

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

**SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI**

**«Servis va turizm» fakulteti**

**«Xalqaro turizm va turizm servisi» kafedrası**

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

Bayonnoma № \_\_ 2014 y. \_\_ iyun

**« Turizm va mehmonxona xo`jaligi servisi »  
*ta`lim yo`nalishi***

**TMS-310 guruh talabasi Tojiyev Anvarning  
“Asia Samarkand mehmonxonasi faoliyatida turistlarning bo‘sh  
vaqtini mazmunli o‘tkazishni tashkil etish yo‘llari”  
mavzusidagi**

**BITIRUV MALAKAVIY  
ISHI**

**Ilmiy rahbar: ass. S.A.Abduhamidov  
Ilmiy maslahatchi: prof. I.S.Tuxliev**

## MUNDARIJA

	Kirish	
<b>1-bob</b>	<b>Mehmonxona xo‘jaligining nazariy asoslari</b>	
1.1	Mehmonxonalarning tarixiy ahamiyati	
1.2	Mehmonxonalar rivojlanishining asoschilari	
<b>2-bob</b>	<b>“Asia Samarkand” mehmonxonasi faoliyati va unda ko‘rsatilayotgan xizmatlar holati</b>	
2.1	“Asia Samarkand” mehmonxonasining tavsifi	
2.2	«Asia Samarkand» mehmonxonasining moliyaviy-iqtisodiy ko‘rsatkichlari	
2.3	«Asia Samarkand» mehmonxonasida ko‘rsatiladigan xizmatlar va turistlar bo‘sh vaqtini mazmunli o‘tkazish jarayonlari	
<b>3-bob</b>	<b>Turistlar bo‘sh vaqtini mazmunli o‘tkazishda ayrim milliy me‘ros xizmatlaridan foydalanish</b>	
3.1	Mehmonxonalarda milliy kiyimlar ko‘rgazmalarini tashkil etish	
3.2	Mehmonxonalarda turistlar bo‘sh vaqtini mazmunli o‘tkazishda milliy an‘analardan va urf odatlardan foydalanish	
3.3	Mehmonxonalarda turistlar hayot faoliyati xavfsizligini ta‘minlash	
	Xulosa va takliflar	
	Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati	
	Ilovalar	

## KIRISH

Ta'kidlab o'tish joyizki turizmning rivojlanishi birinchi navbatda turizm industriyasining o'zagi bo'lgan mehmonxonalarning rivojlanishi bilan ham bog'lik. Chunki, mehmonxona biznesi turizmning ajralmas qismi bo'lib, birinchi navbatda turistlarni qabul qiluvchi va turistlarning tunashga, dam olishga bo'lgan ehtiyojlarini qondiruvchi, murakkab xizmatlarni amalga oshiruvchi eng muxim bo'lagi hisoblanadi. Shuning uchun ham XXI asr turizmida mehmonxonalar biznesida nafaqat xizmatlar assortimentini ko'paytirishga, balki ko'rsatilayotgan xizmatlar sifatini va samaradorligini oshirishga alohida etibor berilmoqda, ya'ni xizmatlarning sifatini va samaradorligini oshirishda yangi-yangi texnologiyalar ishlab chiqilib amaliyotga joriy etilmoqda.

Ammo, takidlash joyizki bugungi kunda mehmonxonalarda turistlarning bo'sh vaqtini mazmunli o'tkazish ya'ni turli xil tomoshalar, animatsion dasturlar tashkil qilish muhim ahamiyatga egaligi mavzumizning **dolzarbligini** belgilab beradi.

Bitiruv malakaviy **ishining maqsadi** "Asia Samarkand" mehmonxonasi faoliyatida turistlarning bo'sh vaqtini mazmunli o'tkazishni tashkil etish yo'llarini ishlab chiqish bo'yicha ilmiy va amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat. Qayd qilingan maqsadlarga erishish uchun quyidagi vazifalar bajarilishi maqsad qilib olingan:

- mehmonxonalarning tarixiy ahamiyati;
- mehmonxonalar rivojlanishining asoschilari;
- mehmonxona xizmatlari va ularning mohiyati;
- "Asia Samarkand" mehmonxonasining tavsifi "
- «Asia Samarkand» mehmonxonasining moliyaviy-iqtisodiy ko'rsatkichlari
- «Asia Samarkand» mehmonxonasida ko'rsatiladigan xizmatlar va turistlar bo'sh vaqtini mazmunli o'tkazish jarayonlari
- mehmonxonalarda milliy kiyimlar ko'rgazmalarini tashkil etish;
- mehmonxonalarda turistlar bo'sh vaqtini mazmunli o'tkazishda milliy an'analardan va urf odatlardan foydalanish;

– mehmonxonalarda turistlar hayot faoliyati xavfsizligini ta'minlash yo'llarini ishlab chiqishdan iboratdir.

**Tadqiqot predmeti.** Iqtisodiyotni modernizatsiya qilish sharoitida mehmonxonalarda turistlar bo'sh vaqtini mazmunli o'tkazish bilan bog'liq bo'lgan ijtimoiy va iqtisodiy munosabatlar tizimidan iborat.

**Tadqiqot ob'ekti.** Tadqiqot ob'ekti bo'lib Samarqand shahrida joylashgan "Asia Samarkand" mehmonxonasi bo'lib hisoblanadi.

**Tadqiqot ishining amaliy ahamiyati.** Bitiruv malakaviy ishida berilgan takliflar amaliy jihatdan "Asia Samarkand" mehmonxonasida turistlar bo'sh vaqtini mazmunli o'tkazish uchun o'zining munosib hissasini qo'shadi.

**Bitiruv malakaviy ishining tarkibiy tuzilishi.** Bitiruv malakaviy ishi kirish, uchta bob, xulosa va foydalanilgan adabiyotlar ro'yxatidan iborat.

## **1-BOB. MEHMONXONA XO‘JALIGINING NAZARIY ASOSLARI**

### **1.1. Mehmonxonalarning tarixiy ahamiyati**

Turizm tarixi bir necha ming yilni qamrab oladi va g‘arb sivilizatsiyasining rivojlanish tarixi bilan bevosita bog‘liq. Sayoxatlar geografiyasi va ularning asosiy maqsadlari, turizmga xizmatlar ko‘rsatuvchi infratuzilmaning xolati – bularning barchasi jamiyat rivojlanish tarixining asosiy bosqichlari bilan belgilangan. O‘z navbatida, mehmondo‘stlik industriyasi korxonalarini, eng avvalo mehmonxonalar va ovqatlanish korxonalarining tadrijiy rivojlanish jarayoni turizm shakllanish jarayonining asosiy bosqichlari hisoblanadi.

Mehmonxonalar tarixi ham turizm tarixiga kabi bir necha ming yillarni o‘z ichiga oladi. Birinchi mehmonxona industriyasi tashkilotlari ya‘ni tavernalar haqida manuskriptlarda antik Gretsiya va Rimda olimlar tomonidan yozib qoldirilgan ma‘lumotlarda ko‘rish mumkin.

Turizmning ilk turlaridan biri eng avvalo savdo-sotiq va mol ayirboshlashning rivojlanishi bilan bog‘liq sayoxatlar bo‘lgan. Aynan amaliy turizm yirik savdo yo‘llari o‘tgan mintaqalar xududida mehmondo‘stlik korxonalarini paydo bo‘lishining bosh sababi xisoblanadi. Mamlakatlar bo‘ylab harakatlar juda uzoq va bir qancha qiyinchiliklar tug‘dirishi sababli ularga boshpana taklif qiluvchi bino ya‘ni taverna va saroylarning kelib chiqishiga turtki bergan.

Biroz vaqt o‘tgach oddiy tavernalar faqatgina sayyohlarning tunashi uchunгина emas, balki gunohlar pritonlari hisoblangan va sayyohlardan farqli o‘laroq u yerga ahloqiy buzuvchi aristokratlar tashrif buyurganlar. Oliy tabaqali kishilar o‘zlarining ko‘ngil xushliklarini o‘tkazadigan joy sifatida qarashgan. O‘sha davrda hokimiyat tepasiga Kaligula kelganida bu tavernalar kechayu-kunduz ishlashgan. Hattoki tavernalarda hashamatli ovqatlanish xonalari ham mavjud bo‘lgan va ularda ko‘p kishilik banketlar o‘tkazilgan, ichimliklar ariqdek oqgan,

oxir oqibat hukumat rimliklarni yegulik va ichimliklarga mablag' sarflashni taqiqlovchi qonun ishlab chiqarishga majbur bo'lgan.

Keyinchalik mazkur yo'llarning yoqasida odamlar to'xtab dam olishlari uchun mo'ljallangan, tuyalar va otlar uchun maxsus qo'ralar bilan jixozlangan karvonsaroylar qurilgan. Bu karvonsaroylar sayyoxlarni yog'ingarchiliklardangina emas, balki qaroqchilar va talonchilardan g'am asrovchi panox bo'lib xizmat qilgan.

Qadim zamonlarda sayoxatlarga turtki beruvchi asosiy motivlar sifatida savdo-sotiqdan tashqari dunyoni o'rganish, o'z sog'lig'ini yaxshilash: ma'danli suv buloqlari joylashgan yerlarga safarlar va ta'lim olish niyatlari amal qilgan. Yunon shaxar-davlatlari (polislar) ravnaq topgan davrda sayoxatchilar muntazam ravishda tashrif buyuradigan markazlar vujudga kelgan. Masalan, Olimpiada o'yinlari o'tkaziladigan davrda Olimpiya shaxri ana shunday markazlardan biriga aylangan. O'yinlarning ishtirokchilari uchun maxsus turar joylar barpo etilgan, mashq o'tkazish uchun joylar tashkil etilgan, maishiy shart-sharoitlar ya'ni xammomlar, ovqatlanish tashkil etilgan, rasm-rusumlarni ado etish uchun sharoit yaratib berilgan.

Miloddan avvalgi I asrga kelib Rim imperiyasida tosh yotqizilgan markaziy yo'llar yoqasida qurilgan davlat karvonsaroylarining keng tarmog'i vujudga kelgan ular xukumat amaldorlari va choparlar uchun mo'ljallangan. Karvonsaroylar bir-biridan otda bir kunlik masofa oralig'ida joylashgan va mijozlarga keng xizmatlar to'plamini taklif qilgan. Qadimgi rimliklarda mehmonxona xo'jaligining muayyan tasnifi mavjud bo'lgan.

Viloyatlarda va Rimning o'zida karvonsaroylarning ikki xili mavjud bo'lgan: ulardan biri (mansionas) faqat patritsiylar, ya'ni oqsuyaklar uchun, ikkinchisi – past tabaqadan bo'lgan fuqarolar, ya'ni plebeylar uchun (stabulyariylar) mo'ljallangan. Quyi tabaqa vakillari uchun mo'ljallangan karvonsaroylar aloxida qulay sharoit bilan ajralib turmagan va qo'shimcha xizmatlar taklif qilmagan, aksariyat sayoxatchilar esa faqat uy egalarining mehmondo'stligiga umid qilishlariga to'g'ri kelgan. Ovqatlanish va dam olish

joylari xam muayyan tabaqalarning vakillariga mo'ljallangan: odatdagi qovoqxonalar faqat oddiy xalq uchun mo'ljallangan, oliy tabaqa vakillari esa jamoat xammomlarida dam olish va ziyofatlar tashkil etishni ma'qul ko'rganlar.

V asrda, Rim imperiyasi qulaganidan so'ng, mehmondo'stlik xizmatlari ko'rsatuvchi korxonalarining rivojlanish tarixida navbatdagi bosqich boshlanadi. Ko'chmanchi qabilalarning bosqinchilik xujumlari antik dunyo kommunikatsiyalar tizimlarining yo'q qilib tashlanishiga olib keladi (tosh yotqizilgan yo'llar ularning birinchi qurboni bo'ladi). Turizm va mehmonxona industriyasining rivojlanishi nuqtai nazaridan, ilk O'rta asrlar davri sayoxatlar sonining qisqarishi va asosiy yo'nalishlar geografiasining o'zgarishi bilan tavsiflanadi; avvalgidek amaliy safarlar, eng avvalo savdo-sotiq va tijorat ishlari bilan bog'liq safarlar va qadamjolarga ziyoratlar yetakchilik qiladi. Bu davrda ziyoratchilar uchun joylashtirish va ovqatlanishning asosiy tashkilotchisi cherkov bo'lgan, monastirlar mehmonlarni tekinga qabul qilgan. Qurollangan soqchilar qurshovida feodallar xam, oliy xokimiyatning davlat maqsadlari va shaxsiy amaliy maqsadlarni ko'zlagan vakillari xam, shoirlar, aktyorlar va xofizlardan iborat daydilarning guruxlari xam, pul topish yoki ilm olish va kasb-kor o'rganish ilinjidagi kishilar xam sayoxatlarga chiqqanlar. Sayyoxlar gurux-gurux bo'lib xarakatlanganlar, chunki ularga qaroqchilarning xujum qilish extimoli ancha kuchli bo'lgan. Yevropada universitetlar soni ko'payishi bilan bo'lg'usi talabalarning sayoxatlari ko'p uchraydigan xodisaga aylandi. Madaniy-ma'rifiy maqsadlarga qaratilgan yoki ko'ngilochar sayoxatlarga kelsak, yo'llarning xolati, transport vositalarining rivojlanish darajasi, o'rta asrlar odamining mentaliteti xamda iqtisodiyot va jamiyatning turmush darajasini tavsiflovchi boshqa ko'plab omillar ularning rivojlanishiga imkoniyat bermagan.

XV–XVI asrlar – Yevropada olamshumul o'zgarishlar yuz bergan davr. Bu o'zgarishlar texnika taraqqiyoti bilan xam, geografik kashfiyotlar bilan xam, inson xayotiga bo'lgan munosabatning qayta ko'rilishi bilan xam bog'liq.

Mazkur omillarning barchasi servis tarmoqlarining rivojlanishiga sezilarli darajada ta'sir ko'rsatdi. XV asr boshiga kelib

Angliyada karvonsaroylar (mazkur muassasalar o'sha payt olti yuztaga yaqin bo'lgan) ishini tartibga soluvchi qonunlar paydo bo'ladi. Xuddi shu davrda Fransiyada karvonsaroylarda to'xtagan kishilar xisobini yuritishning majburiy tartibi joriy etiladi. Angliyada cherkov mulki Genrix VIII tomonidan dunyoviy mulkka aylantirilganidan so'ng sayoxatchilar monastirlarda tekinga vaqtinchalik boshpana topish imkoniyatidan maxrum bo'ladilar, lekin bu xususiy karvonsaroylarning rivojlanishiga turtki beradi. Bundan tashqari, Fransiya, Italiya, Angliya va Ispaniya o'rtasida yo'llar tizimi va pochta aloqasining rivojlanishi (eng avvalo davlat transporti uchun mo'ljallangan) maxsus bekatlar va karvonsaroylar (hozirgi "motellar"ning proobrazlari) paydo bo'lishiga olib keldi. Bu bekatlar va karvonsaroylarda sayoxatchilar to'xtashlari, otlarni almashtirishlari mumkin edi. Sayoxatchilar soni ko'payishi bilan yo'llarning yoqasidagi karvonsaroylar soni xam oshdi. Hozirgi andozalarga muvofiq ularning xammasi o'ta primitiv edi: yotoq (aksariyat xollarda mijozlar bitta katta xona poliga to'shalgan matratslarda uxlardilar) va ovqatlanishdan tashqari, ular pochta jo'natish va olish, otlarga qarash va transport vositalarini ta'mirlash xizmatlarini ko'rsatishlari mumkin edi. Iste'molchilar to'lovga layoqatli talabining o'sishi (o'ziga to'q sayoxatchilar o'z maqomiga muvofiq qulayliklarni talab qilardilar) to'xtash joylarida xizmatlar ko'rsatish sifatining oshishini belgiladi. Endi sayoxat maqsadlari orasida madaniy-ma'rifiy maqsadlarni xam, davolanish maqsadlarini xam (shifobaxsh buloqlar joylashgan yerlarga safarlar) ajratish mumkin edi. XVI asrdan boshlab xaqiqiy kurort korxonalarining ilk loyixalari paydo bo'ladi.

XVI asrda ilk qaxvaxonalar xam paydo bo'ldi, ularning paydo bo'lishi kofe va choy singari qadimgi xushbo'y ichimliklarning tarqalishiga imkon berdi.

XVII asrga kelib o'sha zamon madaniy xayotining o'ziga xos markazlariga aylanadi. 1553 yil Parijda o'z davri uchun noyob muassasa – birdan-bir vazifasi ovqatlantirish bo'lgan Tour d'Argent restorani paydo bo'ladi.



Ayni shu davrga oddiy xalq uchun mo'ljallangan qovoqxonalar xam xos bo'lib, bu yerda umumiy stol atrofida joylashgan xo'randalarga qayd etilgan narxdagi taomlar tortilgan. Qishloqlarda bitta karvonsaroy barcha yo'lovchilarga xizmat ko'rsatgan: o'ziga to'q kishilar aloxida oshxonada yoki o'z xonasida ovqatlanganlar, kambag'allar esa odatda karvonsaroy xo'jayini va uning oila a'zolari bilan umumiy oshxonada tamaddi qilganlar. Talabning o'zgarishi, transport vositalarining rivojlanishi, qatnovlar geografiasining kengayishi va boshqa bir qancha omillar mehmondo'stlik industriyasi korxonalari xizmatlarining taklifida nafaqat miqdor o'zgarishlari, balki sifat o'zgarishlari xam yuz berishiga sabab bo'ldi.

XVII asrga kelib shaxar va qishloqdagi joylashtirish vositalari o'rtasida xizmatlar to'plami bo'yichagina emas, balki narxlar bo'yicha xam farqlar bo'rtib namoyon bo'ladi. Qishloqdagi joylashtirish vositalari orasida karvonsaroylar va qovoqxonalarni ajratish mumkin. Ular odatda tunash uchun joy va nonushta taklif qilganlar. Shaxarda asosiy joylashtirish vositalari mebel bilan jixozlangan xonalar, pansionlar va mehmonxonalar bo'lgan. Ularda mijozlar uchun barcha qulayliklar yaratilgan va to'laqonli xizmat ko'rsatish tashkil etilgan.

XVIII asrga kelib mehmonxona industriyasi tarixida birinchi marta **“Mehmonxona”** so'zi paydo bo'ldi. Fransiyada dastlabki mehmonxonalar **“ko'p xonali bino”** deb atalgan. Undagi xonalar bir oyga, bir yilga, xatto bir kunga ijaraga berilgan. Tez orada bu atama Amerikada ham keng tarqalgan. U yerda ko'pchilik tavernalar “mehmonxona” deb atala boshlagan. Bu egalarning fikricha, ularga yevropacha ko'rk bag'ishlagan AQSH mehmonxonalarini tehnik jihatdan jixozlash sohasida ko'pchilik yangiliklarning vatani deb xisoblanadi. Mehmonxonalarga bo'lgan extiyoj bu mamlakatda emigrantlar, yani boshqa mamlakatlardan doimiy yashash uchun kelgan aholining bir qismi to'xtovsiz oqib kelishi bois juda katta bo'lgan. Ularda vaqtincha joylashishga zarurat sezgani tufayli mehmonxona biznesining gullab yashnashiga, unga bo'lgan talabning oshib borishiga olib keldi.

XIX asr oxiriga kelib yirik shaxarlarda zamonaviy qulayliklar: kanalizatsiya, issiq suv ta'minoti, markaziy isitish sistemasi, ko'targich mashinalar (liftlarning probrazlari), nomerlarda elektr toki va xokazolar mavjud bo'lgan ko'p qavatli mehmonxonalar paydo bo'ladi. Bunday mehmonxonalar qatoriga 1794-yil AQSHda birinchi marotaba ochilgan 70 xonadan iborat "City Hotel" mehmonxonasi edi. 1829-yilga kelib, Boston shaxrida 170 xonali "Tremont" mehmonxonasi ochildi.

AQSHda bu o'sha davrning birinchi klassli mehmonxonasi edi. U daxlizlar, registratsiya bo'limiga ega edi. Nomerlarning eshiklari qulflanar va xatto mehmonlar uchun bepul sovunlar bilan taminlangandi.

Navbatdagi mehmonxona 1862 yilda ochilgan Parij "Grand oteli". Mazkur mehmonxonaning texnik jixozlanishi va bezaklari o'z miqyosiga ko'ra Yevropada yagona edi.

Grand otelga tashrif buyurgan har bir mijoz xashamatli zal va unda yaratilgan fantaziya hamda yaratilgan o'ta qulay darajadagi xizmatlar o'sha davrdagi mijozlarning har birini lol etardi.

Mehmonxonalarning Yevropada qabul qilingan birinchi rasmiy tasnifi ularni uch guruxga ajratadi:

**grand-otellar** – xashamatli intererdan tashqari, yuqori malakali xodimlar tomonidan ko'rsatiladigan xizmatlarni, tansiq taomlardan iborat ovqatlanish xizmatlari va xokazolarni taklif qiladilar, o'z obro'sini ular yillar mobaynida orttirganlar;

**kurort mehmonxonalari** – ma'danli suv buloqlariga safar qilish an'anasi avval davolash markazlari paydo bo'lishiga olib keladi, mazkur 18 muassasalar asta-sekin turli xil ko'ngilochar tadbirlar: raqs oqshomlari, karnavallar, qimorxonalar va xokazolarni o'z ichiga olgan kurort markazlariga aylanadilar;

**tranzit mehmonxonalar** – bular qadimgi karvonsaroylar va traktirlarning o'ziga xos "avlodlari" xisoblanadilar, aloxida qulayliklar va xizmatlar ko'rsatish narxining balandligi bilan tavsiflanmaydilar. Mazkur muassasalar

xozirgi zamon mehmonxonalar industriyasiga xos bo'lgan xizmat ko'rsatish standartlari uchun asos bo'lgan.

Keyinchalik 1898 yil Londonda "Savoy" mehmonxonasi ochiladi. Uning boshqaruvchisi Sezar Ritts va bosh oshpazi Ogyust Eskoffe restoranlarni tashkil etish borasida chinakam inqilob yasaydilar va mazkur mehmonxonadagi tushliklar dunyoviy turmush tarzining o'ziga xos timsoliga aylanadi. Mazkur mehmonxonaning yaratilgan qulayliklari ham zamonasining eng oldi mehmonxonasi bo'lgan.

XX asr boshida Yevropa mehmonxonalar industriyasida yuz bergan o'zgarishlar jamiyatdagi o'zgarishlar bilan bog'liq: xayot maromi jadallashadi (xarakatlanish vositalarining takomillashtirilishi, radio, telefon aloqasi paydo bo'lishi, elektr yoritish keng tarqalishi natijasida), jamiyatda ijtimoiy qayta qurish amalga oshiriladi – demokratiyalashtirish yo'liga o'tiladi (1936 yildan boshlab Fransiya xukumati xaq to'lanadigan yillik mehnat ta'tillarini joriy etadi, 1950-yillarning boshida g'arb mamlakatlari axolisi uchun bu me'yorga aylanadi); bularning barchasi standartlashtirilgan, ya'ni barcha qulayliklarni o'z ichiga olgan, lekin uncha qimmat bo'lmagan xizmatlarga talabning kuchayishiga olib keladi.

Eng yangi tarixning boshlanishi Yevropa mehmonxonalar uchun "oltin asr"ga aylandi va XX asrning 60-yillari boshidan 80-yillarning oxirigacha davom etdi. Bu joylashtirish vositalari keng miqyosda qurilgan va ularning yuklanishi yuksak darajaga ko'tarilgan davr bo'ldi. Mazkur xodisaning asosiy sabablari orasida Ikkinchi jaxon urushidan keyin yuz bergan demografik portlash, g'arb mamlakatlarida turizm iqtisodiyotning yetakchi tarmoqlaridan biri sifatida rivojlanishi va mazkur mamlakatlarning ijtimoiy soxadagi siyosatini qayd etish mumkin. 1960 yildan O'rta Yer dengizi bo'yidagi kurortlarda, tez orada esa – Skandinaviya mamlakatlarida xam yangi mehmonxonalar qurilishi boshlanadi. 1970-yillardan biznes-otellar qurilishi faol tus oladi va bu biznes-safarlar soni ko'payishi bilan belgilanadi.

“Oltin asr” davrida boshqaruv nazariyasi xarajatlarni qisqartirish va xizmatlar sifatini oshirish bilan bog’liq masalalarni chetga surib qo’yadi, asosiy e’tiborni narxlarga qaratadi. O’sha davr Yevropaning deyarli barcha mamlakatlari iqtisodiyotiga xos bo’lgan omil – inflyatsiya ko’chmas mulk qiymatini ko’paytirar, mehmonxonalar esa turmush darajasining o’sishiga muvofiq ravishda mehmonxonada yashash narxlarini oshirar edi. Bularning barchasi mehmonxona biznesiga mablag’lar kiritgan investorlarga daromad olish imkoniyatini berardi. Ammo xukumatlar inflyatsiyaga qarshi olib borgan siyosat kapitallarni ishga solish soxalarida o’zgarishlar yuz berishiga olib keladi: endilikda ko’chmas mulk qurilishiga mablag’lar kiritish avvalgidek foydali emas. Yangi iqtisodiy vaziyat mehmonxonalarning menejerlarini korxonalarni rivojlantirishning ekstensiv yo’lidan voz kechish va daromad olish uchun intensiv yo’ldan foydalanishga majbur qiladi. Ya’ni rentabellikni ta’minlash yo’li sifatidagi mehmonxonada yashash narxlarini oshirish o’rnini mehmonxonaning ish samaradorligi o’sishini ta’minlash zaruriyati egallaydi. Mehmonxonalar industriyasi 1980-yillarning oxirida amalda duch kelgan qiyinchiliklar samaradorlikni oshirishning yangicha usullaridan foydalanishni talab qildi. Mazkur usullar orasida iste’molchilar talabini kuchaytirishga qaratilgan texnik usullarni va boshqaruv yangi shakllarini amalga joriy etishga asoslangan tashkiliy-boshqaruv usullarini qayd etish mumkin.

Franchayzing va kontrakt mehmonxona biznesida boshqaruvning ayniqsa keng tarqalgan shakllari xisoblanadi, lekin ular Yevropadan xam ko’ra ko’proq Shimoliy Amerikada keng qo’llaniladi.

Shunday qilib XIX-XX asrlar chegarasida mehmondo’sstlik sanoati muhim tarmoqqa aylandi. Mehmonxona birlashmalari, sindikatlar, aksiyadorlik jamiyatlari, korporatsiyalar mehmonxonalar qurish, kadrlar tayyorlash, narxlarni belgilash masalalari bilan shug’ullana boshladi. XX asr boshida faoliyat ko’rsatgan bunday uyushmalar orasida London mehmonxonalar sohiblari sindikati, Fransiya «Mehmonxona sohiblari uyushmasi»ni qayd etish mumkin. 1906 yilda

jahonning turli mamlakatlarida joylashgan 1700 mehmonxonani birlashtirgan Mehmonxonalar sohiblari xalqaro uyushmasi tashkil topdi.

### **1.1. Mehmonxonalar rivojlanishining asoschilari**

Mehmonxonada uning o'sishi va rivojlanishiga katta ahamiyat kasb etadigan qo'yilmalar kiritgan ko'p shaxslar bo'lgan. Ular orasida eng ko'p mashhurlaridan XIX asr oxirida va XX asr boshlarining industriya asoschilari bo'lgan Ellsuort Statler, Konrad Xilton, Ernest Xenderson, Xouard Djonson va Dj. Uillard (Bill) Marriottlar bordir. Shular qatoridan Sezar Rits ismi ham o'rin egallagan.

*Ellsuort Statler (1963-1928)* yangiliklari hozirgi kunga qadar mehmonhona ishlarida muhim ahamiyatga ega. Uning kiritgan yangiliklari mehmonxonaga kelgan mijozlarga qulayliklar va yoqimli sharoitlarni taklif qilgan.

U 1908-yilda Buffaloda o'zining yangi tipdagi mehmonxonasini ochdi. Bu mehmonxonada o'rta sinflarga mo'ljallangan bo'lib, umumiy vannalardan yiroqlashgan holda, har bir nomerlarda vannaxonalar mavjud bo'lgan.

Avvaliga arxitektor Statlerni bu g'oyadan qaytarmoqchi bo'ladi chunki moliyaviy jixatdan ko'p mablag' sarflashiga to'g'ri kelgan. Ammo Statler o'z fikrini o'zgartirmaydi va aksincha arzonroq variant o'ylab topadi yani vannani ikkita qo'shni nomer yoniga joylashtirish va uning orasida issiq suv uchun truba hamda elektr simlari uchun shaxta o'rnatishgan.

Bundan tashqari Statler tufayli mehmonxonada nomerida katta ko'zgu, karovat ustiga lampochka, eshik yonida o'chirib-yoqqich va telefon o'rnatilgan. U telefon apparatining joriy qilishining sababi, har bir mehmon ovqatni nomerga telefon qo'ng'irog'i orqali buyurtma qilishlari mumkin.

U mehmonxonada xodimlari uchun yagona bichimdagi maxsus libosni joriy etdi. Qurilish paytida santexnika quvurlarini umumlashtirish bahonasida xonalarni juft-juft, bir biriga mos joylashtirishni taklif qildiki natijada qurilish xarajatlari tejab qolindi.

Shu o'rinda Statler mehmonxona xizmatchilariga yo'naltirilgan marketingi ham shaxsan uning siyosati hisoblanadi. Statler mehmonxonasi xizmatchilari haqida g'amxo'rlik qilar ekan tushunardiki ularda o'zining firmasiga g'urur uyg'otish, va mehmonlarga sifatli xizmat ko'rsatish darajasini oshiradi. Statler shunday tizim ishlab chiqdiki uning xizmatchilari mehmonxonadan foyda olishda qatnashishadi va bu o'sha zamon uchun juda katta ahamiyatga ega edi. Statlarning mijozlar bilan munosabatga kirishishi "Statler xizmatchisining kodeksi"da aks etgan.

*Statler xizmatchisining kodeksiesa quyidagicha edi:*

"Har qanday darajali mehmonxona uchun mijozlarga yaxshi xizmat ko'rsatish uning bosh va asosiy maqsadi hisoblanadi. Statler mehmonxonasi elon qiladiki uning asosiy vazifasidan kelib chiqqan holda mijozlarga boshqa mehmonxonalarga nisbatan yaxshiroq xizmat ko'rsatish, shunday qilki har bir mijoz xizmatdagi farqni sezsin. Biz shunday xizmat ko'rsatishimiz kerakki boshqa hech bir mehmonxona bunday xizmat ko'rsataolmasin. Mijozlarga hech qachon qo'pollik qilma. Mijozning pulidan senga ham menga ham oylik to'lanadi. U bizning boquvchimiz.

Mehmonxonadagi xizmat ko'rsatish har bir alohida mijozga har bir xizmatchining g'amxo'rlik, muloyim momilasidan iborat.

Statlarning maqsadi mijozlarga dunyodagi eng yaxshi xizmat ko'rsatish, xech bir xizmatchi mijozning talabini rad etish man etiladi. Statler mehmonhonasida gap qaytarishga o'rin bo'lmasligi lozim. Har qanday mijoz va xizmatchi o'rtasida yuzaga kelgan tushunmovchiliklarda xizmatchi har doim noxaq.

Har qanday Statler xizmatchisi choypuli olmasligidan qatiy nazar mijozga jon dilidan kerakli xizmatlarni ko'rsatishi lozim.

Bunday talab etilgan xizmatni ko'rsataolmagan xizmatchi Statlarning standartiga to'g'ri kelmaydi"deyilgan.

Mehmonxona sanoatining rivojlanishiga o'zining munosib hissasini qo'shgan shaxslardan biri bu Sezar Rits hisoblanadi. U o'z zamonasining afsonaviy shaxsidir. Mehmonxona industriyasining boshqa asoschilarni ko'pchiligi kabi u

ham eng pastki pog'onadan boshlagan va jonkuyarlik bilan mehnat qilishi evaziga, mehmonxona biznesini sirlarini juda tez o'rganib kasbning eng yuqori cho'qqilariga chiqdi. O'z ish tajribasini u 15 yoshidan mehmonxona boshqaruvchisining shogirdi sifatida boshlagan. 19 yoshidayoq uning o'zi Parij restoranchalaridan birini boshqarardi, lekin negadir bu ishni birdaniga tashlab ketdi va mashhur Voisin restoraniga ofitsiant yordamchisi bo'lib joylashdi. Bu yerda u boy va mashhurlarning didlariga ma'qul bo'lish sa'natini o'rgandi. Juda qisqa vaqt ichida u doimiy mijozlar to'g'risida hamma narsani eslab qoldi jumladan, ular nimani yaxshi ko'radi va nimani yoqtirmaydi va ular har doim ularga u xizmat qilishini talab qilardilar.

22 yoshida Rits Lyurensdagi (Shveysariya), o'zi tufayli shaharni eng orbo'li mehmonxonasi bo'lgan Grand National Hotel ning boshqaruvchisi bo'ladi.

Ritsning o'ziga tortuvchiligi va kashfiyotchiligi eng tanlangan mijozlarni tez jalb qilishga unga imkoniyat berdi. 11yillik muvaffaqiyatli ish faoliyatidan keyin u o'ziga tortuvchi taklifni–yaqindagina Londonda ochilgan, lekin ishlari hali uncha yaxshi ketmayotgan Savoy Hotel tomonidan tushgan, qabul qilishga tavakkal qildi. Shunday qilib 38 yoshli Sezar Rits dunyodagi eng mashhur feshenebl otellardan birining boshqaruvchisi bo'ldi.

Va yana bir bor uning o'ziga tortuvchanligi va qobiliyatlari ommada munosib taassurot qoldirdi. Eng avvalo u o'z otelini yuqori jamoaning madaniyat markazi qildi. Uning bosh-oshpazi –Agyust Eskofe bilan birga u eng ajoyib yevropa taomlarini tayyorlay oladigan, shuningdek restoranda shu taomlarga mos keluvchi muhit yarata oladigan jamoani tuzdi. U shunday bir a'nana kiritdi, unga ko'ra mijozlar faqat kechki liboslarda kelishardi, restoranga eng yaxshi cholg'u asbobli orkestrlarni taklif qilardi va umuman har xil maxsus jihozlar uchun mablag' ayammasdi. Bir kuni u suzib yuruvchi restoran atrofida haqiqiy Venesiyani – neapolitanlarning qo'shiqlarini kuylovchi gondollari va gondolerlari bilan tashkil qildi. Ritts yashagan zamonda orkestr Shtraus musiqasini ijro etardi. Restorandagi musiqa ovqatlanish jarayonini uzaytirdi va ichimliklardan keladigan daromadni oshirdi.

Bundan tashqari Ritts otel restoranini yoritadigan vositalar bilan bog'liq tajribalar o'tkazgan. Bu urinishi bilan xonimlar zeb-ziynatlarini yorug'likda «o'ynoqlab jilolanishi»ga erishgan, bunda maneken sifatida o'z xotinidan foydalangan.

Rits omma bilan aloqa qila bilish boshqaruvchining eng kerakli sifatlaridan deb hisoblardi. Uning odamlarga va ularni hohishlariga bo'lgan e'tiborliliigi menejer sa'natini yangi pog'onaga olib chiqdi. Va shu paytgacha Rits nomi mehmonxona biznesida bashanglik va nozik didlik sinonimi hisoblanadi. U ishga butunlay, kuchini ayamadan berilardi va 52 yoshida kuchli asab taranglashuvini boshidan kechirdi, undan keyin u o'zini tiklay olmadi.

Statler va Rits kabi Konrad Xilton ham mehmonxona sanoatining rivojlanishiga juda katta hissa qo'shgan.

Konrad Nikolson Xilton 1887-yil 25-dekabrda Nyu-Meksiko shtatida tug'ildi. U bakaleya boshqaruvchisi Avgust va uni rafiqasi Mari oilasida sakkizinchi farzand bo'lib tug'ildi. Ularning mo'jazgina do'koni bo'lib, oilaning xayot faoliyati shu do'kon bilan o'tar edi.

Usha davrda mamlakatdagi iqtisodiy krizs Avgust Xiltonning magazinini ham chetlab o'tmadi, tushum qisqardi. Yomon kunlar keldi. Xatto oila yegulik ovqatidan ham iqtisot qilishiga to'g'ri keldi. Ammo Xilton oilasi bu krizsni yengib o'tish yo'lini topdi ya'ni ular yashab turgan shaxsiy uyining bir necha xonasini ijaraga berishga qaror qilishdi. Mijozlarni yigirma yoshli Konrad qidirdi.

Xiltonlar 1\$ ( bir dollar) evaziga toza choyshab, kechki ovqat va nonushta taklif qilardi. Shu bois Xiltonlar depressiyani sog' salomat boshidan o'tkazishdi.

1908-yil Xilton Nyu-Meksikodagi xarbiy institutga o'qishga kirdi va tog' injineri kasbini egalladi. Lekin u haqida unitishiga to'g'ri keldi va oilaviy biznesda otasiga yordam berdi.

1917-yil AQSH birinchi jahon urishiga kirdi. Konrad ko'ngilli bo'lib armiyaga ketdi va urush oxiri 1918-yilgacha xizmat qildi. Konrad armiyada vaqtida uning otasi avtohalokatda xalok bo'ldi. Xilton o'zining mustaqil xayotini boshlashga to'g'ri keldi.



1919 yilning iyunida Texas shtatidagi Sisko shahriga 31 yoshli Konrad Xilton tashrif buyuradi. U bir yil ilgari bank ochgan va inqirozga uchragandi. Cho‘ntagida 5000 dollar puli bo‘lgan Konrad yangi bank ochish yoki birorta bankni sotib olish uchun kelgandi. Ammo tez orada uning rejasi o‘zgarib ketdi. Xilton kechki payt mahalliy Mobley mehmonxonasiga keldi. Omadsiz bankirni bo‘sh xona uchun bir-birlari bilan janjallashayotgan odamlar hayron qoldirdi. "Buncha mijoz har qanday tijoratchining orzusi-ku" degan fikrga keldi Xilton. Mehmonxona egasining esa g‘alvaga toqati yo‘qligi va mehmonxonani sotmoqchi ekanligi ma’lum bo‘lgach, Xilton bank ochish fikridan voz kechdi va zudlik bilan mehmonxonani sotib oldi. Oradan olti yil o‘tgach, u Dallasda o‘z nomi bilan ataluvchi Dallas Hilton mehmonxonasini ochdi. Hozirda esa Hilton mehmonxonalar tarmog‘i dunyoning deyarli barcha mamlakatlarida hashamatli mehmonxonalar qurishga erishgan.

## **2-BOB. “ASIA SAMARKAND” MEHMONXONASI FAOLIYATI VA UNDA KO‘RSATILAYOTGAN XIZMATLAR HOLATI**

### **2.1. “Asia Samarkand” mehmonxonasining tavsifi**

“Asia Samarkand” mehmonxonasi 2008 yil ochilgan bo‘lib, 4\* darajaga ega. Alohida eksteriyer va interiyer va landshaft dizaynlariga e‘tibor berilgan hamda joylashishi eski shahar Registon maydonidan 300 metr uzoqlikda joylashgan.

MCHJ «Hotel Asia Samarkand» mehmonxonasining faoliyat turlariga quyidagilar kiradi:

- mehmonxona komplekslarini qurish va aholiga mehmonxona xizmatlarini ko‘rsatish;
- turizm shuningdek halqaro tizimni tashkil etish va rivojlantirish;
- ulgurji, chakana, tijorat, vositachilik savdosi va boshqalarni tashkil etish;
- umumiy ovqatlanish korxonalarini kafe, bar va restoranlarni ochishni tashkil etish;
- O‘zbekiston Respublikasi va undan tashqarida yarmarka va ko‘rgazmalar Kim oshdi savdolari, tanlovlar va boshqa savdolarini tashkil qilish va ularda qatnashish;
- Litsenziya bo‘yicha bajarilishi kerak bo‘lgan faoliyat turlarini amalga oshirish uchun KK zarur bo‘lgan litsenziyani amalga oshirishga majbur va boshqa faoliyatlar bilan ham shug‘ullanadi.

MCHJ «Hotel Asia Samarkand» mehmonxonasining faoliyatini ta‘minlash uchun uni ruyxatga olish vaqtida ta‘sischilar tomonidan kiritilgan ulushlari hisobiga miqdori 314.953,20 AQSH dollarriga teng bo‘lgan nizom fondi tuziladi.

MCHJ «Hotel Asia Samarkand» Qo‘shma korxoansi tarkibida yagona 2ta firma faoliyat olib boradi. Ular MCHJ «Food Servis Samarkand» CHP «Samarkand Zolushka Servis» korxonalarini hisoblanadi. Bu firmalar mehmonxona faoliyatida xizmatlarni ko‘rsatishda bevosita ishtirok etadi.

Ma'lumki mehmonxona o'z faoliyati davomida turli xil korxonalar, turfirmalar, turagentlar bilan shartnomalar tuzgan holda faoliyat olib boradi. Mehmonxona faoliyatida shartnomalar 2 xil ko'rinishda tuziladi. Bunda mehmonxona mehmonlarni joylashtirish bilan bog'liq shartnomalar imzolasa, MCHJ «Food Servis Samarkand» korxonasi turistlarni ovqatlantirish bilan bog'liq bo'lgan shartnomalarni tuzishni amalga oshiradi.

Mehmonxonada, 2 ta koferens – zal, tungi bar, yozgi bar, sauna, massaj xonasi sport bilan shug'ulanish xonalarini faoliyati ko'rsatishi ham mehmonlarni o'ziga jalb qiladi. Mehmonxona 85 xona (nomer)lardan iborat.

Xonalarda:

- Konditsioner;
- Telefon;
- Televizor (sputnik kabellari ulangan);
- Mini-bar;
- Vanna va dush xonalari;
- Fen;

**“Asia Samarkand”** mehmonxonasi Samarqand shahar, Qo'shxovuz ko'chasi 50 uyda joylashgan.

Mehmonxona o'z ish faoliyatini 2008 yildan boshlagan bo'lib **“Asia Samarkand”** mas'uliyati cheklangan jamiyati shaklidagi korxonaga bo'lib tashkil etilgan.

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

Nomerlarning umumiy soni 85 ta, shulardan:

- 3 ta bir kishilik (Single);
- 1 ta lyuks (Lux);

- 3 ta juft kishilik (Double);
- 78 ta ikki kishilik (Twin) nomerlar bo‘ladi.

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

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

Mehmonxonada asosan mavsumiy rejalar tuziladi. Marketologlar marketing tadqiqotlari o‘tkazib turishadi. Mavsum bo‘lmagan vaqtlarda marketologlar marketing tadqiqotlari o‘tkazishadi va mijozlarni iloji boricha ko‘proq jalb etishga harakat qilishadi.

Mehmonxona bir kunda 160 dan ortiq mijozlarga xizmat ko‘rsatishga mo‘ljallangan. Bu faqatgina nomerlar xizmati bo‘lib, restoran (150 kishi), konferens zal (100 kishi), diplomatik muzokoralar xonasi (40 kishi), yozgi restoran 50 kishi, tungi bar 40 kishi, sauna va bar xizmatlari ham ko‘rsatilishini hisobga olib, bir sutkada 220 ga yaqin mehmonga xizmat ko‘rsatish mumkin.

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

Mehmonxona xo‘jaligida xizmatlar ko‘rsatishning to‘g‘ri tashkil etilganligi mehmonxona faoliyatida samaradorlikka erishishning eng muhim omili bo‘lib hisoblanadi.

Ma’lumki mehmonxonada joylashtirish xizmatidan tashqari boshqa xizmatlar majmuidan ham keng foydalaniladi.

Shuningdek «Hotel Asia Samarkand» KK da ham joylashtirish xizmati eng muhim boʻlgan xizmat turidir. Mehmonxonada oʻz faoliyatini 2008-yildan boshlagan boʻlishiga qaramasdan turistlarni qabul qilish va joylashtirish xizmatlarini koʻrsatishdan to hozirgi kunlarga qadar yuqori samaraga erishib kelinmoqda.

Mehmonxonada tarkibi turistlarni joylashtirishga moʻljallangan 85 ta nomerlar fondi ajratilgan boʻlib ulardan 1 tasi lyuks xona, qolganlari esa standartlashtirilgan qulaylikka ega boʻlgan nomerlar boʻlib hisoblanadi. Mehmonxonada bu koʻrsatkich 2011 – yildan boshlab amal qiladi. Mehmonxonada tashkil etilgandan boshlab 2011 – yilga qadar mehmonxonada nomerlari fondi 69 tani tashkil etgan. Ulardan 60 tasi standart nomerlar. 8 tasi Suite xonalar va faqat bittasi lyuks xona boʻlgan. Hozirgi kunga kelib mehmonxonada nomerlar fondi sigʻim 110 kishini tashkil qiladi.

MCHJ «Hotel Asia Samarkand» mehmonxonasi faoliyatida nomerlar narxlari amaldagi taʼriflarga muvofiq amalga oshiriladi, qoʻyidagicha:

- bir oʻrinli nomer – ichki turistlar uchun 50 ming soʻmni va tashqi turistlar uchun 55 dollarni:
- ikki oʻrinli nomer – ichki turistlar uchun 70 ming soʻmni, tashqi turistlar uchun esa 80 dollarni:
- lyuks nomer – mahalliy turistlar uchun 100 ming soʻmni xorijiy turistlar uchun 100 dollarni tashkil etadi.

Mehmonxonada koʻrsatiladigan boshqa bir qoʻshimcha xizmatlar nomerlar narxiga bevosita kiritiladi.

Registratsiya (qayd qilish) hujjatlarini rasmiylashtirish va mehmonlarni joylashtirish – mehmonxonaga kelgan turistga eʼtibor qaratiladi. Mehmonxonada administratorlari tomonidan turistlar mehmonxonaga turfirma orqali tashrif buyurgan boʻlsa, turistlar bilan birga kelgan turistik guruh rahbaridan Viza urilgan turistlar roʻyxati hujjatini qabul qilib oladi.

Vizasi bor turistlar roʻyxati hujjatida qoʻyidagi maʼlumotlar keltiriladi: turfirma nomi, manzili, telefon va faks raqamlari, turistlarning qaysi kunlarda mehmonxonada boʻlishi koʻrsatiladi. Undan tashqari turistlar roʻyxati keltiriladi.

Bundan turistlar ismi familiyalari, tug‘ilgan yil sanalari, millati, pasport seriyalari va boshqa ma’lumotlar aks ettiriladi.

Jumladan Viza ro‘yxatga olish uchun qo‘yidagi ma’lumotlar mavjud bo‘ladi Viza turi-nomeri, qaysi sonlarda amal qilish, turistlarning istiqomat muddati va boshqa ma’lumotlar.

Turistlar guruhi ma’lumotlari shu tariqa «Qayd qilish» daftariga kiritilib qo‘yiladi va kompyuterdagi «In House» deb nomlangan o‘sha kungi ma’lumotlar hujjatiga kiritiladi.

Mehmonxonada turistlarni ro‘yxatdan o‘tkazish nihoyasiga yetgach, mehmonlarning pasport hujjatlari yoki Viza urilgan turistlar ro‘yxati hujjatiga mehmonlarning mehmonxonada ro‘yxatdan o‘tganligi to‘g‘risidagi mehmonxona muhri qo‘yilgan qog‘ozga yopishitirib qo‘yiladi. Bunda turistlarning qayd qilingan raqamlari, mehmonxonada qaysi sanada kelib qaysi sanada mehmonxonadan ketishi pasport seriya yoki Viza raqamlari hamda administrator belgisi qo‘yiladi. Shunday qilib turistik guruh, ro‘yxatga olinishi tugatiladi. Agar turistlar mehmonxonaga yakka tarzda – “Wolk In” tashrif buyursalar faqatgina turistlardan shaxsini tasdiqlovchi hujjat qabul qilinadi va shu tarzda ro‘yxatdan o‘tkaziladi.

Mehmonxonada turistlarni ro‘yxatdan o‘tkazish paytida yuqorida aytib o‘tilgan ma’lumotlarga alohida e’tibor qaratiladi.

Mehmonlar ro‘yxatdan o‘tkazilgunga qadar mehmonlarga administrator tomonidan belgilangan xonalar kaliti taqdim etiladi. Shvesarlar tomonidan turistlar yuklari belgilangan xonalarga kiritiladi.

Mehmonlarga taqdim etilgan xona nomerlari «Rooming List» deb ataluvchi hujjatga kiritib qo‘yiladi. «Rooming List» da quyidagi ma’lumotlar keltiriladi. Yuborgan turfirma faks raqami, va sanasi, turfirma nomi, manzili, mehmonxona nomi, turistlarning mehmonxonaga qaysi sanada kelib qaysi sanada mehmonxonadan ketishi, nomer turlari ya’ni, «Single», «Double», «Twin» va boshqalar aks ettiriladi.

Ayniqsa bu hujjat turistlarga xizmat ko‘rsatish tizimini oshirishga ya’ni qabul qilish xizmatini ko‘rsatishni tezlashtirishga, administratorlar ishini

osonlashtirishga, turfirmalar va mehmonxona o'rtasidagi hamkorlikni yaxshilashga hamda mehmonxona faoliyatida samaradorlikni oshirishga xizmat qiladi va shu turdagi hujjatlar sirasiga kiradi. Mehmonxona faoliyatida bu hujjat «Rooming List» dan keng foydalanadi.

MCHJ «Hotel Asia Samarkand» KK qo'yida turfirmalar Bilan bevosita hamkorlikda faoliyat yuritmoqda.

1. MCHJ «Shodlik Hotel Uzbekistan»
2. MCHJ «Elita Tours International»
3. MCHJ «Welkome Continient»
4. MCHJ «Asia Advantiers»
5. MCHJ «Olimpic Turservis»
6. MCHJ «Soga Tour»
7. MCHJ «Alijon»
8. MCHJ «Karavan travel»
9. MCHJ «Raxana Tour»
10. MCHJ «Aba sayyoh tour »
11. MCHJ « Avrud Travel»
12. MCHJ «UzIntur»
13. MCHJ «Farg`ona vodiy sayyoh»
14. MCHJ «Shaxrizoda Travel»
15. Donopec Travel Servis
- 16.«Oxus Travel»
- 17.MCHJ « Novatours Silk Rood»
18. «Shosh Kontakt travel»
- 19.MCHJ «Marko Polo Cat»
20. MCHJ «Int-Vest Global Trade»

Yuqorida keltirib o'tilgan turfirmalar mehmonxonaning asosiy hamkor turfirmalari hisoblanadi.

## 2.2. «Hotel Asia Samarkand» mehmonxonasining moliyaviy-iqtisodiy ko‘rsatkichlari

Hozirgi kunda «O‘zbekturizm» milliy kompaniyasining Samarqand filiali hamda hukumatimiz tomonidan amalga oshirilayotgan bir qator tadbirlar natijasida Samarqand viloyatida yildan – yilga kirib kelayotgan turistlar soni oshib bormoqda. Jumladan bevosita “Asia Samarkand” mehmonxonasiga tashrif buyurayotgan turistlar sonida ham yildan yilga ijobiy o‘zgarishlar kuzatilmoqda (1– jadval).

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Jami xizmat ko‘rsatilgan turistlar soni</b>	22 640	20 010	23 110	22 150	23 108	23 905
<b>Shu jumladan</b>						
<b>O‘zbekiston fuqorolari</b>	5490	4285	6950	6859	7140	6980
<b>Xorijlik fuqorolar</b>	17 150	15 725	16 160	15 291	16 040	16 925

1-jadval. “Asia Samarkand” mehmonxonasi tomonidan xizmat ko‘rsatilayotgan turistlar sonidagi o‘zgarishlar<sup>1</sup>

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

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

<sup>1</sup> “Asia Samarkand” mehmonxonasi ma’lumotlari asosida tuzildi



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

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

**“Asia Samarkand”** mehmonxonasi katta turdagi joylashtirish korxonasi bo'lgani sababli uning personali 66 kishidan ya'ni direktor, restoran direktori, bosh hisobchi, buxgalter, kassir, menejer, administrator, oshpazlar, haydovchi, va boshqa bir qator qo'shimcha va mavsumiy ishchilardan tashkil topgan (2 – jadval)

2-jadval

**“Asia Samarkand” mehmonxonasining 2013 yil shtatlar jadvali<sup>2</sup>**

	Tuzilmaviy bo'limlar nomi	Shtatlar soni
1	Direktor	1
2	Menejer	1
3	Restoran direktori	1
4	Bosh hisobchi	1
5	Administrator	3
6	Kassir	1
7	Buxgalter	3
8	Oshpaz	5
9	Xaydovchi	2
10	Shveysar	3
11	Elektrik	2
12	Qoravul	2
13	Hovli supuruvchi	2
14	Farrosh	2
15	Xona tozalovchi	13

<sup>2</sup> “Hotel Asia Samarkand” mehmonxonasi ma'lumotlari

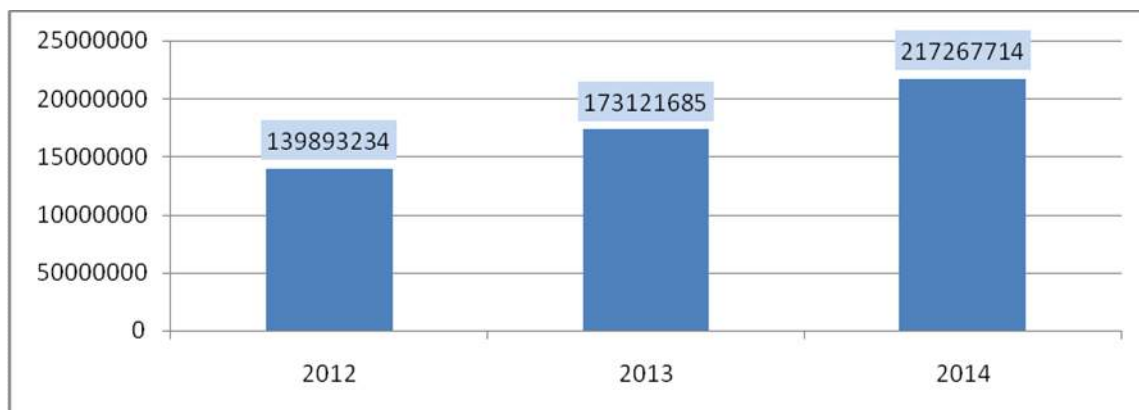
16	Ofitsant	6
17	Barmen	2
18	Idish yuvuvchi	3
19	Salat qiluvchi	2
20	Konditer	2
21	Kir yuvuvchi	3
22	Mexanik	3
23	Bog‘bon	1
24	Sauna, basseyn xizmatchisi	1
25	Ombor mudiri	1

Yuqoridagi jadvalda keltirilgan xodimlarga mehmonxona tomonidan yetarli darajada maoshlar tayinlangan va doyimiy ravishda oshirilib borilmoqda.

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

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

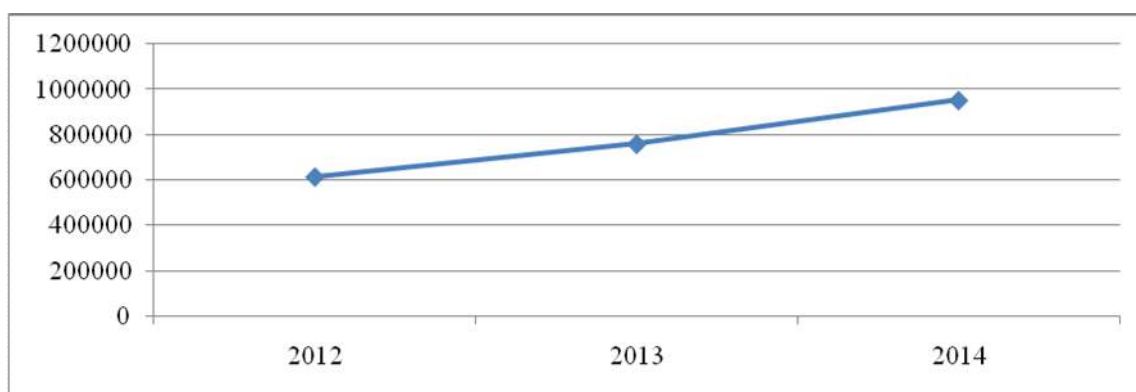
Quyidagi 1-2-rasmlarga e‘tibor berar ekanmiz unda mehmonxona xodimlarining ish haqqi shuningdek, o‘rtacha ish haqqi miqdori doyimiy o‘shish darajasiga ega.



1-rasm. **2012-2013 yillardagi ish haqqi tahlili va 2014 yilgi prognoz ko'rsatkichi**<sup>3</sup>

1-rasm ma'lumotlariga e'tibor beradigan bo'lsak, mehmonxona xodimlari ish haqqi doyimiy ravishda oshib borgan. Jumladan 2013 yilda 2012 yilga nisbatan umumiy ish haqqi miqdori 24 % ga oshgan va 2014 yilda esa yana 25 % ga oshirish prognoz qilinmoqda.

Mehmonxona xodimlarining o'rtacha ish haqqi miqdorida ham o'sish kuzatilgan (2-rasm):



2-rasm. **O'rtacha ish haqqi**<sup>4</sup>

2-rasm ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki mehmonxona xodimlarining o'rtacha ish haqqida ham o'sish kuzatilmogda. 2012 yilda 613567 so'm bo'lgan bo'lsa 2013 yilga kelib 759306 so'mni tashkil qilmoqda. Bu ko'rsatkich 2013 yilda 2012 yilga nisbatdan 24 % ga o'smogda, 2014 yilgi prognoz 952929 so'mga ya'ni 2012 yilga nisbatdan 55 % oshirish ko'zda tutilmogda.

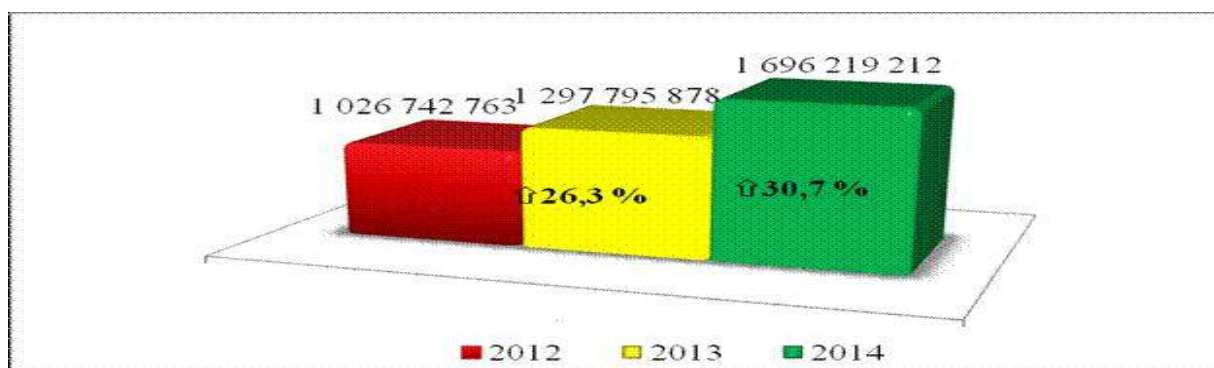
“Asia Samarkand” mehmonxonasining daraomadlari haqida so'z borar ekan, e'tiborlaringizni quyidagi rasimga qaratamiz(3-rasm). Undagi ma'lumortlarga qaraganda 2012 – 2013 yillarda mehmonxona daromadlarida yuqori sur'atlarda o'sish tendayensiyalari kuzatilgan hamda 2014 yilgi prognoz ko'rsatkichlari keltirilgan.

3-rasm. **2012-2013 yillardagi kirim ko'rsatkichlari va 2014 yilgi prognozi**<sup>5</sup>

<sup>3</sup> Hotel Asia Samarkand” mehmonxonasi ma'lumotlari

<sup>4</sup> Hotel Asia Samarkand” mehmonxonasi ma'lumotlari

<sup>5</sup> Hotel Asia Samarkand” mehmonxonasi ma'lumotlari



Ushbu rasm ma'lumotlarini tahlil qilar ekanmiz 2013 yilda 2012 yilga nisbatlan 26,3% ko'proq kirim qilingan va bu ko'rsatkichni 2014 yilda 30,7%ga oshirish ko'zda tutilgan.

Yuqoridagi rasmda keltirilgan kirim ko'rsatkichlari esa quyidagicha to'lov shakllari asosida yaratilganligini ko'rishimiz mumkin (3-jadval).

	<b>Pul ko'chirish yo'li bilan</b>	<b>Naqd pul bilan hisob kitob</b>	<b>Boshqa daromadlar</b>	<b>Jami</b>	<b>AQSH doll. hisobida</b>
<b>2012</b>	942 204 943	56 272 593	28 265 227	1 026 742 763	531 102
<b>2013</b>	1 193 722 862	71 998 716	32 074 300	1 297 795 878	589 318
<b>2014</b>	1 560 195 780	94 102 321	41 921 110	1 696 219 212	753 875

Mehmonxona tarkibi turistlarni joylashtirishga mo'ljallangan 85 ta nomerlar fondi ajratilgan bo'lib ulardan 1 tasi lyuks xona, qolganlari esa standartlashtirilgan qulaylikka ega bo'lgan nomerlar bo'lib hisoblanadi. Mehmonxonada bu ko'rsatkich 2011-yildan boshlab amal qiladi. Mehmonxona tashkil etilgandan boshlab 2011-yilga qadar mehmonxona nomerlari fondi 69 tani tashkil etgan. Ulardan 60 tasi standart nomerlar. 8 tasi Suite xonalar va faqat bittasi lyuks xona bo'lgan. Hozirgi kunga kelib mehmonxona nomerlar fondi sig'im 110 kishini tashkil qiladi.

MCHJ «Hotel Asia Samarkand» Qo'shma korxonasi faoliyatida nomerlar narxlari qo'yidagicha farqlanadi: Amaldagi ta'riflarga muvofiq amalaga oshiriladi, qo'yidagicha:

- bir o'rinli nomer – ichki turistlar uchun 50 ming so'mni va tashqi turistlar uchun 55 dollarni:

- ikki o‘rinli nomer – ichki turistlar uchun 70 ming so‘mni, tashqi turistlar uchun esa 80 dollarni:

- lyuks nomer – mahalliy turistlar uchun 100 ming so‘mni xorijiy turistlar uchun 100 dollarni tashkil etadi.

Mehmonxonada ko‘rsatiladigan boshqa bir qo‘shimcha xizmatlar nomerlar narxiga bevosita kiritiladi.

4 – jadval

**“Asia Samarkand” mehmonxonasi nomerlari narxlari**

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

Yuqoridagi 4–jadvaldan ko‘rinib turibdiki, mehmonxona narxlari chet el fuqarolari uchun O‘zbekiston fuqarolariga nisbatan 90 AQSH dollarigacha qimmatroq.

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

### **2.3. «Asia Samarkand» mehmonxonasida ko'rsatiladigan xizmatlar va turistlar bo'sh vaqtini mazmunli o'tkazish jarayonlari**

Mehmonxona xo'jaligida xizmatlar ko'rsatishning to'g'ri tashkil etganligi mehmonxona faoliyatida samaradorlikka erishishning eng muhim omili bo'lib hisoblanadi.

Ma'lumki mehmonxonada joylashtirish xizmatidan tashqari boshqa xizmatlar majmuidan ham keng foydalaniladi.

Shuningdek «Hotel Asia Samarkand» da ham joylashtirish xizmati eng muhim bo'lgan xizmat turidir. Mehmonxona o'z faoliyatini 2008-yildan boshlagan bo'lishiga qaramasdan turistlarni qabul qilish va joylashtirish xizmatlarini ko'rsatishdan to hozirgi kunlarga qadar yuqori samaraga erishib kelinmoqda.

Mehmonxonada ko'rsatiladigan xizmatlar xizmatlar bozori uchun yilning vaqtiga qarab talabning o'zgarib turishi bilan harkterlidir. Chunki ko'pchilik turistlar bahor, yoz oylarida dam olishadilar.

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

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

Mehmonxonada kelgan turistlarni ro'yxatdan o'tkazish ularning hujjatlarini rasmiylashtirish va mehmonlarni joylashtirish- umuman mehmonxonaga kelgan turistlarga katta e'tibor qaratiladi.

Mehmonxonada nomer fondiga xizmat ko'rsatish ham juda yaxshi yo'lga qo'yilgan. Mehmonxonaning har bir standart nomerlarida o'ziga xos qulayliklar mavjud. Nomerlar did bilan bezatilgan, yorug' tozza. Har bir nomerda xona havosini tozalovchi konditsionerlar bor. Shuningdek nomerda xalqaro kanallardan ko'rsatuvchi televizor hamda telefon apparati mavjud bo'lib unga dunyoning istalgan mamlakati bilan bog'lanish mumkin. Jumladan, mehmonxona barcha

nomerlarida mini bar tashkil etilgan. Unda mehmonlar ehtiyojiga ko'ra ichimliklar joylashtirilgan. Undan tashqari xonalar mebellar bilan to'liq jixozlangan. Nomerlarda shular qatorida dush, xojatxona ham mavjud, bunda ham barcha qulayliklar yaratilgan va turistlar uchun maxsus sovunlar, shampunlar va 3 xil sochiqlar qo'yiladi. Mehmonxonada bu turdagi xizmatlarni bajarishni «Zolushka Servis» korxonasi bajarishni o'z zimmasiga oladi.

Mehmonlarni madaniy talablarini qondirish ya'ni sport sog'lomlashtirish va fitnes xizmat talablari.

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

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

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

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

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

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

Mehmonxona restoranida turistlar uchun maxsus taomlar, milliy va yevropacha tayyorlangan taomlar assortimenti taklif etiladi.

Shuningdek mehmonxona restoranida menyu tarkibiga yaxna ichimliklar, mineral suvlar va alkogol ichimliklar assortimenti, disert uchun turli xil shirinliklar

taklif etiladi. Mehmonxona restoranida ko‘rsatiladigan xizmatlar uchun to‘lovlar naqd pul yoki pul ko‘chirish yo‘li bilan amalga oshiriladi.

Mehmonxonada asosan ertalabki nonushta to‘lovlarini hisobida yuritish uchun mehmonxona qabul bo‘limi administratorlari tomonidan “Breakfast List” deb ataluvchi hujjat har kuni to‘ldirilib boriladi va har kuni ertalab Food Service Samarkand” korxonasi direktoriga taqdim etiladi.

Breakfast listda (Breakfast List) quyidagi ma’lumotlar aniq va to‘liq keltiriladi. Shu kungi sana, turistlar ism familiyasi, shu kechada mehmonxonada necha kishi bo‘lganligi, mehmonlar xonasi, raqamlari, kelish va ketish sanasi, mamlakati, turfirma nomi va kodi hamda nonushta uchun to‘lovlar, to‘lovlar qaysi yo‘llar bilan amalga oshirilganligi-naqd yoki pul ko‘chirish yo‘li bilan amalga oshirilganligi va boshqa ma’lumotlar keltirilib o‘tiladi.

Bundan tashqari, ochiq basseyn va uning yonida bar o‘z xizmatlari bilan mehmonlarni xushnud etadi. Mehmonxonada mehmonlar uchun telefon, faks va simsiz internet (WiFi) xizmatlari ham yo‘lga qo‘yilgan. Qabul qilish bo‘limida (Reception) bepul seyfdardan hamda foydalanish uchun kompyuterlar (Notebook) ham foydalanish uchun beriladi. Qo‘shimcha qilib shuni ham aytish mumkinki, Asia Samarkand mehmonxonasida mehmonlar turli – tuman sovg‘alar ham sotib olish uchun suvinerlar do‘koni 1 – qavatda tashkil qilingan.

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

MCHJ «Hotel Asia Samarkand» mehmonxonasida mehmonlarga xizmat ko‘rsatish texnologiyasi qo‘yidagi jarayonlarda aks etadi.

- mehmonxonaga kirishda mehmonlarni kutib olish- mehmonxona xodimlari tashrif buyurgan turistlarni xush kayfiyat va xushmuomalalik bilan kutib oladilar mehmonlarga «Welcome drink» yaxna ichimlik, shirinliklar taklif etiladi.

Mehmonlar ketishidan oldin mehmonxona shvesarlari mehmonlar yuklarini tashishda yordamlashgan holda mehmonlar kuzatib qo‘yiladi.

Mijozlarning talablarini qondirish uchun fidoiylik ko‘rsatish mehmonxona nufuzini oshiradi. O‘z xizmatlarini zo‘rlab tiqishtirishga urinish kerak emas, bu



takliflar mijozlar hohish istaklari va o'z imkoniyatlaridan kelib chiqishi zarur, bajara olmagan narsani va'da bermaslik kerak va bu xaqida mehmon ogohlantirilishi lozim.

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

### **3-BOB. TURISTLAR BO‘SH VAQTINI MAZMUNLI O‘TKAZISHDA AYRIM MILLIY ME‘ROS XIZMATLARIDAN FOYDALANISH**

#### **3.1. Mehmonxonalarda milliy kiyimlar ko‘rgazmalarini tashkil etish**

Har bir xalqning o‘ziga xos bo‘lgan milliyligini ko‘rsatib turuvchi milliy kiyimlari mavjud. Jumladan o‘zbek xalqi ham o‘z milliy kiyimlariga ega. **O‘zbek milliy kiyimi** — o‘zbek xalqining milliy o‘ziga xos xususiyatlarini aks ettiruvchi qadimgi davrlarda yaratilgan va hozirgi kunlarda foydalaniladigan, madaniyati va tarixi bilan uzviy bog‘liq bo‘lgan kiyimlar. Har bir mintaqa uchun o‘ziga xos farq va xususiyatlar mavjud.



Insoniyatning kiyinish ehtiyojini o‘tovchi buyumlar majmuining umumiy nomi o‘zbek adabiy tilida «kiyim», «kiyim-kechak», so‘zlashuv nutqida «engil», «engil-bosh» (engilvosh), «kiyim-bosh» (kiyim-vosh), «ust-bosh» (ustvosh), «libos», «sarpo» kabi atamalar bilan ifodalanadi. An’anaviy kiyimlar uzoq tarixiy davr davomida shakllanib u yoki bu xalq yashagan geografik muhit, uning xo‘jalik shakli, ijtimoiy munosabatlari, madaniyati, etnik katlamlari va boshqa qator omillar bilan bevosita bog‘liq holda taraqqiy etib borgan. Boshqacha aytganda, kiyimlar va kiyinish madaniyati uzoq tarixiy yo‘lni bosib o‘ttan. Xalq turmushiga

mos, ishlab chiqarish jarayonlariga xos bo'lgan kiyimlar asrlar mobaynida shakllanib borishi natijasida xalqning an'anaviy milliy kiyimlari majmui yuzaga kelgan. Xalqona milliy liboslarning shakllanishida tashqi tabiiy muxit, xo'jalik mashg'uloti, xalq falsafasi, madaniyati, ijodi, diniy e'tiqodi va milliy an'analari kabi turfa xil omillar muhim o'rin tutadi. Kiyimlarning yuzaga kelishi va turlarining ko'payishida kishilarning turmush tarzi, mehnat va iqlim sharoitidan tashqari, ularning madaniy rivojlanishi, estetik didining o'sishi ham asosiy omillardan biri bo'lgan.

Darxaqat, kiyimlar bo'yicha olib borilgan ilmiy tadqiqodlar shundan dalolat beradiki, milliy liboslarda ma'lum bir badiiy talqin mujassamlashgan bo'lib, unda inson o'zining estetik g'oyalarini ifoda etgan va jamiyat xayoti bilan bog'liq hamda rivojlanib borgan. O'z navbatida, uning taraqqiyoti nafaqat iqtisodiyot rivoji natijasida sodir bo'lgan o'zgarishlar, balki siyosat, din, etika bilan ham bevosita bog'liq bo'lgan. Umuman olganda, xalq kiyimlari an'anaviy milliy madaniyatning asosini tashkil kiluvchi muhim etnomadaniy xodisalardan biri bo'lib, unda xalqning ruxiy tafakkuri, turmush o'lchovda yosh, jins, bo'y-bastni hisobga olgan holda o'ziga xos did bilan tayyorlana boshlagan va tobora mukammallashib borgan. Xullas, har bir tarixiy davr kiyim-boshlarida o'sha bosqichga xos kiyinish madaniyatining in'ikosi aks etib turgan.

Xalqimizning kiyim-kechaklari o'z davrda ularning yashash tarzi va udumlariga hamohang va mos bo'lgan. Kiyimlar asosan uch xil bo'lgan: ish sharoiti va uyda kiyiladigan kiyimlar, mehmondorchilik va marosimlarda kiyiladigan kiyimlar hamda harbiy jangovar kiyimlar, tarixiy an'anaviy, milliy liboslar ustki ko'ylak, ishton, chopon, do'ppi (takya), kalish-mahsi va etikdan iborat bo'lgan.

O'zbeklarning XVIII asr va XIX asrning birinchi yarmidagi libosi asosan o'tgan vaqt shakllarini saqlab qolgan bo'lsa-da, ayrim qismlari anchagina o'zgarish kasb etgan edi. Ayni paytda unga kiyim-kechakning yangi shakllari qo'shildi. Bu jarayonga qo'shni xalqlar (tojiklar, turkmanlar, qoraqalpoqlar, qirg'izlar va boshqalar) bilan olib borilgan etnomadaniy aloqalar yordam berdi.

O‘zbek erkaklarining libosi ko‘ylak va ishton, ustki chopon, belbog‘, bosh kiyimi hamda poyafzalidan iborat bo‘lgan. O‘zbekistonning butun hududida to‘g‘ri keng yengli va yoqasi ko‘ndalang o‘yiq, tunikasimon bichikli erkaklar ko‘ylagi keng tarqalgan edi. Ko‘ylakning doira yoqali, keyinchalik “kiftaki” yoki “mullacha ko‘ylak” deb atalgan turi ham chiqqan edi. Uni katta yoshdagi va nomdor kishilar kiyardi, u kuyovlar kiyimi ham sanalgan. Sovuq kunlarda qavima paxta yoki jun ko‘ylak – guppi (Xorazm o‘zbeklarida kurta) kiyardilar.



Erkaklar ichki kiyimi oq ip mato (bo‘z, karbas) yoki olachadan, ayrim joylarda esa zig‘ir tola matodan tikilardi. Ancha davlatmand kishilar chala ipak va ipak matolardan ko‘ylak kiyardilar.

Erkaklarning ustki kiyimi chopon, yozlik chopon – chakmon, tovanak va po‘stindan iborat bo‘lgan. Kiyim-kechak bu turlarining aksariyati shu nomlar bilan X–XII asrlar va undan keyingi yozma manbalarda eslatib o‘tilgan. O‘zbeklar va O‘rta Osiyo boshqa xalqlarining ko‘pgina kiyim turlari rivojlangan va so‘nggi o‘rta asr davrlari mobaynida jiddiy o‘zgarishlarsiz qo‘llanib kelingan.



O‘zbeklar ustki kiyimining eng ko‘p tarqalgan turi keng va uzun yengli chopondir. Uni hozirgi O‘zbekiston hududidagi jamiyat barcha qatlamlarining vakillari kiyganlar. Qishloq aholisi choponlari alohida bezaksiz, ancha oddiy bo‘lgan. Shahar ahlining, ayniqsa davlatmand kishilarning choponlari juda nafis, tekis bo‘ylama qaviqli qilib tikilardi. Qimmatbaho choponlarning etagi va yenglari ipak iplar bilan bezatilgan.

XIX asr o‘rtalarida shahar (masalan, Toshkent) aholisi modasiga ustki kiyimning yangi turi – tatarlarlan olingan gazmol kirib keldi. U chopondan ancha yengil edi. U astarli qilib tikilardi va uni yozda asosan katta yoshli kishilar kiyishardi.

Chopon mahalliy sidirg‘a yoki yo‘l-yo‘l matadan tikilardi. Yozlik yoki qishlik choponlar ustidan belbog‘ yoki junli aqshlar bilan bezatilgan to‘qima, charm yoki baxmal kamar bog‘langan.

Erkaklar bosh kiyimlari juda xilma-xil bo‘lgan. Salla Buxoro va Qo‘qon xonliklari hududida keng tarqalgan edi. Unga ko‘ra egasining ijtimoiy kelib chiqishini aniqlash oson edi. Xonlar, saroy zadogonlari va amaldorlar qimmatbaho matodar tayyorlangan oq salla, alohida tantanavor kunlarda esa katta oq salla

(dastor) o‘rar edilar. Daromadi o‘rtacha kishilar sidirg‘a yoki yo‘l-yo‘l matodan tayyorlangan salla o‘rardilar.

Erkaklar poyafzali ham xilma-xil bo‘lib, ayniqsa uning shahar aholisi o‘rtasida keng tarqalgan va ham erkaklar, ham ayollar kiyadigan yumshoq poshnali maxsi edi. Aholining badavlat vakillari uni kavush bilan kiyardilar. Daromadi o‘rtacha bo‘lgan kishilar o‘rtasida ko‘nji uzun, baland poshnali, yaxshi ishlov berilgan charmadan tikilgan etiklar keng tarqalgan edi. Shahar va qishloqlarning mehnat ahli poyafzalning eng oddiy turi – choriq, mukki va shu kabilarni kiyardi. Kambag‘allar oilaviy tantanalar uchun ko‘pincha poyafzal olomasdilar. Bunday kezlarda poyafzal o‘ziga to‘q qo‘shnilardan yoki ham qishloqlardan qarzga olib turilardi.

Ayollarning asosiy kiyim-kechaklari – ko‘ylak, ishton (lozim), xalat (to‘n, mursak, kaltacha) edi. Oyoqqa maxsikavush kiyilardi. Boshga ro‘mol, boshqa bosh kiyimlari va ularning xillari (salla, kasava, kulta, lachan va hokazolar) o‘ralardi. Shuningdek, paranji, kurtalar yopilgan.

Mursak, peshvon, paranji va to‘n ayollarning ochiq bargli ustki kiyim-boshining asosiy turlari sanalgan. Paranjini ayollar kiyim-kechaklarining alohida turidir. Ayollar uni uydan chiqishda yopinardilar. Yuzga ot qilidan to‘qilgan chachvon tutilardi. Paranjini yelkaga yopiladigan kiyim chopon ancha burungi shaklining bir turi edi. U orqaga tashlangan uzun yolhon qo‘lli cho‘ziq to‘rt burchak ko‘rinishda bo‘lardi. U ko‘k rangli matodan astarli qilib tikilardi. Paranjini asosan shaharlarda yopinardilar, ularni sotish uchun ham buyurtma bo‘yicha o‘sha joylarda tayyorlardilar.





XIX asrning o‘rtalariga kelib Toshkent ayollari o‘rtasida ochiq bargli kiyim-kamzul kiyish rasm bo‘ldi. Ushbu kiyim ikkita yon cho‘ntakli, tikka yoki yotiq yoqali qilib, paxta yonini astar bilan qo‘yib tikilgan.

Ayollarning bosh kiyimlari juda murakkab va turli xilda bo‘lardi. Salla (dakana, loklar) va ro‘mollar eng ko‘p tarqalgan edi. Salla turli tumanlarda turlicha shakllarda – dumaloq, baland, shoxsimon bo‘lardi. Salla tagidan dumaloq qalpoqcha, ustidan lachang kiyilardi. Keyin ro‘mol o‘ralgan.

XIX asrning o‘rtalariga kelib, ayrim joylarda – Samarqand, Toshkent, Farg‘ona vodiysida salla o‘rniga oq doka ro‘mol o‘raladigan bo‘lid. Uning ustidan odatda ipak matodan to‘qilgan kichik rangdor peshonabog‘ tang‘ib olinardi.

Charm kavush ayollar poyafzalining asosiy turi edi. U sirti yassi, do‘ngsasi balad va tumo‘ug‘i keng o‘rtacha poshnali dag‘al yashil yoki sariq charmdan tikilardi. Kavush bilan kiyiladigan maxsi ko‘chalik poyafzal hisoblangan.

Yuqorida qayd qilinganidek, o‘zbek xalqining milliy kiyimlari turli tuman va o‘ziga xos uslubga ega bo‘lgan. Biz tadqiqot olib borgan “Asia Samarkand” mehmonxonasida ham milliy kiyimlar ko‘zrgazmalari tashkil qilingan. Turistlar ularni tomosha qilish bilan birga bevosita ularni sotib olish imkoniyatlariga ega. Ammo, milliy kiyimlar yo‘lak bo‘ylab qo‘yilganligi unchalik yaxshi emas. Ularga

maxsus joy ajratilsa va ushbu bo'limga milliy kiyimlar bo'yicha mutaxassis xodimni jalb qilish lozim.

Faqatgina milliy kiyimlar ko'rgazamlarini tashkil qilish emas va ulardan animatsion dasturlar tshakillantirilib turistlar e'tiboriga taqdim qilinsa yaxshi bo'lar edi.

### **3.2. Mehmonxonalarda turistlar bo'sh vaqtini mazmunli o'tkazishda milliy an'analardan va urf odatlardan foydalanish**

O'zbek oilasining asosiy o'ziga xos xususiyatlari mehmondo'stlik va yoshi kattalarga an'anaviy hurmat-yehtiromli muomala qilishdir.

O'zbek xalqining urf-odatlari asrlar bo'yi o'zbeklar millatining tashkil etopishida ishtirok etgan barcha qabilalar va elatlarning madaniy malakalari va an'analarning uyg'unlashuvidagi murakkab jarayonlar oqibatida tarkib topgan. Ular o'ta o'ziga xos, yorqin va turli-tuman bo'lib, urug'chilik patriarxal munosabatlaridan kelib chiqadi. Urf-odatlarning ko'pchiligi oilaviy hayotga oid bo'lib, bolaning tug'ilishi va tarbiyasi (beshik to'yi, xatna qilish), nikoh (fotiha to'yi, to'y) bilan bog'liq bo'ladi. Ko'pincha ular islom urf-odatlarining sehrgarlik amaliyoti bilan bog'liq bo'lgan undan ham qadimiyroq shakllarga uzviy kirib ketishini namoyon etadi. Islom qabul qilinganidan beri ko'pgina oilaviy-maishiy urf-odatlar uning ta'sirida o'zgargan, o'zbeklarning hayotiga musulmon diiy marosimlari kirib kelgan. Juma kuni bayram kuni hisoblanadi va shu kuni barcha yig'iladigan masjidida umumiy namoz (duo) o'qiladi. Patriarxal urf-odatlar masjid, choyxonalar, bozorda o'tadigan hamda faqat erkaklar ishtirok etadigan ijtimoiy hayotda hozirgacha ham yashamoqda.

Beshik to'yi – chaqaloqni birinchi marta beshikka solish bilan bog'liq bo'lib, nishonlanadigan marosimli bayramdir. Bu eng qakdimgi va O'zbekistonda eng keng tarqalgan marosimlardan biri. Odatda bu to'y chaqaloq tug'ilishining 7-, 9-, 11- kuni o'tkaziladi. Turli viloyatlarda marosim o'zicha xususiyatlarga ega bo'ladi va oilaning boyligi darajasiga bog'liq bo'ladi: o'ziga to'q oilalar odatda bu to'yni katta ko'lamda o'tkazadi, kambag'al oilalar esa uni kamtarona nishonlaydilar.



Beshik va chaqaloq uchun barcha zarur andomlar chaqaloq onasining qarindoshlari tomonidan beriladi. Dasturxonga non, shirinliklar va o'yinchoqlar o'rab beriladi. Chaqaloqning ota-onasiga, uning bobo-buvilariga sovg'alar tayyorlanadi.



Boy bezatilgan beshik, dasturxonlar va sovg'alar transport vositasiga qo'yilib, mehmonlar bilan birgalikda, karnay-surnay va nog'ora sadolari ostida chaqaloqning ota-onasi uyiga jo'natiladi. An'anaga ko'ra olib kelingan beshikni avval chaqaloqning bobosi o'ng yelkasiga qo'yadi, keyin o'g'lining o'g' yelkasiga uzatadi, u esa beshikni chaqaloqning onasiga beradi. O'tmishda mehmonlarning barcha niyatlari toza va yaxshi bo'lishi uchun ular yuziga oq un surar edilar. Mehmonlar mehmonxonaga yasatilgan dasturxonga taklif etiladi va mehmonlar ovqatlanib, sozandalarni tinglab, bazm qilib o'tirgan paytda qo'shni xonada kampirlarning ishtirokida bolani yo'rgaklash va beshikka solish marosimi o'tkaziladi. Marosim oxirida mehmonlar bolani ko'rish uchun oldiga kiradilar, unga sovg'alarni beradi va beshikning ustiga parvarda yoki qand sepadilar. Shu bilan marosim tugab, mehmonlar uy-uylariga qaytadilar.

Xatna qilish to'yi – islom tomonidan muqaddas deb e'zozlangan yana bir qadimiy o'zbek odatidir (sunnat to'yi). Bu marosim o'g'il bolalar uchun 3, 5, 7, 9

yoshga kirganda, kamdan-kam hollarda 11-12 yoshda o'tkaziladi. Sunnat to'yining o'tkazilishi jamoatchilik tomonidan nazorat qilinadi. O'g'il bolaning tug'ilgan paytidan boshlab uning ota-onasi asta-sekinlik bilan kerakli narsalarning hammasini sotib olib, sunnat to'yiga tayyorgarlikni boshlaydilar. Ko'pincha oddiygina «to'y» ham ataladigan marosimning o'tkazilishidan bir necha oy avval unga bevosita tayyorgarlik boshlanadi. Qarindoshlar va qo'shnilar ko'rpalarni tikishda, to'y sovg'alarini tayyorlashda yordam beradilar. Bularning hammasi ko'p bolali onalarga topshiriladi. To'ydan avval mahallada yashovchi oqsoqollar, masjidning imomi va qarindoshlarning huzurida Qur'on o'qiladi. Dasturxon yoziladi. Shundan keyin Qur'ondan suralar o'qiladi va oqsoqollar o'g'il bolaga duo o'qiydilar. Shundan so'ng katta «to'y» boshlanadi. «To'y» dan avval bolaga qo'shnilar, oqsoqollar, qarindoshlarning oldida sovg'alarni, zar tikilgan kiyimlarni kiydirishadi. O'tmishda toychoqni sovg'a qilish rasm bo'lgan edi, bolani endilikda u jangchi bo'lganligini bildirib, unga bolani o'tqazar edilar. Shamma o'g'il bolani tabriklab, unga pul va shirinliklar sepadi, keyin ularning hammasi ichkarida, ayollarning xonalarida davom etadi. Shu kunning o'zida ayollarning davrasida «taxurar» - ko'rpalar, yostiqlarni supaga taxlash marosimi o'tkaziladi, buni odatda ko'p bolali ona bajaradi. Marosimni mo'l-ko'l dasturxon, jumladan bayram oshi tamomlaydi. An'anaga ko'ra oshdan keyin kechqurun hovlida katta gulxan yoqiladi va odamlar gulxan atrofida o'ynaydilar, turli o'yinlarni uyushtiradilar. Ertasiga bayram davom etadi.

Fotiha to'yi, nikoh ota-onalarning ruxsati va duosi bilan, bir necha bosqich qilib o'tkaziladi. O'g'il voyaga yetganda ota-onasi unga mos keladigan qizni izlay boshlaydilar. Bu jarayonga yaqin qarindoshlari, qo'shnilari, oshnalari ham kirishadi. Qizni topgandan keyin yigitning xolalari yoki ammalari qizning uyiga uni ko'rish, ota-onalari bilan va ehtimoliy kelinning uydagi ahvoli bilan tanishish uchun biror bahona bilan kiradilar. Shundan so'ng qo'shnilari va tanishlari tanlangan qizning oilasi haqida surishtiradi. Ijobiy javob olingan holda uyga sovchilar yuboriladi. Sovchilikning asosiy marosimlaridan biri fotiha to'yidir. Sovchilar fotiha qilinadigan kunni belgilaydilar. Shu kuni qizning uyida atrofda

taniqli oqsoqolar, mahalla oqsoqoli, qizlar yig'iladi. Sovchilar o'zining kelish maqsadini bayon etganlaridan keyin «non sindirish» marosimi boshlanadi. Shu paytdan boshlab yoshlar bir-biri bilan bog'langan, fotiha qilingan deb hisoblanadi. Fotiha to'yi nikoh tuziladigan va to'y o'tkaziladigan kunni tayinlash bilan tugaydi. Sovchilardan har biriga ichita ikkita non, shirinliklar bo'lgan dasturxon beriladi, shuningdek qiz tomonidan yigitga va uning ota-onalariga sovg'alar berib yuboriladi. Sovchilar kuyovning uyiga qaytganidan keyin ularning qo'lidan sovg'alar qo'yilgan patnislarni olib, «sarpo ko'rar» marosimini boshlaydilar. Dasturxon odatda ko'p bolali ona tomonidan ochiladi. Barcha yig'ilganlar kelinig uyidan keltirilgan pishiriqlar, shirinliklardan bahramand bo'ladilar. Fotiha to'yidan boshlab va to'yning o'zigacha yoshlarning ota-onalari qalin, sep masalalarini va to'y tantanasi bilan bog'liq tashkiliy masalalarni hal etadilar. To'ydan bir necha kun avval qiznikida «qiz oshi» marosimi o'tkaziladi, unga qiz o'zining yaqinlari va o'rtoqlarini taklif etadi.

Nikoh to'yi, nikoh marosimi an'anaviy tarzda o'zbeklarning hayotida nihoyatda muhim ahamiyatga ega bo'oladi va ayniqsa tantanali nishonlanadi. Umumiy xususiyatlari bo'la turib, u turli viloyatlarda o'zgacha tusda bayram qilinadi. Nikoh marosimining asosiy payti kelinning ota-onasining uyidan kuyovning uyiga o'tishi paytidir. To'y kuni kuyovnikida to'y oshi (palov) tayyorlanadi va kelinnikiga yuboriladi, u yerda u dasturxonga tortiladi. Xuddi shunday osh kuyovning uyida ham o'tkaziladi.



To'y kuni masjidning imomi ikki yoshga «Xutbai nikoh» ni o'qiydi, shundan so'ng ular xudo oldida er-xotin deb e'lon qilinadi. Imom yoshlarga er va xotinning huquqlari va majburiyatlarini tushuntiradi. Odatda nikoh o'qilganidan so'ng yoshlar o'zining fuqarolik nikohini qayd etish uchun ZAGS ga boradi. To'y kuni kelinnikida kuyovga sarpo (to'yga sovg'a qilingan kiyimlar va poyafzal) kiydiriladi, shundan so'ng kuyov o'z oshnalari bilan kelinning ota-onasi huzuriga salom berish uchun boradi. Kuyovning oshnalari bilan qaytganidan so'ng kelin ham keladi. Kuyovning uyiga yuborishdan avval kelinnikida ota-ona bilan xayrlashish marosimi bo'lib o'tadi. Kelin bilan birga yaqin o'rtoqlari ham boradi. Ular qo'shiqlarni aytadilar («O'lan» va «Yor-yor» qo'shiqlari). Kelinni kuyovning uyida kutib olishdan haqiqiy to'y boshlanadi. To'y tugaganidan keyin kuyov kelinni ikki yosh uchun ajratilgan xonaning eshigigacha kuzatadi. Xonada kelinni «yanga» (odatda kelinga yaqin bo'lgan bir ayol) kutib oladi, kelin boshqa kiyim kiyadi va chimildiq (go'shanga) ortida turib, kuyovni kutib olishga tayyorlanadi. Bir qancha vaqtdan keyin kuyov oshnalari bilan birga xonaga yaqin keladi va yangia bilan birga uni kelin kutib turgan gushanga oldiga boradi. Kelinning oldiga kirish uchun u kelinni yangadan ramziy sotib olishi lozim, ular savdolashadi. Shundan keyin kuyov-kelin tuni bilan birga qoladilar. Ertalab azonda «Kelin salom» marosimi boshlanadi. Marosim boshlanishiga yaqin hovlida kuyovning ota-onasi, barcha yaqin qarindoshlari, kuyovningoshnalari va yaqin qo'shnilari

yig'iladi. Ularning hammasi navabti bilan kelinning oldiga kelib, o'zining tilaklari, sovg'alari va duolarini baxshida etadi. Kelin har bir kishiga beligacha egilib salom berishi lozim. Shu tariqa bayram tugab, oilaviy hayot boshlanadi.

Ertalabki osh, yertalabki osh marosimi to'y (sunnat to'yi yoki nikoh to'yi) va aza ma'rakasida (o'limidan keyin 20 kun hamda bir yildan keyin) o'tkaziladi. To'yni o'tkazuvchilar ertalabki oshning kuni va vaqtini avvaldan mahalla yoki kvartal qo'mitasining jamoatchiligi bilan kelishgan holda belgilaydilar. Shu kunga qarindoshlar, qo'shnilar va tanishlariga taklifnomalar yuboriladi. Bir kun oldin kechqurun «sabzi to'g'rash» marosimi o'tkaziladi, unga odatda qo'shniar va yaqin qarindoshlar keladilar. Sabzi to'g'rab bo'linganidan keyin barcha ishtirokchilar dasturxonga taklif etiladi. Odatda sabzi to'g'rashga artistlar ham chaqiriladi. Ovqatlanish paytida oqsoqollar kelganlar o'rtiasida ishlarni taqsimlaydilar. Ertalabki osh bomdod namozining tugashi paytigacha tayyor bo'lishi lozim, chunki namozdan chiqqan kishilar birinchi mehmonlar bo'ladi. Ertalabki namoz tugagan paytda karnay-surnay va nog'ora ovozlari ertalabki osh boshlanganidan xabardor etadi. Mehmonlar dasturxonga o'tirib, fотиha o'qiganlaridan keyin ularga non va choy tortiladi. Shundan keyingina laganlarda ikki kishiga birlagan hisobidan osh olib kelinadi. Ovqatdan keyin laganlar olib quyiladi, mehmonlar yana fотиha o'qib, mezbonga minnatdorchilik bildirib ketadilar. Ular ketganidan keyin dasturxon tezgina yangi mehmonlarning tashrifi uchun tuzatiladi. Ertalabki osh odatda ko'pi bilan bir yarim-ikki soat davom etadi. Shu vaqt mobaynida taklif etilgan artistlar qo'shiq aytadilar. Ertalabki osh tugaganidan keyin faxriy mehmonlarga sovg'alar – odatda choponlar (milliy erkak to'nlari) beriladi. Aza paytidagi ma'raka oshi shu bilan farq qiladiki, mehmonlar dasturxonga o'tirganlarida Qur'on suralarini o'qiydilar va o'lgan odamni xotirlaydilar. Ovqat tugaganda ham Kur'on suralari o'qiladi. Ma'raka oshida artistlar chaqirilmaydi, dasturxon bayram to'y oshiga qaraganda kamtarroq bezatiladi. Shuni aytib o'tish lozimki, bayram to'y oshi va ma'raka oshida faqat erkaklar xizmat qilib yuradi.

Yuqorida takidlanganidek, o'zbek xalqining etnik shakillanish davomida o'ziga xos urf odatlari va ananalari shakillangan. Bugungi kunda ulardan

turizmdan keng miqyosida foydalanishimiz lozim. Jumladan mehmonxonalarda ham ulardan animatsion dastur sifatida foydalanishimiz mumkin. Masalan, beshikga bolani belash jarayoni yoki kelin salom va b.larni tashkil qilish orqali turistlarga xushkayfiyat bag'ishlashimiz va shu bilan birga ularga o'zimizning ananalarimizni namoyon qilishimiz mumkin.

### **3.3. Mehmonxonalarda turistlar hayot faoliyati xavfsizligini ta'minlash**

Xavfsizlik xizmati mehmonlar, ularni va mehmonxona mulkini turli jinoiy elementlar tomonidan ehtimol tutilgan tajavvuzlardan himoya qilish uchun tuziladi. «Mehmonxona mulki» tushunchasiga uning obro'si degan element ham qo'shiladi. Mehmonxonalarda ro'y beradigan jinoyatlarning katta qismi – har xil o'g'irliklardir. Ta'kidlash kerak, asosiy o'g'irlik mehmonlarda emas, balki mehmonlar bilan bevosita aloqada bo'lmagan mehmonxona bo'linmalarida sodir bo'ladi.

Shunday mijozlar ham borki, jo'nab ketayotganida mehmonxona sochig'i yoki choyshabini, suvenir-sigareta kuldonini chamadoniga tiqadi. Bunday hollarda mehmonxonalar ularni xushlamagan mijozlari ro'yxatiga kiritadi. Ushbu ro'yxatga shuningdek mehmonxona ustidan arz qilib yaxshigina tavon puli undirish uchun mehmonxona xodimlari bilan ataylab majora chiqaradigan mijozlar ham kiritiladi.

Xavfsizlik xizmatining asosiy vazifasi – qilingan jinoyatlarni tergov qilish emas, balki ularning oldini olishdir. Buni alohida e'tiborga, nazarga olish kerak, xavfsizlik xizmati xodimining huquqlari tergov chog'ida politsiyanikidan ancha cheklangan bo'ladi: ular so'roq qilish, tintuv o'tkazish va boshqa harakatlarga haqli emas.

Xavfsizlik xizmatining samarali ishlashi uchun uni mehmonxona boshqa xizmatlari bilan o'zaro yaqin hamkorlik qilishlari muhimdir. Avvalo, moliya departamenti va bo'lim xodimlari bilan. Xavfsizlik xizmati nazorati moliyaviy nazorat bo'lib, u bilan qo'shib olib borilishi kerak. Mehmonxona xodimi bilan xavfsizlik xizmati birgalikda ishga qabul qilinayotganlarni nazorat qilish va kuzatishni ishlab chiqadi. Bu esa jinoiy elementlarning ishga kirishi oldini oladi.

Xavfsizlik xizmati mahalliy politsiya (militsiya) bo'limlari bilan yaxshi munosabatda bo'lishi zarur. Ulardan chaqirilmagan mehmonlar paydo bo'lishi, kutilayotgan namoyishlar, tartibsizliklar haqida foydali ma'lumotlar olishi mumkin. Chunki, bunday holatlar mehmonxona ish rejimini, u yerda dam oluvchilarning osoyishtaligini buzishi mumkin. Ammo hamkorlik haddan tashqari chuqurlashib ketmasligi lozim. Huquq-tartibot organlariga mehmonxona mehmonlari haqida qonunda ko'zda tutilmagan har qanday ma'lumotlarni beravermaslik zarur.

Xavfsizlik xizmati mehmonxona xavfsizligi tizimi loyihasini ishlab chiqaradi, qaysikim u boshqa bo'linmalar rahbarlari bilan muhokama qilingan, bosh direktor tomonidan tasdiqlanadi. Ushbu hujjat xavfsizlikka doir barcha choralarni qamrab oladi (xavfsizlik xizmati vazifasi, uning boshqa bo'linmalar bilan o'zaro munosabati, xavfsizlikni ta'minlash texnik vositalari tizimi, favqulotda vaziyatlar mehmonxona xodimlari harakati (yong'in, portlash tahdidi va h.k.) shular jumlasidandir.

Xavfsizlik xizmati son jihatidan ancha ko'p emas; 500 nomerli mehmonxonaga 10 tadan ko'p bo'lmagan kishi to'g'ri keladi.

Xavfsizlik xizmati tarkibi yoki shtatda ayol kishi ham bo'lgani ma'qul. Chunki agar jabrlangan mijoz ayol bo'lsa, unga uyalmasdan, tortinmay gapirib bera oladi. Xavfsizlik xizmati ideal xodimi – bu og'ir, vazmin, ahloqan namunali, barchaga sodiq, inson. Chunki xizmat jarayonida u ko'p marta sotib olishga urunuvchilar bilan to'qnash keladi. Ko'pincha mehmonxonadagi bu xizmatga huquq-targ'ibot organlarida ishlagan sobiq xodimlar olinadi. Ammo ko'p jihatlardan ular munosib bo'lsalarda, hamisha ham mehmonxonada ishlash instruksiyalariga amal qilaverishmaydi. Eng avvalo, ularda xushmuomilalik va mehmonlar va mehmonxona xodimlari bilan muomilada bosiqlik yetishmaydi.

Ba'zan xavfsizlik xizmatiga shveysarlar va pajilar bo'ysinadi. Xavfsizlik xizmati xodimlari ishga qabul qilinayotganda albatta, o'quvdan o'tadi, mehmonxona bilan batafsil tanishadi, uning bo'linmalari, tipik vaziyatlar, burch va majburiyatlarni o'rganadi, birinchi tibbiy yordam ko'rsatishni bilib oladi, tekshiruv

olib borish va hisobot tayyorlashni o'rganadi. Tabiiyki, xavfsizlik xizmati xodimlari otel faoliyati va uning ishiga doir barcha qonunlarni bilishi zarur.

Xavfsizlik xizmati o'z binosi, garderoibi, hujjatlar, tekshirish hisobotlari saqlanadigan xonasiga ega bo'lishi lozim. Xavfsizlik xizmati rahbari xonasi mijozlar ko'ziga tashlanmasligi, ikkinchidan, mijozlar bilan suhbatlashganda boshqa tomonga chaqirmasligi kerak. Xavfsizlik xizmati xodimlari mehmonxona boshqa xodimlari singari belgilangan soatda almashadi, smena almashayotganida xavfsizlikka xushyor qarash talab etiladi. Ular ko'proq mehmonxonada «xavfli» soatlarda bo'lishi zarur (18.00-02.00).

Xavfsizlik xizmati texnik vositalariga tele va video kameralar kiradi, qaysikim ular yordamida jamoat va ko'plab xizmat binolari kuzatib turiladi. Yozuvlar kamida 24 soat saqlanishi kerak. Xavfsizlik xizmati shuningdek qulflar, nomerdagi seyflar, xodimlar radioaloqasiga javob beriladi. Xavfsizlik xizmati xodimlariga forma kiyish, beliga to'pmoncha osish yoki dubinka ko'tarib yurish tavsiya etilmaydi. Bu mehmonlarni xotirjam qilmaydi, aksincha ularda tashvish uyg'otadi. Xavfsizlik xizmati xodimlarining ko'krigida ismi-sharifi yozilgan kartochka bo'lishi kifoya.

Xavfsizlik xizmatining eng murakkab vazifasi binolarda patrullik qilish. Patrullik paytida binolar eshiklari yopiqligi, binoda odamlar bor-yo'qligi, boshqa xavfsizlikka daxldor holatlar sinchiqlab tekshirib chiqiladi. Patrullik shuningdek yong'in chiqishi xavfi – to'shakda sigaret chekilib, uning yoniq qolishi (mast mehmon)ni oldini olishda ham ahamiyatli. Xavfsizlik xizmati mehmonxonaning bosh kirish-chiqish joylarini nazorat qiladi. Ichkariga bezorilar yoki boshqa kutilmagan kimsalarning kirib qolishi yo'lini to'sadi. Bu paytda ular mehmonlarga sezdirmay nazorat qilishi kerak.

Yo'qolgan buyumlarni tekshirishga keladigan bo'lsak, shuni nazardan qochirmaslik kerakki, yo'qolgan narsani topishdan, o'g'rini ushlab va jazolashdan ko'ra shunday hol takrorlanmasligi choralarni ishlab chiqish muhimroq. Xavfsizlik xizmati tekshiruv usullari huquq-tartibot organlari usullaridan farq qiladi. Ularning huquqlari huquq-tartibot organlari xodimlariga taqqoslanganda



ancha cheklangan. Xavfsizlik xizmati xodimi mijozni g'oyat xushmuomalalik bilan so'roq qilishi zarur. Chunki tekshiruv o'tkazilayotgani haqida aytishi, so'roq qilinayotgan shaxs unga yordam berishi mumkinligi tushuntirilishi lozim.

Qotillik, qurolli bosqinchilik, nomusga tajavvuz qilish kabi jinoyatlar darhol huquq-tartibot organlariga xabar qilinadi va surishtiruv ishlarini ular olib boradilar. Bunda organ xodimlarining tashrifi mehmonxonada yashovchilar uchun iloji boricha sezilmasligi kerak. Bu ishga ehtiyot bo'lib yondoshish lozim. Ko'pincha shunday holatlar bo'ladiki, yashovchi o'zi nomeriga taklif qilgan fohisha uning boru-yo'g'ini o'g'irlab ketadi. Bunday vaziyatda politsiyani chaqiradimi, yo'qmi, mijozning o'zi hal qiladi. Ko'pincha mehmonlar ovoza bo'lishdan cho'chib, huquq-tartibot organlariga murojaat qilishdan bosh tortishadi.

Tan olish kerakki, mehmonxona bunday yashovchilar tashrifidan qochib qutilolmaydi, qochmaslik ham kerak.

Shuni etirof etish kerak, mehmonxonada yashovchining ahloqiy qiyofasi uchun mehmonxona xodimlari qayg'urmasligi kerak. Xavfsizlik xizmati bu tashriflarni zimdan kuzatishi, ularning xoll yoki nomerlarda paydo bo'lishiga, boshqalarga sezdirmay, yo'l qo'ymasligi zarur. Bunda juda ehtiyot bo'lish kerak, masalan, xollda yolg'iz turgan ayoldan binoni tark etishini so'rash mumkin emas. Lekin bu ayol mehmonxona xovlisiga tez-tez tashrif buyuradigan bo'lsa, tegishli choralar ko'rish lozim.

Odatda mehmonxonada o'g'irlangan pullarni topish juda qiyin kechadi. Bu haqda jabrlanuvchiga aytib bo'lmaydi. To'g'ri, tekshiruv natija bermaganligi haqida bari-bir unga xabar berishga to'g'ri keladi. Jabrlanuvchini yupatish uchun ko'nglini ko'taradigan gaplar aytish kerak. Hech qachon mehmonxona mijozlari xavfsizligi yomon ta'minlangan demaslik zarur. Chunki jabrlanuvchi xodim jinoiy loqaydlikka yo'l qo'yganligi uchun uning ustidan mehmonxona majburiyatiga da'vo qilishi mumkin.

Xavfsizlik xizmati vazifasiga shuningdek yuqori bo'g'in rahbarlarini, inkassatsiyani qo'riqlash, barcha kalitlarni nazorat qilish ham kiradi. Mehmonxona xodimlari faqat o'zlariga ishlash uchun zarur bo'lgan kalitlarnigina olishi, balki

kalitlar bog‘lamini olmasligi kerak. Agar mabodo nomer kaliti yo‘qolgan bo‘lsa, eshikning qulfi almashtirilishi yoki qayta programmalashtirilishi shart.

Xavfsizlik xizmati shuningdek shaxsiy foydalanishga berilgan mehmonxona mulki (xizmat avtomobili, kredit kartochkalar va h.k.)dan foydalanishini ham nazorat qilishadi. Unga shuningdek kredit qobiliyatli mehmonlarni tekshirish, kompyuter xavfsizligini nazorat qilish (haqerlar suqilib kirishining oldini olish uchun) ham yuklatiladi.

Keyingi vaqtlarda terrorchilik harakatlari tahdidi kuchaygani munosabati bilan xavfsizlik xizmati barcha xodimlarni mehmonxonada portlash qurilmasi qo‘yilgani haqida xabarlar qo‘ng‘iroq qilinganda o‘zlarini qanday tutish lozimligi qoidalari bilan tanishtiradilar.

Birinchi, terrorchi qo‘ng‘iroq qilganda xodim u qayerdan qo‘ng‘iroq qilayotganini aniqlash uchun iloji boricha so‘zlashuvni cho‘zishi kerak. Odatda bunga muvaffaq bo‘linmaydi, ammo uni binoda turib xodim yordamida boshqa telefondan foydalanib aniqlash mumkin.

Ikkinchi, terrorchidan portlash vaqti, qurilma tipini bilib olishga urinish lozim: Nima uchun hujum ob‘ekti sifatida aynan ushbu mehmonxona tanlangani, qurilma qayerga yashirilgani. Bundan tashqari, qo‘ng‘iroq qiluvchi haqida iloji boricha ko‘proq ma‘lumot to‘plash lozim: jinsi, gapirish talaffuzi, taxminiy yoshi, holati (hushyormi yoki mastmi), u mehmonxona va uning xodimlari bilan qanchalik tanishligi, qayerdan qo‘ng‘iroq qilayotgani (biror o‘ziga xos shovqin eshitilishi, masalan, ko‘cha shovqini).

Har bir xodim qo‘ng‘iroq haqida kimga xabar berishni bilishi zarur. Mehmonxonada evakuatsiya haqidagi qarorni bosh direktor qabul qiladi. Mehmonxonada yashovchilarga xabar berishni ham u hal qiladi. Evakuatsiya chog‘ida xavfsizlik xizmatining birinchi vazifasi – tartibni va mulkning saqlanishini ta‘minlash (shu jumladan, yong‘in paytida ham). U portlovchi qurilmani qidirishda ishtirok etadi, chunki xavfsizlik xizmati xodimi mehmonxonaning barcha binolarini boshqalardan ko‘ra yaxshi biladi.

Xavfsizlik xizmati xodimi hodisa tahlili bilan hisobot tayyorlab mehmonxonaning yuqori rahbariyatiga taqdim etadi (voqea-hodisa ro'y bergan vaqti, ular bilan bog'lik shaxslar, ismi sharifi, joyi ko'rsatiladi). Bunday holatlar qayta takrorlanmasligi uchun qanday chora-tadbirlar ko'rilishi lozimligi taklif qilinadi.

Xizmatda barcha hodisalar, arzlar va tekshiruv natijalari hisobi yuritiladi. Arz-shikoyatlarga javob berishda ehtiyot bo'lish kerak, aks holda advokatga mehmonxona ustiga ayb qo'yish imkoniyati berib qo'yiladi.

Shunday qilib, mehmonxona xavfsizlik xizmati quyidagi vazifalarni bajarishi kerak:

- mehmonlarning mehmonxonada bo'lgan vaqtida (xavfsizligi va shaxsiy mulkini qo'riqlashni ta'minlaydi;
- mehmonxona mulkini dushmanlik harakatlari – o'g'irlash, vandalizm va h.k.dan himoyalash;
- mehmonxonalarning barcha binolari, u yerda bor mulkni hujumdan, terrorchilikdan, sabotaj paydo bo'lishidan, xalq noroziligi va h.k.dan himoyasini ta'minlash;
- jamoat tartibini saqlash va mehmonxonaning barcha joylari doirasida tegishli nazoratni ta'minlash;
- mehmonlar mehmonxonaga kelganida ularning tinchligi, osoishtaligi va konfidensialligini ta'minlash;
- mehmonxona xodimi, vrach, politsiya aralashuvi talab qilinayotgan voqea-hodisalar ro'y bergan xollarida shoshilinch va samarali yordam ko'rsatilishini ta'minlash;
- mehmonxona barcha xodimlarining halolligi, pokligi va vijdonligini kafolatlash;
- mehmonxonada yuqori lavozimli shaxslar xavfsizligini oshirish bo'yicha maxsus xizmatlar ko'rsatilishini kafolatlash imkoniyatini ta'minlash.

## **Xulosa va takliflar**

Mehmonxonalar tarixi ham turizm tarixiga kabi bir necha ming yillarni o'z ichiga oladi. Birinchi mehmonxona industriyasi tashkilotlari ya'ni tavernalar haqida manuskriptlarda antik Gretsiya va Rimda olimlar tomonidan yozib qoldirilgan ma'lumotlarda ko'rish mumkin.

Turizmning ilk turlaridan biri eng avvalo savdo-sotiq va mol ayirboshlashning rivojlanishi bilan bog'liq sayoxatlar bo'lgan. Aynan amaliy turizm yirik savdo yo'llari o'tgan mintaqalar xududida mehmondo'stlik korxonalarini paydo bo'lishining bosh sababi xisoblanadi. Mamlakatlar bo'ylab harakatlar juda uzoq va bir qancha qiyinchiliklar tug'dirishi sababli ularga boshpana taklif qiluvchi bino ya'ni taverna va saroylarning kelib chiqishiga turtki bergan.

Mehmonxonada ko'rsatiladigan xizmatlar xizmatlar bozori uchun yilning vaqtiga qarab talabning o'zgarib turishi bilan harkterlidir. Chunki ko'pchilik turistlar bahor, yoz oylarida dam olishadilar.

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

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

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

MCHJ «Hotel Asia Samarkand» mehmonxonasida mehmonlarga xizmat ko'rsatish texnologiyasi qo'yidagi jarayonlarda aks etadi.

- mehmonxonaga kirishda mehmonlarni kutib olish- mehmonxona xodimlari tashrif buyurgan turistlarni xush kayfiyat va xushmuomalalik bilan kutib oladilar mehmonlarga «Welcome drink» yaxna ichimlik, shirinliklar taklif etiladi.

Tadqiqotlarimiz natijasida mehmonxonalarda turistlar bo'sh vaqtini mazmunli o'tkazish uchun quyidagi ishlarni amalga oshirish lozim deb hisoblaymiz:

- mehmonxonada qo'shimcha qizmatlar assortimentini ko'paytirish;
- milliy kiyimlar ko'rgazmalarini tashkil etish uchun maxsus joy ajratib, kichikroq milliy kiyimlar muzeyini tashkil qilish;
- mehmonxonada o'zbek xalqining milliy urf-odatlarini va an'analaridan animatsion dastur sifatida turistlar bo'sh vaqtini mazmunli o'tkazishda foydalanish va b.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. –T.: O‘zbekiston, 1993.
2. O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi qonuni. 1999 y. 20 avgust.
3. Karimov I.A. “Bizning bosh maqsadimiz – jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh etishdir”. – Toshkent: O‘zbekiston, 2005. – 110 b.
4. “O‘zbekistonda turizmni rivojlantirishning 2005 yilgacha bo‘lgan davlat dasturi to‘g‘risida” O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni 1999 yil 15 aprel.
5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2006 yil 17 apreldagi “O‘zbekiston Respublikasida 2006-2010 yillarda xizmat ko‘rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-325-sonli Qarori.
6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2012 yil 10 maydagi «2012-2016 yillarda O‘zbekiston respublikasida xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirish dasturi to‘g‘risida»gi PQ-1754-sonli Qarori
7. Aleksandrova A.Yu. Mejdunarodniy turizm: Uchebnik – M.: Aspekt Press, 2004. – 470 s.
8. Birjakov M.B. Vvedeniye v turizme. Izd. 9-ye, pererab. i dop. – SPb.: Gerda, 2008. – 576 s
9. Tuxliyev I.S., Qudratov G‘.H. Turizm iqtisodiyoti. Samarqand, Sam-ISI, 2007. -219 b.
10. I.S. Tuxliyev, R.Hayitboyev, N.E.Ibodullayev, R.S.Amriddinova Turizm asoslari: O‘quv qo‘llanma – S.: SamISI, 2010- 247 b.
11. Tuxliyev I.S., Qudratov G‘.H., Pardayev M.Q. Turizmni rejalashtirish. Darslik. T.: Iqtisod va moliya”. 2008.- 262 b.

12. Mamatqulov X.M, Bektemirov A.V, Tuxliyev I.S, Norchayev A.N. Xalqaro turizm.–T.: “O‘zbekiston faylasuflar milliy jamiyati” nashriyoti, 2009. - 192 b.

13. Mamatqulov X.M. «Turizm infratuzilmasi» Ma’ruzalar kursi. SamISI. 2009

14. R.M.Yaxyayev “Mehmonxonalarda hizmat ko‘rsatishni tashkillashtirish” fanidan Ma’ruza matnlari Toshkent- 2005 y.

15. R.S. Amriddinova, M.A.Zubaydullaeva– «Mehmonxona servis xizmati» Uslubiy ko‘rsatma. SamISI, 2010 y.

16. Abdullayev T.A., Xasanova S.A. Odejda o‘zbekov (XIX - nachalo XX vv.). - T.: Fan, 1978. -115 s.

17. “O‘zbekturizm” MK ma’lumotlari.

#### **Internet saytlari**

1. [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org), [www.unwto.org](http://www.unwto.org) –Butunjahon turistik tashkiloti
2. [www.travel-library.com](http://www.travel-library.com) – Sayyohlik bo‘yicha elektron kutubxona
3. [www.uzbekturizm.uz](http://www.uzbekturizm.uz) – “O‘zbekturizm” Milliy kompaniyasi
4. [www.stat.uz](http://www.stat.uz) - O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistikasi qo‘mitasi
5. <http://toshkent.uz>