

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС  
ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

**САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ**

**«Сервис ва туризм» факультети**

**«Халқаро туризм ва туризм сервиси» кафедраси**

«Химояга тавсия этилди»  
“Халқаро туризм ва туризм  
сервиси” кафедраси мудири,  
и.ф.н. Р.С.Амридинова

Баённома № 10 2014 й. 26 май

**5811700 - «Туризм ва меҳмонхона хўжалиги сервиси»  
*таълим йўналиши***

**ТМС-310 гуруҳ талабаси Ашуров Фаррух  
Равшановичнинг “Туризм соҳасида меҳмонхона  
хизматларини амалга ошириш жараёнлари  
(«Orient Star» меҳмонхонаси мисолида) мавзусида**

**БИТИРУВ МАЛАКАВИЙ  
ИШИ**

**Илмий раҳбар асс. Мингбоев А.Х.**

**САМАРҚАНД – 2014**

## МУНДАРИЖА

<b>Кириш.....</b>		<b>2</b>
<b>I Боб.</b>	<b>Туризм соҳасида меҳмонхона хизматларини ривожлантиришнинг назарий масалалари.....</b>	<b>5</b>
1.1.	Хизмат кўрсатиш фаолиятидаги асосий тушунчаларнинг моҳияти.....	5
1.2.	Меҳмонхона хизматларининг тавсифи ва хусусиятлари	12
<b>II-Боб.</b>	<b>Туризм соҳасида меҳмонхона хизматларини амалга оширишнинг ҳозирги ҳолати.....</b>	<b>31</b>
2.1.	Меҳмонхона хизматини ташкил қилишнинг замонавий моделлари.....	31
2.2.	Меҳмонхона хизматларини ривожлантиришнинг асосий омиллари.....	35
2.3.	Туризм соҳасида меҳмонхона маҳсулотини шакллантириш хизматлари.....	42
<b>III-Боб.</b>	<b>Самарқанд шаҳрида меҳмонхона хизматларини амалга ошириш жараёнлари.....</b>	<b>52</b>
3.1.	“Orient Star” меҳмонхонаси хизматларини амалга ошириш жараёнлари .....	52
3.2.	Туристлар хавфсизликни таъминлашда ташқи муҳитдаги заҳарли моддаларни таъсирини олдини олиш тадбирлари.....	62
<b>Хулоса ва таклифлар.....</b>		<b>73</b>
<b>Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.....</b>		<b>76</b>

## КИРИШ

Бугунги кунда туризм соҳаси кўпгина мамлакатларда шиддат билан ривожланаётган индустриянинг ижтимоий-иқтисодий тармоғидир. Ҳозирги кунда жаҳонда ҳар 7 ишчи ўриндан бири туристик бизнесга тўғри келади. Бутун жаҳон туризм ташкилотининг (БТТ) башоратларига кўра 2020 йилга келиб ҳалқаро туристик ташрифларни сони 1,6 млрдга етади яъни 2000 йил кўрсаткичларидан 3 маротаба ортиб кетади. Туристларни ҳар кунлик харажатлари, авиатранспортдан ташқари, бир кунда 5 млрд долларгача ўсади.

Туризм хизматлари хизмат кўрсатиш соҳасида алоҳида мавқега эга ва юқорида таъкидланганидек, мамлакатимизда ҳозирги пайтда туризм фаолиятига эътибор давлат сиёсати даражасига кўтарилган.

Ҳозирги пайтда меҳмонхона хўжалиги тармоғининг иқтисодиётига, аввало, иқтисодий омиллар (иқтисодиётнинг умумий ҳолати, аҳоли жон бошига олинадиган ўртача даромад, ишсизлик даражаси, маҳаллий валютани айирбошлаш курси, солиқ солиш даражаси, кредитларга белгиланган банк фоизи ва б.) таъсир кўрсатади. Айти пайтда, тармоқнинг ривожланишида ижтимоий-иқтисодий омиллар, чунончи: даромад даражасига кўра аҳолининг тақсимланиши, маълумот даражаси, турмуш тарзи, ёш тузилиши, шаҳар ва қишлоқ аҳолисининг нисбати (шаҳар аҳолисини ҳаракатчанроқ), жиноятчилик даражаси, туризмнинг ривожланиши ва ш.к. ҳам катта рол ўйнайди.

Меҳмонхона индустрияси иқтисодий фаолият сифатида меҳмонхона хизматлари ва четдан келганлар учун вақтинчалик меҳмонхонада, мотелларда, кемпингларда, талабалар уйларида ётоқ билан таъминлаш, шунингдек ресторанлар хизматини кўрсатади. Шунга асосан барча жойлаштириш муассасалари жамоавий ва яқка жойлашувга бўлинади. Ҳалқаро амалиётда БТТ экспертлари томонидан ишлаб чиқилган туристларни муассасаларга жойлаштиришнинг стандарт таснифи қабул қилинган.

**Битирув малакавий ишининг мақсади** бозор иқтисодиётни шароитида туризм соҳасида меҳмонхона хизматларини ривожлантириш бўйича назарий ва амалий тавсиялар ишлаб чиқишдан иборат.

Қўйилган мақсадни амалга оширишда қўйидаги масалалар кўриб чиқилди:

- Хизмат кўрсатиш фаолиятидаги асосий тушунчаларнинг моҳияти;
- Меҳмонхона хизматларининг тавсифи ва хусусиятлари ;
- Меҳмонхона хизматини ташкил қилишнинг замонавий моделлари;
- Меҳмонхона хизматларини ривожлантиришнинг асосий омиллари;
- Туризм соҳасида меҳмонхона маҳсулотини шакллантириш хизматлари;
- “Orient Star” меҳмонхонаси хизматларини амалга ошириш жараёнлари;
- Туристлар хавфсизликни таъминлашда ташқи муҳитдаги захарли моддаларни таъсирини олдини олиш тадбирлари

**Тадқиқотнинг объекти** сифатида Самарқанд шаҳрида жойлашган туристик меҳмонхоналар ҳисобланади.

**Тадқиқотнинг предмети** иқтисодиётни модернизация қилиш шароитида туризм бозорида меҳмонхона хизматларини ривожлантириш жараёнларининг назарий ва амалий асослари билан боғлиқ ижтимоий ва иқтисодий муносабатлар тизимидан иборат.

**Тадқиқот методлари.** Иқтисодий ва бошқарув жараёнларини тадқиқ этиш, қиёслаш, тизимли ёндашув, мантиқий статистик таҳлил, ижтимоий сўровнома ва эксперт баҳолаш усуллардан фойдаланилди.

**Тадқиқотнинг назарий-услубий асоси.** Битирув малакавий ишида Ўзбекистон Республикаси қонунлари, мамлакатимиз Президенти И.А.Каримов асарлари, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари, Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги, Ўзбекистон Республикаси Давлат солиқ қўмитаси, «Ўзбектуризм» Миллий компанияси, Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитасининг меъёрий ва йўриқ ҳужжатлари, шунингдек, тадқиқот ишида мамлакатимиз ва хорижий

иқтисодчи олимларнинг мавзу доирасидаги илмий ишлари, тавсиялари ва уларда қўлланилган услубий тамойиллар асос қилиб олинди.

**Битирув малакавий ишининг тузилиши** кириш, учта боб, хулоса, фойдаланган адабиётлар рўйхати ва иловалардан иборат. Унинг ҳажми 74 бетдан иборат бўлиб, 6та жадвал ва 11 та расмдан иборат.

## **1.Боб. Туризм соҳасида меҳмонхона хизматларини ривожлантиришнинг назарий масалалари**

### **1.1. Хизмат кўрсатиш фаолиятидаги асосий тушунчаларнинг моҳияти**

Мамлакатимизда мустақилликнинг дастлабки кунлариданоқ хизматлар кўрсатиш соҳасидаги туризм хизматлари иқтисодий тараққиётнинг устувор йўналиши сифатида талқин қилиниб, унга эътибор давлат сиёсати даражасига кўтарилган. Соҳа ривожини учун зарурий ташкилий-ҳуқуқий механизмлар вужудга келтирилиб, ҳукумат томонидан тегишли меъёрий ҳужжатлар қабул қилинди ва бу йўналишдаги ишлар ҳозир ҳам давом этмоқда. Хизмат кўрсатиш ва сервис фаолияти билан шуғулланувчи корхона ва ташкилотлар ҳамда яқка тартибдаги тадбиркорлар фаолияти миллий иқтисодиётга катта ҳисса қўшмоқда.

Сервис фаолияти деганда яқка тартибдаги хизматларни кўрсатиш орқали инсонлар талабини қондиришга йўналтирилган фаолият турини тушуниш лозим. Ушбу турдаги фаолият билан турли хилдаги ташкилотлар шуғулланади. Улар жумласига яқка тартибдаги тадбиркорлар ва турли мулк шаклига эга бўлган сервис корхоналари киради. Улар меҳнатининг натижасини бўлиб хизмат ҳисобланади.

Хизмат фаолияти деганда аввало меҳнат маҳсулотини тушуниш лозим. Ушбу маҳсулотнинг асосий белгиланиши бўлиб, инсонларнинг аниқ талабларини қондириш ҳисобланади. Бошқача қилиб айтганда хизмат-бу инсонларнинг эҳтиёж ва талабларини қондиришга қаратилган фаолиятдир.

Ушбу фаолият маҳсулотда гавдаланиши (моддий хизматлар), ҳамда меҳнат жараёнининг ўзида истеъмол қилинадиган фойдали меҳнат самарасини сифатида (номоддий хизматлар) намоён бўлади. Масалан тикувчининг хизмати шундан иборатки, у костюм, шим ва бошқа буюмлар тикади. Унинг фаолияти ушбу буюмларда гавдаланади (моддий хизмат).

Хизматнинг муҳим хусусиятларидан бири бўлиб, унинг истеъмолчи учун фойдалилиги ҳисобланади. Бу ерда шуни инобатга олиш зарурки, фойдалиликка ҳам моддий, ҳам номоддий хизматлар мажмуаси киради. Шу сабабли хизматнинг ижтимоий функцияси бўлиб, бевосита аҳолига хизмат кўрсатиш, ҳаёт фаолияти учун қулай шароитларни яратиш ҳисобланади.

Хизмат кўрсатишдан фойда олиш бу инсоннинг у ёки бу талабини қондиришга бевосита йўналтирилган хизматнинг ялпи фойдадаги улушига тўғри келади.

**Хизмат истеъмолчиси**-бу шахсий эҳтиёж учун хизматни оловчи, буюртма берувчи ёки уни олиш ва буюртма бериш ниятида бўлган фуқородир.

**Хизматни бажарувчи**-истеъмолчига хизмат кўрсатувчи корхона, ташкилот ёки тадбиркор.

Хизматнинг натижаси бўлиб, товарнинг истеъмол хусусиятларини қайта тиклаш (ўзгартириш, сақлаш), буюртмага биноан янги маҳсулот яратиш, истеъмол шароитларини яратиш, соғлиқни, шахснинг маънавий ва жисмоний ривожланишини таъминлаш ва бошқа бир қатор муҳим вазифалар ҳисобланади.

Бугунги кунда сервис фаолиятида идел ва реал хизмат тушунчалари мавжуд.

**Идеал хизмат**-бу сервис фаолиятининг у ёки бу туридаги абстракт, назарий моделидир. У ўз ичига аҳолига хизмат кўрсатиш қоидалари, сифат стандартлари ва хизмат кўрсатиш технологияларини қамраб олади.

**Реал хизмат**-бу истеъмолчининг талабларини қондиришга йўналтирилган аниқ моддий ҳаракатлардан иборат. Ушбу хизматлар бажарувчилар, истеъмолчилар, уларни кўрсатишнинг аниқ шароитларига қараб яқка ҳолатда тартиблаштирилади.

Ҳозирги кунда сервис ташкилотлари моддий ва ижтимоий-маданий хизматларни амалга оширадилар.

Моддий хизматлар деганда, инсонларнинг моддий талабларини қондирувчи хизматлар тушинилади. Ушбу хизматлар маҳсулотларнинг истеъмол қийматини қайта тиклайди (ўзгартиради, сақлайди) ёки истеъмолчилар буюртмаларига биноан янги маҳсулотлар ишлаб чиқаради, истеъмол учун шарт- шароитларни яратиш беради. **Жумладан моддий хизматларга маиший хизматлар (маҳсулотлар, бино ва қурилмаларни таъмирлаш ва техник хизмат кўрсатиш бўйича хизматлар, саргарошхона хизматлари, фото хизматлар), турар жой-коммунал хизматлар, оммавий овқатланиш хизматлари, транспорт хизматлари, қишлоқ хўжалик хизматлари ва бошқалар киради.**

Ижтимоий-маданий хизмат деганда инсонларнинг маънавий, интеллектуал талабларини қондирувчи ва уларнинг нормал ҳаёт фаолиятини қўллаб қувватлашга мўлжалланган хизматлар мажмуаси тушунилади. Ушбу турдаги хизматлар соғлиқни сақлаш ва уни тиклаш, шахснинг маънавий ва жисмоний ривожланишини ва унинг профессионал тажрибасини оширишга қаратилган. Ижтимоий-маданий хизматлар таркибига, тиббий хизматлар, туризм, маданий ва таълим хизматлари киради.

Юқорида қайд қилинганидек моддий хизматларнинг натижаси бўлиб, бажарилган иш ёки маҳсулот ҳисобланади. Ижтимоий-маданий хизматлар натижаси моддий шаклга эга бўлмайди. Масалан туристик ва экскурсия хизматлари натижалари моддий маҳсулот яратиш жараёнидан тубдан фарқ қилади.

Моддий ва ижтимоий-маданий хизматлар бир бирини доимий равишда тўлдирувчи ҳисобланади. Кўпчилик ҳолатларда товарларни харид қилишга хизматларни истеъмол қилиш ҳамроҳ бўлади. Масалан оммавий овқатланиш хизматларини истеъмол қилишда, истеъмолчи товар олади. Ушбу товарга озиқ-овқат маҳсулотлари, озиқ-овқат маҳсулотларини истеъмол қиладиган жой, таомлар ва ичимликларни бериш бўйича хизматлар, психологик дам олиш ва ҳокозолар киради.



Истеъмолчиларга хизматлар уларга хизмат кўрсатиш жараёнида амалга оширилади.

Хизматларни тақдим этиш деганда, хизматнинг бажарилишини таъминлаш учун зарур бўлган хизмат бажарувчисининг фаолияти тушинилади. Хизматларни тақдим этиш алоҳида босқичларга бўлинади. Улар жумласига зарур бўлган ресурслар билан таъминлаш, бажаришнинг технологик жараёни, назорат ва баҳолаш, хизмат кўрсатиш жараёни киради. Шундай қилиб, хизматлар истеъмолчилар ва уни амалга оширувчилар билан чамбарчас боғлиқ ҳисобланади.

Туризм хизматлари хизмат кўрсатиш соҳасида алоҳида мавқега эга ва юқорида таъкидланганидек, мамлакатимизда ҳозирги пайтда туризм фаолиятига эътибор давлат сиёсати даражасига кўтарилган.

**Туристтик хизмат** – туристларни мос равишдаги эҳтиёжларини қондириш бўйича туризм корхонаси фаолияти натижаси ҳисобланади. Туризм корхонасининг иши барча саёҳатларни ташкил қилиш билан бирга алоҳида хизматларни ташкил қилиши ҳам мумкин.<sup>1</sup>

Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида”ги Қонунида туризм хизматларига қуйидагича таъриф берилган: **“Туристтик хизматлар** - туристик фаолият субъектларининг жойлаштириш, овкатлантириш, транспорт, ахборот-реклама хизматлари кўрсатиш борасидаги, шунингдек, туристларнинг эҳтиёжларини қондиришга қаратилган бошқа хизматлар”.<sup>2</sup>

Демак, туризм хизматлари тушунчаси хизмат кўрсатиш соҳасидаги мақсадли ҳаракатлар мажмуи сифатида турист ёки экскурсант (туристик-экскурсия хизматлари) эҳтиёжини таъминлаш, қондиришга қаратилган, туризм мақсадига, туризм хизматлари, турлар, туристик маҳсулот тавсифи ва йўналишига жавоб беради. Бу тушунча қуйидагиларни ўз ичига олади:

---

<sup>1</sup>Тухлиев И.С., Ҳайитбоев Р., Ибадуллаев Н.Э., Амриддинова Р.С.,Туризм асослари: Ўқув қўлланма. – Самарқанд: СамИСИ, 2010. - 38 б.

<sup>2</sup>Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида”ги Қонуни // Халқ сўзи. 1999. - 20 август.

- хизматни таклиф этувчи ва турист ўртасидаги ўзаро алоқа;
- ижрочи томонидан хизматларни таклиф этиш жараёни (яъни маълум ишни бажариши);
- ушбу ҳаракатларнинг “қайта шаклланган хизмат” ёки “хизмат натижаси” сифатида намоён бўлиши.

Туризм хизматларини яратишда табиий, ижтимоий-маданий ва инсон ресурсларининг уйғунлашуви юзага келади ва маълум истеъмолчилар гуруҳига йўналтирилган бўлади. Шунини таъкидлаш жоизки, туризм хизматларининг моддий товардан фарқ қилувчи ўзига хос хусусиятлари мавжуд. Ушбу хусусиятлар фақат туризм хизматларига хос бўлиб, уларни таклиф этиш жараёнида ўз таъсирини кўрсатади.

Туризм хизмат кўрсатиш соҳасининг ташкил этувчиси сифатида ўз хусусиятларига ва функциясига эга бўлиб, бу уни хўжалик юриштишнинг автоном соҳаси эканлигини белгилайди. Бошқа хизмат турлари каби туристик хизматлар ўзига хос хусусиятларини шартли равишда «Тўртта С» билан белгиласак, қуйидаги ҳолатда бўлади<sup>3</sup>:

**1. Сезилмаслик.** Туристтик хизматлар моддий маҳсулот бўлиб ҳисобланмайди. Улар ижтимоий – маданий (номоддий) соҳаларга тегишли бўлади, чунки истеъмолчини ижтимоий-маданий хизматларга бўлган эҳтиёжини жисмоний, этник-интеллектуал, маънавий ва ҳ.к. эҳтиёжини қондириш бўйича хизматларни ижро этувчилар фаолияти аниқлайди. Уларни харид вақтида кўриш ёки баҳолаш мумкин эмас. Бундай хизматлар объекти бўлиб, шахсан истеъмолчи ҳисобланади (турист);

**2. Сервисни ва истеъмолчини ўзаро боғлиқлиги.** Хизматлар истеъмолчи ва ижро этувчиларнинг ўзаро таъсири натижасидан ташкил топганлиги сабабли, туристик хизматларни кўрсатиш жараёни (ишлаб

<sup>3</sup> Тухлиев И.С., Ҳайитбоев Р., Ибадуллаев Н.Э., Амриддинова Р.С., Туризм асослари: Ўқув қўлланма. – Самарқанд.: СамИСИ, 2010. - 38 б.

чиқариш) истеъмол билан бирга параллел равишда юз беради. Маълумки, моддий шаклда товарларни ишлаб чиқариш, уни сотувидан олдин бўлади, фақат ундан кейингина истеъмол жараёни бошланади. Яна бир муҳим хусусиятларидан бири бу туристик товарлар ва хизматлар истеъмоли фақатгина истеъмолчини, яъни туристни унинг ишлаб чиқилган жойига олиб борилган ҳолдагина амалга оширилади. Оддий товарлар ва хизматлар истеъмоли эса тескариси, яъни ишлаб чиқилган маҳсулот жойидан қатъий назар тайёр бўлгач, истеъмолчи уни шу ернинг ўзида истеъмол қилади.

**3. Сақланмаслик.** Туристтик хизматларнинг сақланмаслиги (сақлаш мумкин эмаслиги). Туристтик хизматларнинг ҳаётий цикли моддий товардан тубдан фарқ қилади, хусусан сақлаш босқичининг мавжуд бўлмаганлиги билан туристик хизматларни сақланмаслиги бозор конъюктурасини яхшилаб ўрганишни, талаб ва таклифни мутаносиблигини талаб этади, чунки хизматлар талаб бўлмагунга қадар «омборларда» туриб қоладиган маҳсулот эмас.

**4. Сифатнинг доимий эмаслиги** (хизматлар сифати кўп ҳолларда манбанинг ҳолати, унинг малакавий тажрибаси, кайфиятига боғлиқ бўлади).

Меҳмондўстлик соҳасидаги хизматлар ўзининг ўзгарувчанлиги билан ажралиб туради. Бундай ўзгарувчанликнинг бир неча сабаблари мавжуд. Биринчидан, бундай турдаги хизматлар бир вақтнинг ўзида кўрсатилади ва қабул қилинади, бу эса уларнинг сифатини назорат қилиш имкониятини чеклайди.

Эҳтиёжни вақтинчалик нобарқарорлиги, эҳтиёж юқори бўлган даврда хизмат сифатини сақлашни муаммоли қилиб қўяди. Кўп нарсалар хизмат кўрсатиш вақтида уни рад этиш ҳолатига боғлиқ бўлади. Айнан бир киши бугун сизга яхши хизмат кўрсатиши мумкин, аммо эртаси куни сифатсиз хизмат қилиши мумкин. Бундай сифатсиз хизмат кўрсатишни турли сабаблари бўлиши мумкин: хизмат сифатидаги ўсиш ва тебранишлар,

меҳмондўстлик индустрияси шаънига мижозлар томонидан айтиладиган эътирозлар норозиликнинг бош сабаби бўлиб ҳисобланади.

Туризм хизматларининг ўзига хос хусусиятларидан ташқари бизнингча, уни бошқа хизматлардан фарқловчи яна қуйидаги жиҳатлари ҳам мавжуд:

1. Истеъмолчилар талабининг мавсумийлиги сабабли, уларда туризм хизматларидан қониқиш ҳисси мавжуд бўлади. Шунинг учун ҳам хизматлар аниқ белгиланган туристик мавсум ва зоналар учун ажратиб кўрсатилиши лозим.

2. Туристик пакет ҳар бири ўз услуги, тижорат мақсадига эга бир нечта корхоналар хизмат таклифлари мажмуасидан яратилади. Шундай экан, туризм хизматларини таклиф этувчи корхоналар (ижрочилар) умумий мақсадини ишлаб чиқиб устувор, аниқ хизматларни белгилаб унга амал қилсалар, туризм бозорида муваффақиятга эришадилар.

3. Мижоз туризм хизматларини истеъмол қилиши учун уни ушбу хизматларни таклиф этувчи жойдан ажратиб турувчи маълум масофани босиб ўтиши шарт бўлади.

4. Туризм хизматларини таклиф этувчи, дестинацияларни стратегик ривожлантиришда туристик талабнинг ўзгариши ва мавжуд рақобатни ҳисобга олиб, тизимли ёндашиш лозим. Дестинацияларни ривожлантиришда истеъмолчилар хоҳишини оқлайдиган ва саёҳатга қизиқтирадиган ижобий муҳитни яратиш ва шакллантириш муҳимдир.

5. Мижозга ва хизмат кўрсатувчига бевосита боғлиқ бўлмаган ташқи омиллар ҳам туристик хизматлар сифатига таъсир кўрсатади. Масалан, шахснинг кайфияти, об-ҳаво, сиёсий беқарорлик, халқаро воқеалар, табиий офатлар ва ш.к.

## **1.2. Меҳмонхона хизматларининг тавсифи ва хусусиятлари**

Меҳмонхона хизматларини кўриб чиқишдан олдин хизмат сўзининг маъносини ҳамда барча хизматларнинг ўзига хос хусусиятларини эсга олишимиз керак. Катта Совет Энциклопедиясида хизмат тушунчаси маълум шахснинг, индивидуал буюртмачининг, миждонинг, мазкур хизматлар истеъмолчисининг эҳтиёжларини қондиришга бевосита қаратилган меҳнат сифатида талқин қилинади.

Маркетинг бўйича машҳур америкалик мутахассис Ф. Котлернинг аниқлашича хизматлар – бу бир томон иккинчи томонга таклиф қиладиган асосан сезилмайдиган исталган тадбирлар ёки фойда олиш мумкин бўлган жараёндр. Хизматларни ишлаб чиқариш моддий кўринишдаги товарлар билан боғлиқ бўлиши ҳам бўлмаслиги ҳам мумкин.

Хизмат – натижаси инсоннинг қандайдир эҳтиёжини қондиришда акс эттириладиган мақсадга мувофиқ йўналтирилган меҳнат фаолиятидир. Хизматларнинг ўзига хос хусусиятлари шундан иборатки, у буюм шаклида ҳам ёки жонли меҳнатни амалга ошириш жараёнида ҳам намоён бўлиши мумкин.

Бундай илмий ишларнинг бирида хизматлар қандайдир ҳуқуқий(юрндик) ёки жисмоний субъектнинг бошқа субъектга нисбатан моддий ёки номоддий, бевосита ёки билвосита фойда олиш мақсадида амалга оширадиган фаолияти сингари ифодаланади. Кўпгина иқтисодчилар “хизмат” тушунчасига таъриф беришда К.Маркснинг “Капитал” асарининг биринчи томида аниқланганидек яъни “хизмат товарнинг ёки меҳнатнинг истеъмол қийматининг фойдали ҳаракатидан бошқа нарса эмас” дейилган фикрга таянадилар.

Юқоридаги келтирилган таъриф замонавий шароит учун қисмангина мақбул холос.

“Хизмат” тушунчасига чуқурроқ таърифни қуйидаги тарзда ифодалаш мумкин: «хизмат дейилганда маҳсулотни ишлаб чиқариш ва уни

таъмирлашдан, ёки аҳолининг ноишлаб чиқаришга хос бўлган шахсий эҳтиёжларини қондиришдан иборат бўлган моддий хизматларни тақдим этишга қаратилган фойдали ҳаракатлардан иборатдир (жумладан маънавий ва эстетик)».

Россияда 1994 йилдан бошлаб биринчи мартаба ГОСТ Р 50646-94 «Аҳолига хизматлар. Терминлар ва тушунчалар» хужжати жорий этилди. Мазкур хужжатга мос равишда хизмат дейилганда ижро этувчи ва истеъмолчининг ўзаро бевосита алоқалар(ҳаракатлар), ҳамда истеъмолчининг эҳтиёжларини қондириш бўйича ижрочининг шахсий фаолиятлари натижаси тушунилади.

Аҳолига кўрсатиладиган хизматлар ўзининг функционал вазифасига кўра моддий ва социал(ижтимоий)-маданий хизматларга бўлинади.

**Моддий хизматлар** – бу хизмат истеъмолчисининг моддий-маиший эҳтиёжларини қондириш бўйича хизматлардир. Моддий хизматлар маҳсулотнинг истеъмол хусусиятини қайта тикланишини(ўзгариши,сақлаб қолишни) ёки фуқароларнинг буюртмаси бўйича янги маҳсулотлар ишлаб чиқариш, ҳамда кишилар ва юкларни жойлаштиришни ҳамда истеъмолчилар учун шарт-шароитлар яратишни таъминлайди. Жумладан, моддий хизматларга товарларни тайёрлаш ва уларни таъмирлаш билан боғлиқ маиший хизматларни, турар-жой коммунал хизматларни, умумий овқатланиш хизматларини, транспорт хизматларини киритиш мумкин.

**Социал(ижтимоий)-маданий хизматлар** – бу истеъмолчининг маънавий, интеллектуал эҳтиёжларини қондириш бўйича ҳамда уларнинг нормал ҳаёт фаолиятини таъминлашга қаратилган хизматлардир. Социал(ижтимоий)-маданий хизматлар шахснинг маънавий ва жисмоний ривожланиши, унинг соғлиғини қайта тиклашини таъминловчи, малакавий маҳоратини оширишга қаратилган хизматлардир. Социал(ижтимоий)-маданий хизматларга тиббий хизматларни, маданий хизматларни, туристик хизматларни,таълим хизматларини киритиш мумкин.

Шундай қилиб, стандарт аҳолига кўрсатиладиган турли-туман хизматлар ичида туристик хизматларнинг ўрнини белгилашга, ҳамда уларни социал-маданий хизматларга киритишга имкон яратиб беради.

Барча хизматлар моддий хизматлар ҳам, социал-маданий хизматлар ҳам бешта таянч характеристикасига эга.

Сервис соҳасидаги корхоналар фаолиятига ажратиб кўрсатилган хизматлар характеристикасининг ўзига хос таъсирини 2.1 жадвалда кўришимиз мумкин:

*Хизматларнинг асосий характеристикалари (белгилари)*

Хизматлар характеристикаси	Сервис корхоналари фаолиятининг ўзига хос хусусиятлари
Сезилмаслик	Товарнинг мавжуд бўлмаслиги;хизмат ҳаракат ёки тажриба бўлиб ҳисобланади.
	Стандарт намуналарни тақдим этишдаги қийинчиликлар:мижоз учун хизматларни харид қилиш риск билан боғлиқ, чунки хизматларни намойиш этилмайди
	Патент тизимининг мавжуд эмаслиги: рақобатчилар бозорига эркин кириш имкони
Хизматларни тақдим этиш бевосита истеъмолчи билан боғлиқликда амалга оширилади.	Истеъмолчилар хизмат кўрсатиш жараёнида иштирок этадилар
	Хизматлар жараёнига истеъмолчилар гуруҳини жалб этиш. Хизматлар сифати устидан назорат муаммоси.
	Хизматларни тақдим этувчи фирма номидан унинг персонал ходими иш кўради.Фирмани ижобий қабул қилиш унинг ходимларининг мижозга муносабати билан белгиланади.
	Хизмат кўрсатиш шарти-фирманинг энг асосий фарқли жиҳатларидан бири ҳисобланади.
	Фирмани кенгайтиришдаги қийинчиликлар корхона тармоқларини ташкил этиш билан боғлиқ
Гетерогенлик	Хизматларни стандартлаштириш қийинлашади, чунки уларни сифати истеъмолчиларнинг берган баҳоси билан белгиланади
	Хизмат кўрсатиш сифати назорати муаммоси:хизмат кўрсатишдаги шарт-шароитларнинг турли хиллиги
Сақланмаслик	Хизматларни сақлаш мумкин эмас:товар захиралари мавжуд эмас
	Мавсумийлик ўта юқори даражага етгандаги муаммолар;меҳнат



	самарадорлигининг пастлиги
	Хизматларга нарх белгилашдаги қийинчиликлар:нархни шакллантиришдаги муаммолар.
<b>Хизматларга бўлган мулк ҳуқуқи мавжуд эмас</b>	Мижозлар хизматларга эгалик қила олмайди-хизматлар аренда сингаридир

Сервис соҳаси ташкилотлари фаолиятининг ўзига хослиги хизмат кўрсатишнинг хусусиятлари билан белгиланади, айнан: индивидуал буюртмачининг мавжудлиги билан; хизматлар ишлаб чиқишнинг локал характери билан; турли хил технологик жараёнлар билан; хизматларнинг мавсумий характери билан; хизматларни ишлаб чиқариш ва уларни сотишни уйғунлаштириш билан; хизмат кўрсатиш сифати билан; хизматларни зудлик билан бажарилиши ва уларни бошқа хизматлар билан ўрнини алмаштириш мумкин эмаслиги билан.

Мамлакатимизда қабул қилинган класификацияга (таснифлашга) кўра функционал мўлжалланишига кўра хизматлар тўрт гуруҳга бўлинади:

- 1) истеъмол қийматини қайта тиклаш ва таъмирлаш (товарлар ва хизматлар);
- 2) буюртмага кўра янги истеъмол қийматини яратиш;
- 3) кишиларнинг иши, ҳаёти ва маиший соҳаларида қулайликлар яратиш бўйича хизматлар;
- 4) ахборот хизматлари.

Бундан ташқари хизматларнинг 12 та асосий гуруҳлари ажратиб кўрсатилган:

- турар жой ва коммунал хизматлари;
- чакана савдо хизматлари;
- умумий овқатланиш хизматлари;
- маиший хизматлар;
- умумий таълим ва тарбия хизматлари;

- тиббий хизматлар;
- социал(ижтимоий) таъминот ва хизмат кўрсатиш;
- маданий эҳтиёжларни қондиришга қаратилган хизматлар;
- рекреацион хизматлар (туризм ва дам олиш хизматлари);
- кредит-суғурта хизматлари;
- фуқаролар мулкини ва ҳуқуқини муҳофаза қилиш хизматлари;
- алоқа ва йўловчи транспорт хизматлари.

Мазкур гуруҳлар хизматлар соҳасини тўртта асосий гуруҳларга бўлишни тақозо этади: коммунал-маиший хизмат кўрсатиш соҳаси; соғлиқни сақлаш ва қайта тиклаш соҳаси; бошқариш, тартибга солиш ва айирбошлаш соҳалари; маданий-маърифий хизматлар соҳаси. Н. Б. Щениковой<sup>4</sup> фикрига кўра, сервис индустриясини бешта таркибий қисмдан иборат бўлган соҳа сифатида тасаввур қилиш мумкин:

- техник сервис;
- технологик сервис;
- ахборот сервиси;
- транспорт-коммуникациялар сервиси;
- социал(ижтимоий)-маданий или гуманитар сервис.

**Техник сервис** инсоннинг замонавий стандартларга мос равишда сифатли, юқори даражадаги турмуш тарзини таъминловчи турли хил техникаларга бўлган эҳтиёжини қондириш билан боғлиқ. Бундай хилдаги сервис таом тайёрлайдиган ёки кир ювадиган, сув ва ҳавони тозалайдиган замонавий техника воситалари, озиқ овқат маҳсулотларини сақлаш учун

---

<sup>4</sup> Щеникова Н. Б. Основы туризма и индустрии гостеприимства. – Владивосток: ВГУЭиС, 2002.

махсус техника воситалари, теле-радио, видеотехникалар, компьютер курилмалари сингари техник воситалар билан таъминланади.

**Технологик сервис** – майда ишлаб чиқариш ва маиший шароитларда замонавий технологиялар ёрдамида кишиларнинг турли хил эҳтиёжларини кондириш (кийим-кечак, турар-жой, овқатланиш, соғлиқни қайта тиклаш). Бу эса тўқимачилик, терини қайта ишлаш, тахта ёғоч саноатида, металл ва бошқа материаллар ишлаб чиқишда замонавий технологиялардан фойдаланишни ҳамда кимё ва биология соҳаларида махсус технологияларни қўллашни талаб этади.

**Ахборот сервиси.** Жаҳон тенденцияларининг далолат беришича, жамиятнинг барча соҳаларида ахборотларнинг роли ошганлигини қайд қилиш мумкин. Турли хилдаги ахборотларни йиғиш, умумлаштириш, уларни таҳлил қилиш, ҳамда ахборотлар тизимидан алоҳида кишилар, аҳоли гуруҳлари ёки бутун жамият учун фойдаланиш кенг тарқалмоқда.

**Транспорт-коммуникация сервиси.** Ахборот эҳтиёжларидан фарқли равишда коммуникацион эҳтиёжлар кўп ҳолларда диалог характериға эға бўлган мақсадға йўналтирилган ахборотлар алмашинувида юзаға келмасдан иккала томоннинг хошиш истагига кўра улар учун қулай бўлган вақтда муносабатлар кўринишида намоён бўлади. Муносабатларнинг техник воситалари сифатида транспорт, почта алоқаси, электрон алоқалар майдонға чиқади.

**Социал-маданий (гуманитарный) сервис** аҳоли бўш вақтини мазмунли ташкил этиш соҳасида кенг қамровли хизматлар кўринишида намоён бўлади: кўнгилочар тадбирлар, туризм, меҳмонхона ва ресторан хизматлари, театрлар, музейлар, мавзули истироҳат боғлари, киноматография ва ҳ.к. Шулар билан бир қаторда уйда таълим олиш, маданий- кўнгилочар, хос тадбирлар, ижтимоий-ҳуқуқий, маданий, ижтимоий-тиббий, санатория-даволаниш сингари сервис фаолият турлари ҳам ривожланмоқда.

Меҳмонхона индустрияси иқтисодий фаолият тури сифатида ўз таркибига меҳмонхона хизматларини тақдим этишни, меҳмонхоналарда, кемпингларда, мотелларда, мактаб ўқувчилари учун мўлжалланган ва талабалар ётоқхоналарида, ташриф буюрувчилар учун мўлжалланган уйларда қисқа муддатли яшаш учун имтиёзлар ташкил этишни ўз ичига олади. Бундай фаолиятларга ресторан хизматлари ҳам киради. Меҳмонхона хизматларига барча хизматларнинг ва туристик хизматларнинг барча асосий характеристикалари хосдир. Бироқ улар ўзининг специфик (хос) хусусиятларига эга. Т. И. Черняева ва М. С. Отнюковалар<sup>5</sup> томонидан меҳмонхона хизматларининг муҳим специфик томонлари очиб берилди.

**Хизматларни ишлаб чиқариш ва истеъмол жараёнларининг** бир вақтда эмаслиги. Меҳмонхонада тақдим этилаётган хизматлар комплексига нисбатан бир вақтдалилик, ишлаб чиқариш ва истеъмол жараёнларининг узлуксиз характердалиги сингари хизматларнинг умумий характеристикаси тўлиқ мос келмайди. Алоҳида меҳмонхона хизматлари миждознинг иштирок этиши билан боғлиқ эмас. Масалан, хонани йиғиштириш ва сотишга тайёрлаш reception хизмати томонидан хонани сотиш вақти ва жойи ҳамда миждознинг бевосита ташриф вақтига мос келмайди.

**Сақлаш имконининг чекланганлиги.** Меҳмонхона хизматлар комплексини кейинчалик сотиш учун сақлашнинг иложи йўқ. Агар жорий суткада меҳмонхона номери сотилмай қолса, уни шу суткада яна қўшимча сотишнинг иложи йўқ. Келтирилган барча зарар ва қўлдан чиқарилган фойда мазкур ҳолатда ёки отелъерга, ёки хоналар блокини брон қилган ҳамда турли сабаблар туфайли ундан воз кечган туроператор зиммасига юклатилади.

**Меҳмонхона хизматларининг тезда бажарилиш характери.** Меҳмонхона корхоналарининг ўзига хос хусусияти шундан иборатки,

---

<sup>5</sup> Приводятся в авторской обработке по: Черняева Т. И., Отнюкова М. С. Введение в специальность. Общие основы курса. – Саратов: СГТУ, 2005.

мижозларга хизмат кўрсатиш тезда сифатли амалга оширилиши зарур. Мазкур фактор меҳмонхона танлашда муҳим аҳамият касб этади. Қатор меҳмонхона хизматларини тақдим этиш ҳатто дақиқалар билан ўлчанади. Жумладан, Токио шаҳридаги меҳмонхона энг тез хизмат кўрсатишни таклиф қилади, меҳмонни қабул қилишда унга хизмат кўрсатиш учун зарур бўлган максимал вақт 45 дақиқа билан чекланади.

**Ишлаб чиқариш жараёнида ходимнинг фаол иштирок этиши.** Меҳмонхона хизматларининг муҳим бўлган ўзига хос хусусияти бўлиб ишлаб чиқариш жараёнида кишиларнинг фаол иштироки ҳисобланади. Инсон омили ва унинг бевосита таъсири хизматлар сифатининг ўзгаришига биргина шу корхонанинг ўзида ҳатто такрорланмаслигига олиб келади.

Шу сабабли, хизмат кўрсатиш стандартлари ишлаб чиқилди ва такомиллаштирилмоқда, **хизмат кўрсатиш стандартлари** – барча амалга ошириладиган операцияларнинг белгиланган сифат даражаларини кафолатлашга қаратилган ишлаб чиқилган ижро этиш учун мажбурий ҳисобланган хизмат кўрсатишнинг қоидалар комплекси.

Стандарт миқдорларга хизмат кўрсатиш даражаси ва меҳмонхона корхонасининг исталган ходим фаолиятини баҳоланадиган меъзонларини белгилаб беради. Масалан бундай меъзонларга қуйидагиларни киритиш мумкин: ахборотларни олиш ёки бронлаштириш тўғрисида қўнғироқни қабул қилиш вақти; жойлаштириш хизматида расмийлаштириш вақти; аниқ хизматни тақдим этишга сарфланадиган вақт; махсус кийимларнинг мавжудлиги ва ташқи кўриниши; хизмат кўрсатувчи ходимларнинг чет тилини билиш даражаси.

**Меҳмонхона хизматларига талабнинг мавсумийлик характери.** Меҳмонхона хизматлари бозори учун йилнинг маълум даврига боғлиқ равишда талабнинг тебраниши ҳосил, чунки аксарият туристлар ёз ойларда

хамда ҳафтанинг дам олиш кунларида дам олишни хуш кўрадилар, ишга алоқадор туристлар эса аксинча иш кунларида меҳмонхонага жойлашадилар, бу эса меҳмонхона юкмасига ўзининг бевосита таъсирини ўтказди.

**Меҳмонхона хизматлари ва ташриф мақсадининг узвий боғлиқлиги.** Маълум жойга турист ташриф буюришга қарор қабул қилганда одатда мазкур жойда аниқ меҳмонхонанинг мавжудлик факторига асосланмасдан, бошқа сабабларга таянади: ҳордиқ чиқариш, дам олиш, спорт билан шуғулланиш имкониятларининг, даволаниш ванналарининг мавжудлиги ва ҳ.к. Таътил даврида ўз ташрифини режалаштирган киши аввало, ташриф буюрадиган маълум жойни – давлатни, минтақани ёки шаҳарни танлайди, Шундан кейингина у мос равишдаги меҳмонхона корхонасини ёки жойлаштиришнинг бошқа воситасини танлашга киришади. Бироқ, турист такроран аввалги меҳмонхонага боришни истаса, жойлаштириш масаласи олдиндан ҳал этилиши мумкин.

Меҳмонхона хизматларининг ўзига хослиги меҳмонларга хизмат кўрсатиш технологияси ва хизматларнинг ўзига хос хусусиятлари билан белгиланади. Меҳмонхона хизматларини тақдим этишнинг технологик жараёни ўз ичига қуйидагиларни олади: меҳмонхонага киришда меҳмонни кутиб олиш; меҳмонни рўйхатдан ўтказиш, ҳужжатларни расмийлаштириш ва уни жойлаштириш; унга хонада хизмат кўрсатиш; овқатланиш хизматларини тақдим этиш; маданий эҳтиёжларини қондириш, спортга оид, соғломлаштириш ва фитнес хизматларини кўрсатиш; кетиш вақтида ҳужжатларни расмийлаштириш, кетаётганда уни кузатиб қўйиш.

Хизматлар тайёр ёки тугалланган шаклда бўлмайди, у хизмат кўрсатиш жараёнида, ижро этувчи ва истеъмолчининг узвий алоқалари натижасида шаклланади. Меҳмонхона хизматларини ишлаб чиқиш ва истеъмол қилиш жараёнлари меҳмонхонага мижознинг келиш вақтидан бошлаб унинг кетиш давригача бир вақтнинг ўзида амалга оширилади, барча меҳмонхона цикли

давомида меҳмон хизматни меҳмонхона ходимининг фаолият натижаси сифатида қабул қилади.

Меҳмонхона хизматлари битта жойда ишлаб чиқилади ва ўша жойда хизмат кўрсатиш жойида истеъмол қилинади, истеъмолчининг ўзи эса тақсимлаш тизимининг бир қисми бўлиб қолади. Меҳмон хизмат кўрсатувчи ходим билан ресторанда, портъе столи олдида, хонада, хизмат кўрсатувчи ходим билан алоқа қилади, шу орқали меҳмонхона корхонаси мижозлар билан персонал ходимларнинг мувофақиятли алоқасини таъминлайди. Шу билан бирга меҳмон турар жойдаги қоидаларга ва жамоат жойларида умумқабул қилинган хатти-ҳаракат меъёрларига риоя қилишга мажбур. Меҳмонхона хизматларининг муҳим ўзига хослиги бўлиб уни тўплаш ва сақлашнинг мумкин эмаслиги ҳисобланади. Шундай қилиб меҳмонхона хизматлари – бу меҳмонга узлуксиз таъсир этувчи меҳмонхона персонал ходими ва меҳмоннинг ташкиллаштирилган ўзаро алоқаларидир. Мазкур маҳсулот фақатгина меҳмоннинг ташриф буюриш давомийлигида амал қилади, шу давр мобайнидагина меҳмон ва меҳмонхона ўртасида доимий муносабатлар ўрнатилади, уни дастурлаштириш ёки қандайдир хизмат кўрсатиш стандарти ёки алгоритмини қўллаш мумкин эмас. Шу сабабли меҳмонхона хизматлари ҳар бир конкрет вазиятда индивидуал характер касб этади.

### **1.3. Меҳмонхона иқтисодийётига таъсир этувчи омиллар**

Хозирги пайтда меҳмонхона хўжалиги тармоғининг иқтисодийётига, аввало, иқтисодий омиллар (иқтисодийётнинг умумий ҳолати, аҳоли жон бошига олинадиган ўртача даромад, ишсизлик даражаси, маҳаллий валютани айирбошлаш курси, солиқ солиш даражаси, кредитларга белгиланган банк фоизи ва б.) таъсир кўрсатади. Айни пайтда, тармоқнинг ривожланишида ижтимоий-иқтисодий омиллар, чунончи: даромад даражасига кўра аҳолининг тақсимланиши, маълумот даражаси, турмуш тарзи, ёш тузилиши, шаҳар ва

қишлоқ аҳолисининг нисбати (шаҳар аҳолисини ҳаракатчанроқ), жинойтчилик даражаси, туризмнинг ривожланиши ва ш.к. ҳам катта рол ўйнайди.

Табиийки, тармоқнинг ҳолати қонунчиликка (солиқ ва меҳнат тўғрисидаги қонун ҳужжатлари, лицензиялаш қоидалари, санитария-гигиена талаблари, ёнғин хавфсизлиги қоидалари, истеъмолчиларнинг ҳуқуқлари тўғрисидаги қонунлар ва б.га) ҳам бевосита боғлиқ бўлади.

Умумиқтисодий ва демографик омиллардан ташқари, меҳмонхона иқтисодиётига яна бир қанча ўзига хос омиллар кучли таъсир кўрсатади. Ҳозирда терроризм ана шундай омиллардан биридир. Йирик террорчилик ҳаракатлари, чунончи: Мисрда туристларнинг террористлар томонидан ўққа тутилиши ёки Нью-Йоркдаги осмонўпар биноларнинг вайрон қилиниши террористлар ҳужум қилган минтақадаги меҳмонхоналарнинг тўлишига жуда салбий таъсир кўрсатади. Тўғри, тажриба ушбу оқимларга туристик оқимлар 2-3 йил ичида тикланишидан далолат беради, аммо бу вақт мобайнида жуда кўп меҳмонхоналар банкрот бўлиши мумкин.

Мамлакатдаги иқтисодий инқироз натижасида чет эл инвестициялари келиши тўхтайдди, ушбу мамлакатга товарлар экспорти камаяди, бу эса меҳмонхоналарда бизнес-туристлар сони камайишига олиб келади. Курорт минтақаларида меҳмонхоналарнинг тўлишига тез ўзгарадиган дам олиш жойлари ва турларига бўлган мода, виза олиш билан боғлиқ қийинчиликлар, транспорт компанияларининг иш шароитлари таъсир кўрсатади. Мисол учун, Европа осмонида шовқин даражаси меъёрда белгиланганидан катта бўлган собиқ Иттифоқда ишлаб чиқарилган самолётлар училишининг тақиқланиши муқаррар тарзда россиялик туристлар оқимлари Европа курортларидан Туркия ва Миср курортларига қайта тақсимланишига олиб келади.

Меҳмонхонанинг иқтисодий кўрсаткичларига ички омиллар, чунончи: қабул қилинган бошқариш ва назорат тизими (айниқса, харажатлар устидан



назорат тизими), кўрсатиладиган хизматлар даражаси, шунингдек меҳнат муносабатлари ҳам таъсир кўрсатади. Шу сабабли меҳмонхона маъмурияти ходимларнинг меҳнат шароитларини яхшилашга, ишчи кучининг кўнимсизлигини камайтиришга ва меҳнат жамоасидаги муҳитни яхшилашга доим эътибор бериши керак.

Меҳмонхонанинг иқтисодий кўрсаткичларига нотўғри танланган тарифлар тизими ҳам таъсир кўрсатиши мумкин. Жаҳонда *меҳмонхона тарифларининг* қуйидаги *асосий тизимлари* қўлланади.

1. Тарифга фақат яшаш учун ҳақ (Room only) киради. У Европа режаси деб ҳам аталади.
2. Тарифга яшаш учун ҳақ ва нонушта (Room and breakfast) киради (континентал режа). Бунда тарифга киритилган нонушта уч хил бўлиши мумкин:
  - континентал нонушта (шарбат, қахва ёки чой, булочка, жем);
  - инглизча нонушта (ветчина билан қуймоқ қўшилади);
  - шведча стол (пишлоқ, колбаса маҳсулотлари, нон-булка маҳсулотлари, мевалар, жемлар, шарбатлар, асал, қахва, чой ўзига-ўзи хизмат кўрсатиш усулида тақдим этилади). Ҳозирда ушбу тариф айниқса кенг тарқалган.
3. Ярим пансион (Half board, demi-pension, modified American plan). Тарифга яшаш ҳақи, нонушта ва тушлик ёки кечки овқат киради. Тариф айрим курорт меҳмонхоналарида ва маърифий мақсадларда саёҳат қилувчи туристларга, шунингдек бизнесменларга хизмат кўрсатадиган меҳмонхоналарда қўлланади. Ушбу меҳмонхоналарда яшайдиган туристлар шаҳар бўйлаб экскурсия қилади, ўша ерда тушлик қилади, кечкурун эса меҳмонхонага қайтиб келади. Курорт меҳмонхоналарида яшайдиган туристларга келсак, улар шу ерда тушлик қилишни, кечкурун эса турли ресторанлар ва кафеларда овқатланишни маъқул кўради.

4. Тўла пансион (en pension, American plan). Тарифга яшаш ҳақи ва уч (ёки тўрт) маҳал овқатланиш киради. Курорт меҳмонхоналарида, айниқса, умумий овқатланиш тармоғи яхши ривожланмаган минтақаларда қўлланади.
5. «Ҳаммаси киритилган» («All included»). Тарифга яшаш ҳақи, кўп марта овқатланиш (мижоз танлаган бир неча ресторанлардан бирида, кўнгилочар воситаларнинг ҳаммаси (ёки кўпчилиги), бардаги ичимликлар (одатда импорт ичимликлардан ташқари)) киради. Одатда бегоналардан ажратилган курорт меҳмонхоналарида қўлланади. Меҳмонхонада яшовчиларга улар айна шу меҳмонхонага мансублигини тасдиқлайдиган маълум белгилар берилади, мисол учун, уларнинг қўлига ечилмайдиган билакузук тақиб қўйилади.

Ҳақ тўлашнинг бошқа усуллари ҳам мавжуд. Мисол учун, «Бир хизмат нархида икки хизмат» (Two for one) тарифига кўра, меҳмон текинга яшайди, аммо овқатланиш учун ҳақ тўлайди. «Болалар учун бепул» (Children – free) тарифига кўра, ота-онаси билан бир хонада яшайдиган болалар учун ҳақ олинмайди. Аммо бу тарифлар нисбатан кам қўлланади. Тарифни эълон қилишда унга нималар кириши муфассал тушунтирилиши керак. Тарифга солиқ киритилган-киритилмагани тушунтирилиши шарт, чунки мижоз ҳақ тўлаш пайтида тарифдан ташқари 20% миқдорида солиқ ҳам тўлаши кераклигини билса, норози бўлиши тайин.

Юқорида санаб ўтилган омиллар исталган бирининг таъсири энг аввало меҳмонхонанинг тўлиш коэффицентида акс этади. Бу меҳмонхона ишининг рентабеллигини белгиловчи муҳим кўрсаткичдир. Ҳозирда жаҳонда ушбу коэффицент аста-секин пасайиши кузатилмоқда. Бу янги-янги меҳмонхоналар қурилаётгани, меҳмонхона хизматларининг таклифи уларга бўлган талабдан кўпайиб бораётгани билан изоҳланади. Меҳмонхоналарнинг тўлиш коэффиценти ҳозир ўрта ҳисобда тахминан 60% ни ташкил этадики, буни рентабеллик бўсағаси деб айтиш мумкин. Ўз-ўзидан равшанки, тўлиш

коэффициенти ўзгариб туради: мавсумда юқори бўлади, мавсум тугагач, пасаяди; шанба ва якшанба кунлари иш кунларидагидан пастроқ, байрам кунлари эса оддий кунлардагидан юқорироқ бўлади ва ҳ.к. Ҳар бир меҳмонхонада тўлиш коэффициенти ўзгаришининг муайян манзараси кузатилади. Ушбу коэффициент ўзгаришларини мувозанатга солиш учун маъмурият тегишли чора-тадбирлар кўриши керак.

Тўлиш коэффициенти жуда кўп омилларга боғлиқ бўлади. Бу ерда шуни таъкидлаб ўтиш керакки, тариф миқдори билан тўлиш коэффициенти ўртасида бевосита боғлиқлик мавжуд эмас: мисол учун, тарифи 60 АҚШ доллари бўлган меҳмонхонанинг тўлиш коэффициенти 62%, тарифи 100 АҚШ доллари бўлган меҳмонхонаники эса – 75% бўлиши мумкин. Ваҳоланки, иқтисодий назария хизматлар қиймати пасайишига қараб, уларга бўлган талабнинг ошишини назарда тутади. Аммо муайян бир меҳмонхонада бундай боғлиқлик кузатилиши, яъни тарифнинг пасайтирилиши тўлиш коэффициентининг ошишига олиб келиши мумкин.

Меҳмонхонада тўлиш коэффициентига бевосита таъсир этувчи омиллардан яна бири хизмат кўрсатишнинг сифат даражаси бўлиб, хизматлар бозорида сифат деганда мўлжал қилинган истеъмолчи нимани тушуниши меҳмондўстлик корхоналари учун муҳим аҳамиятга эга, яъни «сифат» тушунчасини муҳокама қилишда истеъмолчининг шахсияти диққат марказида туради.

Хизматнинг сифатига баҳо беришда истеъмолчи ўзига берилган нарсани ўзи олишни хоҳлаган нарсага солиштиради. Муайян хизматга берилган баҳо истеъмолчининг шундай хизматлар кўрсатувчи корхоналарга мурожаат этиш тажрибасига, хизмат ҳақидаги билимларига, шахсий хоҳиш-истакларига ҳамда хизмат кўрсатувчи корхонанинг имижига боғлиқ бўлади. Фойдаланилувчи хизмат танлаб қабул қилиш, мослашиш ва таассуротларни кучайтириш эффектларига бўйсунди.

*Танлаб қабул қилиш* айна бир хизматни турли истеъмолчилар ҳар хил қабул қилишини англатади. Бу истеъмолчилар феъл-атвори, қизиқишлари, шахсий фазилатлари, билимлари, шунингдек хизматдан фойдаланиш ҳолати билан белгиланади. Хизматнинг сифатини қабул қилишнинг вазиятга доир хусусиятларига хизмат кўрсатилган вақт (масалан, барча тафсилотларни шошилишда пайқамаслик, хотиржам вазиятда эса яхшилаб кўриб олиш мумкин), муайян шароит (масалан, ёмон об-ҳавода курорт меҳмонхоналарида дам олаётган мижозлар номердаги мебель ва жиҳозларга диққат билан эътибор бера бошлайдилар, уларда овқатланиш сифатига қизиқиш ортади ва ҳ.к.) киради.

Сифатни қабул қилиш хизматдан фойдаланиш чоғида кутилган натижага *мослашиши* мумкин. Агар қабул қилинган сифат кутилган натижа доирасидан бироз четга чиқса, фойдаланувчи уни ўз мўлжалига мослаштиради. Бироқ, қабул қилинган хизмат кутилган натижага мутлақо мос келмаса, контраст эффекти вужудга келади: кутилган натижанинг катталиги контраст эффектини кучайтиради.

Фойдаланувчи бировнинг – хизмат ёки унинг таркибий қисмлари билан таниш бўлган дўстлари, ҳамкасблари, кўшнилари тажрибасидан фойдаланишга ҳаракат қилган ҳолларда *таассуротларнинг муттасил кучайиши* содир бўлади. Натижада ижобий таассуротлар мустаҳкамланади, салбий таассуротлар эса сиқиб чиқарилади ёки бунинг тескараси содир бўлади.

Фойдаланувчининг хизмат сифатини қабул қилишининг юқорида тавсифланган модели мазкур тушунчага қуйидаги уч таркибий қисм бирлиги деб қараш имконини беради:

- асосий сифат;
- талаб этилган сифат;
- хоҳланган сифат.

**Асосий сифат** – хизматнинг фойдаланувчи бўлиши шарт деб ҳисоблаган хоссалари йиғиндиси. Мижоз мазкур сифатнинг мавжудлигига умид қилиб, ишлаб чиқарувчи билан уларни муҳокама қилишни лозим топмайди. Меҳмонхона корхонаси хизматлари учун асосий сифатларга қуйидагилар мисол бўлиши мумкин:

- меҳмонхонага жойлашишда тоза чойшаб, ёстик жилди ва сочиқларнинг мавжудлиги;
- меҳмонхона номерининг ҳар куни тозаланиши;
- телевизор ҳамда номерда мавжуд бошқа аппаратуранинг бузилмай ишлаш кафолати;
- меҳмон билан якуний ҳисоб-китобда хато қилмаслик ва ҳ.к.

Хизматнинг асосий сифатини таъминлаш корхонадан бу йўналишда муттасил иш олиб бориш ва харажатлар қилишни тақозо этиши мумкин. Хизматнинг асосий сифатига лозим даражада эътибор бермаслик корхона обрўсига путур етиши ва мижозлар йўқолишига олиб келади.

**Талаб этилган (кутилган) сифат** – хизматнинг техник ва функционал хусусиятлари йиғиндиси. Улар хизмат ишлаб чиқарувчининг режасига қай даражада мувофиқлигини кўрсатади. Одатда ишлаб чиқарувчи хизматнинг талаб этилган хоссаларини реклама қилади ва кафолатлайди. Меҳмонхона хизматларининг талаб этилган техник хоссаларига қуйидагилар мисол бўлади: номерларда коммунал шароит (ванна, душ, ҳожатхона), кондиционерлар, конференц-заллар, музокара хоналари ва ҳ.к.нинг мавжудлиги. Меҳмонхона хизматларининг талаб этилган функционал хоссаларига қуйидагилар киради: номерларда ва қаватларда уззукун хизмат кўрсатилиши, янгигазета ва журналлар ҳар куни етказиб берилиши ва ҳ.к.

**Хоҳланган сифат** – истеъмолчи хизматнинг мавжудлиги ҳақида фақат орзу қилиши мумкин бўлган сифати. Сифатнинг хоҳланган кўрсаткичлари хусусияти шундаки, уларни истеъмолчи ўзи ўйлаб топмаслиги керак. Истеъмолчи, қоида тариқасида, мазкур сифат кўрсаткичларини талаб

қилмайди, аммо ўзига таклиф этилган хизмат таркибида уларнинг мавжудлигини юксак баҳолайди. Хоҳланган сифатли меҳмонхона хизматларига қуйидагилар мисол бўлади: номерларда йўлдошли ва кабелли телевидениенинг мавжудлиги; мижозга меҳмонхонадан хотира сифатида фен, зонт, пардоз анжомлари ва ҳ.к.ни таклиф қилиш; кечки овқатга бепул шампан виноси тақдим этиш ва ш.к. Агар хоҳланган сифатни ўз ичига олган хизмат яхши кўрсатилган бўлса, у мижознинг ўзига кўрсатилган хизматлардан қониқиш даражасини ошириши, ишлаб чиқарувчи учун бозор секторини янада кенгайтириши мумкин.

Мижозларнинг эҳтиёжларини қондириш нуқтаи назаридан америкалик олимлар Кедотт ва Тержен таклиф қилган *хизмат кўрсатиш элементлари типологияси* диққатга сазовордир. Мижозлар хизматларни харид қилиш тўғрисида қарор қабул қилишига таъсир кўрсатадиган эҳтиёжларни ўрганиш натижасида, ушбу олимлар хизмат кўрсатиш элементларининг тўрт гуруҳини ажратдилар:

- критик элементлар;
- нейтрал элементлар;
- қаноатлантирувчи элементлар;
- ихлосни қолдирувчи элементлар.

*Критик элементлар* меҳмондўстлик саноатининг моҳиятини ташкил этади. Улар истеъмолчининг хулқ-атворига бевосита таъсир кўрсатувчи асосий омиллардир. Мазкур элементлар биринчи навбатда мавжуд бўлиши керак, чунки улар истеъмолчилар учун зарур стандартлар минимумига асосланади. Агар корхоналар рақобат кураши шароитида яшаб қолишни истасалар, улар айнан мана шу хизмат кўрсатиш элементларини таклиф қилиш учун қўлларидан келганча ҳаракат қилишлари лозим. Меҳмонхона номерлари, жамоат жойларининг тозалиги, хавфсизлик, соғлом овқат мана шундай элементлар жумласидан. Мазкур минимал стандартларга эришилган-эришилмаганлигига қараб мижозларда ижобий ёки салбий муносабат

уйғотганлиги учун ушбу элементлар критик элементлар деб аталади. Меҳмондўстлик саноати корхоналарида мазкур элементларнинг мавжуд эмаслиги фақат фавкулдда ҳолларда ўринли деб топилиши мумкин.

*Нейтрал элементлар* корхона фаолиятига бевосита таъсир кўрсатмайди. Мазкур элементларга хизмат кўрсатувчи ходимлар униформасининг ранги, бино интерьерининг тузилиши, автомобиллар турар жойининг жойлашишини киритиш мумкин. Бу элементлар мижозларнинг хизматлардан қаноатланганлик даражасига кам таъсир кўрсатади, шу боис бошқарув фаолиятида уларга катта эътибор бериш шарт эмас.

Агар кўрсатилган хизматлар сифати кутилганидан ҳам зиёда бўлса, *қаноатлантирувчи элементлар* мижозларда яхши таассуротлар қолдириши мумкин. Аммо мижознинг бу умиди оқланган бўлмаса ҳам салбий таассурот қолмайди. Меҳмонхонада тунда хизматлар кўрсатиш, банкетлар чоғида директор номидан бепул ичимликлар тақдим этиш, ресторанларда аёлларга маъмурият номидан гуллар бериш мана шундай элементларга киради. Табиийки, мазкур элементлар корхонага шу соҳадаги бошқа корхоналардан ажралиб туриш имконини беради. Бепул овқат, гул ёки шоколаддан ҳеч ким бош тортмайди. Худди шунингдек, бундай «сюрприз»лар бўлмаган тақдирда, ҳеч ким бундан шикоят ҳам қилмайди.

Тўғри бажарилмаган ва мижознинг салбий муносабатига сабаб бўлган элементлар *ихлосни қолдирувчи элементлар* ҳисобланади. Бироқ, барча элементлар тўғри бажарилган тақдирда, мижозларда ҳеч қандай норозилик туғилмаслиги мумкин. Бундай элементларга нотўғри танланган ёки ташкил этилган, меҳмонларни узоққа боришга мажбур қилувчи машиналар турар жойи, кенг тарқалган кредит карточкалари бўйича ҳақ тўлашнинг рад этилиши, ходимларнинг илтифотсизлиги, кулдонларнинг ифлослиги ва ҳ.к. киради.

## **2.Боб. Туризм соҳасида меҳмонхона хизматларини амалга оширишнинг hozirgi holati**

### **2.1. Меҳмонхона хизматини ташкил қилишнинг замонавий моделлари**

Меҳмонхона индустрияси иқтисодий фаолият сифатида меҳмонхона хизматлари ва четдан келганлар учун вақтинчалик меҳмонхонада, мотелларда, кемпингларда, талабалар уйларида ётоқ билан таъминлаш, шунингдек ресторанлар хизматини кўрсатади. Шунга асосан барча жойлаштириш муассасалари жамоа ва якка жойлашувга бўлинади. Халқаро амалиётда БТТ экспертлари томонидан ишлаб чиқилган туристларни муассасаларга жойлаштиришнинг стандарт таснифи қабул қилинган. Ўзбекистон Республикаси ҳукумати бундай нуфузли халқаро ташкилотга аъзо бўлган. Жамоа бўлиб жойлашиш муассасаларига исталган объект, яъни доимий ёки баъзан туристларга ётоқ хизматини кўрсатувчи ташкилотлар тушунилиб, улардаги хоналар сони ҳар бир давлатда мустақил ўрнатилган энг кам хоналар сонидан кам бўлиши керак эмас. Бундай корхоналарда барча хоналар ягона бошқарувга бўйсуниб хизмат кўрсатиш ва жиҳозларга асосланган ҳолда тоифа ва категорияларга жамланади. Туристларни жамоа бўлиб жойланиш муассасаларига қуйидагилар киради: меҳмонхоналар ва шунга ўхшаш жойланиш муассасалари ва махсуслаштирилган муассасалар ҳамда бошқа ташкилотлар. Меҳмонхона – бу фуқораларни жойлаштириш муассасаси, аниқ номерлар сони мавжуд бўлиб ягона бошқарувга эга бўлган хизматлар йиғиндисини таклиф қилувчи, ўрин чойшабларини алмаштириши, санузел ва хонани йиғиштириш, категория ва тоифага қараб хизматлар кўрсатиш ва жиҳозланган номерлардан иборат. Меҳмонхона хизматлари қуйидаги белгиларга эга:

- маълум сонли номерлардан иборат ягона бошқарувга;



- ҳар куни ўрин чойшабларини алмаштириши, санузел ва хоналарни йиғиштириш билан чегараланмасдан турли хил меҳмонхона хизматларини кўрсатади;
- давлат стандартларига мос жиҳозланган ва хизматлар таклифига монанд категория ва тоифаларга гуруҳланган;
- ихтисослаштирилган муассасалар категориясига хослиги.

Меҳмонхона хизматлари катта-кичиклиги, ётоқ ўринлари сони ва хоналар сонига қараб фарқланади. Меҳмонхонага ўхшаш муассасаларга санаторийлар, пансионатлар, туристик умумий яшаш уйлари ва бошқа жойлаштириш муассасалари киради, яъни номерлардан иборат ва ўрин чойшабларини алмаштиришдан ташқари хизматлар киради. Ихтисослаштирилган муассасалар хизмат кўрсатиш билан бир қаторда бошқа махсус функцияларни бажаради. Бундай муассасаларга соғломлаштириш, дам олиш ва меҳнат лагерлари, конгресс марказлари ва бошқалар киради. Бошқа жамоа жойланиш муассасалари доимий ўрин чойшабларини алмаштириш ва хона йиғиштириш хизматларидан ташқари меҳмонхона хизматлари чекланган ҳолда хизмат кўрсатади. Улар номер кўринишида бўлмаслиги мумкин, балки уй-жойга ўхшаш турар жой, кемпинг учун майдон ёки жамоа ётоқхонасидан иборат бўлиши мумкин.

Меҳмонхона хизматини бошқаришдаги ташкилий тизим дунё меҳмонхона индустриясида 1950 йиллардан бошлаб меҳмонхона хизматини ташкил қилишнинг бир нечта моделини ўз ичига олган. Биринчи модель – Ритц модели швейцар тадбиркор Цезарь Ритц номи билан боғлиқ. Бу меҳмонхоналарда асосий эътибор европача дид-фаросат ва олий табақага мансуб шахсларга қаратилган. Жаҳондаги кўпгина нуфузли отеллар унинг номини олган. Масалан Париждаги «Ритц» отели.

Иккинчи модели америкалик тадбиркор Кеманси Уильсон номи билан боғланган («Холидей Инн» меҳмонхоналар занжири). Ушбу моделда меҳмонхоналарга хизмат кўрсатиш ва уларнинг талабларини қондириш жуда

катта чакқонликни ва юқори даражадаги хизмат стандартларини ушлаб туришга йўналтирилган. Энг асосий эътибор меҳмонхона интерьерига қаратилади. Бу модель асосида ташкил этилган меҳмонхона тизимининг асосий талаблари қуйидагича:<sup>6</sup> услубнинг ягоналиги (архитектура, интерьер); кенг ва функционал холл, мижозларни қайд қилиш тезлиги; номернинг доимий мижозлар учун тайёрланиши; нонушта «швед столи» шаклида берилади; конференц-холлни тайёрлаш; таъриф тизимининг ўзгарувчанлиги; маркетинг ва коммуникация хизматининг ягона бошқаруви.

Иккинчи модель асосида қурилган меҳмонхоналар занжири назорати дунёдаги 50 % дан ортиқ меҳмонхона номерларида мавжуд.

Учинчи модель – «ихтиёрий меҳмонхона тизими» шаклидаги Бест Вестон, Романтик Хотел. Бундай ҳолатда меҳмонхоналарни ягона бир савдо маркаси бирлаштиради, улар умумий фондга тўлов тўлайди, маркетинг ва реклама фаолиятига биргаликда харажат қилади. Бунда уларнинг молиявий-иқтисодий ва бошқарув мустақиллиги бутунлай сақланиб қолади. Бу тизимнинг моҳияти ягона бирлашган шартнома асосидаги уюшмадир. Иккинчи модель билан учинчи моделнинг бирлашгани бўлиши мумкин. Бунга масалан «Аккор» меҳмонхона тизими мисол бўла олади. Бу Европадаги энг катта меҳмонхона занжирини ташкил этади. У турли тоифадаги меҳмонхоналарни тақдим этиб бозорда ҳар хил маркалар билан чиқади. Масалан «Пульман», «Софител», «Новотел» олий тоифадаги меҳмонхоналардир. «Алтеа/Меркур» – ўрта тоифадаги меҳмонхона. Занжирга киришда меҳмонхона унинг мулкига айланиши жуда шарт эмас. Бундай шароитда йирик меҳмонхоналар занжири билан тузилган шартномага асосан (франчайзинг) ва ушбу занжирга мустақил кирган меҳмонхонага

---

<sup>6</sup> Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: - М.: Академия. 2005 – 178 с.

тижорий мақсадлар учун занжирнинг фирма белгисидан фойдаланиш ҳуқуқи, техник ва тижорат маълумотлари, бронлаш тизими маълумотлари, техник ёрдам, ходимларни ўқитиш ҳуқуқи ва бошқалар берилади. Франшиза корхона булар учун шартномада кўрсатилган бадалларни тўлайди. Дунёда меҳмонхона индустриясининг ривожланиши меҳмонхоналарнинг кўпайиши ва уларни ихтисослаштириш йўли билан бормоқда. Бунда чекланмаган ва чекланган хизматлар кўрсатадиган анъанавий меҳмонхоналар, ихтисослаштирилган (конгресс марказлар, курорт типигаги отеллар, гольф отел ва бошқалар) меҳмонхоналар тақдим этилмоқда. Қуйидаги жадвалда жаҳондаги асосий ўнта меҳмонхоналар занжири келтирилган.

#### 1-жадвал

#### Жаҳондаги асосий ўнта халқаро меҳмонхоналар занжири

<b>Бош холдинг номи</b>	<b>Штаб-квартира жойлашган мамлакат</b>	<b>Номерлар сони (минг)</b>
«Hospitality Franchise System Blanstone Part.»	АҚШ	490
«Holiday Inn World Wide»	Англия	386
«Best Western International»	АҚШ	295
«Accor»	Франция	279
«Choice Hotel International»	АҚШ	272
«Marriot International»	АҚШ	252
«ITT Sheraton Corp.»	АҚШ	131
«Promus Corp.»	АҚШ	106
«Hilton Hotel Corp.»	АҚШ	101
«Carlson Hospitality World Wide»	АҚШ	912

Манба: Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме, 2005 г.

Тарихдан маълумки, бизнинг асримизгача дунё меҳмонхона хўжалигида европа тоифасидаги модели ҳукмронлик қилган, яъни 2 та асосий бошқарув лавозимлари атрофида, айнан метрдотель ва бош-ошпаз. Биринчи лавозимдаги шахс бу меҳмонхона ходимлари ва меҳмонлар ўртасидаги ўзаро таъсирини кўрсатган, чунки меҳмонхона сиёсатига жавоб берадиган тез ва меъёрий усулда хизмат кўрсатилиши лозим. Иккинчи лавозимдагиси ошхона хўжалиги ва таомлар тайёрлаш, танлаш жараёнини бошқаради. Меҳмонхонанинг ташкилий тузилмаси унинг мақсад, вазифасига, жойланиши, меҳмонларни хусусиятлари ва бошқа омилларга боғлиқ бўлади ва у ҳар бир хизматчига юкланган ҳуқуқ ва бурчларини акс эттиради.

Меҳмонхона номерлар фонди хизмати доимо жорий таъмирлаш хизмати билан алоқада бўлади, чунки меҳмонхонада на фақат хоналарни ва ундаги жиҳозларни жорий таъмирдан чиқариш балки бутун меҳмонхонани ҳам ўз ичига олади.

## **2.2. Меҳмонхона хизматларини ривожлантиришнинг асосий омиллари**

Ҳозирги пайтда меҳмондўстлик индустрияси катор омиллар таъсири остида ривожланмоқда. Уларни икки гуруҳга бўлиш мумкин - ички ва ташқи омиллар. Ташқи омиллар меҳмондўстлик индустриясининг амал килиши билан боғлиқ бўлмаган ташқи атроф муҳит компонентлари таъсири билан белгиланади. Ички омиллар ташкилотнинг бевосита ўзига мос хусусиятлари ва меҳмондўстлик индустрияси корхоналарнинг фаолият кўрсатиши билан боғлиқдир. Ташқи омилларга қуйидагилар киради: сиёсий - ҳуқуқий, саёхат хавфсизлиги, иктисодий ва молиявий, маданий инфратузилма - коммуникацион, демографик омиллар, савдони ривожланиши, янги ва илгор технологиялар.

**Сиёсий-ҳуқуқий омиллар.** Агар давлат туризм соҳасини ривожлантиришдан манфаатдор бўлса, унда бу ҳолат меҳмондўстлик индустриясини устивор ривожлантиришнинг умумий концепциясида,

туризмни ва меҳмонхона қурилиши ва меҳмондўстлик индустриясини ривожлантириш, жойлаштириш инфратузилмага кўмаклашиш бўйича молиявий иқтисодий тадбирларда намоён бўлади.

**Саёҳат хавфсизлиги омили.** Туризмни ривожлантириш билан бирга унинг хавфсизлик масалалари янада муҳим рол уйнайди. Ривожланган давлатларда туристлар ҳукуматдан меҳмонларни кутиб олишдан манфаатдорлик, дам олиш жойларида, жойлаштириш воситаларида ва транспортда, туристлар соғлигини, ҳаёт хавфсизлигини таъминлаш бўйича ишончли тадбирларни амалга ошириш сингари фаолиятларни кутиш меъёрга айланган.

Саёҳатчилар ташриф буюрадиган давлатларда жойлаштириш воситаларининг ва умумий овқатланиш корхоналарининг санитар ҳолати бўйича ташвишланадилар.

**Иқтисодий - молиявий омиллар.** Меҳмондўстлик индустриясига ҳам микроиқтисодий ҳам макроиқтисодий омиллар уз таъсирини ўтказди. Макроиқтисодий нобарқарорлик, ишсизликнинг ортиши ва инфляция жамиятни ташвишга солади, бу эса аҳолини туристик ташрифлардан воз кечишга олиб келади. ЯИМда туризм соҳасидан тушадиган даромад улуши аҳамиятли даражада бўлган давлатларда, инвестициялар янги меҳмонхоналар қурилишига сарфланади. Туристлик хизматларга нарх даражаси дам олиш жойини танлашни белгилайдиган муҳим омиллардан бири сифатида қаралади. молиявий тартибга солиш масалаларида туризм учун валюта курси, валюта айирбошлашнинг эркинлиги ва оддийлиги муҳим рол уйнайди.

**Маданий омиллар.** Маданий муҳит - оммавий туристик оқимларни бир жойга тўплашга олиб келадиган ресурслардан бири ҳисобланади. Туристлар жаҳонда маданий қийматга эга бўлган маълум жойларга ташриф буюрадилар. Бундан ташқари туристларни бошқа халқларнинг ҳаёти ва турмуши кизиқтиради. Шунинг учун улар ансамбиларда, фольклорларда, халқ уйинларида, кўнгилоҷар тадбирларда, байрамларида иштирок этишни

хуш кўрадилар. Шу сабабли, жойлаштириш корхоналарида туристларни дестинациянинг маданий меъроси билан таништиришга йўналтирилган экскурсион- анимацион дастурларни ташкил этишга эътибор қаратилади.

Социал демографик омиллар меҳмондўстлик индустриясини ривожлантиришга катта таъсир кўрсатади. Ер шарида аҳоли сонини ортиши натижасида жаҳон туристик салохияти ўсиб бормокда, меҳмонхона фаолиятига янги меҳнат ресурслари жалб қилинмокда.

Демографик омилларга қуйидагиларни ҳам киритиш мумкин: ягона ёки яқин тилларга эга бўлган ёки тарих ва маданиятнинг умумийлигини мавжуд бўлган турли давлатлардаги халқларни доимий ўсиб бораётган узаро манфаатлари бир хил касб ёки ижтимоий функцияни бажарувчи шахсларни ихтисослаштирилган ташрифларга иштирокида бўлган талабнинг кучайиши.

Меҳмондўстлик индустриясини ривожлантириш учун аҳолининг ёш таркиби, оила ва социал таркиблари ҳам муҳим аҳамиятга эгадир. Саёхатчиларнинг ёш таркибидаги фарқлар жойлаштиришнинг ихтисослаштирилган воситаларининг пайдо бўлишига олиб келди - ёшлар учун, ўрта ёшли шахслар ёки қариялар учун мулжалланган жойлаштириш воситалари. туристларнинг социал мақоми турли даромад манбаларига эга бўлган туристларга йўналтирилган турли нарх категорияли меҳмонхоналарнинг пайдо бўлишига олиб келди. Туристларнинг оилавий таркиби ҳам муҳим омиллардан бири бўлиб ҳисобланади, натижада болали оилалар учун отеллар, оилавий саёхат қилувчи туристлар учун имтиёзлар тизими вужудга келди.

Инфратузилма - коммуникацион омил. Туризм учун транспорт, жойлаштириш ва овқатланиш инфратузилмаларининг ҳолати муҳим аҳамиятга эга. меҳмондўстлик индустрияси нуқтаи назаридан халқаро туризмни ривожлантириш учун мавжуд жойлаштириш ва овқатланиш корхоналари тизими биринчи даражали аҳамият касб этиди. Туристларда ва

отелда яшовчиларда, отел ходимлари билан алокалар ўрнатишда ва зарурий ахборотлар олишда коммуникацион тусиклар пайдо бўлмаслиги керак.

Савдони ривожлантириш ташриф буюрган минтака ёки давлатдан туристлар сувенирларни, миллий буюмларни, кийимларни, нашр махсулотларини, харита, спорт инвенторларини харид қилишини хуш курадилар. Кўпгина жойлаштириш корхоналари туристик товар билан савдони ривожлантиришдан келадиган фойдани англаб етдилар, шу сабабли хар бир нуфузли отел хам мажмуа меҳмонхона махсулотлари таркибида, хам алоҳида кушимча хизматлар таркибида туристик ишларни бажариш ва туристик товарларни харид қилиш бўйича хизматларни таклиф этадилар.

**Технологик омиллар.** Илмий - техник тараққиётдан меҳмондўстлик индустриясида хам кенг фойдаланилади, жумладан транспортда ташишда воситачилик тизимида ва истеъмолчи учун зарур ахборотларни олишда ва х.к.

Телекоммуникацион технологияларни ривожлантириш Он-лайн усулида жойлаштириш воситаларида жойни бронлашга, имкон берувчи компьютерлаштирилган бронлаштириш тизимини яратишга олиб келди. Дистрибуция (воситачилик)нинг глобал тизимлари миллионлаб фойдаланувчиларнинг киришини осонлаштирди: энди истеъмолчининг ўзи ўзига турпакет тузиши, зарурий бронлаштиришни амалга ошириши хамда ўзлари ишлаб чиққан йўналиш бўйича саёхатни ташкил этиши мумкин.

Туризмнинг ривожланишига ва унинг социал базасини кенгайтиришда моддий техникавий омиллар катта таъсир кўрсатади. Туризм фаолиятида жойлаштириш ва овқатланиш индустрияси ўзига хос ўринни эгаллайди.

Меҳмонхона ва ресторан сервиси даражасини хам чет эл туристларига хизмат кўрсатишда катта рол уйнайди. Бирок, туризм индустрияси, айниқса жойлаштириш ва овқатланиш индустрияси йил давомида туристик хизматларга бўлган талабнинг тебранишига мойилдир, бу эса жойлаштириш

ва овқатланиш корхоналарининг таъминоти учун харажат жараёнларни ҳамда улар кўрсатадиган хизматлар нарhini ошишига олиб келади.

Халқаро туризмни ривожлантиришини белгиловчи ташки омиллардан ташкари, тармок ичидаги омиллар гуруҳини ажратиш ва аниқлаштириш зарур бўлади. Бундай омилларга қуйидагилар киради: меҳмонхона махсулотини такомиллаштириш; меҳмонхона хизматлари соҳасини ривожлантириш; меҳмонхона занжири ва ассоциацияларини ташкил этиш; дистрибуция тизимини ривожлантириш; меҳнат ресурслари омили; маркетинг омиллари.

**Меҳмонхона махсулотини такомиллаштириш.** Меҳмонхона махсулоти турмахсулотнинг энг муҳим элементи ҳисобланади. Шу сабабли меҳмонхона махсулотини ислох қилиш, такомиллаштириш ва унинг сифатига катта диққат эътибор берилади. Меҳмонхона махсулотининг сифати атроф муҳитнинг ва инфратузилмасининг ҳолатига боғлиқ бўлади, шу нуқтаи назардан туристик ташкилотларнинг роли каттадир: минтакавий туристик маъмурият, ҳукумат ташкилотлари, профессионал ассоциациялар меҳмондўстлик муҳитини яратишга, зарурий инвестицияларни жалб қилиш учун барча хатти ҳаракатларни бир пайтга бирлаштириш зарур.

**Меҳмонхона хизматлари соҳасини ривожлантириш.** Ҳозирги вақтда меҳмонхона бизнеси туризм бозорининг энг фойда келтирувчи сегментларидан бирига айланди. Меҳмонхона хизматлари туристга максимал даражада қулайликларни тақдим этувчи мажмуа меҳмонхона махсулоти кўринишида тасаввур этиш мумкин. Меҳмонхона корхоналарнинг автоном амал қилиши урнини транспорт, алоқа, туроператорлар ва турагентлар билан узвий алоқада бўлган отелларнинг интеграциялашуви жараёни эгаллади.

Меҳмонхона занжири ва ассоциацияларни ташкил этиш. Сунгги ўн йилликда ахборот технологиялари ва коммуникацияларнинг пайдо бўлиши ва ривожланиши туфайли, йирик меҳмонхона корхоналари бизнес ривожини



тартибга солиш мақсадида, ҳамда даромадларни ошириш ва тенг тақсимлаш учун меҳмонхоналар бирлаша бошладилар.

Мариатт, Шератон, Холидей ИНН, Аккар сингари машхур меҳмонхона занжирлари туристларга тақдим этилаётган хизматлар сифатини кафолатлайди. Булардан ташқари, меҳмонхона ассоциациялари ҳам оммавий тус олмакда. Улардан энг нуфузлиси бўлиб халқаро меҳмонхона ассоциацияси (МГА) хисобланади.

**Дистрибуция тизимини ривожлантириш.** Бундай тизимлар меҳмонхона маҳсулотини етказиб берувчиларни, сотувчиларини ва харидорларини ягона занжирга бириктиради. Янги ахборот технологиялари меҳмонхона хизматлари тизимини соддалаштиришга, барча иштирокчилар учун уни янада ахборотли ва самарали қилишга имкон берди. Замонавий дистрибуция тизимлари харидорларга жойлаштириш ва қушимча хизматларнинг турли вариантларини тақдим этиб уларнинг эҳтиёжларига осон мослашади.

**Меҳнат ресурслари омили.** Меҳнатдустлик индустриясини ривожлантириш ривожланган ва ривожланаётган давлатларда бандликни оширишга имкон беради. Бунда ривожланган давлатлар ва янада машхур туристик дестинациялар (Туркия, ОАЭ, Миср) ишчи кучи етишмаслигини хис қиладилар, ҳамда дунёнинг бошқа давлатларидан ички кучини фаол импорт қиладилар. Масалан, Туркия ва Миср отелларида Россия ва Украиналик аниматорларни Полша ва Белоруссиялик экскурсоводларни, Германия, Словакия ва Козоғистонлик таржимонларни учратиш мумкин.

**Маркетинг** – туристларни қабул қилиш ва уларга ракобатбардош ва сифатли хизматларни тақдим этиш учун мўлжалланган исталган жойлаштириш корхонаси фаолиятининг асосий элементларидан биридир. Отелнинг тури ишлаб чиқилган маркетинг стратегияси – бизнесни ривожлантиришда ва ракобат курашида галаба қозонишидаги муваффақият

калитидир. Бунда меҳмондўстликнинг исталган корхонаси маркетинг марказида меҳмонхона хизматлари истеъмолчиси – турист бўлиши керак.

Мавсумийлик омили ҳам ўзига хос ўринни эгаллайди. Мавсумийлик омили исталган жойлаштириш корхонасини фаолият кўрсатишида каттагина таъсир кўрсатишади, чунки, меҳмонхоналар, энг аввало, дестинацияга ташриф буюраётган туристик оқимлар таъсир кўрсатувчи уч гуруҳ омилларни ажратиб кўрсатиш мумкин: табиий иклим омиллари: туризм тўрининг узига хослиги; меҳнатни узига хослиги ва истеъмолчилар дам олишининг хусусиятлари.

У ёки бу туристик район учун мавсум сифатида бир ойда ташриф буюрувчи туристлар сони йил давомидаги уртача сонидан ортик бўлган давр кабул килинган. Икки мавсум амал килувчи вазиятларда (кўп холларда ёзги ва кишки мавсум) улар уртасида мавсумлар оралиги деб номланувчи давр юзага келади. Йилнинг энг юкори ташриф буюрадиган даври «қизгин мавсум дейилса, туристларнинг ташриф буюрмаган даври «улик мавсум» деб номлаш одат тусига кирган.

Агар мавсумийликни янада батафсил куриб чиқсак, унда йил давомида бешта мавсумни амал килиши тугрисида гапириш мумкин. Мавсум чуққиси қисқа вақт мобайнида – аксарият холларда ёз фаслининг бир икки хафтасида кузатилади. Унинг учун дестинацияга туристларнинг максимум оқими хосдир. Мавсум чўққиси (авжига чиқиши) одатда кизгин мавсум доирасида амалга ошади. Бу эса дестинацияга катта мақсадлардаги туристлар оқимини таъминлайди ва дунёнинг турли минтакаларида икки – уч хафтадан уч-турт ойгача давом этади.

Дунёнинг катор минтикаларида йилнинг бахорги ва кузги мавсумларига мос келувчи мавсумлар оралиги деб номланувчи давр ажратилади. Бундай вақт учун дестинация туристларнинг юкори бўлмаган оқими ва туристик фаолиятнинг маълум турларига ихтисослашув хосдир. Масалан, мавсумлар оралиги даволаниш, спорт, экстримал, таълим, касбий,

илмий туризм турларини ривожлантиришга имкон беради, бироқ, доимо пляж-чумилиш туризмини ташкил этиш имкониятини инкор этади.

Йилнинг киш мавсумида туристик оқимининг пасайиши ёки камайиши кузатилади, шу сабабли кук ёки паст мавсум деб бошланади. Кушимча микдорда туристлар оқимини жалб қилиш учун меҳмонхона хизматларини ишлаб чиқарувчилар нархларни минимал даражасига камайтирилганлиги сабабли «харидор бозори» бошланади. Шу билан барча кук мавсум юкори даражадаги нисбий тушунчалар, чунки, бу даврда туризмнинг қишги турларини ривожлантириш имконияти пайдо бўлади: спорт, тоғ-чанги, экстримал, саргузаштли, даволаниш ва х.к.

Кўк мавсум доирасида «улик мавсум» ажратиб кўрсатилади (2-3 хафта давомида), бунда дестинация туристлар оқими деярли мавжуд бўлмайди, шу сабабли давлат ва минтакалардан туризмга ихтисослашган купгина меҳмонхона корхоналари зарар билан ишлайди. Факатгина отелнинг тугри сиёсати, турфирмалар билан ижобий алоқаларигина дестинацияга улик мавсум даврида туристларни жалб қилиш имконини беради.

Мавсумийликни салбий оқибатларига мисол сифатида йилнинг асосий қисмида меҳмонхоналардаги асосий ўринлар деярли талаб килинмаслигини келтириш мумкин. Мавсум бўлмаган даврда туристларни жалб қилиш учун ёки яна бир – кишки мавсумни ривожлантириш учун жойлаштирув корхоналари мослашувчан (киймихок) наро сиёсатини куллашга ёки янги хизматларни жорий қилиш (узлаштириш)га мажбур бўладилар.

Мавсумни доимий холатга узайтириш бизнес хизматларни такдим этишига – турли фестиваллар, конференциялар, семинарлар ҳамда учрашувларни ташкил этишга имкон беради.

### **2.3.Туризм соҳасида меҳмонхона маҳсулотини шакллантириш хизматлари**

Меҳмонхоналарни бошқаришда меҳмонхона таклифини комплекс характерини очишга имкон берувчи “меҳмонхона маҳсулоти” термини кенг қўлланилади. Бундай ёндашув иқтисодий назария нуқтаи назаридан мақбул ҳисобланади, чунки у ерда “маҳсулот” моддий-буюм, маънавий, ахборот шаклидаги, ёки бажарилган ишлар ва хизматлар кўринишидаги инсон меҳнати хўжалик фаолияти натижаси сифатида белгиланади.

Меҳмонхона маҳсулоти меҳмонхона хизматларини товардан ажратиб турувчи тўртта характеристикаси(белгиси) билан ажралиб туради.

*Биринчидан*, хизматларнинг сезилмаслиги – уларни номоддий характердалиги, уларни ушлаб бўлмаслиги, хизматларни намоёиш қилиш, кўриш, ташиш, сақлаш мумкин эмаслигини англатади.

*Иккинчидан*, *ишлаб чиқариш ва истеъмолнинг узлуксизлиги* – хизматни фақатгина мижоз ташриф буюргандан сўнггина амалга ошириш мумкин. Бу нуқтаи назардан хизматларни ишлаб чиқариш ва уни истеъмол қилиш бири-бири билан узвий боғланган, уларни алоҳида тасаввур қилиш мумкин эмас.

*Учинчидан*, ўзгарувчанлик – хизмат кўрсатиш сифати ўзгариб туради, сифат ходимнинг малакавий даражасига, унинг компетентлигига, ўз ишига маъсулият билан ёндашишига, коммуникабеллигига ҳамда ҳар бир харидорнинг индивидуал талабларини ҳисобга олиши ва унга индивидуа ёндашувига боғлиқ бўлади.

*Тўртинчидан*, хизматларни сақлашнинг мумкин эмаслиги – хизматлар омборларда сақланмайди, шу сабабли талаб ва таклиф мутаносиблигига эришиш муаммоси пайдо бўлади. Бироқ меҳмонхона маҳсулоти хизматларга хос бўлган специфик характеристикалар билан бирга фарқли жиҳатлари ҳам мавжуд:

- хизматларга такроран муносабат билдирилганда бир вақтнинг ўзида ва ўзгариб боровчи характеристикали вазиятли меҳмонхона хизматлари тақдим этилиши;

- хизматларнинг индивидуаллиги, чунки меҳмонхона маҳсулотини оммавий ташкил қилинган шароитларда ҳам отель мижозларнинг индивидуал эҳтиёжларини қондиришга тайёр;

- меҳмонхона маҳсулотлари истеъмол қиймати, хусусиятларининг турли хиллиги, чунки меҳмонхона маҳсулотини харид қилиш тўғрисида қарорлар қабул қилинганда унинг ўзи сифат характеристикалари тўғрисида аниқ тасаввурга эга эмас, улар хизмат олингандан кейингина аниқланиши мумкин;

- туристга кўрсатиладиган хизматлар комплекси манбасининг ноаниқлиги ва нисбатан махфийлиги, чунки меҳмонхона хизматлари турли хилдаги корхона ва муассасалар томонидан кўрсатилади; унга эса маълум меҳмонхона хизматларини кафолатловчи турфирмагина маълум холос;

- харидор маҳсулотни харид қилиб олиш жойидан уни истеъмол қилиш жойигача бўлган масофани босиб ўтади, натижада, меҳмонхона хизматлари истеъмолчи хизматлар ишлаб чиқарилган жойга ташриф буюргандагина амалга оширилади;

- меҳмонхона маҳсулотини харид қилиш учун мўлжалланган истеъмолчилар даромадини шакллантириш у доимий истиқомат қилувчи давлатнинг шарт шароитлари билан тартибга солинади, истеъмол жараёнининг ўзи эса вақтинчалик ташриф буюрган давлатнинг шарт-шароитлари ёки жаҳон нархлари билан шакллантирилади;

- туристлар истеъмоли ўз ичига бепул ёки жойларда сотиладиган нозу-нематларни олади;

- туризм жараёнида истеъмолчи уйдан ташқаридаги ташриф буюришга боғлиқ бўлмаган эҳтиёжларни қондиришга ҳам, саёҳатнинг ўзи натижасида юзага келган сарф харажатларни амалга оширади;

- туристнинг истеъмол жараёни доимо макон ва замон билан чекланган; мавсумийлик омили ҳам катта аҳамиятга эга;

- меҳмонхона маҳсулотининг сифат меъзонларининг субъективлиги ва ноаниқлиги, улар бевосита кўрсаткичлардан ташқари қатор ўзгарувчан кўрсаткичларга боғлиқ бўлади (мода, миждознинг соғлиғи, персонал ходимнинг муносабатлари, миждознинг социал мақоми);

- меҳмонхона маҳсулоти сифатига форс-мажор ҳолатидаги яъни сотувчи ва харидор истаги, хохиши ва ҳаракатига боғлиқ бўлмаган ташқи факторлар ҳам таъсир кўрсатади.

Меҳмонхона маҳсулотини қатор хусусиятларини ажратиб кўрсатиш мумкин:

- меҳмондўстлик – ўз ичига персонал ходимнинг афзалликлари, ҳурмат ва тақаллуф кўрсатишни ўз ичига олади;

- асосланганлик – тақдим этиладиган барча хизматлар турист саёҳатининг мақсадларига мос келиши керак;

- *ишончлилиқ* – туристга реклама қилинган маҳсулот унга ҳақиқатда тақдим қилинган хизмат билан мос келиши керак яъни, ахборотларнинг ишончлилиги;

- самарадорлик – туристнинг минимал сарф харажатлари билан янада юқори самарадорликка эришиш;

- яхлитлик – меҳмонхона маҳсулотининг тугалланганлиги;

- тушунарлилик – меҳмонхона маҳсулотини истеъмоли унинг йўналиши ҳам туристга ҳам ишлаб чиқарувчига тушунарли бўлиши керак;
- фойдаланишдаги оддийлик – хизмат кўрсатиш технологиясидаги хатоларни тезда англаб етиш имконияти;
- эгиловчанлик(қайишқоқлик) – меҳмонхона маҳсулоти турли хилдаги истеъмолчиларга йўналтирилган бўлиши, у ёки бу турдаги хизматларни ўрин алмаштириш имкониятини кўзда тутиш керак;
- фойдалилик – қандайдир мақсадга эришиш қобилияти, истеъмолчиларнинг маълум мақсадли гуруҳлари эҳтиёжларини қондириш учун хизмат қилади.

Меҳмонхона маҳсулотлари қаттиқ ва юмшоқ хилда бўлиши мумкин

( 2.1. расм).

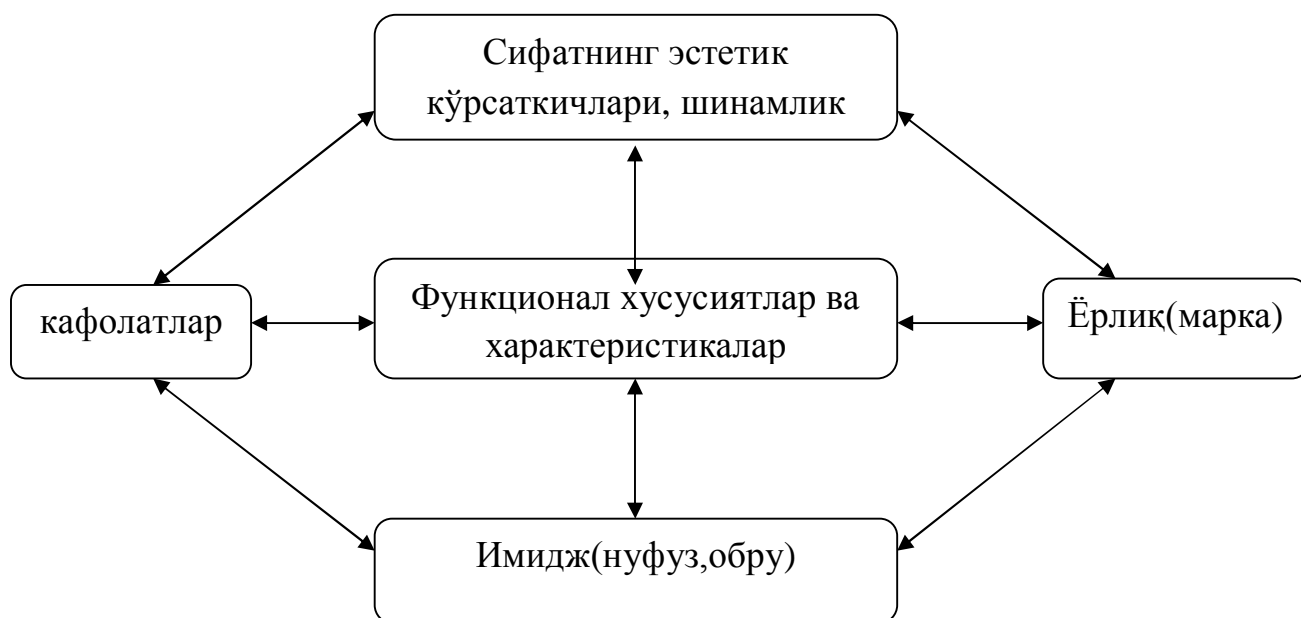


### ***2.1.расм Комплекс меҳмонхона маҳсулотининг таркибий қисми***

Бундан ташқари, меҳмонхона маҳсулоти ўз структурасига эга, кўп ҳолларда у ишлаб чиқарувчилар нуқтаи назаридан баҳоланади. Бироқ истеъмолчи нуқтаи назаридан меҳмонхона маҳсулотини структуралаштириш



муаммосига кам эътибор қилинмоқда. Бироқ айнан ундан меҳмонхона маҳсулотини бозорда ғолиб чиқиши ёки инқирозга учраши боғлиқ бўлади. Истеъмолчи нуқтаи назаридан меҳмонхона маҳсулотини структуралаштириш ни қуйидаги схемада ифодалаш мумкин (рис. 2.2.).



**Рис. 2.2. Истеъмолчи нуқтаи назаридан туристик маҳсулотни структуралаш.**

Маҳсулот структураси ўз ичига икки қисмни олади: маҳсулот ўзаги – унинг функционал хусусиятлари ва характеристикалари ва сифатнинг эстетик кўрсаткичлари, шинамлиқ кўрсаткичлари, марка(ёрлик), кафолатлар, имиджни ўз ичига олувчи “фирмага хос қобикни” олади. «Қобик» туристни жуда қизиқтиради, чунки у унинг сифатидан мувафақият қозонади, айнан «қобик» меҳмонхона хизматларидан тўлиқ, тугалланган қониқишни таъминлайди.

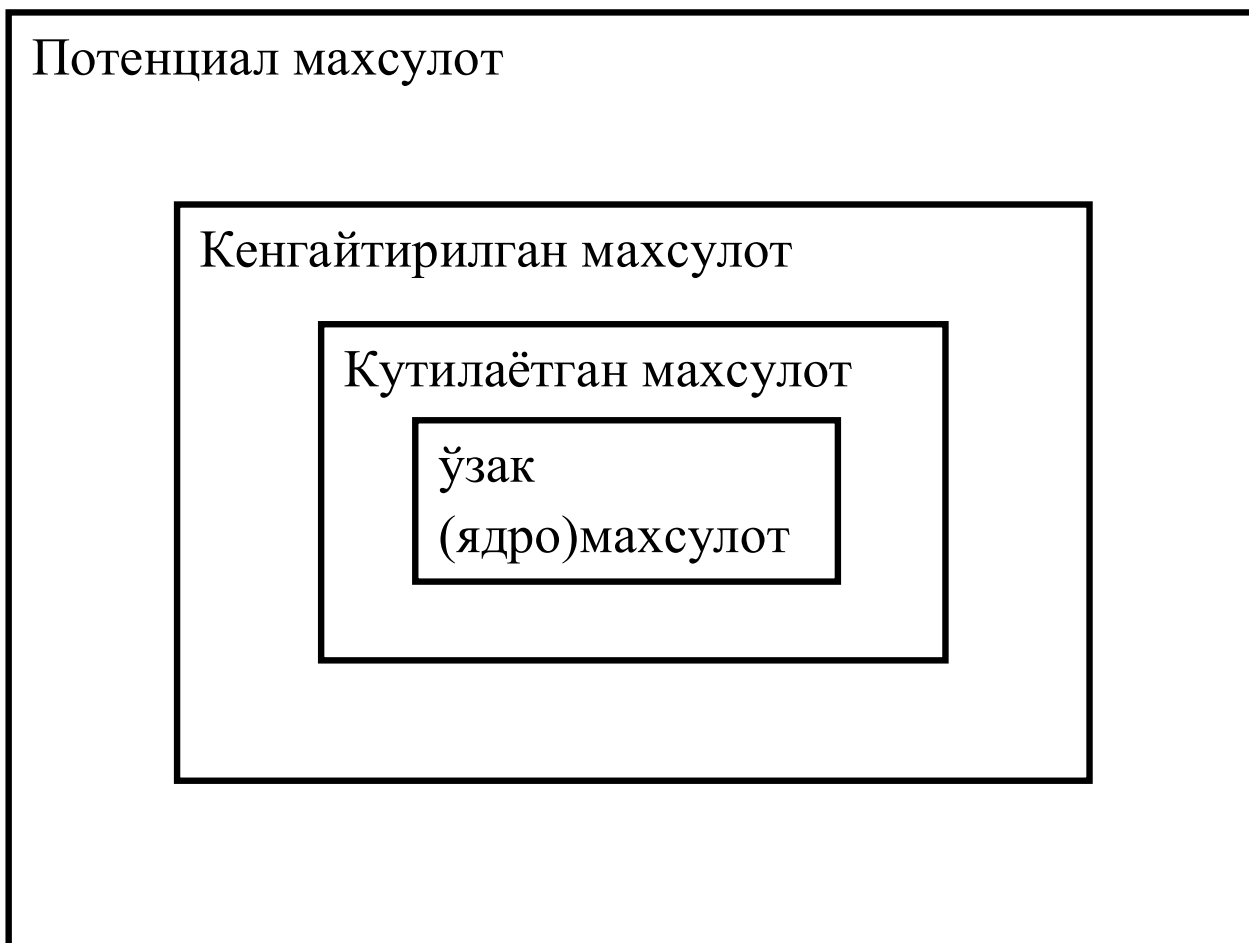
Бошқача нуқтаи назардан, меҳмонхона маҳсулоти структурасида уч хил даража ажратиб кўрсатилади: хаёлий маҳсулот, реал ижро этиладиган маҳсулот ва мустақамланган маҳсулот (рис. 2.3.). Исталган маҳсулот асосида қандайдир эҳтиёжни қондириш зарурияти ётади, шунинг учун

маҳсулот моҳияти хаёлан шакллантирилади, яъни товар маълум муаммони ечишга йўналтирилганлиги, истеъмолчининг конкрет эҳтиёжини қондиришга қаратилади. Шу сабабли, меҳмонхона маъмурияти учун маҳсулотнинг хусусиятларини кенг ёйиш ва у тўғрисида тасаввурлар уйғотишгина катта рол ўйнамайди, балки истеъмолчи учун ундан олинadиган фойда ҳам жуда муҳимдир.

Мазкур босқичда истеъмолчи учун меҳмонхона маҳсулоти ҳали мавжуд эмас, мижоз унга турли меҳмонхоналар таклиф қилаётган масулотларни таҳлил қилади. Биринчи босқичда маҳсулотнинг мазмуний қисми шакллантирилади, хизматларнинг тўлиқ мажмуаси тўғрисида келишиб олинади, истеъмолчи онгида кутилаётган фойда ва таклиф қилинаётган маҳсулотнинг қиёсий таҳлили амалга ошади. Агар маҳсулотни англаш унинг мазмуни сингари майдонга чиқса унда реал ижро этиш шакли айнан бу англашни амалга оширишга имкон берувчи хусусиятлар мажмуасидан иборат бўлади, яъни меҳмоннинг қандайдир эҳтиёжини қондиради. Бу босқичда маҳсулот реал мавжуд бўлади, истеъмолчи унинг хусусиятларини ва твсифларини, афзаллик ва камчиликларини аниқ баҳолаши мумкин бўлади. Шунинг учун иккинчи даражада маҳсулот унинг хусусиятлари ва тавсифлари сифат даражаси, шинамлиқ, нуфуз, хавфсизлик ҳамда иқтисодий жиҳатлари сингари кўриб чиқилади.

*Меҳмонхона маҳсулотини мустаҳкамлаш* (учинчи даража) хизмат кўрсатишнинг ўзига хос хусусиятларини, маслаҳат ва ахборотларни, потенциал мижозларни излаб топиш ва уларни сақлаб қолишга имкон беради.

Н. И. Кабушкин и Г. А. Бондаренколар меҳмонхона маҳсулотининг структурасига қизиқарли назар ташлашни таклиф қилдилар. Улар 2.4 расмда тасвирланган меҳмонхона маҳсулотининг тўртта даражасини ажратиб кўрсатадилар.



#### *2.4 расм Меҳмонхона маҳсулоти структураси\*

«Ядро» – ўзак маҳсулот бўлиб ҳисобланиб ўз ичига бозор жараёнида иштирок этиш учун зарур бўлган таянч қобилиятларни ва жараёнларни олади. Меҳмонхоналарда булар бинолар, мебеллаштириш, коммуникация ва ҳ.к.

«Кутилаётган маҳсулот» – мижозларнинг минимал кутишларини кондирувчи маҳсулотдир. У ўз таркибига ўзак маҳсулотга бевосита йўлдош бўлган маҳсулотларни олади: хизмат кўрсатиш вақти ва шартлари, хоналар интерьерни, санитар-гигиеник меъёрларга риоя қилиш.

«Кенгайтирилган маҳсулот» – бошқа шунга ўхшаш бозор аналоглари олдида қўшимча афзалликларга эга. Бу жойлашган жойи ва қўшимча хизматлар ҳам бўлиши мумкин.

«Потенциал маҳсулот» – кенгайтирилган маҳсулотдан фарқли равишда у потенциал эришилган ва келажакда меҳмонларни жалб қилиш ҳамда уларни кўпроқ ушлаб қолиш учун амалга оширилган фаолият натижасидир. Орқада қолмайдиган корхоналар доимо муваффақиятли потенциал маҳсулотни излаб топиш жараёнида фаол иштирок этадилар.

Бизнес нуқтаи назаридан меҳмонхона моддий неъматлар ва хизматлар комплекси сифатидаги ўз маҳсулотини бозорга таклиф этувчи тижорий ишлаб чиқариш бўлиб ҳисобланади. Мазкур маҳсулот айирбошлаш битими асосида мижоз томонидан харид қилинади, бунда харид қилиб олишда предмет шаклида эгаллик қилиш ҳуқуқи кўзда тутилмайди. Маҳсулотни олиш ва ундан фойдаланиш маълум вақтда ва маълум жойда амалга оширилади. Хизматларни ижро этиш меҳмонхонада, ишлаб чиқарувчи ҳудудида ижро этувчи ва истеъмолчининг бевосита фаол иштироки ҳамда ўзаро алоқалари натижасида амалга оширилади. Шунинг учун меҳмонхона маҳсулоти сифати меҳмонхона персонали билан белгиланади, айниқса бевосита туристлар билан бевосита алоқада бўладиган персонал ходимларнинг роли жуда каттадир.

Шундай қилиб, меҳмонхона хизматлари меҳмоннинг ётишга, овқатланишга ва бошқа қўшимча хизматларга бўлган эҳтиёжини қондириш мақсадида, истеъмолчи ва ижро этувчининг ўзаро алоқалар жараёни сифатида ҳамда фойда олиш мақсадларида амалга оширилади. Меҳмонхона маҳсулоти – хизмат кўрсатиш жараёнида истеъмолчи эҳтиёжларини қондириш учун яратиладиган ижро этувчининг хўжалик, интеллектуал ҳамда сервис фаолиятларининг натижасидир.

### **3.Боб.Самарқанд шаҳрида меҳмонхона хизматларини амалга ошириш жараёнлари**

#### **3.1. “Orient Star” меҳмонхонаси хизматларини амалга ошириш жараёнлари**

Самарқанд шаҳридаги 3\* “Orient Star” меҳмонхонаси меҳмонларни ўз меҳри билан сийлаб Шарқ меҳмондўстлигини намойиш қилувчи ажойиб меҳмонхоналардан бири бўлиб ҳисобланади. Меҳмонхона 2001 йилда қурилган бўлиб “Orient Star” меҳмонхоналар тармоғига киради.



#### **Жойлашган ўрни:**

Меҳмонхона машҳур регистон майдони яқинида шаҳарнинг эски қисмида жойлашган.

#### **Хоналар сони:**

35 та шинам хоналардан ташкил топган.

**Хоналарнинг хиллари:**

4 та люкс хона ва 31 та стандарт хоналарда ташкил топган.

**Хоналарга тавсиф:**

Хоналар шарқ-европа стилларида безалган.

- Йўлдош алоқали ТВ ;

- кондиционер;

- телефон;

- чўмилиш учун махсус кабиналар, фен, махсус халатлар, парфюмерия жиҳозлари билан таъминланган.





**Меҳмонхона инфраструктураси:**

- конференц-зал.

**Овқатланиш хиллари:**

- Эрталабки нонушта қилиш учун буфет.

**Бепул сервис хизматлари:**

- кечаю-кундуз хизмат кўрсатиш;
- интернет хизматлари.

**Пуллик хизматлар:**

- автомобиллар сақланадигна махсус жой;
- аэропортдан/гача ёки темир йўл вокзалигача трансфер хизматлари;
- қимматли буюмлар ёки ҳужжатларни сақлаш учун махсус сейф;



- хоналарга турли хизматларни кўрсатиш;
- валюта айирбошлаш шохобчаси;
- сувенир ва эсдалик совғалари харид қилиш учун мўлжалланган махсус савдо дўкони;
- кир ювиш вадазмоллаш хизмати;
- чиптаарга буюртма бериш.

**Меҳмонхонада кўнгил ёзиш ва спорт билан шуғулланиш учун очик сув ҳавзаси ва спорт зали мавжуд.**



**Меҳмонхона қошидаги ресторанда европа ва миллий таомлари тайёрланиб мижозларга тортиқ қилинади. Ресторан 80 та мижозга мўлжалланган**



### **Хоналарда амалга оширилаётган фаолиятлар**

- Хонани кечки йиғиштириш ва ётиш учун чойшабларни тайёрлаш.
- Хоналарда кечаю кундуз хизматлар кўрсатилади.
- Турли хил ичимликларни тақдим этувчи бар хизмати.
- Чўмилиш хонаси, фен, ванна учун махсус халатлар, косметика ва парфюмерия жиҳозлари.
- Тўғридан тўғри халқаро сўзлашувлар
- Ҳар бир хонада алоҳида кондиционер
- Йўлдош алоқали телевидение.



### **Меҳмонхона хизматлари.**

- Лобби бар
- Валюта айирбошлаш шохобчаси
- Очиқ сув ҳавзаси
- Эсдалик совғалари ва сувенирлар харид қилинадиган савдо

дўкони

- Қўриқланадиган автомобиллар учун махсус жой
- Кир ювиш ва дазмоллаш хизмати
- Хоналарга кечаю-кундуз хизмат кўрсатиш
- Юқори тезликдаги WI FI интернет хизматлари
- Трансфер хизматлари
- Сейфдан фойдаланиш хизмати
- Авиа-темир йўл транспортларига чипталарга буюртма бериш





## 2014 йилдаги амалдаги нархлар

Хана тип	Махсус нарх (US\$)		
Стандарт бир ўринли хона	62.5		
Стандарт икки ўринли хона	84		
Стандарт уч ўринли хона	116		
Бир ўринли люкс хона	74.5		
Икки ўринли люкс хона	113		

### **3.2. Туристлар хавфсизликни таъминлашда ташқи муҳитдаги заҳарли моддаларни таъсирини олдини олиш тадбирлари**

Ишлаб чиқаришда заҳарли моддалар одам танасига нафас олиш йўли ёки тери орқали, овқат ейиш вақтида, ифлосланган сувни истеъмол қилинганда ўтади ва сақланувчи заҳарланишга олиб келади.

Кучли заҳарланиш кўпроқ миқдордаги зарарли моддаларни тўсатдан танага ўтиши билан содир бўлади. Шунингдек, зарарли моддаларни танага оз-оздан ўтиши ва йиғилиши натижасида касб касалликлари келиб чиқади.

Зарарли ва заҳарли моддаларнинг таъсири уларнинг таркибига, тузилишига, физик – кимёвий хусусиятига, хоссаларига, миқдордаги, танага ўтиш йўлларига, ҳолатига, учувчанлигига ва сувда, ёғда эрувчанлигига боғлиқ.

Кимё саноати корхоналарида олинадиган, ишлатиладиган моддалар ва маҳсулотларнинг кўпчилиги, масалан, аммиак, газлар, бензол, бензин, керосин, карбон водородлар, спиртлар, эфирлар, кислоталар, ишқорлар ва бошқалар заҳарли ҳисобланади.

Нефть маҳсулотлари таркибида паст молекулали карбон водородлар молекуляр оғирлиги ошиши билан уларнинг заҳарлаш қобилияти ортади. Масалан, бутаннинг таъсири этандан, этилен эса этандан, ацетилен эса этилендан кучлидир. Нормал тузилишдаги моддаларга нисбатан тармоқланган, занжирли бирикмаларнинг таъсири камроқ бўлади.

Моддаларнинг учувчанлиги камайиб бориши билан декан ( $C_{10}H_{22}$ ) дан бошлаб уларнинг таъсирчанлиги ҳам камаяди. Карбон водородлар таркибига галогенлар киритиш, уларнинг заҳарлаш қобилиятини оширади, аксинча, гидроксил гуруҳининг киритилиши таъсирчанлик хусусиятини камайтиради.

Карбон водородлар молекуласидаги водородни нитро ( $NO_2$ ), амина ( $NH_2$ ) гуруҳларга алмаштириш уларнинг заҳарлаш хусусиятини ўзгартиради.



Моддаларнинг валентлиги ортиб бориши билан уларнинг таъсирчанлиги ҳам ўзгаради. Масалан, 6 валентли хром 3 валентликдан, марганец оксиди марганец сульфатдан, темир оксиди темир сульфатдан кучлидир.

Кимёвий моддалар вакилларининг гомологик қаторини ўрганиш натижалари кўпгина ўхшаш моддалар ҳақида фикр юритишда, касалликнинг ва заҳарланишнинг олдини олишда маълум даражада ёрдам беради. Заҳар моддаларни олишда маълум даражада ёрдам беради. Заҳар моддаларни сувда, танадаги суюқликларда эрувчанлигининг ошиши билан уларнинг таъсирчанлиги ҳам ортиб боради.

Масалан, сувда эрувчан оқ мишьяк ( $As_2O_3$ ) кучли заҳар, кам эрувчани ( $As_2S_3$ ) заҳарсиз, эрувчан барий хлориди ( $BaCl_2$ ) заҳарли, барий сульфат ( $BaSO_4$ ) эса заҳарсиз ва ҳ.к.

Заҳарли моддалар одам танаси ва айрим тўқималарига кўрсатадиган таъсирга қараб шартли равишда тўққиз гуруҳга бўлинган:

1. **Асаб заҳарларига** бензин, керосин, ёғ спиртлари, карбон водоролар, метанол, анилин, водород сульфиди, диоксан, аммиак, никотин, кофеин, тетраэтил кўрғошин, фосфорли органик бирикмалар ва бошқалар мисол бўлади. Улар асосан марказий асаб системасини шикастлайди.

2. **Жигар заҳарларига** таркибига хлор, бром, фтор, йод бўлган бирикмалар мисол бўлади. Улар жигар тўқимаси фаолиятининг бузилишига, жигарнинг қаттиқ яллиғланишига олиб келади.

3. **Қон заҳарларига** карбон ангидриди, амина – нитробрикмаларнинг ароматик қатори ва ҳосилалари, фенол гидразин, мишьяк, бензол, толуол, ксилол ва бошқалар мисол бўлади. Улар қон таркибининг бузилишига, карбоксил ва метгемоглабин ( $CoHb$ ,  $MtHb$ ) ҳосил бўлишига, тўқимада кислороднинг камайиб кетишига, ҳатто ўлимга ҳам олиб келади.

4. **Фермент заҳарларига** кирувчи симоб, мишьяк, циан бирикмалари, фосфорли ва органик бирикмалар (тиофос, метафос) танани биологик

катализаторлари ҳисобланадиган ферментларнинг (Sn) гуруҳлари билан боғланиб, улар фаолиятининг бузилишига, захарланишига олиб келади.

5. **Қитиқловчи, куйдирувчи захарлар** юқори ва куйи нафас олиш йўллари шикастлайди, касаланишга олиб келади. Бундай захарларга хлор, аммиак, азот оксиди, фенол, кислоталар, ишқорлар мисол бўлади.

6. **Аллерген захарлари** никель, бериллий бирикмалари, нитрохлорбензол, пиридин бирикмалари, урсол ва бошқалар тананинг реакцион қобилятини ўзгартиради, терининг яллиғланишига, нафас олиш йўллариининг торайишига ва бошқа кассаликларга олиб келади.

7. **Концероген захарлар** ҳисобланган тошкўмир смоласи, амина ва изобирикмалар, хлорбензидин, кўмир, қоракуя ва бошқалар танада шиш, рак касаллигини келтириб чиқаради.

8. **Мутаген захарларга** этиленимин, этилен оксиди, хлорли карбонводородлар, кўрғошин ва симоб бирикмалари мисол бўлиб, улар одам ва ҳайвонлар жинсий органларига қаттиқ таъсир этади.

9. **Эмриотрон захарлар** (толид амид ва бошқалар) одам ва ҳайвонларнинг туғилишига салбий таъсир этади. Наслини йўқ қилади.

### ***Меҳнатни муҳофаза қилишда хавфсизлик тадбирларини амалга ошириш***

Ҳаёт фаолияти хавфсизлигида меҳнат муҳофазаси, қонунда кўрсатилганидек:

- меҳнат муҳофазаси иш жараёнида инсоннинг меҳнат қобилятини, соғлиги ва хавфсизлигини таъминлаш учун йўналтирилган қонунлар мажмуаси, социал-иқтисодий, ташкилий, техник, гигиеник, профилактик тадбирларни ўз ичига қамраб олар экан, демак барча жабҳаларда фуқароларнинг меҳнат қилиш шароити талаб даражасида яратилиши лозим.

Ҳаёт фаолияти хавфсизлиги фанининг методологик асосининг яна бир томони, бу меҳнат шароитини, технологик жараённи, ажралиб чиқадиган

захарли моддаларни ва фойдаланиш вақтида пайдо бўладиган хавфли вазиятларни мунтазам равишда илмий таҳлил қилиб боришдир. Чунки, фақат таҳлил асосида ишлаб чиқаришдаги хавфли жойлар, содир бўлиши мумкин бўлган хавфли вазиятлар аниқланади, уларнинг олдини олиш ва бартараф этиш чоралари ишлаб чиқилади. Бу масалаларнинг барчаси ўзаро боғланган, келажак режаларни ҳисобга олган ҳолда кўрилиб борилиши лозим.

Ишлаб чиқаришда, ташкилотларда ҳар бир раҳбар ва муҳандиснинг Ўзбекистон Республикаси «Меҳнатни муҳофаза қилиш тўғрисида»ги Қонунига амал қилиш, ишлаб чиқариш хавфсизлиги масалаларини иш фаолиятида тўғри ҳал этиши, унинг шу соҳадаги билим ва малакасига боғлиқ. Ҳаёт фаолияти хавфсизлиги билан бир қаторда унинг таркибий қисми бўлган меҳнатни техника хавфсизлиги ҳамда ёнғиннинг олдини олиш масалалари ҳозирги вақтда энг долзарб масалалардан ҳисобланади.

Бу борада, ялпи сафарбарлик билан ташкилотларда меҳнат хавфсизлигига доир барча қарор ва ҳужжатларни таҳлил қилиш, келгусида меҳнат хавфсизлиги даражасини кўтариш, иш юритишда техника хавфсизлиги машғулотларини ўтказиш, меҳнат муҳофазаси ишларини ташкил этиш, ўқув юртлари ўқитувчилари, талабалари, хизматчи ва ишчилари ўртасида шикастланишнинг олдини олиш ҳамда давлат стандарти масалалари талабларига риоя этиш мақсадида «Меҳнатни муҳофаз қилиш тўғрисида» Қонуннинг қабул қилинганлиги мақсадга мувофиқ бўлиб, бу соҳадаги барча чора-тадбирлар айнан қонун асосида талаб этилади.

Агар биз «Меҳнатни муҳофаза қилиш тўғрисида»ги Қонунни мазмун жиҳатидан кўриб чиқсак, унда унинг ўз таркибида жамоа шартномаси, меҳнат интизоми, аёллар ва болалар меҳнати, ижтимоий ҳимоя ҳамда бошқа масалаларни мужассамлаштирилганлигининг гувоҳи бўламиз.

«Меҳнатни муҳофаза қилиш тўғрисида»ги Қонун асосида ишлаб чиқаришдаги инсон соғлиги учун зарарли бўлган омилларни бартараф қилиш, бахтсиз ҳодисаларнинг олдини олиш ва иш жойларининг санитария

– гигиеник жиҳатдан қониқарли ҳолатда бўлиши учун барча зарур чора – тадбирларни кўриш масъулияти маъмурият зиммасига юклатилганлиги кўрсатиб ўтилган. Касбий зарарликлар мавжуд бўлган ҳудудларда меҳнат қиладиган ишчилар учун қисқартилган иш куни, қўшимча дам олиш кунлари жорий этилиши, зарарли иш жойларида ишлаганларга, яъни жуда иссиқ ҳароратли, совуқ, зах ва соғлиқ учун зарарли шароитда меҳнат қиляётганлар учун махсус устама ҳақ ҳамда ҳимоя кийимлари берилиши кўзда тутилади. Касбий касалликларнинг олдини олиш, ишчиларнинг соғлигини мустаҳкамлаш мақсадида уларни ўрнатилган тартиби жорий этилган.

Корхоналарда ишчи ва хизматчилар ишининг хавфсизлик даражаси, шунингдек, хизмат малакаси ишчининг стажи, лавозимидан қатъий назар ишга қабул қилинганда белгиланган муддатларда техника хавфсизлиги бўйича йўриқномалар билан таништирилиши шарт. Йўриқлантирув икки: кириш ва иш жойидаги турлардан ташкил топади.

Кириш йўриқлантируви техника хавфсизлиги, ёнғин хавфсизлиги ва тиббиёт хизмат ходимлари томонидан ўтказилади. Унда янги ишга кираётган ишчини мазкур корxonанинг ички тартиб-қоидалари, шу жараённинг ўзига хос зарарли хусусиятлари, техника хавфсизлиги меъёрларини бажариш мажбурияти, шахсий ҳимоя воситаларидан фойдаланиш ва бахтсиз ҳодиса рўй берганда биринчи ёрдам кўрсатиш усуллари билан таништирилади.

Иш жойидаги йўриқлантирув цех бошлиғи ёки навбатчи бошлиқ иштирокида уста ёки сардор томонидан ўтказилади. Бунда ишчи бажарадиган вазифаси, иш жойи техника хавфсизлиги йўриғи билан танишади. Йўриқлантирувдан ўтган ишчи 10 кун ичида тажрибали ишчи назоратида иш ўрганadi. Ишлаш билими комиссия томонидан қониқарли деб баҳоланган ишчи мустақил ишга қўйилади. Ўтказилган барча йўриқлантирув махсус журнал ва ишчининг шахсий варақасига ёзиб қўйилади.

Корхонадаги барча ишчилар учун олти ойда камида бир маротаба иш жойидаги йўриқлантирув қайтариб турилади. Технологик жараён ўзгарганда,

корхонага янги машина ва агрегатлар ўрнатилганда, цехда заҳарланиш ва бахтсиз ҳодисалар туфайли шикастланувчилар кўпайса, унда режадан ташқари йўриқлантирув ўтказилади.

Ўта хавфли ишларда ишлайдиган ишчилар хавфсиз ишлаш усуллари бўйича махсус ўқитилади. Буларга босим остида ишлайдиган идиш ва аппаратлар, газда ишлайдиган машина ва аппаратлар, компрессорлар, электр ускуналарда ишлайдиган лифтлар, электр транспорти ҳайдовчилари, газ ҳамда электр пайвандчилар ва шунга ўхшаш касбларда ишлайдиган ишчилар киради. Бундай ишларга ишчиларни қўйишдан олдин уларнинг билими синаб кўрилади ва уларга «наряд рухсат» берилади. Унда ишни бошлаш ва тугатиш вақти, ишни бошлашдан олдин тайёргарлик кўриш тадбирлари ёзиб қўйилган бўлади.

Наряд рухсатлар бош муҳандис, бош механик, бош энергетиклар томонидан берилади. Улар хавфсизлик техникаси бўйича аттестациядан ўтган бўлиб, хавфли ишлар бўйича жавобгар ҳисобланадилар ва корхона директори томонидан тайинланади.

Саноат корхоналарига меҳнатни муҳофаза қилиш масалалари бўйича ўқитиш ва тарғибот қилиш мақсадида техника хавфсизлиги хоналари ташкил этилади. Унда техника хавфсизлигига оид қўлланмалар, махсус адабиётлар, замонавий шахсий ҳимояланиш воситалари бўлиши зарур. Бундай хоналар умумий йўриқлантирув ўтказишда фойдаланилади.

Ишлаб чиқариш корхоналарида Меҳнат Кодекси ва меҳнатни муҳофаза қилиш тўғрисидаги меъёрларни бузишда айбланган раҳбар шахслар маъмурий моддий ва жиноий жавобгарликка тортилади. Маъмурий жавобгарлик – ходимга хайфсан бериш, ишдан четлаштириш, ўртача ойлик иш ҳақининг йигирма фоизидан ортиқ бўлмаган миқдорда жарима солиш ва меҳнат шартномасини бекор қилишдан иборат. Моддий жавобгарлик эса «Меҳнатни муҳофаза қилиш тўғрисида»ги Қонунни бузган шахсларни назорат ташкилотлари томонидан белгиланган миқдорда жарима тўлашга

ёки келтирилган моддий зарарни қоплашга мажбур қилишдан иборат. «Меҳнатни муҳофаза қилиш тўғрисида»ги Қонунни бузиш бахтсизлик ёки ўлимга сабаб бўлса, айбдор шахслар белгиланган тартибда жиноий жавобгарликка тортилади.

Ишлаб чиқаришда соғлом ва хавфсиз меҳнат қилиш шароитини яратишда, меҳнат қонуни, кодекси, Низомидан бошқа Меҳнат хавфсизлиги стандартлар тизими катта рол ўйнайди. Улардаги қўйилган вазифани бажаришда ва нормадаги шароитни таъминлашда меҳнат муҳофазасини бошқариш тизими – системаси (ММБТ) инобатга олинади. ММБТ фаолиятига меҳнатни муҳофаза қилиш борасидаги ишларни режалаштириш, амалга ошириш, баҳолаш, ишларни барқарорлаштириши киради. Шунингдек, меҳнатни муҳофаза қилиш бўйича ташвиқот олиб бориш, хавфсизлик талабига биноан ўқитиш, ишлаб чиқариш унумдорлигини ошириш, ускуналар, жараёнлар, бино ва қурилмалар хавфсизлигини таъминлаш, санитария –гигиеник меҳнат шароитини яхшилаш, ишчиларни шахсий муҳофаза воситалари ва меҳнатни нормадаги режими, дам олиш билан таъминлаш, санитария-маиший хизмат, мутахассисларни касби бўйича танлаш каби вазифалар тизимнинг таркиби ҳисобланади.

Тизимни бошқариш услуби асосини меҳнат қонунчилиги ҳужжатлари, давлат ва касаба уюшмаси қарори, йўлланма ва фармонлари, техникавий норма – ҳужжатлар ташкил этади. Саноат корхоналарида меҳнатни муҳофаза қилишни бошқариш тизими учун 1980 йил 10 июлда тасдиқланган 480-сонли буйруқ ва тармоқ касаба уюшмаси марказий қўмитаси билан келишилган, 1984 йил 14 ноябрдан кучга кирган Низом эътиборга олинади.

Ишлаб чиқариш корхоналарида хавфсиз ва соғлом меҳнат шароитини таъминлашда хавфсизлик техникаси, санитария-гигиена ва ёнғин хавфсизлигига боғлиқ қоида, норма, йўриқномалар катта аҳамиятга эга. Улар умумий, тармоқ ва оралик турларига бўлинади.

Умумий норма қоидаларига «Қурилиш норма ва қоидалари» (СНиП), «Саноат корхоналарини лойиҳалаш санитар нормалари» СН–245-71, «Нурланиш хавфсизлиги қоидалари» (НРБ-78), «Электротехник мосламалар тузилиши қоидалари» (ПУЭ), «Портлашдан химояланган электр ускуналарни танлаш қоидалари» (ПИБРЭ), босим остида қўлланадиган идишларнинг тузилиши ва хавфсизлиги қоидалари ва бошқалар мисол бўлади.

Вазирлик, илмий текшириш, лойиҳалаш институтлари ўзаро ҳамкорликда тармоқ қоида ва нормаларини ишлаб чиқиб, тасдиқлаб, уларни бир ёки бир неча тармоқ корхоналарида қўллаш учун тавсия этадилар. Оралиқ қоида ва нормалари корхоналарда заруриятга қараб бажариладиган иш ва жараёнлар учун хавфсизликни таъминлаш мақсадида тавсия этилади.

Меҳнатни муҳофаза қилиш талабларини ташвиқот қилиш, амалга ошириш, режалаштириш учун ҳужжатлар тайёрлашда 1974 йил 1 июлдан амалда бўлган меҳнат хавфсизлиги стандартлар системаси (МХСС) дан фойдаланилади.

МХСС беш турга бўлинган, масалан:

1) Ташкилий – усулбий стандартлар – ГОСТ 0.001-82, ГОСТ 12.0.002-74, ГОСТ 12.0003 -74, ГОСТ 12.004-79.

2) Ишлаб чиқаришдаги зарарли, хавфли бирликларга талаб ва нормалари стандартлари – ГОСТ 12.0.003-74

3) Ишлаб чиқариш ускуналарига хавфсизлик талаблари стандартлари – ГОСТ 12.2.003-74

4) Ишлаб чиқариш жараёнлари хавфсизлиги талаблари стандартлари – ГОСТ 12.3.003 -74.

5) Ишчиларнинг химоя воситаларига бўлган талабалари 1973 йилдан эътиборан 300 дан зиёд стандартлар тасдиқланиб, ишлаб чиқаришга жорий этилди.

Ҳозирги замон фан-техника тараққиёти, ишлаб чиқаришга янгидан-янги технология ва машина-ускуналарнинг жорий этилиши ишлаб

чиқаришда ишлаётган ҳар бир ходимдан юқори малакани эгаллашни, техника қонунларини яхши тушунишни ва унга амал қилишни талаб қилмоқда. Ҳозирги вақтда ишчилар хавфсизлигини таъминлаш мақсадида кўплаб қоида, норма, инструкциялар ишлаб чиқилган бўлишига қарамай, саноат корхоналарида бахтсиз ҳодисаларнинг бутунлай йўқолиб кетишини таъминлайдиган ва тартибга соладиган шароит мавжуд эмас. Корхоналарнинг хилма-хиллигини ҳисобга олиб ўзи учун мос келадиган меҳнатни муҳофаза қилиш ва меҳнат хавфсизлигини таъминлашга қаратилган инструкциялар тизими ГОСТ 12.0.004-79 (МХСС) ташкил қилинган.

Бу тизимлар ишчиларнинг хавфсизлигини таъминловчи иш ускуналарини ўргатиш билан ишчининг меҳнат хавфсизлигини сақлаш чора-тадбирларини ҳам ўз ичига олади.

Меҳнат хавфсизлиги тадбирларини яратиш ва уларнинг ижтимоий иқтисодий самарадорлиги муҳим ҳисобланади.

Касаба уюшмаси низомига асосан корхона касаба уюшма кўмитаси воситачилигида ҳар йили маъмурият билан ишчи – хизматчилар ўртасида ўзаро меҳнат муносабатлари тўғрисида жамоа битими тузилади. Бу битимда ишчи ва хизматчиларнинг меҳнат қилиши, маданий ва маиший дам олиш тадбирлари ҳақида келишиб олинади.

Тузиладиган битимда меҳнатни муҳофаза қилиш чора – тадбирлари, меҳнат шароитини яхшилаш масалалари ҳам эътиборга олинади ва бу масалалар маълум тартибга келтирилиб, меҳнатни муҳофаза қилишнинг номенклатура чора – тадбирлари сифатида битимга кўшиб қўйилади.

Номенклатура чора – тадбирлари режасини касаба уюшма кўмиталари билан келишилган ҳолда корхона маъмурияти тузади. Унда ушбу корхонада ҳозирги меҳнат шароити, касб касалликлари ва саноат корхонасида инсон организмига таъсир қилувчи зарарли омилларнинг мавжудлиги асос қилиб



олинади. Бу режа касаба уюшмаси билан келишилгандан кейин ишчиларнинг умумий мажлисида муҳокама қилинади.

Номенклатура чора – тадбирларига асосан бажарилиши зарур бўлган, иш шароитини яхшилашга олиб келадиган чора – тадбирлар киритилиб, уларни шартли равишда қўйидаги уч гуруҳга бўлиб, қараб чиқиш мумкин.

1. Бахтсиз ҳодисаларнинг олдини олишга қаратилган чора – тадбирлар. Бунга қўшимча ҳимояловчи ва муҳофаза қилувчи тўсиқ туркумларини ўрнатиш, тасдиқлаш, муҳофаза қилишнинг автоматик туркумларини қўллаш, олисдан туриб бошқариладиган асбоблар жорий қилиш, огоҳлантириш тизимлари, жараёни механизациялаш усуллари ва бошқалар киради.

2. Саноат корхоналарида касб касалликларини камайтирадиган чора – тадбирлар. Бунга ишчиларга ҳар хил зарарли таъсир кўрсатувчи моддалардан муҳофаза қилувчи қурилмалар ва мосламалар тайёрлаш ёки сотиб олиш, ҳаво алмаштиргич ва кондиционер тизимларини ўрнатиш, эски турларини қайта жиҳозлаш, умумий ҳаво алмаштириш усуллари ўрнига моддалар ажратадиган жойни тўсиқлаш, аспирация усули, мукаммаллаштирилган машиналардан фойдаланиш, ҳаво ҳолатини, таркибини кузатадиган асбоблар ўрнатиш ва бошқалар мисол бўлади.

3. Иш шароитини умумий яхшилашга қаратилган чора – тадбирлар. Бунга рационал ёритиш, санитария – маиший хизмат кўрсатиш хоналари ҳолатини яхшилаш, махсус кийим – бош ва оёқ кийимлари билан вақтида сифатли таъминлаш, меҳнатни муҳофаза қилиш хоналари, бурчаклари ва кўргазмаларини ташкил қилиш ва бошқалар киради.

Корхоналарда технологик жараёнлар тақозо қилган чора – тадбирлар меҳнат шароитини яхшилашга боғлиқ бўлишидан қатъи назар номенклатура чора – тадбирларига киритилмайди. Номенклатура чора – тадбирлари иш битимига киритилганлиги ва ишчиларнинг умумий мажлисида тасдиқланганлиги сабабли, бу чора-тадбирларни корхона маъмурияти

томонидан бажарилиши шарт бўлиб қолади ва унинг бажарилиши ҳақида маъмурият ишчиларга ахборот бериб туриши керак.

Унга сарфланган маблағ саноат корхонасининг асосий фондидан олинади, яъни бу ҳаражатлар умумцеҳ ва умумкорхона ҳаражатлари ҳисобига киради. Меҳнатни муҳофаза қилиш номенклатура сарфлаш мутлақо таъқиқланади.

Юқорида санаб ўтилган меҳнатни муҳофаза қилишнинг номенклатура чора-тадбирлари саноат корхоналарида ўтказилиши лозим бўлган ва корхоналарнинг бош лойиҳа режасига киритилган, республика миқёсида ҳисобга олинган, амалга оширилиши маълум вақтга режалаштирилган тадбирларнинг бир қисми ҳисобланади. Бу эса, ўз навбатида, корхона жойлашган туман, вилоят миқёсида ҳисобга олинади ва унга маълум миқдорда маблағ ажратилишини талаб қилади.

## Хулоса

Иқтисодиётнинг бошқа тармоқлари сингари туризм ва меҳмонхона хўжаликларида кўрсатиладиган хизматлар сифатини ошириш ҳам нафақат иқтисодий, балки муҳим ижтимоий аҳамиятга ҳам эга. Зеро, мазкур соҳалардаги тадбиркорликнинг мувоффақияти бевосита ундаги сифат даражасига боғлиқ. Аммо туризм соҳасининг асосий тармоқларидан бири бўлган меҳмонхона хўжаликларида сифат масаласи етарли даражада тадқиқ қилинган эмас. Шу туфайли ушбу масалани тадқиқ қилиш бугунги кунда ҳаётий заруратга айланди. Ҳар қандай мавзуни, категория ва тушунчаларни тадқиқ қилиш унинг назарий масалаларини ўрганишдан бошланади.

Меҳмонхона индустрияси иқтисодий фаолият сифатида меҳмонхона хизматлари ва четдан келганлар учун вақтинчалик меҳмонхонада, мотелларда, кемпингларда, талабалар уйларида ётоқ билан таъминлаш, шунингдек ресторанлар хизматини кўрсатади.

Меҳмонхона хизматлари катта-кичиклиги, ётоқ ўринлари сони ва хоналар сонига қараб фарқланади. Меҳмонхонага ўхшаш муассасаларга санаторийлар, пансионатлар, туристик умумий яшаш уйлари ва бошқа жойлаштириш муассасалари киради, яъни номерлардан иборат ва ўрин чойшабларини алмаштиришдан ташқари хизматлар киради. Ихтисослаштирилган муассасалар хизмат кўрсатиш билан бир қаторда бошқа махсус функцияларни бажаради. Бундай муассасаларга соғломлаштириш, дам олиш ва меҳнат лагерлари, конгресс марказлари ва бошқалар киради. Бошқа жамоа жойланиш муассасалари доимий ўрин чойшабларини алмаштириш ва хона йиғиштириш хизматларидан ташқари меҳмонхона хизматлари чекланган ҳолда хизмат кўрсатади. Улар номер кўринишида бўлмаслиги мумкин, балки уй-жойга ўхшаш турар жой, кемпинг учун майдон ёки жамоа ётоқхонасидан иборат бўлиши мумкин.

Хозирги пайтда меҳмондўстлик индустрияси катор омиллар таъсири остида ривожланмокда. Уларни икки гуруҳга бўлиш мумкин - ички ва ташки омиллар. Ташки омиллар меҳмондўстлик индустриясининг амал килиши билан боғлиқ бўлмаган ташки атроф муҳит компонентлари таъсири билан белгиланади. Ички омиллар ташкилотнинг бевосита ўзига мос хусусиятлари ва меҳмондўстлик индустрияси корхоналарнинг фаолият кўрсатиши билан боғлиқдир.

Хозирги вақтда меҳмонхона бизнеси туризм бозорининг энг фойда келтирувчи сегментларидан бирига айланди. Меҳмонхона хизматлари туристга максимал даражада қулайликларни тақдим этувчи мажмуа меҳмонхона маҳсулоти кўринишида тасаввур этиш мумкин.

### **Тавсиялар:**

1. Сифатли хизматларни тақдим этиш масаласи, бунда персонал ходимнинг маъсулиятини ошириш.
2. Ҳозирги шароитда меҳмонхона хизматлар сифатини яхшилашда нафақат иқтисодий нуқтаи назардан, балки ижтимоий нуқтаи назардан ҳам қараш лозим. Чунки мамлакатимизда инсон ва унинг манфаатлари оилӣ қадрият сифатида қадрланади ва барча қилинаётган ислохотлар ислохот учун эмас, балки инсон манфаатлари учун хизмат қилиши керак.
3. Меҳмонхоналар ва унда кўрсатиладиган хизматлар тўғрисида оммавий ахборот воситаларида ҳамда интернет тармоқларида янада кўпроқ маълумотлар бериш ва реклама воситаларини кучайтириш.
4. Меҳмонхонада фаолият кўрсатадиган ходимлар малакасини хорижий мамлакатларда ошириш.
5. Меҳмонхоналарда сервис сифати ва қўшимча хизматлар миқдорини оширишга таъсир этувчи ички ва ташқи омиллар ҳамда уларнинг аниқлаш орқали туризм имкониятларини кенгайтириш усуллари ишлаб чиқилиши керак.

## Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисида»ги қонуни//«Халқ сўзи» газетаси, 1999 йил, 14 сентябр.
2. Каримов И.А.. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари. –Т.: Ўзбекистон, 2009. -46-б.
3. Туризм и гостиничное хозяйство. Учебник / Под ред. проф., д.э.н. А.Д. Чудновского. — М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Издательство ЭКМОС. 2001, - 400 с.
4. Филлиповский Е.Е., Шмарова Л.В. Экономика и организация гостиничного хозяйства. М.: ФиС, 2005
5. Кусков А.С. Гостиничное дело: учебное пособие. М.: 2011.
6. Пардаев М.Қ, ва бош. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик: ривожланиш муаммолари ва ечимлари. Монография.- Т.:”Наврўз» -2013.
7. Пардаев М.Қ., Халикулов А.Н., Х, А.Рахимовларнинг "Мехмонхона хужаликларида самарадорликни ошириш муаммолари" монография Т.: "Иқтисодиёт" нашриёти, 2013. — 44 бет..
8. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Основы безопасности в туризме. Т.: Гос.науч.изд-во Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2008. – 367 с.
9. Тухлиев И.С., Қудратов Ғ.Х., Пардаев М.Қ. Туризмни режалаштириш. Дарслик. – Т.: “Иқтисод-молия” нашриёти. 2010. – 238 б.
10. Тухлиев И.С. «Туризм асослари». Ўқув қўлланма. СамИСИ. 2010 йил.
11. Қудратов Ғ.Х., Тухлиев И.С. Туризм иқтисодиёти. Қўлланма. Сам ИСИ. 2007 йил.

**Интернет сайтлари:**<http://www.uzbekturizm.uz/>

1. [www.uzbekturizm.uz](http://www.uzbekturizm.uz) <http://www.tours.ru/>
2. <http://lex.uz/uz/doc/act2008-07.html>
3. [http://www.hotelline.ru/technology\\_article.php?news](http://www.hotelline.ru/technology_article.php?news)
4. <http://www.tourism.uz>
5. <http://www.tour.uz>
6. <http://www.uzdaily.uz/articles-id-17586.htm>
7. <http://samarkandtourism.uz/?p=248>
8. <http://www.un.org>