nomerlarning o'rtacha narxi, ishlab chiqarish quvvati mijozlar tarkibi kabi masalalar bezovta qiladi. Vaholanki, korxonaning bozordagi ulushi, ya'ni tutgan o'zni mehmonxona industriyasidagi eng asosiy masala hisoblanadi. Mehmonxona xizmatlarini sotish, chet elliklarni qabul qilish va ularga xizmat ko'rsatishni tashkil qilish malakali kadrlar va mutaxassislarning mavjudligiga bog'liqdir. Mutaxassislarni tayyorlashni respublikaning bir qator oliy o'quv yurtlarida tashkil qilish mumkin. Undan eng samaralisi bu mutaxassislarni alohida institutda markazlashtirilgan holda tayyorlashdir. Masalan, "O'zbekturizm" MK huzurida xalqaro biznes va turizm institutini tashkil qilish mumkin. Shunindek rahbar xodimlarning malakasini oshirish va chet ellarda magistrnlarni tayyorlashning muntazam faoliyat ko'rsatuvchi tizimini tashkil qilish maqsadga muvofiqdir. Barcha marketing yo'nalishlari kabi kadrlarni tayyorlash ham ta'lim ko'rinishlari va shakllariga qarab rejalashtirilishi lozim.

"O'zbekturizm" milliy kompaniyasining turistik xizmatlarni sotish hajmi reja bo'yicha 17 marotabaga oshadi va 2012- yilga kelib xizmatlarni sotishdan tushgan mablag' 0,5 mlrd. AQSH dollarini tashkil qiladi. Rejalashtirilayotgan tadbirlarni amalga oshirishi natijasida turizmdan olinadigan xalq xo'jaligi tushumlari 1,5 mlrd. AQSH dollarini tashkil qiladi. Turizmni rivojlantirish ta'lim darajasining oshishi, xalqaro standartlar va turistlarning didlariga mos keluvchi ovqatlarni va ularni tayyorlash madaniyatining oshishiga olib keladi.

O'zbekistonda respublika hududida mehmonxonalar, restoranlar, servislar va biznes markazlar qurish uchun xorijiy investitsiyalar kelib tushmoqda. Xorijiy

sarmoyalar o'zlari bilan birga mablag' ajratilgan kompaniyalardan mutaxassislarni olib kelmoqdalar. Ular mahalliy xodimlarning bilimlarini, madaniyatlarini va kasbiy mahoratlarini oshirmoqdalar. Mehmonxonadagi savdo bo'limining tizimi tashkil qilish madaniyati, mulk hajmi, bozor tabiati va mehmonxona to'g'risiga bog'liq bo'ladi.

Mehmonxona xizmatlari marketingini tashkil qilish turli xizmatlarni yaratish va ularni bozorda sotishgacha bo'lgan barcha jarayonlarni o'z ichiga oladi: talab katta bo'lgan xizmatlarni yaratish, reklama, taqsimot, tushumdan marketing tadbirlari marketingining ko'p jarayonlari hali yaxshi o'rganilmagan. Biz mehmonxona marketingini takomillashtirishning qo'yidagi choralarini taklif qilamiz.

Mehmonxona xizmatlarini marketingini tashkil qilish turli xizmatlarni yaratish va ularni bozorda sotishgacha bo'lgan barcha jarayonlarni o'z ichiga oladi: talab katta bo'lgan xizmatlarni yaratish, reklama, tadqiqot, tushumdan marketing tadbirlari uchun foydalanish. Mehmonxona xizmatlari marketingining ko'p jarayonlari hali-yaxshi o'rganilmagan. Bir mehmonxona marketingini takomillashtirishning qo'yidagi choralarini taklif qiladi.

Mehmonxona xizmatlarini reklama qilish yordamida turistlar u yoki bu mehmonxona ularga nimani tashkil qila olishi mumkinligi haqida, shu orqali O'zbekiston haqida tasavvurga ega bo'ladilar. Bozor segmentlari ichida ishbiarmonlik va xizmat yuzasidan O'zbekistonga keluvchi chet ellik turistlar eng qulay hisoblanadilar, ularga uncha ko'p moliyaviy mablag' sarflanishi talab qilinmaydi. Shu bilan birga ulardan O'zbekistonning turistik industriyasining har bir bo'g'imida xususiy korxonalarni rivojlantirishni qo'llab – quvvatlash lozim.

Xalqaro amaliyotda kichik va o'rta korxonalarni qo'llab – quvvatlashning keng tizimi ishlab chiqilgan, O'zbekistonda ana shu tajribadan foydalanish lozim ; Buning uchun hukumat kafolatlar, subsidiya zaymonlari, soliq imtiyozlari orqali yordam berish kerak.

Zamonaviy xalqaro turizm turli davlatlarning jahon turizm bozoriga chiqishning o'ziga xos mexanezmi bo'la oladi. O'z vaqtida milliy turistik majmualarning jahon bozoriga kirib boorish natejasida milliy iqtisodiyotning boshqa sohalari ham tovarlar va xizmatlar bozoriga kirib borishlari uchun sharoit yaratiladi.

Ishlab chiqarish kuchlarining rivojlanish darajasai rivojlangan davlatlar milliy iqtisodiyotining iqtisodiy rivojlanishinig industrilashtirishdan so'nggi davirga kerib borisji bilan belgilanadi. Uning o'ziga xos belgisi, bu o'zining industrial texnalgiyalariga nisbatan axborot texnologiyalarning ko'proq bo'lishidir. Turizm mustaqil soha nsifatida ma'lumotlar davrining munosib vakili hisoblanadi. Industrilashtirishni maqsad qilib olgan mamlakatlar uchun turizmdan milliy iqtisodiyotda mavjud barcha ma'lumotlarni to'lash vositasi sifatida foydalanish rivojlangan mamlakatlar qatoridan joy olishga yordam beradi.

Tashqi yoki ichki bozorga moslashganligidan qat'iy nazar mehmonxona xo'jaligi milliy turizmning muhim bug'umlaridan biriga aylanib qoladi. O'z navbatida mehmonxona xo'jaligi menejmenti tizimining asosini mehmonxona xizmatlarining uyushgan marketingi tashkil qiladi.

O'zbekistonda mehmonxona xo'jaligini rivojlantirishda asosan tarixiy-yetnogirafik muzeylarni tashkil qilish, bilish turizmni rivojlantirish "Turkiston qishlog'i" kabi turlar tashkil qilish, o'tgan zamon va hozirgi zamondagi ipakchilik va paxtani qayta ishlash mahsuloti haqidagi ma'lumotlarni turli mamlakatlarda tarqatishda foydalanish mumkin.

Mehmonxonalar uchun sarmoyalar ajratishni rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari qo'yidagicha:

- o'rta toifadagi (uch yulduzli) katta bo'lmagan (o'rta hisobda 200 ta o'ringa mo'ljallangan) mehmonxonalarni qurish. Bu mavjud imkoniyatlardan to'laroq foydalanish, hajmi deyarli katta bo'lmaganligi sababli moliyalashtirish osonroq bo'lishiga, foydalanish va boshqaruv harajatlarini

kamaytirish, shuningdek o'rta darajada tayyorgarlikdan o'tgan mutaxassislar uchun ham boshqalar olish imkonini beradi:

- mavjud mehmonxona xo'jaliklarini qayta ta'mirlash, xalqaro standartlar darajasiga olib chiqishdir. Tadqiqotlar natijasiga ko'ra aynan shu yo'nalish uchun barcha kapitalning deyarli 50 foizini sarflash maqsadga muvofiq bo'ladi.
- Toshkent – Samarqand – Xiva yo'nalishi bo'ylab joylashgan motellarga, aeroportlar, avtoshaxobchalarning infratuzilmasini rivojlantirishga, avtotransport vositalarini rivojlantirish. Buning natijasida mazkur yo'nalishlarning samaradorlik darajasi deyarli ikki marotaba oshadi.
- sport inshootlariga, 250 tadan ortiq bo'lgan diniy ob'ektlarni rivojlantirishga sarmoyalar ajratish natijasida diniy trizm bo'yicha butun jahondan O'zbekistonga keluvchilar soni 10-12 marotaba oshishi mumkin.
- sarmoyalashtirishlar jahonning bir qator yirik banklari va kompaniyalari tomonidan amalga oshirishi mumkin.
- mehmonxona xo'jaligini sarmoyalashtirishda asosiy manba bu ichki resurslar bo'lishi lozimdir. Bunda birinchi galda mavjud mehmonxona xo'jaliklaridan: ixtisoslashgan mehmonxonalardan shuningdek, turli idoralarga qarashli joylardan foydalanish unumdorligini oshirish lozim.
- Barcha mehmonxona infratuzilmasi egalarining urinishlarini birlashtirish mehmonxonalarning bandligini oshirish, unda to'xtovchi turistlarning sonini oshirish, turistlarning toifalarini ko'paytirishga yordam beradi. Buning uchun milliy turistik, shu jumladan mehmonxona tashkilotlari uyushmasini tashkil qilish lozim bo'ladi. Chegaralangan valyuta mablag'laridan unumli foydalanishning muhim ko'rinishidan bir bu turizm bo'yicha barcha valyuta mablag'laridan markazlashtirilgan holda foydalanishdir. Buning uchun mehmonxonalar va turistik tashkilotlardan tushadigan mablag'lar evaziga O'zbekistonning yagona markazlashtirilgan valyuta fondini tashkil qilish va undagi mablag'larni xalqaro turizmni

rivojlantirishning umummilliy muammolarini yechishga qaratish lozim bo'ladi.

3.2. Samarqand shahridagi kichik mehmonxonalarda xizmat

ko'rsatish sifatini oshirish yo'llari

Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, mijoz mehmonxonaga yana kelishi yoki kelmasligi unda ko'rsatilgan xizmatning yaxshi yoki yomonligiga, ya'ni servisning sifatiga bog'liqdir. Birinchi marta mehmonni yaxshi reklama, boy jihozlar yoki keng turdagi taomnomalar bilan jalb qilish mumkin. Ammo ikkinchi marta mehmon personalning professional ishlashi va oldin unga ko'rsatilgan xizmat sifatining yuqoriligi uchun keladi.

Mehmonxona ma'muriyati, xizmatchilari va mijozlari o'rtasidagi o'zaro munosabatlarni belgilab beruvchi asosiy hujjatlardan biri "Mehmonxona xizmatlari ko'rsatish qoidolari" hisoblanadi. Ushbu hujjatning "Xizmat ko'rsatish tartibi" bo'limida shunday deb qayd etilgan: "Ko'rsatilayotgan xizmatlar sifati shartnoma talablariga javob berishi lozim. Agar shartnoma bo'lmasa yoki to'liq bo'lmasa ushbu xizmatlarga odatda qo'yiladigan talablarga javob berishi lozim. Mehmonxonaning moddiy-texnik ta'minoti, ko'rsatilayotgan xizmatlarning miqdori va sifati mehmonxonaga berilgan kategoriya talblariga javob berishi kerak.

Mehmonxona xizmatlarining sifati bir qancha omillarga bog'liq. Bu omillarga quyidagilarni kiritish mumkin:

1. Moddiy – texnika bazasining holati, ya'ni: mehmonxona binolarining qulay rejalashtirilganligi va sifatli jihozlanganligi, to'liq kompleksi yuqori sifatli choyshablar, zamonaviy oshxona jihozlari, qulay liftlar va h.k.
2. Xizmat ko'rsatishning ilg'or texnologiyasi. Bunga: jamoat va turar xonalarni tozalash tartibi va usullari, mijozlarni ro'yxatga olish va ular bilan hisob-kitob qilish, restoran va barlarda ovqatlar va ichimliklarni

tayyorlash ritseptlari, savdo zallarida xizmat ko'rsatish shakllari va boshqalar kiradi,.

3. Xizmat ko'rsatuvchi personalning yuqori darajada professinalligi, uning mehmonxonaga aniq, tez va madaniyatli xizmat ko'rsatishga qodirligi va tayyorligi.
4. Mehmonxonalarda xizmat ko'rsatish sifatini boshqarish. Bunga sifat standartlarini ishlab chiqish va joriy etish, personalning malakasini muttasil oshirish, mehmonxona faoliyatining barcha javhalarida xizmat ko'rsatishni nazorat qilish, to'g'rilash, takomillashtirish kabilar kiradi.

Tadqiqotlar ko'rsatdiki, mehmonxonalarimizdagi servis darajasi jahon talablariga to'liq javob bermaydi. Shahrimizda bir necha mehmonxonalargina servis va xizmat ko'rsatish bo'yicha xalqaro boshqaruv usullari va xizmat ko'rsatish darajasi professional darajada ishlab chiqilgan. Har bir mehmonxonada mijozlarning xizmatlar soni va sifatiga bo'lgan talablarining doimiy o'zgarib turishini inobatga olgan holda ularning barcha ehtiyojlarini qondiruvchi va belgilangan standartlarga mos keluvchi sifatli xizmatlar ko'rsatishni ta'minlab borishi, ularning muhim strategik maqsadi hisoblanadi.

Ma'lumki, har qanday ishda inson mehnai tadbirkorni foyda bilan ta'minlaydigan muhim omil hisoblanadi. Ammo xizmat ko'rsatish sohasida ushbu ko'rsatkichning hajmi bevosita mehnatning miqdori va sifatiga bog'liq. Keyingi paytlarda mehmondo'stlik sanoatida, ya'ni mehmonxonalarda inson omiliga katta e'tibor qaratilmoqda.

Samarqand shahrida joylashgan kechik mehmonxonalarda o'tkazilgan so'rovlarda mehmonxona xo'jaligini rivojlantirish uchun asosiy omil nima degan savolga birinchi navbatda personalning professisonalligi (57,8%), deb javob beradilar. Qolgan barcha omillar 42,2 % ni tashkil qiladi. Bundan ko'rinib turibdiki, mehmonxonaning raqobatbardoshligi bevosita uning xodimlariga va ular tomonidan ko'rsatilayotgan xizmatlarning sifatiga bog'liq.

Mehmonxonada ko'rsatiladigan xizmatlarning sifatiga, lavozimidan qat'iy nazar, unda ishlaydigan barcha xodimlar ma'sul bo'lishini talab qiladi. Iste'molchi katta toqatsizlik bilan yaxshiroq xizmat ko'rsatishini kutadi. Shu tufayli qaysi mehmonxonada personallar yaxshiroq xizmat ko'rsata olsa, shu korxona raqobatchilarga nisbatan qulayroq imkoniyatga ega bo'ladi va shu sub'ekt raqobatbardosh bo'lishi tayin.

Ish uchun qulay muhit quyidagilardan iborat:

- kadrlarni tanlash va joylashtirishning adolatli jarayonini tashkil etish;
- har bir ish joyida pochta va standartlar bajarilishini baholovchi ko'rsatkichlar belgilangan yozma shakldagi xizmat majburiyatlar (mansab instruksiyalari) mavjud bo'lishi;
- xizmatchilar malakasini oshirishga ehtiyojlarni va shart – sharoitlarni xizmat bo'yicha ko'rsatish nuqtai nazaridan baholash, ish haqini oshirish (razryadni oshirish);
- malakani doimiy ravishda oshirib borishni rag'batlantirish;
- vaqti-vaqti bilan butun personal ishini tekshirib turish;
- barcha darajadagi xizmatlarni rag'batlantirish dasturi va shartlarini ishlab chiqish;
- xizmatchilarni xizmat munosabatlarini ko'tarishning rasmiy rejasi, ko'tarilishning shartlarini belgilab qo'yilishini ta'minlash;
- vaqti – bilan ish haqini oshirish va shu orqali mavjud mansablarning raqobatbardoshligini saqlash;
- raqobatbardoshligini saqlash maqsadida imtiyozlar tizimini shakllantirib borish;
- ma'muriyat uchun majburiy bo'lgan mehnat kelishmovchiliklarini hal qilish tartibini joriy qilish.

Yana bir bor ta'kidlash lozimki, personalni talash lozimki, personalni tanlash jarayoni juda muhim hisoblanadi. Bu ish juda nozik bo'lib, personalning shaxsiy sifatleri mijozlarning harakteriga mos tushishi lozim. Kadrlar tanlash jarayonini

matiqiy ketma-ketlikda bajarish lozim, ya'ni bo'sh joyda shoshilinchda kadr tayinlash jiddiy salbiy oqibatlarni keltirib chiqarish mumkin.

Birinchi usul korxonada ishlaydiganlarni olg'a surish, ikkinchi usul esa chetdan odam olishdan iborat. Kishilarni ishga olishda ma'lum ko'rsatkichlarni belgilab olish zarur. Xizmat ko'rsatuvchi personal, rahbarlar qaysi standartlarga javob berish kerakligini belgilash kerak.

Tadqiqotlarimiz ko'rsatdiki, servis sifatini ta'minlash uchun xodimlarni mehmonxonada yuz bergan kunlik voyealardan xabardor qilib turish maqsadida har kuni kechki payt qisa majlis o'tkazib turish maqsadga muvofiq. Unda mehmonxonada sodir bo'lgan voqealar tahlil qilinadi va undan kelib chiqadigan joriy muammolar aniqlanadi. Servis sifatini ta'minlash uchun zarur bo'lgan muammolar tezkorlik bilan hal qilinadi, keyingi belgilanadi. Mehmonxonaning e'lonlar taxtasida muhim vazifalar, axborotlar osib qo'yilishi lozim.

Mehmonxonada har bir yangi xodim o'zini korxonaning ajralmas qismi sifatida his qilishi, xo'jalikning asosiy strategik vazifalari va moliyaviy holatini bilishi kerak. Agar mehmonxonada yuqoriroq sifatli xizmat ko'rsatishni ta'minlovchi tadbirlar aniq bo'lmasa, uni albatta shakllantirish lozim. Shundagina har bir xodim o'zlari bajaradigan vazifalarni bajarishga kirishganlarida o'z majburiyatlarini chuqur aniqlash va his qilishi mumkin.

Hozirgi paytda xodimlar malakasini oshirishga iloji boricha ko'proq e'tibor qaratish lozim. Chunki, mijozlarning xizmat sifatiga bo'lgan talabi uzluksiz oshib bormoqda, sifat standartlari o'zgarmoqda, raqobat kuchaymoqda, raqobat kuchaymoqda. Bunday sharoitda xizmat ko'rsatishni yuqori darajada saqlash, yangi standartga tezkorlik bilan moslashishi, uni amalga oshirish lozim bo'ladi. Shu tufayli personalni qayta tayyorlash, ularning malakasini oshirish masalasi mehmonxonaning ma'muriyati diqqat e'tiborida hamisha bo'lishi lozim.

Mehmonxona xo'jaliklarida xizmat ko'rsatish sifatiga ta'sir ko'rsatuvchi omillardan biri marketing strategiyasini to'g'ri tanlash hisoblanadi. Bunga erishish uchun mehmonxona ma'muriyati eng avvalo, tanlamoqchi bo'layotgan bozor

sharoitining mohiyatini anglab yetishi va bu sharoitda korxona qanday o'rin tutishini to'g'ri anglamog'i lozim.

Mehmonxonaning madaniy dasturi turli bo'lishi lozim. Unda turli mavzulardagi kinolar, konsert tadbirlari, diskoteka, har xil uchrashuvlar o'tkazilishi lozim.

Bizning sharoitimiz yoz paytlarida mehmonxonalar huzuridagi cho'milish inshootlarining bo'lishini taqozo qiladi. Agarda bu inshoot bo'lmagan taqdirda mehmonxona dasturida cho'milish joylariga borishni tashkillashtirish bilan shug'ullanadigan shaxslar bo'lishi lozim.

3.3. Mehmonxonalarda hayot faoliyati xavfsizligini tashkil etish

Mehmonxonalarda yong'in xavfsizligini ta'minlash bo'yicha choralarni tashkil etish.

Mehmonlar va mehmonxona xodimlari hayoti va salomatligiga, mehmonxona binolari va mol-mulkiga yong'in jiddiy xavf soladi. Shuning uchun mehmonxona xo'jaligida binolar, odamlarni yong'indan himoya qilish ahamiyatga ega.

Ko'p hollarda mehmonxonada olov bilan ehtiyotsiz munosabatda bo'lish, elektr tarmog'i va elektr uskunlari buzuvchiligi, texnologik jarayonlar va ekspluatatsiya qoidalarini buzish, ta'mirlash va boshqa ishlardan yong'in xavfsizligi qoidalariga rioya qilmaslik yong'in chiqishiga sabab bo'ladi. Mehmonxonada yong'in xavfsizligini yaratish jarayoni quyidagi bosqichlarni o'z ichiga oladi.

Birinchi bosqich-mehmonxonada yong'indan muhofaza qilish bo'yicha tashkiliy tadbirlarni o'tkazish;

Ikkinchi bosqich- xodimlarni yong'inga qarshi tayyorgarlikdan o'tkazish:

Uchunchi bosqich- yong'inga qarshi profilaktika o'tkazish;

Mehmonxonada yong'indan muhofaza qilish bo'yicha tashkiliy tadbirlarni o'tkazish.

1. Amaldagi qonunlarga ko'ra yong'in xafsizligini ta'minlash bo'yicha mehmonxona deriktori javobgardir.

2. Mehmonxona deriktori buyruq bilan yong'in xafsizligini ta'minlash bo'yicha tadbirlarni o'tkazishga javobgar shaxsni tayinlaydi.

3. Mehmonxona har bir bo'linmasida yong'in xafsizligi uchun javogar shaxs tayinlanadi. Yong'in xavfsizligi uchun javobgar shaxs ismi sharifi ko'rsatilgan tabilchikka ko'zga ko'rinarli joyga olib qo'yiladi.

4. Har bir bo'linma uchun yong'in xafsizligi qoidalari va Nizomi har bir ish joyi uchun yong'in xafsizligi bo'yicha yo'riqnomalar ishlab chiqiladi.

5. Navbatchi ma'mur, navbatchi menejer, mehmonxona xafsizlik xizmati xodimlaridan iborat yong'in jangovar raschyoti tuziladi. Ular sutka davomida yong'in xafsizligi ustidan nazorat olib borishadi.

6. Yong'in ro'y berganda yong'in jangovar raschyoti har bir a'zosining asosiy vazifasi yozib qo'yiladi.

7. Yong'in bo'lganda xabardor qilish tizimi ishlab chiqiladi.

8. Xabardor qilish tizimi orqali yong'in xabaridan keyin deriktor buyrug'i bilan yong'in xafsizligiga javobgar qilib tayinlangan shaxs darhol mehmonxonaga kelishi va xabarni sababini aniqlash kerak.

Odamlarni evakuatsiya qilishga kirishiladi va o't o'chiruvchilar yetib kelgunicha olovni o'chirish, uni boshqa joylarga o'tmasligi choralari ko'riladi.

Xodimlarni yong'in xavfsizligi tayyorgarligidan o'tkazish. Yong'inga qarshi tayyorgarlik instruktajdan (kirish, birlamchi va takror) va yong'in-texnik minimum dasturi bo'yicha mashg'ulotdan iborat.

Kirish va birlamchi intruktaj ishga qabul qilishda o'tkazilib, yong'in xavfsizligi bo'yicha tushuncha beriladi. Birlamchi va takroriy instruktaj ish joyida shu bo'linmada yong'in xavfsizligiga javobgar shaxs tomonidan o'tkaziladi. Yong'in-texnik minimum bo'yicha mashg'ulot mehmonxona direktori tomonidan tasdiqlangan maxsus dastur asosida injener-texnik xodimlar va moddiy javobgar shaxslar bilan o'tkaziladi. O'qitish tugagach, zachyot o'tkazib, natijasi vedemostga

kiritiladi. Mehmonxonada yong'in xavfsizligi qat'iy rejimga amal qilish uchun maxsus eslatma ishlab chiqiladi. Unda yong'inni oldini olish asosiy choratadbirlari va yong'in ruy berganda o'zini qanday tutish qoidalarini yozib qo'yilgan.

Bu eslatma har bir nomerda reklama materiallari bilan popkada turadi. Lekin mehmonlar hamisha ham popkani ochib kuravermaydilar, shu bois yuqori klass mehmonxonalarda qoidalar bilan tanishtirishda mehmonxona video-telekanalidan foydalaniladi.

Yong'inga qarshi profilaktika o'tkazish. Yong'inga qarshi profilaktika – bu yong'inlarni oldini olish, ogohlantirish, o'chirish bo'yicha tashkiliy –texnik tadbirlar kompleksidir. Shuningdek odamlarni xavfsiz evakuatsiya qilishni ta'minlash, yong'in ro'y berganda moddiy boyliklarni saqlab qolish choralarini o'z ichiga oladi.

Yong'inga qarshi profilaktika o'z ichiga oladi:

- qurilishni loyihalash va guruh bosqichida yong'in profilaktikasi;
- yong'in avtomat signalizatsiya sistemasini qo'llash;
- yong'inni o'chirish tizimi va vositalaridan foydalanish;
- yong'in haqida xabar qilish tizimini qo'llash;
- yong'in chiqqanda odamlarni evakutsiya qilish harakatlarini ishlab chiqish.

Qurilishni loyihalash va qurish bosqichida yong'in profilaktikasi. Mehmonxonalarda yong'inlar profilaktikasi hali qurilishni loyihalash va binolarni qurish bosqichida boshlanadi. Mehmonxonalar uchun yong'in xavfsizligi qoidalarini binolarni maxsus rejalashtirish, yong'inga qarshi to'siqlar qurish, yonmaydigan muhofaza konstruksiyalaridan foydalanishni ko'zda tutadi. Yong'inga qarshi devorlar, bino eshiklarini jips yopishi, binoni boshqa binolardan alohida muhofaza qilinadigan qilib qurish yong'in ro'y berganda uning oldini olish, tarqalmasligiga imkon beradi.

Yuqori klassli mehmonxonalarda mehmonlarni yong'indan xabardor qilish tizimi. Markaziy dispetcherlikda turadi. Yong'in signalizatsiyasini ishga tushishiga

haqiqatdan yong'in sabab bo'lganini aniqlagach, jangovar o't o'chirish raschyoti ishga kirishadi. Bunda avtomatik qo'ng'iroqlar va trevoga zummerlari ishga tushiriladi. Mehmonxonadagi televizorlar mehmonxona telekanaliga ulandi. Bu yong'indan hammani xabardor qilib, sarosimani oldini olishga imkon beradi. Televizor ekranlarida ingliz, nemis, fransuz tillarida matn va har bir etaj va nomerlardan evakuatsiya rejasi paydo bo'ladi. Zarur ma'lumotlarni ovoz kuchaytirgichlar orqali ham ma'lum qilish mumkin. Odamlarni yong'in signalizatsiyasi ishga tushgandan xabardor qilish va evakuatsiya qilish to'g'risida qarorni navbatchi menejer (yong'in jangovor raschyoti smena boshlig'i) qabul qiladi.

Mehmonlarni evakuatsiya qilish barcha davlatlarda, nomerlarda avvaldan ishlab chiqilgan reja – sxema asosida amalga oshiriladi. Mehmonxona xodimlari, barcha bo'linmaga muvofiq ish ko'radi. Evakuatsiya yo'nalishidagi yaroqlilik ko'rsatkichlari butun sutka davomida yoniq turishi kerak.

XULOSA

Hozirgi kunda O'zbekistonda turizmning milliy modelini shakllantirish jarayoni ketmoqda. Mutaxassislarning fikricha, respublikada har yili turistlar oqimining 15% ga ko'payishi kutilmoqda, bu butunjahon turistik tashkilotning taxminlariga nisbatan ikki marotaba ko'pdir. Uzoq xorij mamlakatlaridan O'zbekiston Respublikasida 256796 kishi, shu jumladan Samarqand viloyatiga 14886 kishi tashrif buyurgan. Bu mamlakatning shu ko'rsatkichiga nisbatan 5,8 %ni tashkil qiladi. Umuman olganda, Samarqand viloyatining turistik salohiyati bilan ushbu ko'rsatkichni yaxshi deb bo'lmaydi. Mehmonxona xizmatlari sifati ko'pincha «Lyuks» klassidan xizmatlar bilan ifodalanadi. Bu xulosa bahsli bo'lib har doim ham yuqori narx, yuqori sifatni bildirmaydi va aksincha. Chunki xizmatlar sifati uning tarkibi va mijozlarga taklif etish shakliga ham bog'liq bo'ladi. Shunday qilib, sifat mijozning xizmatdan qoniqish hissi bo'lib, sifatli xizmat – mijoz ehtiyojlariga javob beruvchi xizmatdir. Xizmatlarning sifat darajasi esa mijozning mehmonxonadagi xizmat ko'rsatish haqidagi tasavvurlari va real holatning mos kelishi darajasini ifodalaydi.

Samarqand viloyatiga turistlarning tashrif buyurishi davomiyligini 2014 yil ma'lumotlarini tahlil qilish ko'rsatishicha, mehmonxonalarga joylashgan mijozlarning asosiy qismi, ya'ni 94,62% i – 1-3 kunga, 4,58 % i 4-7 kunga mehmonxona xizmatlaridan foydalanar ekan. Bu holat mehmonxona bilan bog'liq xizmatlarning sifatiga yuqori talablar qo'yilishiga olib keladi. Chunki qisqa muddatli safar davomida turistlar xizmatlar sifatini, texnologik, xizmat ko'rsatuvchi personalning xushmuomilaligi, xizmatlarning o'ziga xosligini yuqori baholaydilar.

Samarqandga yetib keluvchi turistik sayohatlarni o'sishiga salbiy ta'sir etishi mumkin bo'lgan ba'zi hollarni sanab o'tish mumkin:

- ko'pgina mehmonxonalarda taomlarning zamonaviy talablarga javob bermasligi;

- O'zbekiston ichidagi mehmonxona xizmatlari narxlarning yuqoriligi, raqobatchiga nisbatan qimmatligi, transport narxlarning yuqoriligi;
- turistlarning esdalik uchun harid etilgan milliy suvenirlarimizning kamligi va nisbatan qimmatligi;
- joriy infratuzilmani takomillashtirish va yangilarini yaratish uchun xususiy soha vakillarida mablag'larning yetishmasligi;
- targ'ibot masalalariga yetarlicha e'tibor berilmaganligi tufayli xorijiy fuqarolarning aksariyatida O'zbekiston to'g'risida ma'lumotlarni kamligi;
- O'zbekistondagi joriy narxlarning qimmatligidan tashqari, ba'zi hollarda, taklif etilayotgan tovar va xizmatlar sifatining shu narxga mos emasligi.

Umuman olganda Samarqand viloyatida hozirgi kunda turistik resurslardan to'liq va samarali foydalanilayapti deb bo'lmaydi. Shu tufayli turistlarga mo'ljallangan mehmonxonalarining bandlik darajasi past holda qolib ketmoqda.

TAKLIFLAR

2014 yil va undan keyingi yillarda viloyat mehmonxonalari samaradorligini amalga oshirish maqsadga muvofiqdir:

1. Samarqand shahrini turizm bo'yicha ochiq iqtisodiy hududga aylantirish va uning reklamasini yo'lga qo'yish.
2. Xorijiy turistlarning qiziqishiga qarab qo'shimcha xizmat ko'rsatish tizimini takomillashtirish va servis sifatini xalqaro andozalar darajasiga ko'tarish.
3. Yangi turistik marshrutlarni, shu jumladan ekologik turizm bo'yicha ham yaratish va ulardan samarali foydalanishni yo'lga qo'yish.
4. Dunyo talablariga javob beradigan yangi mehmonxonalar, kepinglar va dam olish zonalarini qurishni yanada kengaytirish, ulardagi xizmat markazini turistlarning talabidan kelib chiqqan holda optimal tarzda ishlab turish mexanizmini yaratish.
5. Turistik mehmonxonalarni jihozlash, ularning moddiy-texnika bazasini zamonaviy holatga keltirish uchun mahalliy sifatli mahsulotlar ishlab chiqish kabi muhim tadbirlarni amalga oshirish lozimdir.

Viloyatda turizmni rivojlantirishning barcha infratuzilmalarini shakllantirish va ularni jahon andozalari darajasiga ko'tarish lozim.

Mehmonxonada ko'rsatiladigan xizmatlarning sifatiga, lavozimidan qat'iy nazar, unda ishlaydigan barcha xodimlar ma'sul bo'lishini talab qiladi. Iste'molchi katta toqatsizlik bilan yaxshiroq xizmat ko'rsatilishini kutadi. Shu tufayli qaysi mehmonxonada personallar yaxshiroq xizmat ko'rsata olsa, shu korxona raqobatchilarga nisbatan qulayroq imkoniyatga ega bo'ladi vash u sub'ekt raqobatlar bo'lishi tayin.

Ish uchun qulay muhit quyidagilardan iborat:

- kadrlarni tanlash va joylashtirishning adolatli jarayonini tashkil etish;

- har bir ish joyida norma va standartlar bajarilishini baholovchi ko'rsatkichlar belgilangan yozma shakldagi xizmat majburiyatlari (mansab instruksiyalari) mavjud bo'lishi;
- xizmatchilar malakasini oshirishga ehtiyojlarni va shart-sharoitlarni xizmat bo'yicha ko'tarilish nuqtai nazaridan baholash, ish haqini oshirish (razryadini oshirish);
- malakani doimiy ravishda oshirib borishni rag'batlantirish;
- vaqti-vaqti bilan butun personal ishini tekshirib turish;
- barcha darajadagi xizmatlarni raqbatlantirish dasturi va shartlarini ishlab chiqish;
- xizmatlarni xizmat mansablarini ko'tarishning rasmiy rejasi, ko'tarilishning shartlarini belgilab qo'yilishini ta'minlash;
- vaqti-vaqti bila nish haqini oshirish vash u orqali mavjud mansablarning raqobatbardoshligini saqlash;
- raqobatbardoshligini saqlash maqsadida imtiyozlar tizimini takomillashtirib borish;
- ma'muriyat uchun majburiy bo'lgan mehnat kelishmovchiliklarni hal qilish tartibini joriy qilish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. -T.: "O'zbekiston", 2011
2. "Turizm to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasining Qonuni. O'zbekistonning yangi qonunlari.-T.: Adolat, 2000, 131-140 b.
3. "O'zbekturizm" MKsining tashkil topishi to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni // "Xalq so'zi", 1992 yil 27 iyul.
4. "Buyuk Ipak yo'lini qayta tiklashda O'zbekiston Respublikasining ishtirokini avj oldirish va respublikada Xalqaro turizmni rivojlantirish borasidagi chora –tadbirlar to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1995 yil 2 iyundagi 1162 raqamli Farmoni. // "Xalq so'zi", 1995 yil 3 iyun.
5. O'zbekistonda turizmni rivojlantirishning 2005 yilgacha bo'lgan davlat dasturi. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.Karimovning 15.04.1999 yildagi PF-№2286 farmoni. //Xalq so'zi, №74. 1999. 16 aprel
6. Каримов И.А. Ўзбекистон XXI асрга интилоқда. Т. Ўзбекистон.1999 й
7. Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисидаги» Қонуни. Халқ сўзи газетаси 14.09.1999.
8. Александрова Ю.А. «Международный туризм» Учебник. М:«Аспект пресс» 2004г.
9. Биржаков М.Б. Введение в туризм. С.Пб.: Издательский Торговый Дом «Герда», 2006г.
10. Комилова Ф.К., Халқаро туризм бозори. Ўқув қўлланма Т., ТДИУ-2001
11. Квартальнов В.А. Менеджмент туризма. Экономика туризма. 2002.
12. Кабушкин Н.Н. Менеджмент туризма. «Новое знание» Москва, 2005. Комилова Ф.К., Халқаро туризм бозори. Ўқув қўлланма Т., ТДИУ-2001

- 13.Квартальнов В.А., Туризм. Учебник. М., «Финансы и статистика». 2004.
- 14.Тухлиев Н., др. Менеджмент и организация бизнеса в туризме Узбекистана. – Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006.
- 15.Тухлиев И.С. Ҳайтбаев Р., Ибадуллаев Н.Э, Амриддинова Р.С. Туризм асослари. Ўқув қўлланма. -С.: СамИСИ., 2010.

Internet sayt:

www.bashexpo.ru.

www.world-tourism.org .

www.wttc.org .

www.e-tours.ru

www.bashexpo.ru

www.interunion.ru

www.world-tourism.org

www.ziyonet.uz