

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

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

Қўлёзма ҳуқуқида
УДК: 379.85

СОБИРОВА УМИДА НУРИЛЛАЕВНА

**МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИКЛАРИ ҲОЛАТИ ВА РИВОЖЛАНИШ
ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ (Самарқанд вилояти мисолида)**

5A230102 – “Иқтисодиёт (тармоқлар ва соҳалар бўйича)

Магистр академик даражасини олиш учун ёзилган
диссертация

Илмий раҳбар: и.ф.д. проф. Ғ.Ҳ.Қудратов

САМАРҚАНД - 2014

КИРИШ

Магистрлик диссертациясининг долзарблиги. Туризм XXI асда жаҳон иқтисодиётига жуда катта ижобий таъсир қилувчи ижтимоий-иқтисодий соҳа сифатида кириб келди. Бутунжаҳон туризм ташкилотининг маълумотлари бўйича дунёда ишлаб чиқариш ва сервис оборотининг 10 % и туризмга тўғри келмоқда.

Кейинги 20 йил ичида халқаро туризмнинг ривожланиши дунё бозорида товар ва хизматларнинг кучли экспорт қилинаётганлиги билан эътиборлидир. Яъни туристик хизматларнинг экспорти 8 % га ўсиб жаҳон бўйича умумий хизматлар савдосининг 30-35 % ини ташкил қилмоқда.

Бутунжаҳон туризм ташкилотининг «Туризм-2020 йилгача» мавзусидаги статистик маърузасида 2020-йилга бориб халқаро туристларнинг сони 1,6 млрд кишини ташкил қилиб, туризмдан олинадиган фойда 2 трлн АҚШ долларигача етади. Туристлик оқимнинг турғун равишда ўсиши ҳар йили 3-5 % гача кўпаяди¹ дея такидлайди.

“Kun.uz” сайтининг маълумотларини таҳлил қилсак 2013 йилда Ўзбекистонга 1,977 миллион нафар чет эллик меҳмон ташриф буюрди. Туристлик хизматларнинг умумий ҳажми 2012 йилга нисбатан 16 фоизга, хизматлар экспорти эса 9 фоизга ўсди. 2014 йилнинг бошида мамлакатда фаолият юритувчи сайёҳлик ташкилотларининг сони 900 дан ортиқни ташкил этди. Улардан 400дан зиёди меҳмонхона хўжалиги ва 500 таси туристик компаниялардир. 2013 йилда Хоразм, Сурхондарё, Тошкент ва Қашқадарё вилоятларида туризм соҳасини ривожлантириш дастури қабул қилинди. Бу дастурларни амалиётга татдиқ этиш учун 260 миллион АҚШ доллари ҳисобида маблағ киритиш назарда тутилган².

Меҳмонхона хўжалигидаги хизматларнинг яхшиланиши нафақат хизмат кўрсатишда балки, меҳмонхона ходимларининг юқори малака, билим ва кўникмаларга эга бўлишини талаб қилмоқда. Ҳозирги

¹ Манба интернет материали. <http://www.wto-marketing.ru>

² <http://kun.uz/2014/01/29/uzbektourism/>

туризмнинг тез суратлар билан ўсаётган бир вақтда биринчи навбатда ҳар қандай меҳмонхонадаги сервис хизматларининг сифатини ошириш, хизматлар ассортиментини кўпайтириш, кўрстиладиган хизматларнинг туристлар эҳтиёжларини максимал даражада қондиришини таъминлаш бунинг учун албатта ушбу соҳада фаолият юритаётган ходимларнинг малакаларини ошириш, керак бўлса уларни қайта тайёрлаш бугунги куннинг долзарб масалаларидан биридир.

Хизматларни таклиф қилиш ва сифатли даражада ижросини таъминлаш албатта меҳмонхоналарда хизмат қилувчи ходимларнинг хушмуомилалиги, очик чехралилиги, чакқонлиги ва вазифаларни бажаришдаги қобилиятларининг юқори даражага етганлиги билан белгиланади.

Эътибор бериш лозимки меҳмонхона хўжалигининг раҳбарлари ёки менежерлари билан туристлар деярли учрашмайдилар ва мулоқотда ҳам бўлишмайди. Туристларга уларни қабул қилишдан тортиб то кузатгунча: жойлаштириш хизматлари, ресторан-овқатлантириш хизматлари, хоналардаги хизматлар ва қўшимча хизматларни барчасини меҳмонхона ходимлари бажаришади. Шундай экан бу соҳада фаолият юритаётган ходимларнинг билим, малака ва кўникмалари юқори даражада бўлиши лозим бўлади.

Бугунги кунда мамлакатимизда туризмни ривожлантиришда меҳмонхоналар ҳамда улардаги хизматлар самарадорлигини ошириш энг долзарб масалалардан ҳисобланади.

Магистрлик диссертациясининг тадқиқод объекти- Самарқанд шаҳридаги меҳмонхоналар ҳисобланади.

Магистрлик диссертациясининг предмети. Меҳмонхона хизматларининг ҳолати, самарадорлигини ошириш ва ривожланиш тенденциялари билан боғлиқ бўлган иқтисодий муносабатлар мажмуасидан иборат.

Магистрлик диссертациясининг мақсади – Самарқанд шаҳридаги меҳмонхоналар ҳолатини ва бугунги кундаги ривожланиш тенденцияларини таҳлил қилиб тегишли тавсияларни ишлаб чиқишдан иборат.

Магистрлик диссертациясининг вазифаси бўлиб - Самарқанд шаҳрида фаолият юритаётган меҳмонхоналар ҳолатини ва бугунги кундаги ривожланиш тенденцияларини таҳлил қилиш ва тегишли тавсияларни ишлаб чиқиш учун меҳмонхона хўжалигининг миллий иқтисодийтимиз ривожланишида тутган ўрни ва ролини, Самарқанд вилоятида меҳмонхоналарнинг ривожланиш ҳолати ва тенденцияларини ва меҳмонхона хўжаликларини ривожлантириш йўналишларини аниқлаш каби вазифаларни амалга ошириш ҳисобланади.

Магистрлик диссертациясининг амалий аҳамияти-шундан иборатки, ишнинг хулосалари бўйича тадқиқотлар натижаларидан келиб чиқиб меҳмонхоналар фаолиятидаги асосий камчиликлар, хизматлари сифатини ва ривожланиш тенденцияларини жадаллаштириш бўйича тегишли йўналишлар ишлаб чиқилади ва меҳмонхоналар хўжаликларига таклиф қилинади.

Муаммонинг ўрганганлик даражаси. Туризм ва меҳмонхона соҳаси тадқиқотлари билан бир қанча МДХ мамлакатлари олимлари шуғулланиб келмоқдалар. Булар жумласига И.Ю.Арбузова³, Ю.Ф.Волков⁴, Х.Инграм, С.Медлик⁵, О.Т.Лойко⁶, А.Д. Чудновский⁷ ва бошқалар. Шунингдек, мамлакатимиз олимларидан И.С.Тухлиев⁸, Р.С.Амриддинова⁹, М.Алиева¹⁰, Х.М.Маматқулов¹¹, С.Р.Сафаева¹² ва бошқалар.

³ Арбузова И.Ю. Меҳмонхоналар ва туристик корхоналарда хизмат кўрсатишни ташкил этиш. М.: Альфа-М, 2001.

⁴ Волков Ю.Ф. Меҳмонхона ва туристик бизнесга кириш. Ростов Дон: Феникс, 2003.

⁵ Инграм Х., Медлик С. Меҳмонхона бизнеси (Инглз. А.В.Павлов таржимаси). М.: ЮНИТИ, 2005.

⁶ Лойко О.Т. Туризм ва меҳмонхона хўжалиги. Томск: ТПУ, 2005.

⁷ Чудновский А.Д. Туризм ва меҳмонхона хўжалигида менежмент. М.: КноРус, 2007.

⁸ И.С. Тухлиев, Р.Ҳайитбоев, Н.Э.Ибодуллаев, Р.С.Амриддинова Туризм асослари: Ўқув қўлланма – С.: СамИСИ, 2010 й.

Магистрлик диссертациясининг апробацияси. Тадқиқот давомида олинган натижалар ва илмий – амалий хулосалар куйидаги Республика илмий – амалий анжуманларида илмий маъруза кўринишида баён қилинган, тезис сифатида нашр этилган ва маъқулланган: “Меҳмонхона хўжалигининг миллий миллий иқтисодиётимиз ривожланишидаги ўрни” (Самарқанд Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида хизмат кўрсатиш соҳаси самарадорлигини ошириш ва инновацион фаолиятни такомиллаштириш муаммолари, 2014 й 21 – 22 феврал кунлари) ҳамда “Меҳмонхоналарнинг вужудга келиш ва ривожланиш тарихи” (Хизмат кўрсатиш соҳасининг ривожланиш муаммолари, 2014 й 28 – 30 апрел кунлари). Ушбу маърузаларда қилинган хулоса ва таклифлар илмий – амалий анжуманлар тавсияларида ўз аксини топган.

Магистрлик диссертациясининг таркиби: кириш, 3 та боб, шунингдек ҳар бир бобда 3 тадан параграфлар, хулосалар, тавсиялар, жадваллар, расмлар ва фойдаланилган адабиётлар рўйхатидан иборат. Магистрлик диссертациясининг ҳажми 98 бетдан иборат.

⁹ Амридинова Р.С. «Меҳмонхона сервис хизмати» (Маъруза матни). СамИСИ, 2009 й.

¹⁰ М.Алиева «Меҳмонхона менежменти» Т.:

¹¹ М.Х.Маматқулов «Меҳмонхона ва туристик комплексларда хизматларни ташкил этиш» С.:2012 й.

¹² С.Р.Сафаева «Меҳмонхона хўжалигини ташкил этиш» Ўқув қўлланма Т.: 2011 й.

1-БОБ. МЕХМОНХОНА ХЎЖАЛИКЛАРИ РИВОЖЛАНИШИНИНГ НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ

1.1. Миллий иқтисодиётни ривожлантиришда меҳмонхона хизматларининг тутган ўрни ва аҳамияти

Жаҳон амалиёти кўрсатишича, туризм умумий иқтисодий ўсишга, кам тараққий этган ҳудудларнинг ривожланишига кўмаклашади. Бундай ҳудудларда туристик марказларни очиш кўпгина давлатларнинг иқтисодиётини ривожлантиришнинг асосий усули ҳисобланади. Тоғ ва қишлоқ жойларида туристик марказларнинг ташкил қилиниши шу жойларнинг ўзлаштирилишига, аҳоли яшаш даражасининг яхшиланишига ёрдам беради.

Ўзбекистонда бой туристик ресурсларга эга бўлишига қарамай, мавжуд имкониятдан фойдаланиш даражаси талаб қилинган ва қутилаётган ҳолатдан анча кам. Ушбу соҳанинг яна бир муҳим жиҳати, қишлоқда ортиқча иш кучини иш билан таъминлаш масаласини ҳам ҳал қилишга кўмаклашувчи муҳим соҳа ҳисобланади. Чунки, хусусий тадбиркорлик учун жозибадор бўлган кўпгина анъанавий хизмат турлари шаҳарда ҳам қишлоқда ҳам етарли даражада ривожланган эмас. Айниқса, қишлоқ жойларда бу соҳанинг ривожланиши учун охириги пайтларгача ҳеч қандай таъсирчан чоралар кўрилмасдан келинди. Шу туфайли “Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 2006 йил 17 апрелдаги Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарорида: “Маҳаллий ҳокимият органлари раҳбарлари бу муҳим тармоққа керакли даражада эътибор қаратмаётганлигига мутлоқо тоқат қилиб бўлмайди”¹³, деб таъкидланди. Албатта, эътибор берилмаган соҳанинг самарадорлиги

¹³ Ўзбекистон Республикаси президентининг “Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори 2006 йил 17 апрел. Халқ сўзи. 2006 йил 18 апрел.-1 бет.

хам ўзига яраша бўлади. Дунёнинг ривожланган мамлакатларида хизмат кўрсатувчи тармоқларнинг ялпи ички маҳсулотдаги улуши 60-80 фоизни ташкил этади. Ушбу мамлакатлар иқтисодиётида банд бўлган аҳолининг 70 фоизи шу хизмат кўрсатиш соҳасида фаолият кўрсатади.

Миллий туристик мажмуанинг асосий инфраструктураси бўлиб меҳмонхона хўжалиги ҳисобланади. Меҳмонхоналарнинг асосий мақсади – мижозларни вақтинчалик яшаши учун (бош-пана, турар жой билан) номер билан таъминлаш, юқори даражали хизматлар кўрсатиш, қулайлик яратиш ва ғамхўрлик қилишдир. Ўзбекистон ҳукумати юқори даражали меҳмонхоналар қуриш учун алоҳида эътибор қаратиб, меъёрий-ҳуқуқий асосларини ҳам яратмоқда. Жумладан, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1995 йил 3 июндаги “Ўзбекистон Республикасида халқаро туризмнинг замонавий инфраструктурасини барпо этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 210-сонли, 1998 йил 2 мартдаги “Тошкент шаҳрида халқаро классдаги 4 юлдузли меҳмонхона қурилиши самарадорлигини ошириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 89-сонли, 2002 йил 2 сентябрдаги “Ўзбекистон Республикасида меҳмонхона бизнеси ва халқаро туризмни янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 310-сонли, 2003 йил 11 ноябрдаги «Туризм фаолиятини лицензиялаш тўғрисидаги низомни тасдиқлаш ҳақида»ги 497-сонли Қарорлари ва Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2006 йил 17 апрелдаги “Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-325-сонли, 2012 йил 10 майдаги «2012-2016 йилларда Ўзбекистон республикасида хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш дастури тўғрисида»ги ПҚ-1754-сонли, 2013 йил 17 апрелдаги «2013 - 2016 йилларда қишлоқ жойларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини жадал ривожлантириш юзасидан қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги ПҚ-1957-сонли Қарорлари ҳамда 2014 йил 13 мартдаги Ўзбекистон

Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Туризм фаолиятини амалга ошириш ва лицензиялаш тартибини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 60-сонли Қарори асосида меҳмонхона тамоқлари иқтисодининг ўсиши учун асосий таянч бўлган мамлакатнинг ички имкониятлари ишга солинмоқда.

Бозор иқтисодиёти модели меҳмонхоналар муносабатларини асосий ва қўшимча хизматларини талаб ҳамда таклиф асосида ривожлантириш зарурлигини назарда тутди.

Бу борада маркетинг тадқиқотларининг аҳамияти жуда катта. Маркетинг назарияси шуни кўрсатадики ҳеч қандай бир бутун бозор бўлмайди, балки алоҳида-алоҳида бозорлар сегменти бўлиб улар учун истеъмолчилар мавжуддир. Бу меҳмонхона хизматларини кўрсатадиган корхоналарга ҳам таълуқлидир.

Меҳмонхона индустриясида бозор сигментларини ташкил этишнинг асосини туристлар саёҳатининг мақсади белгилаб беради.

Агар меҳмонхона бизнеси туризмга ихтисослашган бўлса, у шаҳар марказида, туристик инфратузилма яхши ривожланган ҳудудлар ва давлат ташкилотларига яқин жойлашган бўлиши керак. Бу меҳмонхонанинг бизнес-маркази бўлиши ва албатта номерлар фондида бир ўринлик хоналар сони кўп қисимни ташкил этиши керак.

Ўзбекистонда туризм хизматлари бозорида меҳмонхона хизматлари салмоқли ўрин эгаллайди (1.1.1 – жадвал).

1.1.1 - жадвал

2011-2012 йилларда Ўзбекистон республикасидаги меҳмонхона
ва шунга ўхшаш жойлаштириш воситаларининг асосий
кўрсаткичлари¹⁴

№	Кўрсаткичлар	2011 йил жами	2012 йил жами
1	Меҳмонхона ва шунга ўхшаш жойлаштириш воситалари сони (бирликда)	500	521
2	Номерлар (хоналар) сони (бирликда)	13458	14267
3	Жойлар сони (бирликда)	25526	26835
4	Жойлаштирилган ташриф бюрувчилар (киши ҳисобида)	1122078	1189593
5	Тур кунлари – жами (бирликда)	3114966	3122905
	Шу жумладан		
5.1	Ўзбекистон Республикаси фуқоролари	1867458	2004878
5.2.	Хорижлик фуқаролар	1247508	1118027

Кўришиб турибдики, жадвалда келтирилган меҳмонхона ва шунга ўхшаш жойлаштириш воситаларининг барча асосий кўрсаткичларида ўсиш (хорижлик фуқоролар бўйича тур кунларидан ташқари) кўрсаткичлари кузатилган.

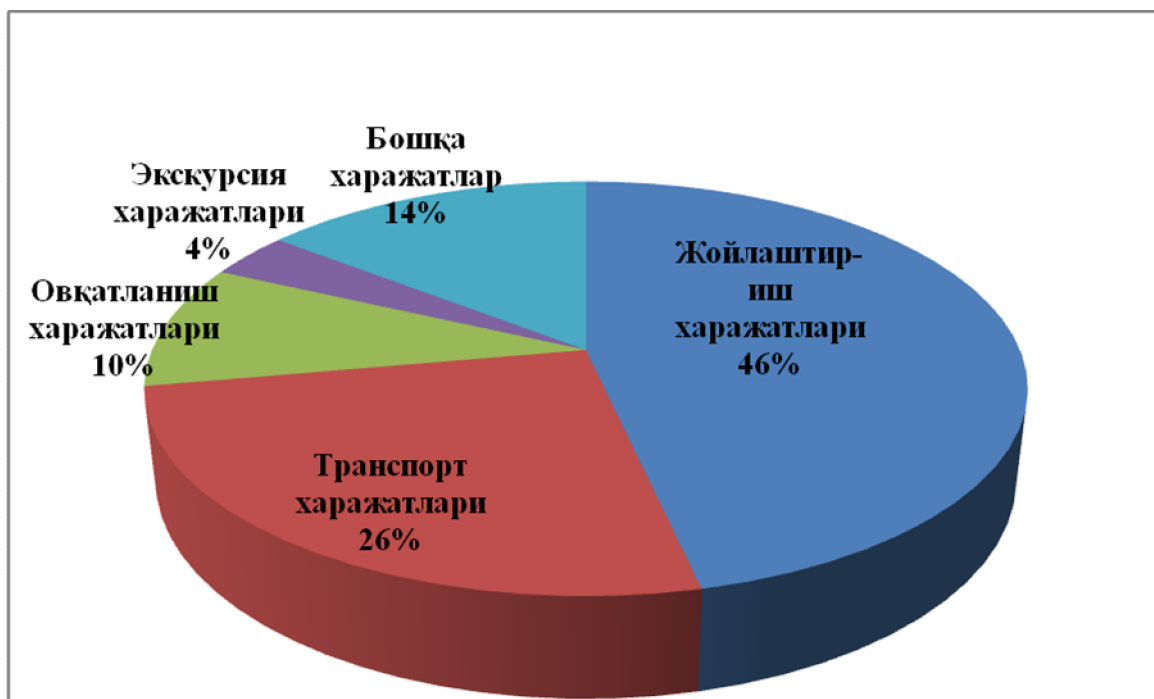
2012 йилда 2011 йилга нисбатта меҳмонхона ва шунга ўхшаш жойлаштириш воситаларининг асосий кўрсаткичларидаги ўзгаришларни куйидаги диаграммада яққол кўришимиз мумкин (1.1.1 –расм).

¹⁴ Ўзбекистон республикасининг давлат статистика қўмитасининг “Основные показатели развития туризма и отдыха в республике Узбекистан” номли статистик бюллетени маълумотлари.



1.1.1 – расм. 2012 йилда 2011 йилга нисбатта меҳмонхона ва шунга ўхшаш жойлаштириш воситаларининг асосий кўрсаткичларидаги ўзгаришлар (% ҳисобида)

Замонавий меҳмонхоналарнинг бош мақсади бўлиб туристларга хизмат кўрсатиш ҳисобланади. Туристларга кўрсатилаётган хизматларга қилинадиган харажатлар ичида жойлаштиришга оид хизматлар 46 % ни, овқатлантириш хизматлари 10 % ни, транспорт хизматлари 26 % ни, экскурсия хизматларини кўрсатиш 4 % ни, бошқа харажатилар 14% ни ташкил этади (1.1.2-расм).



1.1.2-расм. . Туристтик маҳсулотларни шакиллантиришда қилинадиган харажатлар улуши (%)

Меҳмонхоналарга туризмда банд шахсларнинг 56% ва даромадларнинг 39,8% тўғри келади. Туристларнинг оқимини кўпайтириш учун уларнинг сонини янада кўпайтиришимиз ва албатта маданиятимиз ва тарихимизни ўрганиш ва билиш мақсадида келаётган туристлар учун меҳмонхоналарни шу объектларга яқин жойлаштиришимиз лозим бўлади.

Дам олувчи туристлар учун меҳмонхоналар номери кенг ва балконли бўлиши назарда тутилади.

Хозирда дунёда 300 мингдан ортиқ меҳмонхоналар мавжуд. Аммо кўрсатилаётган хизматлар сифати бир-биридан фарқ қилади.

1.2 Меҳмонхоналарнинг вужудга келиш ва ривожланиш тарихи

Одамларнинг саёҳат қилишга иштиёқи ошиши билан бир қаторда уларни жойлаштиришга талаб ҳам ошиб боради. Ҳар бир талаб ўз ўрнида таклифни уйғотгани сингари саёҳатчиларни жойлаштирувчи корхоналар пайдо бўла бошлади. Баъзи тадқиқотчилар ушбу турдаги корхоналарнинг

пайдо бўлишини қадимги шумерлар томонидан ғилдиракни ихтиро қилиниши даврига тақашади. Меҳмонхона саноати корхоналарининг юзага келиши қадимги Рим билан алоқадордир. Рим Империяси йирик бўлганлиги сабабли мамлакат амалдорлари ва савдогарлар тез-тез савдо, зиёрат ва бошқа мақсадларда саёҳат қилиб туришганлар. Натижада уларни жойлаштириш учун ҳовли-жой ва таверналар юзага кела бошлайди.

Таверналарда дам олиш, овқатланиш ва ичимликлар ичадиган жой сифатида фойдаланилган.

Рим давлатининг асосида қатъий синфий тизимнинг мавжудлиги жой билан таъминлаш корхоналари ривожига ҳам эътиборни кучайтирди. Хатто давлат амалдорлари саёҳатга чиқишдан олдин хизматкорлари орқали жойлашиш ўрнини келишиб олишга яъни олдиндан жойни банд қилишга жўнатишган. У вақтларда Римдаги кўниб ўтиш манзиллари асосий йўл бўйида ва қишлоқларда жойлашган, фақат қулайлик хақида гап бўлиши мумкин эмасди.

Вақт ўтиши билан савдо-сотикнинг ривожланиши ва шу билан боғлиқ узоқ муддатли сафарлар тунаш жойларини ташкил қилишни тақазо этар эди. Бу ҳолат меҳмонхона корхоналарининг бошқа тури – карвонсаройлар пайдо бўлишини белгилаб берди.

Меҳмонхоналарнинг дастлабки кўринишлари Яқин шарқ, Ўрта Осиё, Кавказorti мамлакатларида мавжуд эди. “Буюк ипак йўли” деб аталмиш савдо йўли бўйлаб мол ортилган карвонлар билан саёҳатга чиққан савдогарлар сахро ва тоғ ёнбағирларидан ўтишган. Улар йўл – йўлакай ўзига ҳос меҳмонхона мажмуидан иборат бўлган карвонсаройларда тунашган.

Карвансаройлар – туялар учун қўтон ва атрофи девор билан ўралган, саёҳатчиларнинг дам олиши ва тунаши учун қисман бўлсада шароит яратилган бинога ташриф буюришган.

Карвонсаройларнинг энг ривожланган тармоғи Рим империяси худудида ташкил этилган эди. Қадимги Рим карвонсаройлари асосий йўллар ёқасидаги шаҳарлар ва қишлоқларда, бир-биридан тахминан 25миль (40,22 км) оралиқда жойлашган эди.

Меҳмонхоналарнинг карвонсаройлар кўринишидаги типининг қурилиши милoddан кейинги I асрларга тўғри келади. Бу вақтларга келиб сайёҳларнинг дам олиш, овқатланиш каби эҳтиёжларини қондириш учун карвонсаройларда тунаганликлари аниқланган. Асосан пулнинг иқтисодий бир ўзгариш сифатида қўлланиши, ахамиятининг ортиб бориши натижасида савдо мақсадида саёхатга чиқишнинг кўпайиши ҳозирги кундаги замонавий меҳмонхоналарнинг намуналари бўлиб ҳисобланган.

200 йил давом этган “салб юришлари” даврида Иэрусалимга бўлган саёхатлар сони ошиб кетди. Бунинг натижасида аввал шимолий Италияда, сўнгра бошқа давлатларда меҳмонхона бизнеси вужудга келди.

Савдо алоқаларининг ривожланиши Европада меҳмонхона хўжалигининг жадал суръатлар билан ўсишига олиб келди. Масалан, Италиянинг Милан шаҳрида XIV асрдаёқ 150 та меҳмонхона бўлган. Бироқ бу меҳмонхоналарда қулайлик бўлмаган, улардаги санитар аҳвол жуда паст даражада бўлган.

Шунингдек дунёдаги 6 қаватдан иборат, илк осмонўпар бино ҳам Америкадаги отел бўлган. Ушбу даврларда европада меҳмонхона ишига шверцариялик Сезар Риц ҳам катта ҳисса қўшди. Бугунги кунда ҳам энг машхур меҳмонхона занжирларидан бири унинг исми билан аталади.

Статлернинг шарофати билан меҳмонхона хонасида катта ўлчамдаги кўзгу, ётоқ ёнида чироқ, эшик ёнида чироқ ёқиб-ўчиргич, телефон, ёзув қоғози пайдо бўлди. Меҳмонхона ходимлар учун униформа ва меҳмонхона қурилишида хоналарни жуфт-жуфт қилиб, тикка тушган сантехника қувурларига нисбатан симметрик жойлаштириш эвазига ҳаражатларни камайтиришни жорий этган. Шунингдек ҳозирги кунда

хизмат кўрсатишга илмий ёндашув асосини таъминловчи “*Мижоз доим ҳақ*” шиорининг муаллифидир.

Статлер ва Рицнинг фаолияти шунга асос солдики юқори синфдаги меҳмонхоналарга бой-бадавлат инсонларнинг ташриф буюриши оммавийлашди. Мисол учун Рицнинг Лондондаги “Savoy” меҳмонхонасидаги бошқарувчилик фаолияти инглиз зодагонларининг одатларини ўзгартириб юборди: фақат эркаклар борадиган клубларга ташриф буюриш ўрнига, эркаклар ўз аёллари билан меҳмонхона ресторанларида овқатланадиган бўлишди.

XIX аср охирлари – XX аср бошларида Европа ва Американинг йирик шаҳарларида мухташам меҳмонхоналар очила бошлади. Улар саёҳатга чиқиб вақт ўтказишни русум қилган, янги миллионерлар ва машхур инсонлар учун мўлжалланган эди. Шунга ўхшаш меҳмонхоналар Россияда ҳам очила бошлади, унга Москвадаги – “Метропол” ва “Национал”, Петербургдаги “Европа” меҳмонхоналарини мисол қилиб келтиришимиз мумкин.

XX асрнинг 20-йилларида нафақат мижозлар, балки автомобилларни жойлаш учун мўлжалланган, меҳмонхона бизнеси учун янгилик бўлган мотеллар пайдо бўла бошлади. Мотелнинг пайдо бўлиши Америкада “Т” модели Фордларни ишлаб чиқилиши яъни автомобил саноатининг жадал ривожланиши билан боғлиқ. Европада эса мотеллар фақатгина иккинчи жаҳон урушидан кейингина очила бошлагани маълум.

Меҳмондўстлик саноати корхоналарининг эволюцияси тўғрисида сўз юритганда, ўз-ўзидан тарихий жиҳатдан кишилик жамиятининг ривожланиш босқичларига мос келувчи турли даврларни ажратиш мумкин бўлади (1.2.1– чизма):



1.2.1 – чизма. Меҳмонхоналарнинг ривожланиш босқичлари¹⁵

XIX–XX asrlar chegarasida meҳmondўstlik sanoati muҳim tarmoқqa aйланди. Meҳмонхона бирлашмалари, акциядорлик жамиятлари, корпорациялар меҳмонхоналар қуриш, кадрлар тайёрлаш, нархларни белгилаш масалалари билан шуғуллана бошлади. XX asr бошида фаолият кўрсатган бундай уюшмалар орасида Лондон меҳмонхоналар соҳиблари Франция «Меҳмонхона соҳиблари уюшмаси»ни қайд этиш мумкин. 1906 йилда жаҳоннинг турли мамлакатларида жойлашган 1700 меҳмонхонани бирлаштирган Меҳмонхоналар соҳиблари халқаро уюшмаси ташкил топди.

Бугунги кунда жаҳонда 300 мингдан ортиқроқ (мотелларни ҳисоблаганда) меҳмонхона мавжуд. Уларнинг ҳилма-ҳиллигини таърифлашга тил ожиз: бир қаватдан тортиб 88 қаватгача, сузиб юривчи ва сув юзасидаги катта-кичик арзон ва қиммат меҳмонхоналар мавжуд.

XX asrнинг 50 – йилларидан бошлаб меҳмонхона бизнесида янгича бошқарув усуллари жорий этилди. Ушбу давргача меҳмонхона бошқаруви жуда кўп ўзига ҳосликларга эга бўлганлиги учун ишлаб чиқилган бошқарувнинг илмий усуллари қўл келмаслиги таъкидланар эди.

¹⁵ Р.С. Амриддинова, М.А.Зубайдуллаева– «Меҳмонхона сервис хизмати» Услубий кўрсатма. СамИСИ, 2010 й. – 5 бет.

Глобал компютерлаштириш меҳмонхона бизнесини ҳам четлаб ўтмади, аста-секин йирик меҳмонхоналар компютерлар билан жиҳозлана бошланди. Турли бўлимлар учун дастурлар яратила бошланди.

Урушдан кейинги пайтларда халқаро меҳмонхона занжирлари оммавийлашди. Илк меҳмонхона занжири - Ҳилтоннинг вужудга келиши “Пан Америкен” авиатранспорт компаниясининг очилиши билан боғлиқ. Лотин Америкаси давлатларига парвозларни уюштирар экан компания шундай тўхтамга келдики ушбу давлатда америкалик бизнесменлар ўрганган шароитлар мавжуд эмас эди. Ушбу давлатларда тегишли тоифадаги, бир хил сифатдаги меҳмонхоналарни куриш фикри юзага келди. Мисол учун Аргентинадаги “Ҳилтон” отели, сервис жиҳатидан Нью-Йоркдаги “Ҳилтон”дан фарқ қилмаслиги керак эди.

1.3. Меҳмонхона хизматларининг турлари ва унинг ўзига хос хусусиятлари

Ўзбекистон иқтисодиётида бозор муносабатлари анча тез суръатларда ривожланмоқда. Бу меҳмонхона сервисида банд бўлган тижоратчиларга катта имкониятлар яратмоқда. Ўзбекистон билан чет элда меҳмонхона ишини ташкил этишдаги кескин тафовутлар аста-секин йўқолиб бормоқда. Ўзбекистон Республикасининг меҳмонхона корхоналари мижозларга хизмат кўрсатиш савиясини, номерларнинг шинамлиги ва қулайлиги даражасини, хизмат кўрсатувчи ходимларнинг малакасини изчил ошириб бормоқда.

Меҳмонхона сервиси корхоналарининг ранг–баранглиги, шунингдек вақти – вақти билан меҳмонхона хизматларининг янги – янги турларининг пайдо бўлиши жойлаштириш корхоналари таснифи ва типологиясини анча шартли қилиб қўяди. Меҳмонхона хўжалиги туризм соҳасининг таркибий қисми ҳисобланади. Шу сабабли туризм ривожланиши меҳмонхоналар фаолиятининг кенгайишига олиб келади.

Меҳмонхона – бу бутун кун давомида мураккаб жараён содир бўлувчи бино (ёки бинолар мажмуи) бўлиб, унда мижозларга номерлар берилиши, шунингдек меҳмонхона маҳсулидан шинам, қулай ва хавфсиз фойдаланишга йўналтирилган қўшимча хизматлар кўрсатилиши кафолатланади.

Жойлаштириш хизмати – туризм индустриясининг энг муҳим элементларидан бири ҳисобланади. Жойлаштириш хизмати бўлмаса туризм ҳам булмайди. Бу туристларни қабул қилиб олиш ва ўз туристик ресурсларини ишлатишдан қатъий назар ва катта даромад олишга ташна бўлган ҳар қандай туристик минтақа ва марказ иқтисодиётининг талабидир. Меҳмонхона индустрияси меҳмондўстлик тизимининг моҳиятидир. Шунини таъкидлаш керакки, мутлақо транзит туристлар ва экскурсион хизмат кўрсатиш ҳисобига яшайдиган туристик марказ ва жойлар мавжуд. Лекин бу ҳолда яхши фойда олиш учун туристик маҳсулот товарни ташкил қилувчи хусусиятга эга бўлиш керак¹⁶.

Меҳмондўстлик (меҳмон қабул қилиш) индустрияси - бу минтақа ёки туристик марказ хўжалигининг энг кучли тизми ва туризм иқтисодиётининг муҳим таркибий қисмидир.

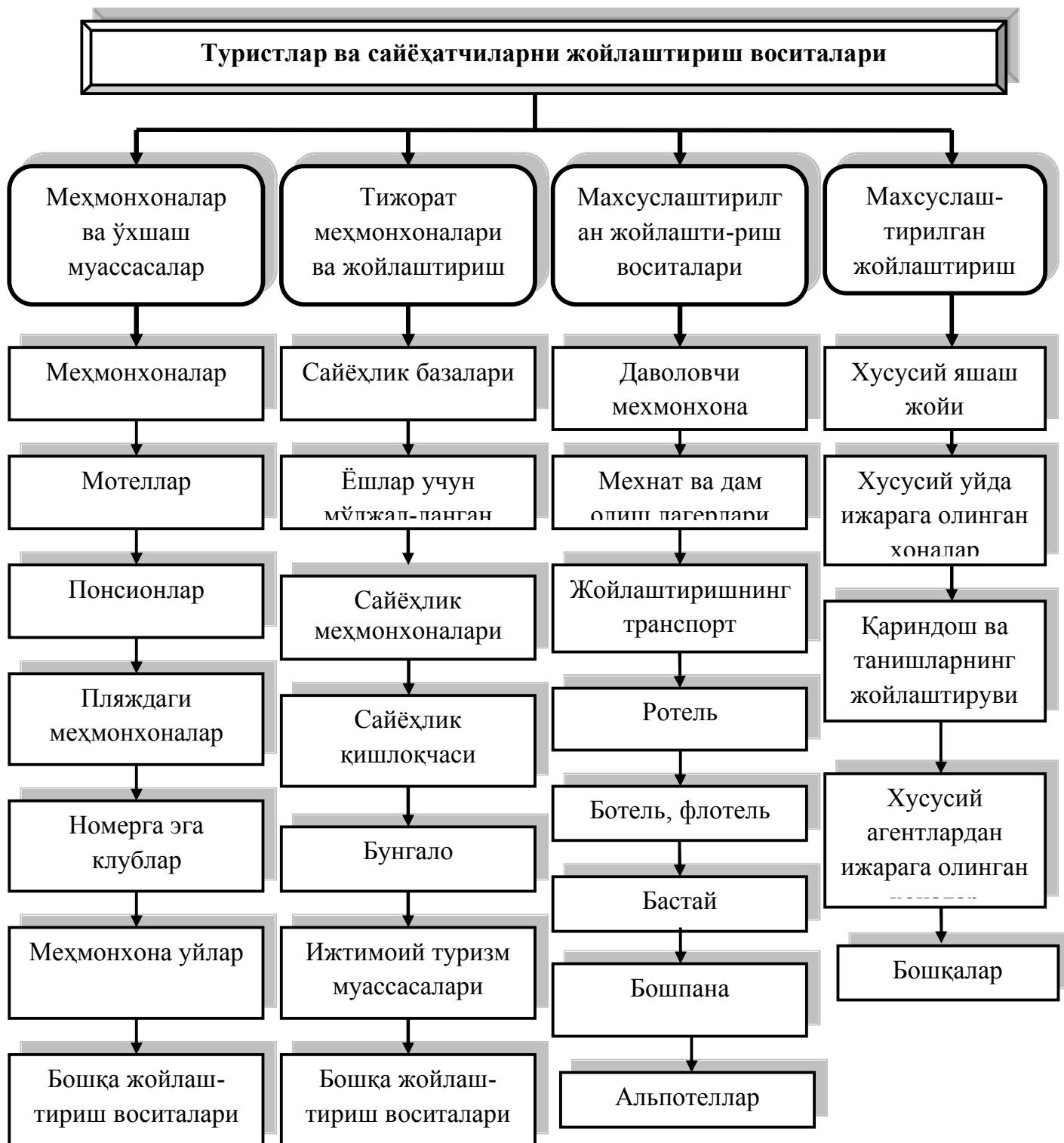
Туризмга оид адабиётларда «туризм ва меҳмондўстлик индустрияси» термини кенг қўлланилиб келинмоқда¹⁷. Унда эътироф этишилича меҳмондўстлик туризмга нисбатан кенгроқ ва умумий тушунча деб қаралмоқда. Чунки, унинг вазифаси нафақат туристларнинг эҳтиёжларини, балки барча истеъмолчилар эҳтиёжларини қондиришга қаратилган, дейилмоқда. Бизнинг фикримизча, туризм ва меҳмондўстликни айри ҳолда қараб бўлмайди. Шу туфайли

¹⁶ И.С. Тухлиев, Р.Ҳайитбоев, Н.Э.Ибодуллаев, Р.С.Амриддинова Туризм асослари: Ўқув қўлланма – С.: СамИСИ, 2010-45-46 бет

¹⁷ 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.

меҳмондўстлик индустриясини ҳам алоҳида кўриб чиқиш мумкин эмас, чунки туристлар ҳам саёҳат мақсадига боғлиқ равишда ўзига хос эҳтиёжларга эга бўлган истеъмолчилар ҳисобланади

Меҳмон қабул қилиш индустриясини коллектив ва индивидуал жойлаштиришнинг турли хилдаги отеллар, меҳмонхоналар, мотеллар, ёшларнинг хостел ва ётоқхоналари, апартаментлар шунингдек, туристларни жойлаштиришда иштирок этвчи хусусий сектор воситаларини ташкил этади.



1.3.1 – расм. Туристлар ва сайёҳатчиларни жойлаштириш воситалари¹⁸

¹⁸ И.С. Тухлиев, Р.Ҳайитбоев, Н.Э.Ибодуллаев, Р.С.Амридинова Туризм асослари: Ўқув қўлланма – С.: СамИСИ, 2010-45-46 бет

Меҳмонхоналарни қуйидаги типологияси жаҳон амалиётида уларни хар бирини батафсил аниқ тафсилоти билан ифодаланган кўриниши қуйидаги 1.3.2 – жадвалда акс эттирилган¹⁹.

1.3.2 – Жадвал

Меҳмонхоналарнинг хили	Тавсифи
Отел-люкс	Ўз сиғими бўйича меҳмонхонани мазкур типи кичик ёки ўрта корхоналар сафига киради. Одатда шаҳар марказида жойлашади. Яхшигина таълим олган персонал-ходим конференция, хизмат учрашувлари иштирокчилари бизнесменлар бўлиб ҳисобланган талабчан мижозларга сервисни жуда юқори даражасини таъминлайди. Барча мумкин бўлган хизмат турларини ўз ичига олувчи номерларни нархлари анча қиммат туради.
Ўрта (класс) бўғинли меҳмонхона	Ўз сиғими бўйича отелдан катта (400-200 ўринли) шаҳар марказида ёки шаҳар атрофида жойлашган. Етарли даражада кенг хизматлар турини тақдим этади, улардаги нархлар у жойлашган минтақа даражасига тенг ёки ундан бир мунча юқорироқ бўлиши мумкин. Бизнесменлар, хусусий туристлар, конгресс, конференция иштирокчиларни ва ҳақозоларни қабул қилиши мумкин бўлган меҳмонхона.
Меҳмонхона-апартамент (апарт-отел)	Сиғими бўйича кичик ёки ўрта ўлчамли (400 ўрингача) йирик шаҳарнинг доимий бўлмаган аҳолиси учун хосдир. Вақтинчалик турар жой сифатида кўп йилларда ўз-ўзига хизмат кўрсатишдан фойдаланиладиган квартира (ижара) типидан ташкил топади. Меҳмонхонани мазкур типидан нархлар қоидага кўра жойлашув муддатига боғлиқ равишда (турланиб) туради.

¹⁹ И.С. Тухлиев, Р.Ҳайитбоев, Н.Э.Ибодуллаев, Р.С.Амридинова Туризм асослари: Ўқув қўлланма – С.: СамИСИ, 2010-46-47 бет

	Узоқ муддатга тўхтаб ўтувчи оилавий туристлар, бизнесменлар ва ижарачиларга хизмат кўрсатади.
Иқтисодий бўғин (класс) меҳмонхонаси	Кичик ёки ўрта сифимли корхоналар (150 ўринли ва ундан ортиқ) магистрал йўл ёқаларида жойлашади. Хизматлар тўпламини чекланганлиги, оддий ва тез хизмат кўрсатиш билан ажралиб туради. Истеъмолчилари – кўрсатилган (истеъмол қилинган) хизматлар учун ҳақиқий тўловни амалга оширишга интилувчи ва тўлиқ пансионга муҳтож бўлмаган бизнесменлар, хусусий туристлар учун мўлжалланган.
Отел-курорт	Ўз сифими бўйича меҳмондорчиликни тўлиқ хизматлар тўпламини тақлиф этиш билан ажралиб турадиган корхона. Бундан ташқари, бу ерда парҳез таомлар ва маҳсус тиббий хизмат кўрсатиш комплексини олиш мумкин. Курорт минтақаларида жойлашади.
Мотел	Шаҳар ташқарисида, шаҳар бўйида, магистрал йўл ёқаларида жойлашган оддий бир ёки икки қаватли бинолар. Бу кичик ёки ўрта корхоналардир (400 ўрингача). Кам сонли ходимларни ўрта даражали хизмат кўрсатиши ҳарактерлидир. Мижозлари бўлиб ҳаваскор автотуризмга урғу берилган турли категориядаги туристлар ҳисобланади.
«Тунаш ва нонушта» хилидаги хусусий меҳмонхона	АҚШда кенг тарқалган. Бу меҳмонхона кичик (баъзида ўрта) сифимли. Шаҳар атрофида ёки қишлоқ жойларда жойлашган. Хизмат кўрсатишга, қоидага кўра, нонушта ва уй шароитидаги енгил тамадди киради. Мижозлари бўлиб уй шароитига интиладиган тижоратчилар ва йўналишдаги туристлар ҳисобланади.
Отел-гарни	Мижозларга чекланган миқдордаги хизматларни: жойлашув ва континентал нонуштани тақдим этувчи корхоналар.

Пансион	Хизматлар даржасини чекланганлиги ва оддий стандартли корхоналардир. Отел-гарнилardan фарқли равишда бу ерда нонушта, тушлик ва кечки овқат (тўлиқ пансион) тақдим этилади. Бироқ овқатланиш хизмати фақат мижозларгагина кўрсатилади.
Меҳмонхона-ҳовли	Отеллардан сиғими, хизмат кўрсатиши, содда стандартлиги билан ажралиб турувчи корхона, учрашувлар ва меҳмонлар ташрифи учун қатор жамоа хоналарини мавжуд эмаслиги билан ажралиб туради. Меҳмонхона-ҳовли таркиби (структураси)да ресторан ёки барни мавжуд бўлиши мажбурийдир.
Ротел	Тунаш учун мўлжалланган креслолар жойлаштирилган бир ёки икки ўринли вагонлардан ташкил толувчи ҳаракатланадиган меҳмонхонадир. Хожатхона, ошхона, музлатгич ва кейиниш учун мўлжалланган хоналар мавжуд.
Ботел	Мос равишдаги жиҳозланган кичик кема сифатида фойдаланувчи сувдаги унча ката бўлмаган меҳмонхона.
Флотел	Кўп ҳолларда «сувдаги курорт» деб номланувчи катта меҳмонхона. Туристларга кенг турдаги хизматларни тақдим этувчи шинам номерлар: бассейн, сув чанғилари, балиқ овлаш учун шароит яратадиган, сув остида сузиш, сув ости ови, тренажер заллари, конференция ва конгресслар учун заллар, кутубхона, турлитуман таъминотлар (телефон, телефакс, телетайн, телевизор, ва х.к). Сўнгги вақтларда турларга ўқитувчи конгресс-круизлар, конгресстурлар, бизнес-турларни ташкил этиш учун фойдаланилади.
Флайтел	Агромеҳмонхона ёки «учувчи отел». Фавқулудда қиммат ва меҳмонхонани камёб тури ҳисобланади. Кўниш майдончаси ва

	метеорологик хизмат алоқалари билан жиҳозланган.
--	--

Ҳар бир меҳмонхона ўз йўналиши бўйича хизмат кўрсатиш бўлимларига эга. Асосий хизматлар бўлими – туристларни қабул қилиш ва жойлаштириш ёки портъе хизматлари, хона тозалаш хизматлари, анимацион хизматлар, муҳандис-техник хизматлар, тижорат ва маъмурий хизматлар шулар жумласидандир²⁰.

Меҳмонхоналарда шунингдек ёрдамчи ва қўшимча хизматлар мавжуд. Ёрдамчи хизматлар: кир ювиш, чойшаблар алмаштириш, хона тозалаш хизматлари, кийим тозалаш ва бошқалар.

Қўшимча хизматлар: кичик таъмирлаш, сартарошлик, сауна, бассейн, бизнес марказ, савдо шахобчалари, спорт-соғломлаштириш маркази ва бошқалар.

Қуйидаги 13.1 – расмда меҳмонхоналарда хизматлар кўрсатиш дастури келтирилган.

²⁰ Ахмедов Х.И. «Жойлаштириш индустриясида сервис» Маърузалар матни. Тошкент-2005. 20-23 бетлар



1.3.1 – расм²¹. Меҳмонхоналарда хизмат кўрсатиш дастури.

²¹ Қурбонов. Ж.М., Мамарасулов. З.Э., "Қурбонов. Ж.Ж., Меҳмонхона хўжалигини ташкил этиш"

I БОБ БЎЙИЧА ХУЛОСА

Миллий туристик мажмуанинг асосий инфраструктураси бўлиб меҳмонхона хўжалиги ҳисобланади. Меҳмонхоналарнинг асосий мақсади – мижозларни вақтинчалик яшаши учун (бош-пана, турар жой билан) номер билан таъминлаш, юқори даражали хизматлар кўрсатиш, қулайлик яратиш ва ғамхўрлик қилишдир.

Бундан ташқари меҳмонхона – бу бутун кун давомида мураккаб жараён содир бўлувчи бино (ёки бинолар мажмуи) бўлиб, унда мижозларга номерлар берилиши, шунингдек меҳмонхона маҳсулидан шинам, қулай ва хавфсиз фойдаланишга йўналтирилган қўшимча хизматлар кўрсатилиши керак. Меҳмонхоналарда шунингдек ёрдамчи ва қўшимча хизматлар мавжуд. Ёрдамчи хизматлар: кир ювиш, чойшаблар алмаштириш, хона тозалаш хизматлари, кийим тозалаш ва бошқалар. Қўшимча хизматлар: кичик таъмирлаш, сартарошлик, сауна, бассейн, бизнес марказ, савдо шахобчалари, спорт-соғломлаштириш маркази ва бошқалар. Хозирда дунёда 300 мингдан ортиқ меҳмонхоналар мавжуд. Аммо кўрсатилаётган хизматлар сифати бир – биридан фарқ қилади.

Шуни алоҳида таъкидлаб ўтиш керакки, аввало меҳмонхоналар инфраструктурасини замон талаби даражасида ташкил этиш ва мавжудларини такомиллаштириш орқали меҳмонхона индустиясни ривожланишини кўришимиз мумкин. Иккинчи эътибор қаратилиши зарур бўлган омил бу меҳмонхоналарда қўшимча хизматларни кўпайтириш ва бу хизматлар сифатини яхшилашдир.

2-БОБ. САМАРҚАНД ВИЛОЯТИДА МЕҲМОНХОНАЛАРНИНГ РИВОЖЛАНИШ ҲОЛАТИ ВА ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ

2.1. Самарқанд вилоятида туризм ва меҳмонхоналарнинг ривожланиш ҳолати

Самарқанднинг тарихий ва маданий қийматини ҳисобга олган ҳолда, Ўзбекистон ҳукумати ушбу қадимий ҳамда ҳамisha навқирон шаҳарнинг тарихий ва маданий ёдгорликларини сақлашга алоҳида эътибор қаратмоқда.

Хусусан, 2007 йилда ЮНЕСКО бошчилигидаги бир қатор халқаро ташкилотлар билан биргаликда нишонланган Самарқанд шаҳрининг 2750 йиллиги олдидан Шоҳи Зинда мажмуи, Ҳазрати Хизр масжидини қайта тиклаш бўйича кенг кўламли ишлар олиб борилди.

Самарқанд шаҳрида 1997 йилдан буён ҳар икки йилда бир марта ўтказиб келинадиган "Шарқ тароналари" Халқаро мусиқа фестивали дунёнинг барча бурчакларидан юзлаб Шарқ мусиқаси созандалари ва ихлосмандларини ўз бағрига чорлайди.

Вилоятда туризм соҳаси бошқа вилоятларга нисбаттан яхши ривожланган бўлиб мамлакат бюджетига валюта тушумини таъминлаб келмоқда. Самарқанд Ўзбекистоннинг йирик туристик марказларидан бири бўлиб ҳисобланади. Ҳозирги кунда вилоятда туризм фаолияти билан шуғулланиш ҳуқуқини берувчи лицензияга эга бўлган 177та туристик корхона фаолият кўрсатмоқда. Жумладан, 89 та жойлаштириш воситаси, 45 та туроператорлик, 30 та турагентлик корхоналари ва 13 та санатория курорт муассасалари фаолият кўрсатмоқда(2.1.1 – жадвал).

**Самарқанд вилоятида 2011-2013 йил ҳолати бўйича туристик
фаолият билан шуғулланувчи корхоналар тўғрисида маълумотлар²²**

№	Фаолият йўналиши	сони			2013 йилда 2011 йилга нисбатан ўзгариши (%)
		2011	2012	2013	
1.	Турфирмалар	45	45	62	137,8
2.	Турагентликлар	29	30	35	120,7
3.	Мехмонхона ва шунга ўхшаш жойлаштириш воситалари	83	85	89	102,4
4.	Санатория курорт муассасалари	13	13	13	ўзгаришсиз

Жадвал маълумотларини таҳлил қилар эканмиз Самарқанд вилоятида туристик фаолият билан шуғулланувчи корхоналар сони йилдан – йилга ошаётганлигини кўришимиз мумкин. Биргина 2013 йилда 2011 йилга нисбатдан турфирмалар сони 17 тага, турагентликлар сони 6 тага, мехмонхона ва шунга ўхшаш жойлаштириш воситалари сони 2 тага кўпайганлигини кўришимиз мумкин.

“Буюк ипак йўли”нинг чоррахасида жойлашган Самарқанд вилояти мамлакатимиздаги энг жозибадор туристик минтақаларнинг биридир. Республика маданий мерос объектларини муҳофаза қилиш ва улардан фойдаланиш бош бошқармаси маълумотларига кўра вилоят ҳудудида табиий ва антропоген характердаги турли даврлар, цивилизациялар ва динларга тегишли объектлари давлат рўйхатига олинган. Самарқанд, Каттакўрғондаги тарихий шаҳар обидалари, эски кўчалар, Пахтачи, Оқдарё, Нуробод, Ургут туманларидаги қадимий меъморилик ёдгорликлари — масжид ва мадрасалар, фуқаролик иншоатлари, алоҳида

²² Самарқанд статистика бошқармаси маълумотлари

меъморий комплекслар, рус истилоси давридаги бино ва иншоотлар, юзлаб археологик ёдгорликлар шулар жумласидандир. Буларнинг барчаси, шунингдек товар ва хизматлар бозорининг яқинлиги, юқори табиий-рекреацион салоҳият ва маданий қадриятларнинг сақланиб турганлиги Самарқанд вилоятида туризм соҳасини жадал ривожлантириш учун мустаҳкам замин яратади. Аммо ҳозирча мавжуд имкониятлардан тўлиқ фойдаланишга эриша олганимиз йўқ.

Самарқанд дунёнинг энг жозибадор туристик марказларидан ҳисобланади ва ҳақли равишда ЮНЕСКО нинг “Бутунжаҳон мероси рўйхати”га киритилган. Ҳозирги вақтда Самарқанднинг иқтисодий тараққиёти нафақат унинг ишлаб чиқариш салоҳияти, балки тез суръатлар билан ривожланиб бораётган товарлар ва хизматлар соҳаси билан ҳам белгиланмоқда. Қулай географик жойлашув, улкан тарихий-маданий мерос, яхши шаклланган транспорт тизими, барқарор вазият, турли миллат ва элатларнинг ўзига хос турмуш тарзи, фольклор – этнографик санъати, миллий удум ва қадриятларининг сақланиб қолганлиги минтақада туризмнинг тез ривожланиши учун мустаҳкам замин яратди. Ундан ташқари Самарқанднинг таълим ва маданият, ишбилармонлик маркази эканлиги шаҳарнинг ўзига хос имиджини шакллантириб, ушбу тенденцияни мустаҳкамланишига ҳисса қўшмоқда.

Самарқанд ўзининг бой тарихий – меъморий обидалари билан дунёда донг таратган. Айнан тарихий – маданий туризм Самарқанд шаҳри учун туризмнинг энг истиқболли шакли сифатида эътироф этилмоқда.

Туристик хизматлар ҳажми ва туризм индустриясининг ривожланиш суръатлари бўйича Самарқанд мамлакатимизда етакчи ўринларда туради. Ҳозирги кунда шаҳарда яратилган туризм инфратузилмаси йилига ўртача 600-700 минг туристни қабул қилиш имкониятларига эга. Жумладан 2013 йилда Самарқандга ташриф буюрганлар сони 180,3 минг кишини, шундан хорижий давлатлар ва МДХ

мамлакатларидан 90,4 минг киши ташкил этган. 2010 йил натижалари билан таққослаганда туристлар сони 11000 кишига ошган. Хорижий туризм туристик хизматлар структурасининг энг катта қисмини (78 %) ташкил этди, кейинги ўринларни болалар туризми, хизмат туризми ва диний туризм (22 %) эгаллайди²³.

Самарқандга туристик оқимларнинг кўпайиши баробарида туристик фаолият билан шуғулланувчи тадбиркорлик субъектлари сони ҳам йилдан йилга ортиб бормоқда. 2013 йил якунлари бўйича Самарқанд шаҳрида 84 туристик фирма ва компаниялар фаолият кўрсатиб, уларнинг кўпчилиги кейинги йилларда халқаро туризм бозорида ҳам ўз мавқеини мустаҳкамлаб олишга эришдилар.

Ҳозирда шаҳарда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан 2011 йил 4 – октябрда тасдиқланган “2011 – 2012 йилларда Самарқанд вилоятининг туризм соҳасини ривожлантириш ва туризм хизматлар экспортини ошириш бўйича манзилли дастур” муваффақият билан амалга оширилмоқда. Дастурда белгиланган тадбирларни амалга ошириш бўйича кенг қўламли ва аниқ мақсадга йўналтирилган чоралар ўзининг ижобий самарасини бера бошлади.

Маълумки, туризм инфратузилмасида меҳмонхоналар марказий ўринни эгаллайди. Бугун кунда Самарқандда 3885 ўринга мўлжалланган 89 та меҳмонхона ва шунга ўхшаш жойлаштириш воситалари фаолият кўрсатмоқда.

Республика ҳукумати Самарқанд шаҳрини туристик марказга айлантириш мақсадида узоқ истиқболли режа тузиш ҳамда бу асосда Республикада туристларга кўрсатиладиган хизматлар сифатини ошириш ва моддий-техник базани мустаҳкамлаш орқали 2020 йилга қадар 500 минг кишига мўлжалланган туристик инфратузилмани яратиш орқали туристик оқимни кўпайтириш бўйича ишлар амалга оширилмоқда.

²³ Самарқанд статистика бошқармаси маълумотлари

Туристтик хизматлар сифатининг ортиши оқибатида Тошкентга ташриф буюрган сайёҳлар 2012 йилда ўртача 1.9 кун яшашган бўлса, бугунги кунда бу кўрсаткич 3 кундан ошяпти ҳамда бюджетга кўпроқ фойда келтиряпти. Одатда Тошкентдан кейин туристларнинг ўртача 13%и Самарқандга ташриф буюришади ва бу ерда улар 3 – 3,5 кун вақтларини ўтказишади.

Юқоридагиларни инобатга олган ҳолда шаҳримизга келган туристларни кўпроқ ушлаб туриш, бошқача қилиб айтганда уларга шунақанги хизматлар таклиф қилишимиз керакки, бунинг натижасида уларни сайёҳат кунлари чўзилсин. Буни юқори даражада амалга ошира олсак мамлакатимиз бюджетига катта даромад келтирар эдик. Мамлакатимизда 2013 йили хизмат кўрсатилган туристлар сони 165 759 кишини ташкил этди, шундан чет эл туристлари 86 293 киши, МДХ мамлакатларидан эса бу кўрсаткич 11 906 кишини ташкил қилди. Ички туризм бўйича 2013 йили мамлакатимизда турист сифатида рўйхатдан ўтганлари 62 788 киши ташкил қилгани ҳам диққатга сазовордир. Бу нарса шунини кўрсатадики ички туризм салмоғи ортиб хорижий туристларга яқинлашувини ҳам кузатишимиз мумкин, агарда ички туризмга эътиборни кучайтирсак бизга хорижий туристларнинг оқими ўз – ўзидан кўпаяди ва ривожланади. Йиллар давомида туристик оқим мутаносиб сақланмаган. 2000 – 2002 йилларда хизмат кўрсатилган туристлар сони кам, 2011 – 2013 йилларда жуда юқори кўрсаткичларга эришилди (ўсиш суръати 80% гача ошди). Туристлар оқиминг бир хилда бўлмаслигининг бир қанча сабаблари мавжуд. Булар: иқтисодий (турлар нархининг ошиши, авиачипталарнинг қимматлашуви), сиёсий омиллар (миллий ҳавфсизлик мақсадида виза режимининг мураккаблашуви, қўшни давлатлар билан ҳарбий ҳаракатлар), экологик вазиятлар, психологик омиллар (собик иттифоқ таркибида бўлган давлатларга айрим европа давлатларининг ишончсизлиги) ва бошқалар.

Самарқанд шаҳрида туристларга кўрсатилган хизматлар 2002 йилдан 2013 йилга қадар 2.7 баробарга ошди. (2002 йилда 1.4 млн. сўм, 2013 йилда 3.8 млн. сўм).

Самарқанд худудида туристларнинг ўртача тунаш вақти 2.4 кундан ошгани йўқ. Агар туристларни бу ерда кўпроқ қолишга жалб қилсак, вилоят иқтисодиётига кўпроқ фойда келтирган бўлар эдик. Шунини алоҳида таъкидлаш керакки, узок давлатлардан келадиган юқори тўлов қобилиятига эга туристлар бизга кўпроқ фойда келтиради. Бу гуруҳлар қисқа вақт – 9 – 10 кун ичида Тошкент, Бухоро, Хива ва Самарқандни кўриб чиқишни хоҳлашади. Бунда туристларнинг Самарқандда тунаш вақти 1 – 3 кунга тўғри келади. 2.1.3 расмда 2002 – 2013 йиллардаги туристлар оқими кўрсатилган.



2.1.3. – расм. Самарқанд вилоятидаги туристик оқимнинг тузилиши ва динамикаси.

2.1.3 – расмдан кўришимиз мумкинки, энг юқори туристик оқим 2013 йилда кузатилган. Айнан шу йили чет эллик ва маҳаллий туристларга

хизмат кўрсатилган. Самарқандда фаолият кўрсатувчи туристик фирмалар ички туризм билан шуғулланишга эмас, балки кирувчи туристларни қабул қилиш билан шуғулланишга мойиллик билдиришади. Ўз – ўзидан кўришимиз мумкинки хорижий туризм салмоғи ички туризмдан анча кўп. Республикамизда ички туризмни ривожлантиришнинг мураккаб томони шундаки, маҳаллий аҳоли ҳеч қандай туристик ташкилот ёрдамисиз, ўз ҳолича саёҳат қилишни афзал кўришади. Мамлакатда ички туризмни рўйхатга олишнинг янгича тизимини шакллантириш лозим. Бунда ташувчиларда, ташкилотчиларда, хизмат кўрсатувчиларда ва бошқаларда ахборот базасини шакллантиришга эътибор қаратиш лозим. Умуман олганда бу аҳолининг яшаш тарзи, иқтисодий аҳволи, туроператорларнинг қизиқишларига боғлиқ.

2002 – 2013 йилларда Самарқанддан чиқувчи туристлар оқими ўзгарувчан характерга эга. 2.1.3 расмдан кўринадики, 2012 йилда энг юқори эканлигини кўриш мумкин. Бунинг сабаблари халқнинг яшаш шароити яхшиланганлиги, иқтисодиётнинг ривожланиши, савдо – сотиқнинг ортиши билан боғлиқ. (Асосий давлатлар Хитой, Жанубий Корея, Дубай, Россия ва Туркия).

Инқироз шароитида ички туризм жуда ҳам фойдали. Ҳаммага маълумки, ички туризмнинг фойдали томонлари бу ерда етишмайдиган нарсалар, уларнинг нархлаштириш методикаси, уни молиявий томондан кўллаб-қувватлашдир.

Туристлик маҳсулотларнинг ташкиллаштирилиши туристик оқим кўпроқ ўтадиган туристик фирманинг стратегиясига боғлиқ. Замонавий шароитларда туристик фирманинг фаолиятини ташкиллаштириш туроператорлар ва туристик агентларга боғлиқ. Бунда туристик бозорнинг ҳолатини тўлиқ таҳлил қилиш керак.

Ўзбектуризм миллий компаниясининг маълумотларига кўра 2015 йилнинг 1 январига қадар Республикамизда туристик фаолият билан

шуғулланиш учун лицензия олган ташкилотлар сони 828 тани ташкил килади, шулардан 510 таси туроператорлар ва 318 та замонавий меҳмонхоналар. Самарканд вилоятида 80 тадан ортиқ замонавий меҳмонхоналар фаолият курсатиб келмокда. Вилоятимиздаги туристик корхоналар туристларни қабул қилиш, жўнатиш, авиачипталар ва меҳмонхоналарни бронлаштириш, яшаш хизматини кўрсатиш кабилар билан шуғулланишади. 70 та туристик ташкилотлар фақат туристларни қабул қилиш билан шуғулланади.

Кўпчилик туристик ташкилотлар яъни 30.4% меҳмонларни қабул қилиш ва жойлаштириш хизматини тақдим этиш билан шуғулланишади, 27.4% и эса фақат қабул қилиш бўйича фаолият олиб боради. Булар туроператор ва турагентлардир. Фақат 4 та туристик ташкилот туристларни чет давлатларга жўнатиш билан шуғулланади. Булар: "Бахтар-В", "МТД Травел", "Адиба", "Жамшед". Бир вақтнинг ўзида туристларни қабул қилиш ва жўнатиш билан 8 та ташкилот (7.9%) шуғулланишяпти.

Замонавий туристик бозорнинг тузилиши қисман олигополий бўлади. Асосан 3 – 6 та катта – катта туристик фирмалар бозорнинг 40 – 60% ини ўз назоратида ушлаб туришади. Самарканд туристик бозорида 30 дан ортиқ катта – кичик туристик ташкилотлар фаолият олиб боради. Буларнинг ичида энг йирик 5 та туроператорлик фирмалари мавжуд. Булар: “Sogda tour”, “Orient Voyage”, “Afsona travel”, “Asia travel international”.

2.2 “Asia Samarkand” меҳмонхонаси ва унинг туризм

бозоридаги ўрни



“Asia Samarkand” меҳмонхонаси 2008 йил очилган бўлиб, 4* даражага эга. Алоҳида экстериер ва интериер ва ландшафт дизайнларига эътибор берилган ҳамда жойлашиши эски шаҳар Регистон майдонидан 300 метр узоқликда жойлашган.

Меҳмонхонада жуда юқори савияда европа стандартларига мос хизматлар ва бу меҳмонхонага ташриф буюрган меҳмонлар узбек урф – одатлари ҳамда ўзбекона муҳитни ҳис қилади. Малакали ва хушмомила персонал ходимлари ташриф буюрган меҳмонларни сайёхатини мароқли бўлишига максимал даражада ҳаракат қилишади.

Меҳмонхонада, 2 та коференц – заллари, тунги бар, ёзги бар, сауна, массаж хонаси спорт билан шугʻуланиш хоналарини фаолият кўрсатиши ҳам меҳмонларни ўзига жалб қилади. Бундан ташқари, очиқ бассейн ва унинг ёнида бар ўз хизматлари билан меҳмонларни хушнуд этади. Меҳмонхонада меҳмонлар учун телефон, факс ва симсиз интернет (WiFi) хизматлари ҳам йўлга қўйилган. Қабул қилиш бўлимида (Reception) бепул сейфлардан ҳамда фойдаланиш учун компьютерлар (Notebook) ҳам фойдаланиш учун берилади. Қўшимча қилиб шуни ҳам айтиш мумкинки, Asia Samarkand меҳмонхонасида меҳмонлар турли – туман совғалар ҳам сотиб олиш учун сувинерлар дўкони 1 – қаватда ташкил қилинган.

Меҳмонхона 85 хона (номер)лардан иборат.

Хоналарда:

- Кондиционер;
- Телефон;

- Телевизор (спутник кабеллари уланган);
- Мини-бар;
- Ванна ва душ хоналари;
- Фен;

“**Asia Samarkand**” меҳмонхонаси Самарқанд шаҳар, Қўшховуз кўчаси 50 уйда жойлашган.

Меҳмонхона ўз иш фаолиятини 2008 йилдан бошлаган бўлиб “**Asia Samarkand**” масъулияти чекланган жамияти шаклидаги корхона бўлиб ташкил этилган.

“**Asia Samarkand**” меҳмонхонаси 2 қаватдан иборат. Биринчи қаватида ресторан, ошхона, бар, қабул қилиш хизмати бўлими, барча бўлимлар офиси, валюта айирбошлаш шахобчаси, зал, сувенир магазин, фитнес клуб, сауна, кирхона, ходимлар учун душ, мижозлар ва ходимлар учун ҳожатхона жойлашган. Меҳмонхонанинг иккинчи қаватида асосан меҳмонлар учун хоналар (номерлар) жойлашган.

Номерларнинг умумий сони 85 та, шулардан:

- 3 та бир кишилик (Single);
- 1 та люкс (Lux);
- 3 та жуфт кишилик (Double);
- 78 та икки кишилик (Twin) номерлар бўлади.

Меҳмонхонада замонавий тренажер хизматлари, сауна ва мижозлар талабига қараб массаж хизмати кўрсатилади

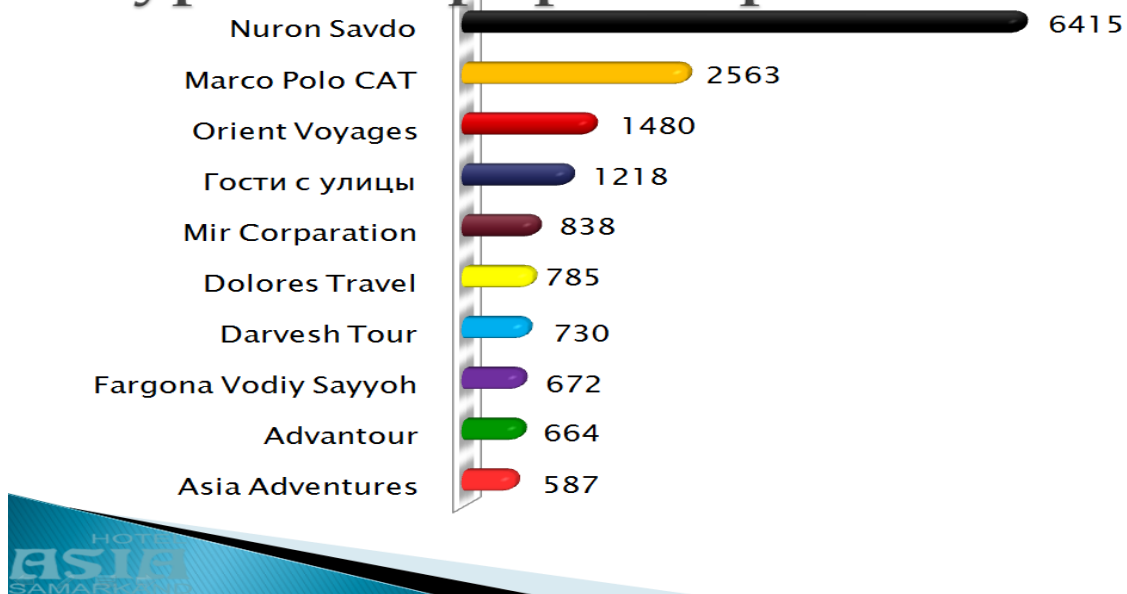
“**Asia Samarkand**” меҳмонхонасида штат жадвали бўйича 56 киши ишлайди. Малакали менежерлар иш фаолияти туфайли меҳмонхона мавсум пайтида доимо банд бўлади. Ҳали янги ташкил этилган вақтда бир нечта турфирмалар билан ҳамкорликда ишлаётган меҳмонхона бугунги кунда 20га яқин турфирма ва корхоналар билан ҳамкорликда ишламоқда.

Қуйидаги 2.2.1 – жадвалда “Hotel Asia Samarkand” меҳмонхонасини 2012 ва 2013 йиллардаги туристик фирмалар билан алоқасини кўришимиз мумкин.

2.2.1 – жадвал

“Asia Samarkand” меҳмонхонасининг 2012 – 2013 йилги туристик корхоналар билан алоқаси²⁴

Туристтик фирмалар – 2012 йил



²⁴ “Hotel Asia Samarkand” меҳмонхонаси маълумотлари

Туристтик фирмалар – 2013



Юқоридаги жадвалдан кўриниб турибдики “Nuron Savdo” турфирмаси Asia Samarkand меҳмонхонасига энг кўп турист билан таъминлаб бермоқда. Бундан ташқари, Marco Polo CAT, Orient Voyages, Mir Corporation, Dolores Travel, Davesh Tour, Farg’ona Vodiy Sayyoh, Advantour, Asia Adventures ва бошқа кўплаб турфирмалар ҳам меҳмонхонани меҳмонлар билна тўлишига салмоқли хисса қўшишини юқоридаги жадвалда кузатишимиз мумкин.

Меҳмонхонада асосан мавсумий режалар тузилади. Маркетологлар маркетинг тадқиқотлари ўтказиб туришади. Мавсум бўлмаган вақтларда маркетологлар маркетинг тадқиқотлари ўтказишади ва мижозларни иложи борича кўпроқ жалб этишга ҳаракат қилишади.

Меҳмонхона бир кунда 160 дан ортиқ мижозларга хизмат кўрсатишга мўлжалланган. Бу фақатгина номерлар хизмати бўлиб, ресторан (150 киши), конференс зал (100 киши), дипломатик музукоралар хонаси (40 киши), ёзги ресторан 50 киши, тунги бар 40

киши, сауна ва бар хизматлари ҳам кўрсатилишини ҳисобга олиб, бир суткада 220 га яқин меҳмонга хизмат кўрсатиш мумкин.

“**Asia Samarkand**” меҳмонхонаси номерлари нархи Ўзбекистон фуқаролари ва чет эл фуқаролари учун бироз фарқ қилади. Яъни чет эл фуқаролари учун бироз қимматроқ.

Меҳмонхона хўжалигида хизматлар кўрсатишнинг тўғри ташкил этилганлиги меҳмонхона фаолиятида самарадорликка эришишнинг энг муҳим омили бўлиб ҳисобланади.

Маълумки меҳмонхонада жойлаштириш хизматидан ташқари бошқа хизматлар мажмуидан ҳам кенг фойдаланилади.

Шунингдек «Hotel Asia Samarkand» КК да ҳам жойлаштириш хизмати энг муҳим бўлган хизмат туридир. Меҳмонхона ўз фаолиятини 2008-йилдан бошлаган бўлишига қарамасдан туристларни қабул қилиш ва жойлаштириш хизматларини кўрсатишдан то ҳозирги кунларга қадар юқори самарага эришиб келинмоқда.

Меҳмонхона шахримизнинг энг диққатга сазовор жойлари, тарихий бинолари яқинида жойлашган бўлиб, ҳаттоки бу тарихий биноларни меҳмонхона ижарасидан ҳам кўриш мумкин бўлади. Маълумки манзаралар туристларни жалб қилишда муҳим омиллардан бири бўлиб хизмат қилади.

Меҳмонхона таркиби туристларни жойлаштиришга мўлжалланган 85 та номерлар фонди ажратилган бўлиб улардан 1 таси люкс хона, қолганлари эса стандартлаштирилган қулайликка эга бўлган номерлар бўлиб ҳисобланади. Меҳмонхонада бу кўрсаткич 2011 – йилдан бошлаб амал қилади. Меҳмонхона ташкил этилгандан бошлаб 2011 – йилга қадар меҳмонхона номерлари фонди 69 тани ташкил этган. Улардан 60 таси стандарт номерлар. 8 таси Suite хоналар ва фақат биттаси люкс хона бўлган. Ҳозирги кунга келиб меҳмонхона номерлар фонди сиғим 110 кишини ташкил қилади.

МЧЖ «Hotel Asia Samarkand» меҳмонхонаси фаолиятида номерлар нархлари кўйидагича фарқланади: Амалдаги таърифларга мувофиқ амалага оширилади, кўйидагича:

- бир ўринли номер – ички туристлар учун 50 минг сўмни ва ташқи туристлар учун 55 долларни:
- икки ўринли номер – ички туристлар учун 70 минг сўмни, ташқи туристлар учун эса 80 долларни:
- люкс номер – маҳаллий туристлар учун 100 минг сўмни хорижий туристлар учун 100 долларни ташкил этади.

Меҳмонхонада кўрсатиладиган бошқа бир қўшимча хизматлар номерлар нархига бевосита киритилади.

Таниқли Америкалик маркетинг бўйича мутахасис олим Ф. Катлернинг фикрича хизмат ҳар қандай тадбир ёки қулайлик бўлиб, қайсиқим бир томон у бошқа сезилмас томонга таклиф этади. Хизматлар ишлаб чиқариш унинг моддий кўринишидаги товар билан боғлиқ бўлиши ёки боғлиқ бўлмаслиги мумкин.

Меҳмонхонада кўрсатиладиган хизматлар моддий ва номоддий кўринишга эга бўлиб, меҳмонхонада хизматлар бозори учун йилнинг вақтига қараб талабнинг ўзгариб туриши характерлидир. Чунки кўпчилик туристлар баҳор, ёз ойларида дам олишга эҳтиёж сезадилар.

Меҳмонхона хизматларнинг ўзига хослиги ташриф буюрган меҳмонларга хизмат кўрсатиш хусусиятлари ва технологиялари билан белгиланади.

МЧЖ «Hotel Asia Samarkand» меҳмонхонасида меҳмонларга хизмат кўрсатиш технологияси кўйидаги жараёнларда акс этади.

- меҳмонхонага киришда меҳмонларни кутиб олиш- меҳмонхона ходимлари ташриф буюрган туристларни хуш кайфият ва хушмуомалалик билан кутиб оладилар меҳмонларга «Welcome drink» яхна ичимлик, ширинликлар таклиф этилади.

Меҳмонхонага туристлар гуруҳи кундузги соат 14 – 00 да ташриф буюрадилар ва кундузги соат 12 – 00 да меҳмонхонани тарк этиши мумкин.

Регистрация (қайд қилиш) ҳужжатларини расмийлаштириш ва меҳмонларни жойлаштириш – меҳмонхонага келган туристга эътибор қаратилади. Меҳмонхона администраторлари томонидан туристлар меҳмонхонага турфирма орқали ташриф буюрган бўлса, туристлар билан бирга келган туристик гуруҳ раҳбаридан Виза урилган туристлар рўйхати ҳужжатини қабул қилиб олади.

Меҳмонлар рўйхатдан ўтказилгунга қадар меҳмонларга администратор томонидан белгиланган хоналар калити тақдим этилади. Швецарлар томонидан туристлар юклари белгиланган хоналарга киритилади.

Меҳмонларга тақдим этилган хона номерлари «Rooming List» деб аталувчи ҳужжатга киритиб қўйилади. «Rooming List» да қуйидаги маълумотлар келтирилади. Юборган турфирма факс рақами, ва санаси, турфирма номи, манзили, меҳмонхона номи, туристларнинг меҳмонхонага қайси санада келиб қайси санада меҳмонхонадан кетиши, номер турлари яъни, «Single», «Double», «Twin» ва бошқалар акс эттирилади.

Меҳмонхона эгаси контрактда кўзда тутилган нарҳда амал қилиши лозим. Нарҳ янги нарҳларга ўзгарган холда улар ўзгаргандан бошлаб 30 кун ўтгандан кейингина қўлланилиши мумкин. Меҳмонхона контракти тузган турагент тақдим этилган хизматлар учун ҳисоб бўйича тўловни ўз зиммасига олади. Ҳисоб учун миқдор тўлаши келишиб олинган холлар бундан мустаснодир.

Бунда туристлар учун меҳмонхона номерларида яратилган шарт-шароитлар ва қулайликлар назарда тутилади. Меҳмонхона фаолиятида туристларга номерда хизмат кўрсатиш жуда яхши йўлга қўйилган. Меҳмонхонанинг ҳар бир стандарт номерларида ўзига хос қулайликлар

мавжуд. Номерлар дид билан безатилган, ёруғ тоза. Ҳар бир номерда хона хавосини тозаловчи кондиционерлар бор. Шунингдек номерда халқаро каналлардан кўрсатувчи телевизор ҳамда телефон аппарати мавжуд бўлиб унга дунёнинг исталган мамлакати билан боғланиш мумкин.

Жумладан меҳмонхона барча номерларида мини бар ташкил этилган. Унда меҳмонлар эҳтиёжига кўра ичимликлар жойлаштирилган. Ундан ташқари хоналар мебеллар билан тўлиқ жихозланган. Номерларда шулар қаторида душ, хожатхона ҳам мавжуд, бунда ҳам барча қулайликлар яратилган ва туристлар учун махсус совунлар, шампунлар ва 3 хил сочиқлар қўйилади.

Меҳмонхонада бу турдаги хизматларни бажаришни «Zolushka Servis» корхонаси бажаришни ўз зиммасига олади. Меҳмонларни маданий талабларини қондириш яъни спорт соғломлаштириш ва фитнес хизмат талаблари.

Меҳмонхонада ишбилармон туристлар учун мажлислар йиғилишлар, турли хилдаги тадбирларни ўтказиш учун мўлжалланган 100 ўринли конференция зали мавжуд. Конференция залидан бир кунлик фойдаланиш нархи 100 минг сўмни ташкил этади.

Меҳмонхонада соғломлаштириш маркази хизмати ҳам амалга оширилади. Бу ерга туристлар ўзларини нохуш ҳис этган ҳолларда мурожаат қилишлари мумкин.

Маълумки меҳмонхонада сауна ва фитнес марказ, бассейн мавжуд. Фитнес марказ ўз фаолиятини кундузга соат 10:00 дан 22:00 гача олиб боради ва кириш 1 кун учун 3 еврони ташкил этади. Мавсумнинг иссиқ кунларида туристлар бассейндан фойдаланишлари мумкин. Бу хизматлар барчаси туристлар маданий хордиқ чиқаришлари учун яратилган имкониятлардир.

“Hotel Asia Samarkand” меҳмонхонасида кўрсатиладиган асосий хизматлардан бири “Меҳмонхоналарнинг овқатланиши чоғида хизмат

кўрсатиш” бўлиб ҳисобланади. Бу маъсулиятли ишни “Food Service Samarkand” корхонаси ўз зиммасига олади.

Меҳмонхонада 130 ўринли ресторан мавжуд бўлиб унда туристлар учун барча қулайликлар яратилган, ҳамда жаҳон стандартларига мувофиқ жиҳозланган.

Меҳмонлар кетиши олдидан уларга анкеталар тақдим этилади. Бу анкета орқали туристларнинг меҳмонхона ҳақидаги фикрлари билиб олинади.

Меҳмонлар кетишидан олдин меҳмонхона швецарлари меҳмонлар юқларини ташишда ёрдамлашган ҳолда меҳмонлар кузатиб қўйилади.

Бошқарув ходимлари маданиятини таъминлашнинг асосий йўллари- менежмент ишини чуқур эгаллаш, умумий маданий даражаси ва малакасини мунтазам ошириб бориш, ўз фаолияти натижаларини таҳлил этиш ва тушуниш, ижобий-шахсий сифатларни ривожлантиришдан иборат.

“Asia Samarkand” меҳмонхонаси номерлари нархлари

<i>Хоналар тури</i>	<i>Группали тариф</i>			<i>Индивидуал тариф</i>			<i>Қўшимча</i>		
	<i>(10 ва ундан ортиқ киши)</i>			<i>(10 кишигача)</i>					
	<i>Мавсум</i>	<i>Ўрта мавсум</i>	<i>Мавсум Эмас</i>	<i>Мавсум</i>	<i>Ўрта мавсум</i>	<i>Мавсум эмас</i>	<i>Ўзбекистон фуқаролари учун</i>	<i>Гидлар учун</i>	
<i>(март 20, апрел, май, сентябр, октябр)</i>	<i>(июн, июл)</i>	<i>(январ, феврал, 20- мартгача, ноябр, декабр)</i>	<i>(март 20, апрел, май, сентябр, октябр)</i>	<i>(июн, июл)</i>	<i>(январ, феврал, 20- мартгача, ноябр,</i>				
Single	60 \$	50 \$	45 \$	70 \$	60 \$	55			20 \$
Twin	90 \$	80 \$	60 \$	100 \$	90 \$	70	30 \$	40 \$	
Double	90 \$	80 \$	60 \$	100 \$	90\$	70 \$	30 \$	40 \$	
Triple	120 \$	100 \$	90 \$	130 \$	110 \$	95 \$	40 \$	50 \$	
Lux	150 \$	135 \$	120 \$	160 \$	140	130 \$	60 \$	100 \$	

Юқоридаги 2.2.2 – жадвалдан кўриниб турибдики, меҳмонхона нархлари чет эл фуқаролари учун Ўзбекистон фуқароларига нисбатан 90 АҚШ долларигача қимматроқ.

Мавсум пайтларида мижозлар кўп бўлганлиги туфайли нархлар бирор юқорироқ, номавсум пайтларда эса номерлар нархлари бироз тушурилишини кўришимиз мумкин. Шунингдек, номерлар нархлари гуруҳли туристлар учун, индивидуал туристларга қараганда бироз арзонроқ.

2.3. “Asia Samarkand” меҳмонхонасининг фаолияти таҳлили ва ривожланиш тенденциялари

Меҳмонхона қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати меҳмонларнинг меҳмонхонага келиб меҳмонхонадаги биринчи учрайдиган хизмати ва жойи ҳисобланади. Ундан олган таъсуроти, яъни биринчи танишиш жараёнидан меҳмонларнинг меҳмонхона хизмат кўрсатиш ҳақидаги умумий таъсуротини белгилайди. Бу хизматнинг асосий функциясига юқорида кўрсатилганидек: меҳмонхона жойини (номерини) бронлаш, меҳмонларни регистрациядан ўтказиб жойлаштириш, меҳмон кетиш вақтида ҳисоб-китобни ўтказиш, шу билан бирга турли хилдаги маълумотларни бериш киради. Шунинг учун ҳам меҳмонхона ходимлари қандай лавозимда бўлмасин, ўзларига юклатилган мажбуриятни сифатли қилиб бажаришлари шарт.

Меҳмонхона қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати "Hotel Asia Samarkand" меҳмонхонасида эрталаб соат 9⁰⁰ дан 24 соат куни-тун иш олиб борадилар.

Бу хизматнинг асосий вазифаларидан яна бири бу меҳмонхона номерларини максимал даражада тўлдириш ҳисобланади (2.3.1 – расм).

	Январ	Феврал	Март	Апрел	Май	Июн	Июл	Август	Сентябр	Октябр	Ноябр	Декабр
Ўзбекистон фуқоролари	570	460	645	825	782	762	990	900	610	535	650	602
Хорижлик фуқоролар	300	280	2188	2165	1948	1350	1130	1780	2150	1795	250	238
Жами	870	740	2833	2990	2730	2112	2120	2680	2760	2330	900	840

2.3.1-расм. “Asia Samarkand” меҳмонхонасининг ойлар бўйича ўртача юкланиш даражаси²⁵

Меҳмонхоналарнинг куни – тун узлуксиз ишлаши уни маиший хизмат корхонаси вазифасига ўхшаш вазифаларни бажаришга тўғри

²⁵ “Asia Samarkand” меҳмонхонаси маълумотлари асосида тузилди 2013 йил маълумоти

келади. Уларнинг фаолиятлари махсус қоида ва шартлар кўрсатилган низом бўйича олиб борилади.

Ҳозирги кунда «Ўзбектуризм» миллий компаниясининг Самарқанд филиали ҳамда ҳукуматимиз томонидан амалга оширилаётган бир қатор тадбирлар натижасида Самарқанд вилоятида йилдан – йилга кириб келаётган туристлар сони ошиб бормоқда. Жумладан бевосита “Asia Samarkand” меҳмонхонасига ташриф буюраётган туристлар сонидан ҳам йилдан йилга ижобий ўзгаришлар кузатишмоқда (2.3.2 – жадвал).

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Жами хизмат кўрсатилган туристлар сони	22 640	20 010	23 110	22 150	23 108	23 905
Шу жумладан						
Ўзбекистон фуқоролари	5490	4285	6950	6859	7140	6980
Хорижлик фуқоролар	17 150	15 725	16 160	15 291	16 040	16 925

2.3.2-расм. “Asia Samarkand” меҳмонхонаси томонидан хизмат кўрсатилаётган туристлар сонидagi ўзгаришлар²⁶

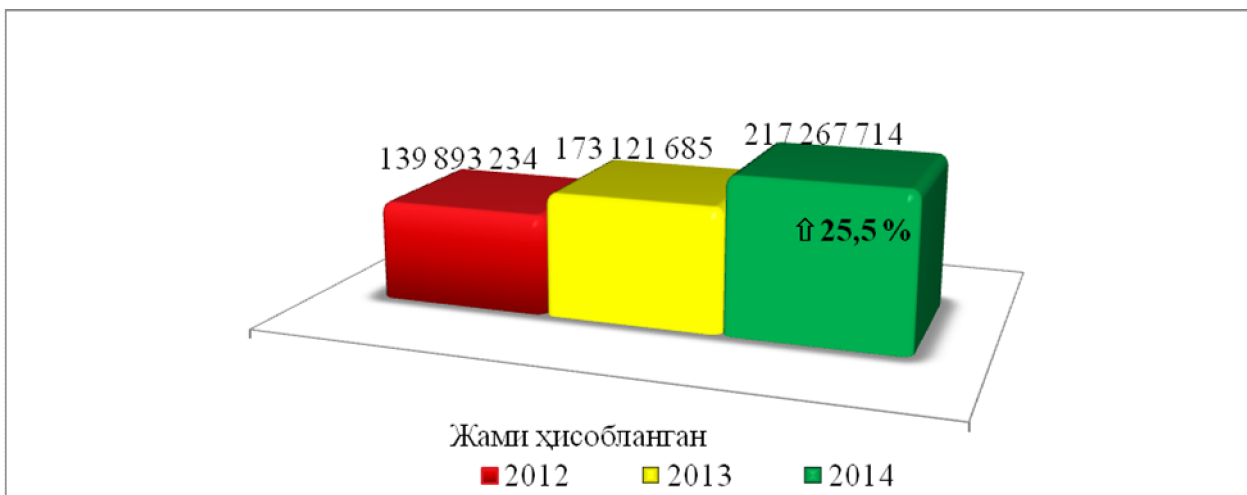
Меҳмонхона хўжалигида хизматлар кўрсатишни ташкил этиш учун миждозларнинг талабига жавоб берадиган ходимларни танлаш жуда муҳим. Кўпгина ходимлар миждозлар билан бевосита алоқа қилади ва ташкилотнинг асосий мақсадларига эришиш жараёнига ўз-ўзидан жалб этилади, хизмат кўрсатиш сифати эса нафақат уларнинг маҳоратига, балки онглилик даражасига боғлиқ бўлади. Хизматлар кўрсатиш соҳасида миждозларни қаноатлантиришга ходимларнинг хушмуомалалиги, жонқуярлиги билан ҳам эришиш мумкин.

²⁶ “Asia Samarkand” меҳмонхонаси маълумотлари асосида тузилди

Иш ҳақи - ҳар бир ходимнинг сарфлаган меҳнати миқдори ва сифатига мос равишда тақсимланувчи ва ходим тасарруфига пул шаклида келиб тушувчи миллий даромаднинг бир қисмидир. Иш ҳақи–бу меҳнат учун мукофотдир.

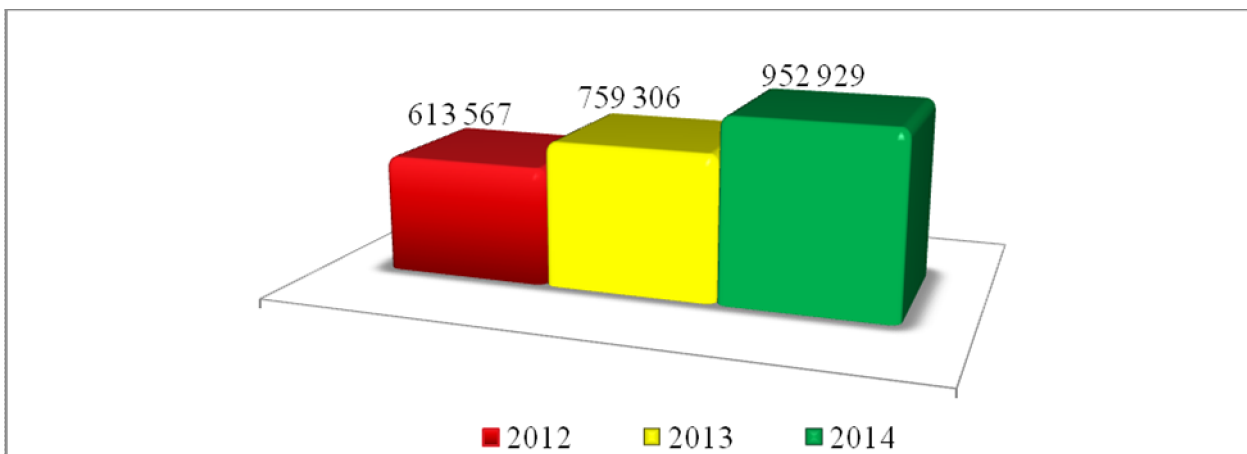
Кадрлар, меҳнат унумдорлиги ва иш ҳақи ўзаро чамбарчас боғлиқ бўлган тушунчалар ҳисобланади. Ҳар бир корхонада меҳнат ва иш ҳақи бўйича режа тузилиб, унинг мақсадлари ишчи кучидан фойдаланишни яхшилаш заҳираларини топиш ва шу асосда меҳнат маҳсулдорлигини оширишга қаратилган бўлиши лозим. Бу режаларга кўра, меҳнат унумдорлигининг ўсиш суръати ўртача иш ҳақи суръатларидан тезроқ ўсиши лозим.

Қуйидаги 2.3.1 – 2.3.2 расмларга эътибор берар эканмиз унда меҳмонхона ходимларининг иш ҳаққи шунингдек, ўртача иш ҳаққи миқдори дойимий ўсиш даражасига эга.



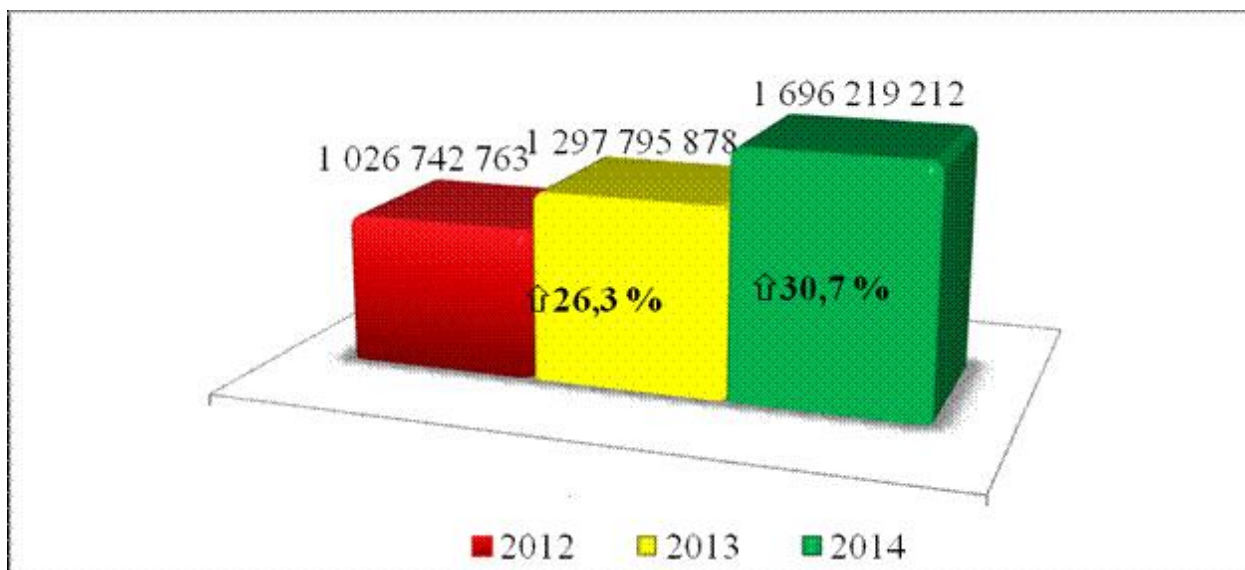
2.3.1-расм. 2012-2013 йиллардаги иш ҳаққи таҳлили ва 2014 йилги прогноз кўрсаткичи²⁷

²⁷ Hotel Asia Samarkand” меҳмонхонаси маълумотлари



2.3.2-расм. Ўртача иш ҳаққи²⁸

“Asia Samarkand” меҳмонхонасининг дараомадлари ҳақида сўз борар экан, эътиборларингизни қуйидаги расмга қаратамиз(...-расм). Ундаги маълумотларга қараганда 2012 – 2013 йилларда меҳмонхона даромадаарида юқори суръатларда ўсиш тендаенциялари кузатилган ҳамда 2014 йилги прогноз кўрсаткичлари келтирилган.



2.3.3 – расм. 2012-2013 йиллардаги кирим кўрсаткичлари ва 2014 йилги прогнози²⁹

²⁸ Hotel Asia Samarkand” меҳмонхонаси маълумотлари

²⁹ Hotel Asia Samarkand” меҳмонхонаси маълумотлари

Ушбу расм маълумотларини таҳлил қилар эканмиз 2013 йилда 2012 йилга нисбатлан 26,3% кўпроқ кириш қилинган ва бу кўрсаткични 2014 йилда 30,7%га ошириш кўзда тутилган.

II БОБ БЎЙИЧА ХУЛОСА

Самарқанд дунёнинг энг жозибадор туристик марказларидан ҳисобланади ва ҳақли равишда ЮНЕСКО нинг “Бутунжаҳон мероси рўйхати”га киритилган. Ҳозирги вақтда Самарқанднинг иқтисодий тараққиёти нафақат унинг ишлаб чиқариш салоҳияти, балки тез суръатлар билан ривожланиб бораётган товарлар ва хизматлар соҳаси билан ҳам белгиланмоқда.

Самарқанд ўзининг бой тарихий-меъморий обидалари билан дунёда донг таратган. Айнан тарихий-маданий туризм Самарқанд шаҳри учун туризмнинг энг истиқболли шакли сифатида эътироф этилмоқда.

Самарқандга туристик оқимларнинг кўпайиши баробарида туристик фаолият билан шуғулланувчи тадбиркорлик субъектлари сони ҳам йилдан йилга ортиб бормоқда. 2013 йил якунлари бўйича Самарқанд шаҳрида 84 туристик фирма ва компаниялар фаолият кўрсатиб, уларнинг кўпчилиги кейинги йилларда халқаро туризм бозорида ҳам ўз мавқеини мустаҳкамлаб олишга эришдилар.

Диссертация ишида таҳлил қилинган “Asia Samarkand” меҳмонхонаси 2008 йил очилган бўлиб, меҳмонхонада жуда юқори савияда европа стандартларига мос хизматлар ва бу меҳмонхонага ташриф буюрган меҳмонлар узбек урф – одатлари ҳамда ўзбекона муҳитни хис қилади. Малакали ва хушмомила персонал ходимлари ташриф буюрган меҳмонларни сайёҳатини мароқли бўлишига максимал даражада ҳаракат қилишади.

“Asia Samarkand” меҳмонхонаси 2 қаватдан иборат. Биринчи қаватида ресторан, ошхона, бар, қабул қилиш хизмати бўлими, барча

бўлимлар офиси, валюта айирбошлаш шахобчаси, зал, сувенир магазин, фитнес клуб, сауна, кирхона, ходимлар учун душ, мижозлар ва ходимлар учун хожатхона жойлашган. Меҳмонхонанинг иккинчи қаватида асосан меҳмонлар учун хоналар (номерлар) жойлашган.

Номерларнинг умумий сони 85 та, шулардан, 3 та бир кишилик (Single), 1 та люкс (Lux), 3 та жуфт кишилик (Double), 78 та икки кишилик (Twin) номерлардан иборат. Шунингдек, меҳмонхонада, 2 та коференц – зал, тунги бар, ёзги бар, сауна, массаж хонаси спорт билан шуғғуланиш хоналарини фаолият кўрсатади.

Такидлаш жойизки, бевосита “Asia Samarkand” меҳмонхонасига ташриф буюраётган туристлар сони йилдан йилга ижобий ўзгаришлар кузатилмоқда. Жумладан, 2012 йилда 23 108 та туристга хизмат кўрсатилган бўлса 2013 йилга келиб бу кўрсаткич 23 905 тани ташкил этган.

“Asia Samarkand” меҳмонхонасида инсон ресурсларига катта эътибор қаратилган ва улар учун зарурий шароитлар яратиб берилган.

“Asia Samarkand” меҳмонхонаси катта турдаги жойлаштириш корхонаси бўлгани сабабли унинг персонали 66 кишидан яъни директор, ресторан директори, бош ҳисобчи, бухгалтер, кассир, менежер, администратор, ошпазлар, хайдовчи, ва бошқа бир қатор қўшимча ва мавсумий ишчилардан ташкил топган.

3-БОБ. МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИКЛАРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ

3.1. Меҳмонхона хўжаликларини ривожлантиришда бошқарув усуллари ва тамойилларидан фойдаланиш масалалари

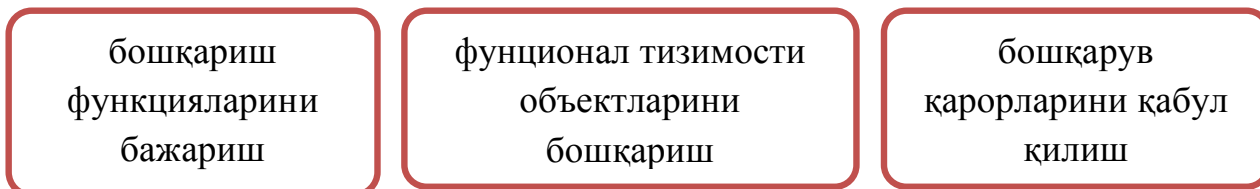
Ҳар қандай фаолият тури хоҳ у ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш бўлсин бошқарувни ҳамда юқори даромад олиш ва самарадорлигини ошириш учун бошқарув усуллари самарали фойдаланишни тақозо этади.

Усул – бу тадқиқот қилиш, таъсир кўрсатиш йўли. Бошқарув усули – бу ходимларга қўйилган мақсадларга эришиш учун таъсир этиш усули.

Таъсир кўрсатиш нуқтаи назардан эса усул деганда, бошқариш функцияларини амалга ошириш учун бошқарув объектига таъсир ўтказиш усуллари тушунилади (3.1.1-расм).

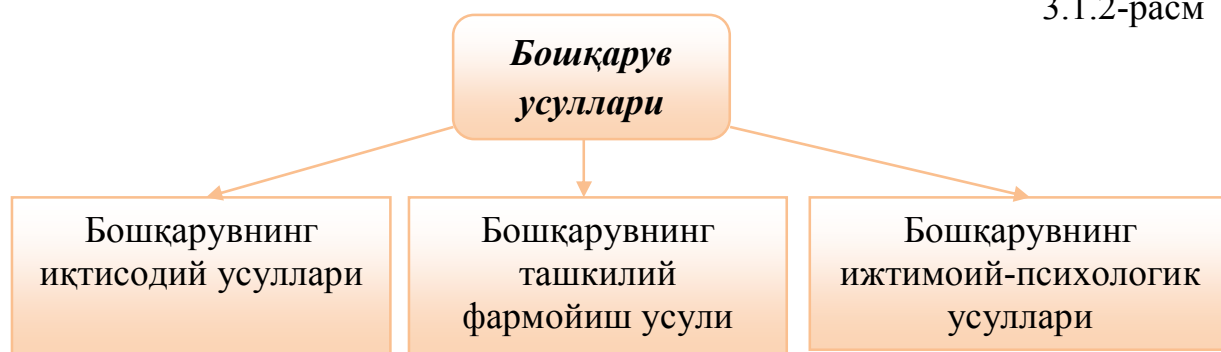
3.1.1-расм

Бошқарув объектига таъсир ўтказиш усуллари



Бошқарув усуллари - бу ходимларга ва умуман, хизмат кўрсатиш жамоаларига таъсир кўрсатиш усуллари бўлиб, бу усуллар қўйилган мақсадларга эришиш жараёнида мазкур ходимлар ва жамоаларнинг фаолиятини уйғунлаштиришни назарда тутди.

Хозирги вақтда қуйидаги асосий бошқарув усуллари кенг фойдаланилмоқда(3.1.2-расм).



Бошқаришнинг ташкилий-маъмурий усулларида қўлланиладиган буйруқ бериш, назорат қилиш, жазолаш усуллари доимо бирини-бири кутиб турганидан кўп ҳолларда бошқарувнинг бу усуллари танқид қилишади. Лекин кейинги вақтларда маълум бўлдики, жамоада тартибни сақлаш, хизмат кўрсатишдаги тартиб, аниқлик, жавобгарликни сезиш айнан ана шу - бошқаришнинг ташкилий - маъмурий усуллари қўллашда намоён бўлади.

Маъмурият ўз буйруғи ёки кўрсатмалари билан бутун бир жамоанинг бир меъёрида ишлашни таъминлайди. Аммо айтиш керакки бу усулнинг камчилиги ҳам мавжуд бўлиб, бу ходимларнинг сустлиги, бепарқилиги оқибатида раҳбар ўз хизмат вазифаярини, ваколатларини суистеъмол қилиши кабилардан иборат.

Шунинг учун ҳам ташкилий - маъмурий бошқарув усулини қўллаганда раҳбардан тартиб то оддий ходимнинг ҳуқуқлари ва имтиёзлари маъмурият ва жамоа ўртасидаги меҳнат шартномасида қайд қилиниши лозим.

Ташкилий-маъмурий усуллар бошқариш усуллари тизимида алоҳида ўрин тутиб, бу усулларга:

- бошқариш аппаратининг муайян структурасини тузиш;
- ҳар бир бошқарув бўғинининг функцияларини аниқ қилиб белгилаш;

➤ кадрларни тўғри танлаш ва уларнинг вазифаларини тўғри тақсимлаш;

➤ буйруқлар, фармойишлар ва қўлланмалар чиқариш, уларнинг бажарилишини назорат қилиш;

➤ топшириқлар ва кўрсатмаларни бажармаётган бўлинма ҳамда шахсларга нисбатан мажбурий чораларни қўллаш киради.

Маъмурий ёки тўғридан-тўғри бошқарув усули хўжалик юритувчи субъектнинг танлаш эркинлигини чеклаб қўяди, муайян ҳуқуқий чегараларини белгилайди. Ўз моҳиятига кўра, маъмурий бошқариш бозорга хос бўлган тартибга солиш ҳаракатига тўсқинлик қилади.

Бироқ ривожланган бозор шароитида ҳам бошқаришнинг маъмурий усуллари ўз аҳамиятини сақлаб қолади ва зарур бўлганда улардан фойдаланилади. Хусусан, бозор иқтисодиёти ривожланган ҳамма мамлакатларда маъмурий усуллар воситасида монополияга қарши сиёсат амалга оширилади. Давлат бозорнинг монополлаштирилишига тўсқинлик қиладиган маъмурий чекловлар тизимини белгилайди, монопол компаниялар фаолиятини директив йўсинда бошқаради.

Бошқаришнинг ташкилий-маъмурий усуллари икки шаклда:

- ташкилий таъсир кўрсатиш усуллари;
- фармойиш бериш усуллари шаклларида намоён бўлади

Ташкилий усулларнинг бу иккала шакли биргаликда қўлланилади, бир-бирини тўлдиради ва ривожлантиради. Ҳар иккала шаклнинг уйғунлашуви ишлаб чиқариш шароитларини ҳисобга олган ҳолда оптимал бўлиши керак.

Ташкилий таъсир кўрсатиш бошқариладиган объект (корхона)ни лойиҳалаш босқичидан бошланади. Сўнгра регламентлаш, нормалаш ишлари бажарилади.

Яхши ташкил этилган лойиҳалаш, регламентлаш ва нормалаш тадбирлари бошқаришга жуда катта ёрдам беради. Энг аввало, улар бугун бошқариш жараёрида:

- мунтазамлик ва объективликни таъминлайди;
- асоссиз ва тасодифий ҳаракатларга чек қўяди;
- регламентланган тартиб ўрнатади.

Бундан ташқари, нормативлар бошқаришнинг мавжуд шаклларини, бўлимлар структурасини ва айрим кишилар, шахслар фаолиятини амалий жиҳатдан тушуниб олишга, нуқсон ва камчиликларни бартараф қилишда ёрдам беради.

Умуман, мазкур корхонадаги регламентлаш ва нормалашнинг ҳолати ва уларнинг мукамаллиги бошқариш маданиятини белгилайди.

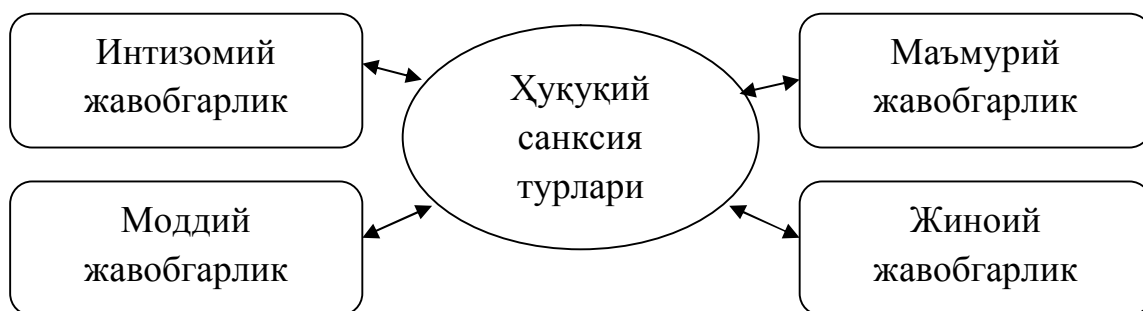
Бу шаклда бошқариш буйруқ ва фармойишлар воситасида олиб борилади. Якка скрипкачи скрипка чалганда ўзини ўзи идора қилган ҳолда, оркестр учун дирижёр зарур бўлганидек, кўпчиликнинг биргаликдаги меҳнати бор бўлган жойда, албатта уни бошқариш, маълум бир йўналишга солиш керак бўлади. Бу фаолият бошқаришнинг фармойишли таъсир кўрсатиш шакли ёрдамида бажарилади. Шундай қилиб, бошқаришнинг фармойишли таъсир ўтказиш усули яккабошчилик муносабатлари, интизом ва масъулиятга асосланади.

Ташкилий-маъмурий бошқарув усули 2 кўринишда бўлади (3.1.3-расм).



Ташкилий-мамурий бошқаришнинг ҳуқуқий воситалари деганда ижтимоий муносабатларда юридик қонуний таъсир ўтказиш жараёнида қўлланиладиган ҳуқуқий нормалар тушунилади.

Ҳуқуқий нормалар санксиялар орқали амалга оширилади ва бу санксияларнинг 4 тури мавжуд(3.1.4-расм).



3.1.4-расм. Ҳуқуқий санксиянинг турлари

Бошқаришнинг иқтисодий усуллари ходимларининг тадбиркорлиги, ихтирочилик имкониятларини уйғотади, ташаббускорлигини оширади. Бундай ижобий ҳолатларнинг юзага келиши албатда маълум. Чунки ташкилот ташаббускорлик, ихтирочилик, янгиликга интилиш, тавсия ва таклифларни жорий қилишдан қўшимча даромад олади. Бу қўшимча даромад (фойда)нинг маълум бир қисмидан жамао аъзолари манфаатдор бўлишади.

Иқтисодий бошқарув усулида режалаштириш, таҳлил қилиш, хўжалик ҳисобини, баҳони белгилаш, молиялаштириш, рағбатлантириш тизими мукаммаллаштирилади.

Меҳмонхонани бошқаришнинг иқтисодий усуллари иқтисодий манфаатлардан фойдаланишга асосланар экан, ҳар қандай меҳмонхонанинг иқтисодий муносабатлари, энг аввало манфаатларда намоён бўлади. Манфаатлар эса уч хил кўринишда бўлади:

- ✓ меҳмонхона манфаатлари;
- ✓ жамоа манфаатлари;
- ✓ шахсий манфаатлар.

Агар маъмурий бошқариш усуллари ўзини ўзи бошқарадиган бозор механизмларига қаршилик кўрсатса, уларга тўсқинлик қилса, иқтисодий усуллар эса аксинча, улардан фойдаланишга таянади. Хўжалик соҳасига давлатнинг таъсири ҳам тубдан ўзгаради. Бинобарин, маъмурий бошқариш

усулида давлат корхоналарга ўз таъсирини қатъи белгиланган режа орқали ўтказди

Бошқаришнинг иқтисодий усуллари ёрдамида эса у корхоналарга бозор орқали таъсир ўтказди

Натижада, бозор корхона ва фирма (меҳмонхона)лар фаолиятини, давлат эса бозорнинг ўз қонуниятларидан келиб чиққан ҳолда макроиқтисодиёт бошқаришини амалга оширади. Бу эса давлатнинг бозор ва корхоналар фаолиятига минимум даражада аралашувини ифодалайди.

Бошқаришнинг иқтисодий усуллари асосий вазифаси кўрсатиладиган хизмат бирлигига сарфланадиган харажатни камайтиришга имкон берувчи янги усулларни, шунингдек, манфаатдорлик муҳитини вужудга келтириш ва улардан самарали фойдаланишдир.

Бу усуллар ёрдамида ходимларнинг шахсий ва гуруҳий манфаатларини юзага чиқариш орқали уларнинг самарали ишлаши таъминланади. Шу мақсадда қўшимча иш ҳаққи тўлаш, мукофотлар бериш кабилар муҳим аҳамият касб этади.

Иқтисодий усуллар бошқаришнинг бошқа барча усуллари ичида энг муҳим ва етакчи ўринни эгаллайди. Шундай экан, ҳар қандай раҳбар ходим бу усулнинг мазмунини ва ундан фойдаланишни мукамал даражада ўзлаштиришлари лозим.

Бошқарув объектига иқтисодий усуллар орқали кўрсатиладиган таъсири меҳмонхоналарни:

- жиддий рекламалар қабул қилишга;
- меҳнат ва молия ресурсларидан янада унимлироқ фойдаланишга;
- янги технологияларни жорий қилишга;
- меҳнат унимдорлигини оширишга;
- рақобатдардош хизмат турларини кўпайтиришга ва кўрсатишга дават этувчи бўлиши керак.

Бу усулдан нафақат меҳмонхона хўжалиklarининг ички фаолиятида фойдаланиш балки давлат томонидан ушбу усулдан фойдаланиш орқали бутун республикада меҳмонхона хўжалиklarининг ривожланиш тенденцияларига эришиш мумкин бўлади. Шу нуқтаи назардан бошқаришнинг иқтисодий усуллари жумласига қуйидагилани киритиш мумкин:

1. Кредит ва фоиз ставкаси.
2. Солиқ ва солиқ юки.
3. Субсидия ва санациялар.
4. Лицензиялар.
5. Трансфер тўловлари.
6. Нарх-навони шаклланиши ва бошқалар.

Бошқарувнинг ижтимоий - психологик усуллари қўлланилганда эътибор бериладикки, корхонада меҳнат унумдорлигини ошириш албатда ходимларнинг руҳияти ҳолатларига боғлиқ бўлади. Бошқарувда ҳар бир ходимга индивидуал ёндашиш меҳмонхона олдига қўйган мақсадни бажариш яъни сифатли хизмат кўрсатишни ташкил этишда ягона жамоани шакллантиришда жуда қўл келади.

Тадқиқотлардан маълумки, раҳбарнинг хўжаликни бошқариш фаолиятидаги ютуқларининг 15 % и малакали билимга эканлиги, 85 % и одамлар билан муваффақиятли ишлаш қобилиятига боғлиқ экан. Япониялик олимларнинг тадқиқотлари бўйича корхонадаги психологик муҳитнинг ижобий ёки салбийлиги жамоанинг меҳнат унумдорлигини 1,5 % га ёки оширади ёки пасайтириб юборади.

Ижтимоий – психологик бошқарув усуллариининг оддий жиҳатларига эътибор бермаслик жамоада ходимлар ўртасида носоғлом муҳитнинг аста-секинлик билан кучайиб боришига, жамоада бошқарувдан нарози бўлган гуруҳлар шаклланишига, бошқарув раҳбарияти билан бу гуруҳлар ўртасида тортишиш, тўқнашиш ҳодисалари юз бера бошлашига,

ходимларнинг бири- бирига ўзаро ёрдам бериши муносабатлари йўқола боришига сабаб бўлади. Натижада бошқарувнинг корхона олдига қўйган мақсадларига эришишдаги меҳнат унумдорлигининг пасайиши сабабли барбод бўлади.

Ижтимоий-психологик бошқарув усулларида раҳбарнинг асосий фаолияти ходимларнинг табиий хулқ-атворларига, жамоада ишлашда ўзоро муносабатларига, шахсий манфаатдорлик тушунчаларига диққатни, эътиборни қаратиш лозим бўлади.

Бошқаришнинг ижтимоий – психологик усуллари асосий мақсади жамоаларда соғлом ижтимоий – психологик муҳитни яратишдир. Бу усул ижтимоий – маънавий вазиятга таъсир этиш йўли билан кишиларнинг фел – атвори руҳиятини ҳисобга олиб уларнинг ижтимоий талабларини қондириш орқали бошқаришдир.

Бошқаришнинг ижтимоий - психологик бошқарув усуллари қўйидаги муаммоларни ҳал қилишга қаратилган:

1. Кишиларнинг Ижтимоий - психологик бошқарув хусусиятлари, чунончи, қобилиятлари, мижозлари, ҳаракатлари ва ҳоказоларни ҳисобга олган ҳолда меҳнат жамоаларини ташкил топтириш. Бунинг натижасида жамоани ривожлантириш, ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш мақсадида ҳамкорликда ишлаш учун қулай шарт-шароитлар яратилади.

2. Социал юриш-туриш меъёрларини ўрнатиш ва ривожлантиришга яхши ва намунали анъаналарни қўллаб-қувватлаш ва миллий урф-одатларни жорий этиш ҳамда жамоа онгини ўстиришга ёрдам беради.

3. Социал ривожлантиришни ва кишиларнинг интилишини, ташаббусини рағбатлантириш, умумий таълим даражасини ошириш, маъданий, маънавий ва маърифий ўсиш, малака ошириш, эстетик раванқ ва меҳнатга ижодий муносабатни таъминлайди.

4. Кишиларнинг маданий ва социал-маиший эҳтиёжларини қондириш, чунончи, уй-жойлар, болалар боғчалари, клублар,

профилакториялар, спорт иншоотлари ва ҳоказоларни қуришга шароит туғдиради.

5. Меҳнат жамоаларида талабчанлик, ўзаро ёрдам, интизомни бузувчиларга мурасасизликдан иборат соғлом социал-психологик муҳитни вужудга келтириш ва уни қўллаб-қувватлашга шароит туғдиради.

6. Одамларнинг ўз меҳнатидан, танлаган мутахассислиги ва касбидан қониқишлари учун, ишлаб чиқариш самарадорлиги ва иш сифатини ошириш учун шарт-шароитларни вужудга келтиради.

Бу муаммоларнинг ечими бошқаришнинг янада уюшқоқ, самарали бўлишини талаб қилади.

Бошқаришнинг ижтимоий гуруҳий усули жамоада соғлом муҳитни яратиш учун фойдаланилади. Ижтимоий гуруҳий усул бошқариш социёлогияси ва психологиясига асосланади.

Ўз моҳиятига кўра бошқариш усулларининг бу гуруҳи жамоанинг шаклланиш ва юксалиш жараёнига, кишиларнинг онгига, маънавий манфаатларига жамият манфаатларини ҳисобга олган ҳолда таъсир қилувчи воситаларнинг мажмуидир.

Бошқариш социологияси инсонни ишлаб чиқариш омиллари билан ўзаро алоқаси, жамоанинг социал ривожланишини режалаштириш, меҳнат жамоасини таркиб топтириш, ходимларнинг ташаббуси ва ижодий фаоллигини ошириш каби муҳим муаммоларни кўриб чиқади.

Бошқариш психологияси кишиларнинг бошқариш фаолиятлари хусусиятларини ва натижаларини аниқлашга хизмат қиладиган ходисаларни ўрганади. У кадрларни танлашда, уларни жой-жойига қўйишда, топшириқларни, функцияларни тақсимлашда, ходимларни рағбатлантиришда, интизомни мустаҳкамлашда ва ҳоказоларда қўлланилади.

Функционал тизимости объектларини бошқариш усули бошқариладиган объектнинг тузилиши билан боғлиқ бўлиб, унинг

таркибидаги бўлимларни бошқаришда қўлланиладиган ўзига хос усулларни ўз ичига олади. Уларни қуйидаги тизимости бўлимлар мисолида кўриш мумкин (3.1.1-жадвал).

3.1.1-жадвал

№	Тизимости бўлимлар	Бошқаришнинг ўзига хос усуллари
1	“Хизмат кўрсатиш” бўлими	<ul style="list-style-type: none"> • хизматнинг сифат (ишончли)лигини таҳлил қилиш; • хизматларнинг ташкил қилинишини ва кўрсатилишини назорат қилиш; • хизмат кўрсатиш жараёнларини ўрганиш ва уларни такомиллаштириб бориш; • хизмат кўрсатишни программалаштириш, режалаштириш ва назорат қилиш; • харажатларни ҳисоб-китоб қилиш ва бошқалар.
2	“Маркетинг” бўлими	<ul style="list-style-type: none"> • хизматлар бозорида меҳмонхонанинг мавқеини таҳлил қилиш; • меҳмонхонанинг бозорга чиқиш имкониятларини таҳлил қилиш; • янги хизматлар орқали янги бозорларга чиқиш бўйича талаб ва эҳтиёжларни аниқлаш; • маркетинг тадқиқотларини олиб бориш; • маркетинг концепиясини ишлаб чиқиш ва ҳ.к.
3	“Ходим” бўлими	<ul style="list-style-type: none"> • ишчи кучини режалаштириш; • ходимлар меҳнатини ва иш ҳақини ташкил қилиш; • ходимлар ва уларнинг мартабаларини бошқариш; • ходимларни бошқариш тизимини

Бу усулларни қўллаш ёрдамида бошқариладиган объект таркибидаги бўлимларнинг мақсадлари ва уларнинг ечими бўйича зарур тадбирлар аниқлаб олинади. Умуман олганда ўрганилаётган барча усуллар замирида бошқарув функцияларига самарали таъсир этиб уларнинг самарадорлигини ошириш ётади.

Демак, бошқарув функцияларини бажаришда қўлланиладиган усуллар бошқариш функцияларини, яъни:

- режалаштириш;
- ташкил қилиш;
- назорат қилиш;
- мувофиқлаштириш;
- мотивация (важ, исбот келтириш) кабиларни бажариш учун қўлланиладиган усуллардир.

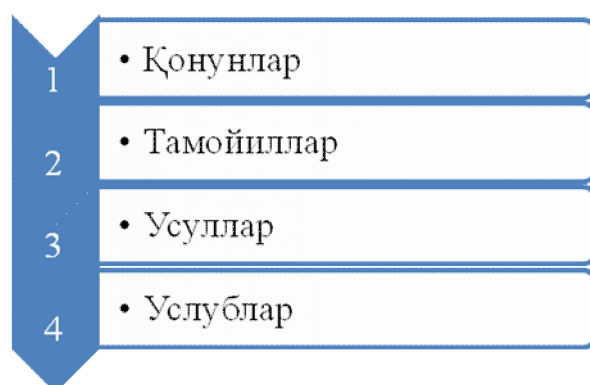
Бошқаришнинг назорат функциясини бажаришда қўлланиладиган усуллар тезкор, бухгалтерия ҳисоби ва статистика ҳолатига боғлиқ ва шуларга асосланади. Мотивация усуллари ходимларни меҳнатга ундайдиган барча усулларни, яъни:

- иш ҳақи;
- рағбатлантириш тизими;
- фойда тақсимотида қатнашиш;
- маънавий рағбатлар;
- юқори лавозимларга тайинлаш;
- малакани ошириш кабиларни ҳам ичига олади.

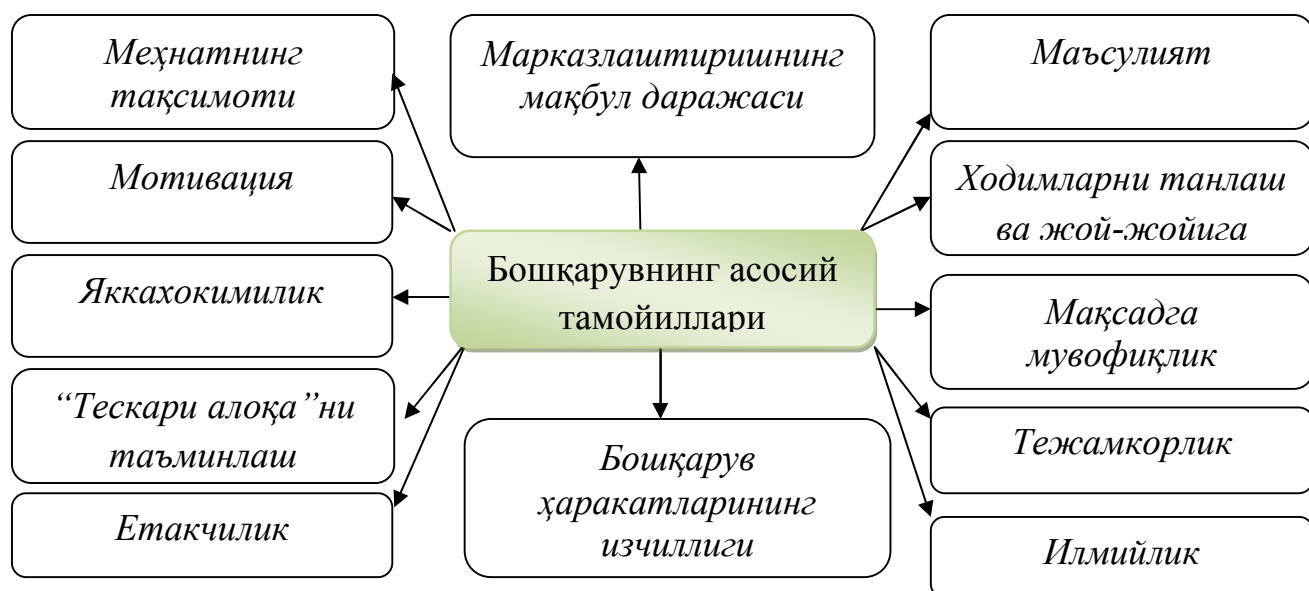
Бошқарувни тўғри ташкил этиш ва самарали фаолият юритиш яъни самарали бошқарувни ташкил этиш бошқарув тамойилларидан тўғри ва ўринли фойдаланишни тақозо этади.

Тамойил - бу фаолият юритиш, халқнинг асосий қондаси, етакчи ғоядир. Илмий адабиётларда одатда бошқарув тамойиллари деганда иқтисодиётга раҳбарлик қилишда асосланиладиган асосий қонда, йўл-йўриқ, хулқ меъёрлари тушунилади. Бошқарув тамойиллари иқтисодиёт қонунлари таъсири натижасида бошқарув усулларига боғлиқ ҳодисалар моҳиятини ақс эттиради. Бошқарув механизмини қуйидагича кетма-кетликда ифодалаш мумкин(3.1.1-расм):

3.1.1-расм



Бошқарув тамойиллари ўзаро боғлиқ ва биргаликда қўлланилиши лозим бўлиб, асосий тамойилларга қуйидагилар киради:



3.1.2-расм. Бошқарувнинг асосий тамойиллари

Бошқарувнинг тамойиллари асосида ҳар бир ташкилот фаолиятининг якуний натижаларига эришиш мақсадлари шаклланади.

3.2. Меҳмонхона хўжаликларини ривожлантиришда маркетинг тадқиқотларини олиб бориш зарурияти

Маркетинг тадқиқотларининг юқори даражада ташкил этилиши, уларнинг кўлами, таҳлилий ва қайта ишлаш жараёнларида фойдаланиладиган услублар йиғиндиси, бевосита корхона ва ташкилотларнинг маркетинг стратегиясини белгилашда, амалга оширишда, дастлабки босқич, «таянч нуқта» ҳисобланади. Истеъмол бозори тобора янги товарлар ва хизматлар билан бойиб бораётган бугунги шароитида янги имкониятларни аниқлаш ва улардан оқилона фойдаланишда маркетинг тадқиқотларининг аҳамияти кун сайин ортиб бормокда.

Маркетинг тадқиқоти предмети сифатида тадқиқотлар олиб бориш маркетинг фаолиятининг барча жабхаларини ўз ичига олади ва улар бўйича қарорлар қабул қилиш билан боғлиқдир. Улар маркетинг комплекси ва унинг ташки мухит унсурларига ҳам тегишлидир. Маркетинг тадқиқотларининг асосий йўналишлари қуйидагилардир:

1. Бозорни ва сотишни тадқиқ қилиш:

- а) бозор сиғимини баҳолаш;
- б) бозор ва унинг сегментлари характеристикасини аниқлаш;
- в) бозордаги ўзгаришлар тенденциясини таҳлил қилиш;
- г) сотиш ҳажминини истиқболлаш;
- д) мавжуд ва мумкин бўлган истеъмолчилар тўғрисида ахборот олиш;
- е) истеъмолчилар талабини ўрганиш;
- ж) рақобатчилар тўғрисида ахборот олиш.

2. Хизматларни тадқиқ қилиш:

- а) янги хизматлар тўғрисидаги ғояларни туплаш;
- б) хизматлар хақида сўров ўтказиш;

3. Баҳони тадқиқ қилиш:

а) хизматлар баҳоси билан унга бўлган талаб ўртасидаги ўзаро боғлиқликни тадқиқ қилиш;

б) хизматларнинг ҳаётийлик даврининг турли босқичлари учун баҳо сиёсатини истиқболлаш.

4. Хизматлар ҳаракатини тадқиқ қилиш:

а) реклама фаолияти самарадорлигини тадқиқ қилиш;

б) турли оммавий ахборот воситалари самарадорлигини тадқиқ қилиш;

в) рекламанинг турли вариантларини синаб куриш;

г) хизматларни тақдим қилишнинг турли усуллари ва воситаларини мажмуали таҳлил қилиш.

5. Хизматларни мижозларга тақдим қилиш.

Маркетинг тадқиқотлари утказишда чет эл фирма ва компаниялари катта маблағлар сарфлайди. Бозорни тадқиқ қилиш - маркетинг тадқиқотларининг маълум бир қисмидир, холос. Фақатгина шартли равишдагина уларни маркетинг тадқиқотларининг асоси деб қабул қилиш мумкин. Бозорни тадқиқ қилиш жараёнида қуйидагилар аниқланади:

- Янги тақдим қилинаётган ёки мавжуд бўлган хизматларнинг мумкин бўлган сотиш даражаси;

- хизматларнинг истеъмол хусусиятидаги ўзгариши тенденцияси;

- ёши, жинси, ҳудудий, ижтимоий, ўзини тутиши, даромади даражаси бўйича истеъмолчилар гуруҳини аниқлаш;

- хизматлар ассортиментни режалаштиришда, сотиш ва рекламани ташкил қилишда хмижозларнинг истагини аниқлаш;

- хизматларнинг сотилиш даражаси унинг бозордаги улуши;

- меҳмонхонанинг рақобатдошлигини ва унинг бозордаги урни.

Бозорни маркетинг нуқтаи назаридан ўрганиш уз олдига меҳмонхоналар хизматларини самарали сотиш имконини, унинг кенгайиш учун янги сегментлар, сифатини яхшилаш, захиралар ва янги хизматларни

яратишни, истеъмолчилар талабини қондириш ва юқори фойда олишни мақсад қилиб куяди. Бу мақсадни амалга ошириш учун чуқур маркетинг тадқиқотлари амалга оширилади. Бозорни маркетинг нуқтаи назаридан тадқиқ қилишнинг вазифаси, хизмат кўрсатиш жараёнини бозор ва истеъмолчининг юқори талабларига мослаштиришдан иборат. Бу нарса меҳмонхонанинг юқори рентабелли, рақобатга бардошли фаолияти асосида амалга ошириш керак.

Миллий иқтисодиётнинг ажралмас қисми бўлган маркетинг тўла маънода умумий бошқаришнинг ташкил этилиш даражасига ҳам боғлиқдир. Миллий иқтисодиётни бошқаришда содир бўладиган ўзгаришлар ва қайта ташкил қилинишлар, одатда, маркетингни бошқариш соҳасига ҳам таъсир кучини кўрсатади.

Меҳмонхона саноатини ривожлантиришда маркетингнинг роли ва аҳамияти ҳамда унинг асосий вазифаси бўлиб – истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини юқори даражада қондиришга қаратилган хизматларни ташкил этишни ривожлантириш, ҳамда унинг самарадорлигини оширишдан иборат.

Бозор муносабатларининг равнақи, эркин рақобат муҳитининг яратилиши шароитида маркетинг тадқиқотларига бўлган талабнинг ортиб бориши табиий жараёндир. Истеъмолчилар иштиёки, дидидаги хизматларни шакллантиришда, рақобат курашида муҳим ва хал килувчи аҳамиятга молик бўлган маркетинг тадқиқотларини самарали ташкил этиш ва амалга ошириш, ҳозирги кунда энг долзарб аҳамиятга эга. Маркетинг тадқиқотлари учун керакли ва зурурий бўлган ахборот ва маълумотлар кўламини муайян тартибга солиш вазифасини хал қилиш билан мамлакатимизда маданий тарзда бозор тизими, унинг инфраструктураси барпо этилади.

Маркетинг тадқиқотларининг асосий мақсади, унинг вужудга келиш, шаклланиш ва ривожланишнинг объектив сабаблари, зарурати

билан белгиланди, ҳамда унинг мақсади нихоятда кенг ва мураккаб масалаларни хал қилишга қаратилгандир. У хизмат кўрсатишни харидор эҳтиёжига мослаштириб, талаб ва таклифни мувозанатига эришган ҳолда, меҳмонхоналарга юқори фойда келтиришдир. Бунга эришиш учун маркетинг куйидаги муҳим вазифаларни хал этмоғи лозим:

- истеъмолчилар эҳтиёжини ўрганиш;
- хизматларга бўлган ички ва ташқи талабларни ўрганиш;
- меҳмонхонанинг фаолиятини истеъмолчилар эҳтиёжига мослаштириш;
- талаб ва таклиф тўғрисидаги олинган маълумотлар асосида бозорни ўрганиш;
- хизматлар рекламасини ташкил этиш, мижозларни хизматларни сотиб олишга қизиқишини ошириш;
- хизматларни ташкил этувчи меҳмонхона тадқиқотларини амалга ошириш учун маълумотлар туплаш ва таҳлил қилиш;
- хизматларга бўлган талабни истиқболлаш, уларни амалга оширишни назорат қилишдан иборатдир.

Маркетинг ахборотларини тизимли таҳлил қилиш, талаб ва таклифнинг тахминий ҳисобини ишлаб чиқишга имкон беради. Бусиз эса сотишнинг макбул даражасини белгилаш мумкин эмас. Бундай даражада одатда, минимум, максимум оралиғида ҳисоблаб чиқилади. Маркетинг мақсадига эришишда реклама ҳам муҳимдир. Рекламанинг вазифаси – мавжуд бозор сегментини мустахкамлаш, янги харидорларни жалб қилиш, янги бозорлар ташкил қилишдир. Маркетинг тизимида рекламанинг асосий хусусияти – узлуксиз таъсир ва доимий янгиланишдир.

Сотишни рағбатлантириш – маркетингнинг вазифаларидан бири бўлиб, яратилажак хизматларнинг режалаштирилган сотиш даражасини таъминлашга имкон беради. Бу хизмат кўрсатиш харажатларини коплаш ва фойда олиш демакдир.

Маркетинг тизимида сотиш сиёсати - бу хизматларнинг даврий харакатини ташкил этиш жараёнидир.

Бугунги кунда барча хизмат кўрсатувчилар, истеъмолчилар ва шу билан бирга бошқа соҳа ходимлари ҳам маркетинг нуқтаи назаридан фикрлай олишлари ва ундан самарали фойдаланишлари лозим.

Маркетинг тадқиқотларининг ялпи маркетинг фаолиятини ташкил этишда, уни бошқаришда, режалаштиришда ва назорат этишда муҳим аҳамиятга эга булиши – замонавий маркетинг назариясининг асосий хусусиятларидан бири сифатида намоён бўлмоқда.

Маркетинг тадқиқотларининг юқори даражада ташкил этилиши, уларнинг кулами, таҳлилий ва кайта ишлаш жараёнларида фойдаланиладиган услублар йиғиндиси, бевосита меҳмонхоналарнинг маркетинг стратегиясини белгилашда, амалга оширишда, дастлабки босқич, «таянч нуқта» ҳисобланади. Меҳмонхона ва шунга ўхшаш жойлаштириш воситаларида янги хизматлар ташкил этилиши билан бойиб бораётган бугунги шароитида янги имкониятларни аниқлаш ва улардан оқилона фойдаланишда маркетинг тадқиқотларининг аҳамияти кун сайин ортиб бормоқда.

Бугунги кунда маркетинг тадқиқотларининг йўналишлари тобора кенгайиб бормоқда. Лекин, қуйидаги йўналишлар бўйича олиб бориладиган тадқиқотлар меҳмонхона учун энг муҳим ҳисобланади:

1. Меҳмонхонанинг бозордаги улуши ва унинг салоҳияти.
2. Аҳоли (бўлажак туристлар) яъни меҳмонхона хизматлари истеъмолчиларининг даромадлари.
3. Меҳмонхона хизматлари истеъмолчиларининг ҳуққ атвори.
4. Реклама ва унинг самарадорлиги.
5. Нарх сиёсати ва нарх эгилувчанлиги.
6. Ахборот оқимлари.
7. Янги хизматларга бўлган истеъмолчиларнинг муносабати.

8. Мамлакат ижтимоий-иқтисодий ривожланишининг асосий тенденциялари.

9. Сотишни рағбатлантириш.

10. Маҳсулот ва фирмаларнинг рақобатбардошлиги.

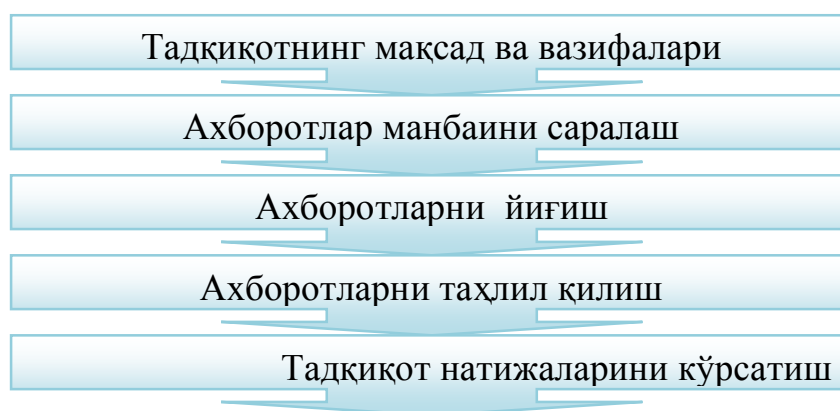
11. Меҳмонхона ходимларининг фаолияти.

12. Маркетинг инфраструктураси.

Юқорида келтирилган тадқиқот йўналишларидан кўриниб турибдики, маркетинг тадқиқотлари меҳмонхона фаолияти билан боғлиқ ҳамма йўналишларда олиб борилиши натижасида меҳмонхонанинг кучли ва кучсиз томонларини аниқланади. Меҳмонхоналар маркетинг тадқиқотларини олиб боришлари ва маркетинг тадқиқотлари ўтказиш учун ихтисослашган компанияларга буюртмалар беришлари ҳам мумкин. Одатда, йирик ва етарли молиявий ресурсларга эга бўлган меҳмонхоналар маркетинг тадқиқотларини мустақил ўтказадилар.

Маркетинг тадқиқотларининг самарадорлиги ва натижавийлиги бир нечта талабларга риоя қилинишига боғлиқ бўлади. Биринчидан, бу тадқиқотлар тўсатдан ёки алоқаси бўлмаган хусусиятдан иборат бўлмай, балки мажмуали ва тизимли бўлиши лозим.

Туризм соҳасидаги маркетинг тадқиқотнинг ҳар бир аниқ ҳолат учун индивидуал тузилмадан иборат эканлигидан қатъий назар унинг бажарилиши шарт бўлган қуйидаги 5 та босқичи мавжуд:



3.2.1-расм. Маркетинг тадқиқотларини ўтказиш босқичлари

Маркетинг тадқиқотининг бошланғич нуктаси - бу унинг мақсад ва вазифаларининг аниқ ифода қилинишидан иборат. Улар фирма учун у ёки бу вақт мабойнидаги долзарблиги ва махсус муаммолардан тўғридан тўғри келиб чиқади. Маркетинг фаолияти муаммоларига қуйидаги ёндашувларни ажратиш мумкин:

- меҳмонхонанинг сотиш, хўжалик ва хизмат кўрсатиш фаолияти натижаларининг таҳлили;

- Мутахассиларнинг ва раҳбарларнинг эксперт сўровлари;

- Маркетинг функцияларини бажарилишини кузатиш.

Юқорида кўрсатилган ёндашувлардан кўпгина ҳолларда биргаликда фойдаланилади. Бу эса маркетинг тадқиқотларида ечилиши керак бўлган муаммолар ҳақида тўлиқ ахборот олиш имкониятини беради.

Масалан, меҳмонхона мижозларининг камайиб кетиши ва хизматларининг сотилиш ҳажмининг пасайишига дуч келиб қолди. Бу муаммо махсус тадқиқотни талаб этиб, унинг мақсадлари қуйидаги тарзда шаклланиши мумкин:

- Меҳмонхона мижозларининг камайиб кетиши ва меҳмонхона хизматларининг сотилиш ҳажми пасайишига сабаблар нималардан иборат?

- Аниқланган тенденцияни бартараф этиш учун қандай чораларини қўллаш мумкин? Каби масалаларнинг ечимини топиш лозим бўлади.

Аниқ мақсаднинг белгиланиши тадқиқотнинг ҳажмини ва бош мақсадини танлашга ёрдам беради. Бу босқич билан бир қатор ўрганилиши лозим бўлган мақсад ва вазифаларининг таркибини аниқлашда, маълумотларни олишда дастлабки (норасмий) маркетинг тадқиқотлари ўтказилади.

Муҳим маълумотларнинг изланишини осонлаштириш учун маълумотлар манбаларини саралаш амалга оширилади. Манбанинг тўғри танланиши - маълумотларни ортиқча излашдан холи қилади, чунки бу

маълумот излаётган жойимизда умуман бўлмаслиги мумкин. Бунда асосий вазифа бўлиб, керак бўлган маълумотларни максимал даражада тезроқ ва самарали олишдан иборат бўлади. Маълумотларни тўплаш тадқиқот объектининг хусусиятига, бозорни ўрганиш методларига, истеъмолчиларга, рақобатчиларга ва х.к. боғлиқ бўлиб, уларнинг моҳиятини бирламчи ва иккиламчи маълумотлар сифатида кўриб чиқилади. Тўпланган маълумотларнинг таҳлили тахминан турли хилдаги метод ва усуллар ёрдамида қайта ишлаш, ҳамда барча олинган маълумотлардан зарур бўлган ахборотларнинг кўчирмасини ўрганади. Маълумотларга ишлов беришда иқтисодий статистик ва иқтисодий математик моделлардан кенг фойдаланишади. Тадқиқот натижаларини кўрсатишда хулоса ва таклифларни тайёрлаш ва уни тақдим этиш амалга оширилади. Улар албатта таҳлил натижаларидан келиб чиқиб, ишончли ва асосланган, олдида қўйилган муаммоларни ечишга қаратилган бўлиши лозим. Тадқиқот натижалари тегишли маркетинг чора тадбирларни ишлаб чиқиш базасидан иборат бўлади.

Маркетинг тадқиқотларнинг натижасида ўтказилган умумий тадқиқот моҳиятининг тўла илмий ҳисоботи, яъни бунда тизимли равишда ва максимал даражадаги тадқиқот схемаси кўргазма шаклида (жадвал, график, диаграмма ва х.к.) хулосаларни асосланган шакли ва маркетинг ҳолатини яхшилаш бўйича тавсиялардан иборат бўлади. Ҳисоботнинг тахминий тузилмаси кўришда бўлиши мумкин: кириш; тадқиқот методологияси; тадқиқот натижалари; чекловларни қайд этиш; хулоса ва тавсиялар; иловалар.

Бирламчи ахборотларни олиш учун маркетинг тадқиқотларини ўтказишнинг тўртта услуби мавжуд: кузатиш, синаш, фокусилаш ва сўров.

Кузатиш маркетинг тадқиқотларининг энг кўп тарқалган ва қўлланиладиган усуллардан бири бўлиб ҳисобланади. Кузатиш бевосита

ёки яширин, структуралаштирилган ёки структуралаштирилмаган турларига бўлинади.

Бевосита кузатишга мижозларнинг меҳмонхонада бирон-бир хизматни сотиб олишдаги хатти-ҳаракатини бевосита меҳмонхона ходимлари томонидан ўрганиш киради. Билвосита кузатув деганда эса, хатти-ҳаракатнинг ўзи эмас, балки маълум бир хатти-ҳаракатнинг натижаси ўрганилади.

Кузатишнинг очик усулида мижозлар уларни кузатиб турганлигини билдилар, яширин турида эса билмайдилар.

Маркетинг тадқиқотларини амалга оширишда унга илмий ёндашишлар зарур. Бу тадқиқот объектив, аниқ ва чуқур бўлиши керак. Хозирги пайтда рақобатда ютиб чиқишнинг асосий шарти янги, юқори сифатга эга бўлган хизматлар ҳамда уларни самарали сотиш усулларини кўллашдан иборат бўлиб қолди. Шу талабларни ҳисобга олган ҳолда маркетинг тадқиқотларини устивор тури -истеъмолчиларни ўрганиш, ўз навбатда бозорни сегментлаш(табақалаш) деб айтиш мумкин. Бозорни сегментларга ажратиш унинг истеъмолчиларини махсус гуруҳларга ажратишдир.

Маркетинг амалиётдан келиб чиқган ҳолда шуни айтиш мумкинки, бозорни сегментларга булишда уч хил ёндашиш мумкин.

Биринчи- оммавий бозор, меҳмонхона унга киришда, кенг харидорлар оммасига қаралган бир хил маркетинг дастурини ишлаб чиқади. Иккинчидан-сегментлашган бозор. Бунда корхона асосий эътиборни алоҳида белгиларга эга бўлган бир хил сегментларга қаратади ва шу сегмент учун махсус дастур ишлаб чиқаради.

Учинчи - купчилик кўрсаткичлар билан табақалашган бозор. Бунда ўз хусусиятлари билан фарқланадиган бир ёки икки хил сегментга алоҳида дастур ишлаб чиқилади. Хар доим меҳмонхона ўзининг имкониятлари ва

мақсадларига қараб бозорни хар-хил сегментларга ажратиш мумкин. Масалан, хизматлар учун қўйидаги сегментлар мавжуд:

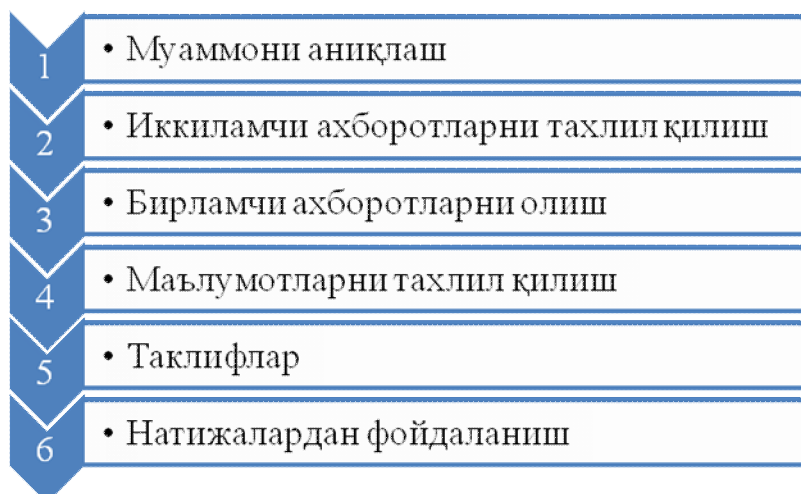
-харидорлар сегментлари (истеъмолчилар, уларнинг хатти харакатлари, даромадлари, хатти-харакатлари ва бошқа белгилари).

- товар сегментлари (оммавий ва орзон, қиммат ва махсус, кундалик ва х.з)

-савдо сегментлари(хизматларнинг харакати, сотиш усуллари ва бошқалар)

-географик сегментлар (иктисодий ривожланиш даражаси туман, вилоят, шаҳар) аҳоли сонига ва жойлашишига қараб булинади.

Маркетинг тадқиқотларини айтиб ўтилган туридан бошқа яна бир қатор турларини айтиб ўтиш мумкин. Масалан, қисқа муддатли прогнозлаштириш, бозор салоҳиятини аниқлаш, товар урамасини ўрганиш, сотишни таҳлил қилиш, сотиш каналларини ўрганиш, баҳолаш системасини ўрганиш, реклама ва эълонларнинг самарадорлигини таҳлил қилиш ва бошқалар. Маркетинг тадқиқотлари жуда ҳам мураккаб жарён бўлиб ҳисобланади. Унинг қанчалик тўғри белгиланганлиги, ҳал этилганлиги ва меҳмонхоналар фаолиятига тадбиқ қилинганлиги жуда муҳимдир. Шунинг учун ҳам аниқ бир кетма-кетлик асосида амалга оширилади. Бу кетма-кетликни қўйидаги кўринишда тасвирлаш мумкин.



Кўриниб турибдики қилиниши керак бўлган барча ишлар аниқ бир кетма кетлик асосида бажарилиши зарур. Масалан, ўрганилиши зарур бўлган барча муаммолар аниқланмасдан иккиламчи ахборотларни йиғиб бўлмайди, иккиламчи ахборотларни тулиқ ўрганиб чиқмасдан туриб бирламчи ахборотлар ечилмайди. Бирламчи ахборотлар хар доим хам керак булавермайди, чунки кўпгина холларда меҳмонхоналар ўзида мавжуд ахборотлар ёрдамида ўз муаммоларини хал қилиб олиши керак. Фақатгина аниқланган муаммони хал қилишда иккиламчи ахборотлар етишмай қолганидагина бирламчи ахборотларни ечиш зарур. Шунинг учун хам энг аввало хал қилиниши зарур бўлган муаммо аниқланиб олинади. Муаммони аниқлаш-бу маркетинг тадқиқоти предметини аниқлаб олишдир. Ёки бошқача қилиб айтганда нимани ўрганиш керак деган саволга жавоб топиш керак. Чунки буни аниқламасдан туриб қимматга тушувчи кераксиз ахборотларни ечиб қўйиш мумкин.

Маркетинг тадқиқотлари схемасида бирламчи ва иккиламчи ахборотлар юзасидан келганда. Хўш, иккиламчи ва бирламчи ахборотлар қандай ахборотлар, улар қандай ечилади?

Иккиламчи ахборотлар- бу олдиндан мазкур муаммони ечиш билан боғлиқ бўлмаган масалаларни хал қилиш мақсадида ечилган ахборотлардир. Бу ахборотлар етарлими, эскирганми, бундан қатъий назар албатта бирламчи ахборотлар ечилишдан олдин ўрганилиб чиқиши зарур. Иккиламчи ахборотлар бир қатор авзалликларга эга:

-Унинг бир неча турлари унга қиммат эмас(меҳмонхона материаллари, тармоқ бўйича чоп этилган маълумотлар, давлат нашрлари)

-Бир неча манбаларда мавжудлиги.

-Айрим ахборотлар манбалари ўзига хос фирма ола олмайдиган маълумотларни қамраб олганлиги

-Бир-бирига боғлиқ бўлмаган манбалардан тўпланган ахборотлар етарлича ишончли бўлади.

Шу билан бир қаторда иккиламчи ахборотлар маълум камчиликларга ҳам эга:

-Мавжуд ахборотлар ўзининг кўлами, стратегик ёзма характерга эга бўлган материалар тарқатилади. Бу материалар бепул ёки номинал суммаларда сотилади. Мисол учун баҳо ва боҳолаш, кредит, махсулот кафолати, савдонинг ноқонуний усуллари, ман этилган товарлар, бозор химояси ва бошқалар. Нодавлат ахборотларига келсак унинг асосан учта манбаси мавжуд: даврий нашрлар, китоблар, монографиялар, мақолалар, тижорат тадқиқот ташкилотлари. Демак шу манбалардан олинган ахборотларнинг барчаси иккиламчи ахборотлар гуруҳига киради.

Бирламчи ахборотлар бу қўйилган аниқ муаммони ҳал қилиш мақсадида янгидан ечилган маълумотлардир. Бу маълумотлар қачонки иккиламчи ахборотлар тулиқ таҳлил этилиб тадқиқот учун қушимча маълумот зарур деб топилганда ечилади ҳолос. Бирламчи ахборотларнинг ҳам ўзига хос афзалликлари ва камчиликлари бор. Унинг авзалликлари қўйидагилардан иборат:

- улар аниқ мақсадни кўзлаган ҳолда тўпланади:

- бу ахборотларни тўплаш услублари компанияга маълум ва у томонидан назорат қилинади.

- ахборот фақат компания фойдаланиш учун ечилади бу эса рақобат компаниялардан сир сақлашни таъминлайди.

- бир неча манбалардан ечилган бу ахборотлар ичида бир бирига зид бўлганлари йўқ.

- ахборотларнинг ишончилиги олдиндан белгиланган.

Бирламчи ахборотларнинг камчиликлари сифатида қўйидагиларни олиш мумкин:

- бирламчи ахборотларни ечиш кўпроқ вақт талаб қилади.

- бу ахборотларни ечиш кўпроқ маблағ талаб қилади,
- фирма бирламчи ахборотларни ечишга қодир булмаслиги мумкин.
- бу ахборотларни ечиш учун фирма томонидан қилинган ҳаракатлар чегараланган булиши мумкин.

Ечилиши керак бўлган ахборот тури, ҳажми қўйилган муаммога боғлиқ. Бунда асосан ортиқча ахборотларни ечишга йўл қўйилмаслик муҳим аҳамиятга эга.

Биринчи навбатда тадқиқотни қайси объект уни этиборини тортаётганини аниқлаб олиш керак.

Тадқиқотлар одатда истеъмолчиларни таҳлил қилиш билан боғлиқ бўлиш мумкин, компания ходимлари билан(сотувчилар, хизматлар ҳаракати ходимлари) боғлиқ бўлиши мумкин, сотиш каналлари (улгуржи ёки чакана савдо, брокерлар) билан боғлиқ бўлиши мумкин. Лекин улардан қайси бири булмасин бари -бир аниқ тушунчага эга бўлиши керак.

Иккинчидан, тадқиқот объектларини танлаш тартибини аниқлаб олиш керак.

Учинчидан, танлаш ҳажмини аниқлаб олиш керак. Одатда объектлар миқдори қанча катта бўлса, тадқиқот натижалари аниқроқ лекин ҳаражат кўпроқ бўлади.

Одатда ахборотларни ечишда қуйидага тўрта услуб қулланилади: савол-жавоб, кузатиш, эксперимент ва имитация. Имитация (ўхшатиш)- ЭХМ ишлатишга асосланган услуб бўлиб, ҳар - хил омилларни фирма маркетинг стратегиясига таъсири аниқланади. Ёки бошқача қилиб айтганда, маркетинг омилларини реал шароитда эмас, қоғозда фойдаланишдир.

Тадқиқотлар шуни кўрсатдики, сўралган мижозлар қоида бўйича бизнес мавзули газеталардан камроқ, кўпроқ радио орқали, журналларни ўқиганда рекламани эшитишади. Рекламанинг самарадорлигини ошириш учун юқоридаги омилларни ҳисобга олган ҳолда ауди рекламага кўпроқ

этибор берилиши, асосан бизнесга оид вақтли матбуотга, ҳамда рекламанинг янги турларини, Internet рекламани (у самарали бўлиши керак, чунки барча ишбилармон кишилар электрон тармоқлардан фойдаланишади) ва ташқи рекламани марказий кўчаларда штендерларни жорий этиш лозим.

Шу билан биргаликда, маркетинг хизматларининг самарали амалга ошириш учун маркетинг фаолияти соҳасида менежерларнинг малакасини доимо ошириб бориш муҳимдир. Раҳбарият ўзининг ходимларини турли хилдаги конференцияларга, семинарларга ва конгрессларга боришини режалаштириши лозим.

Маркетинг тадқиқотларининг ўтказилиши меҳмонхонанинг раҳбарияти томонидан рағбатлантирилиши ва ўтказилиши керак. Чунки бундай чора тадбирлар фирманинг ишлаб туришини яхшилаш учун ёрдам беради.

Шу билан биргаликда, аниқ мақсадларга эришиш учун куйидагиларни амалга ошириш лозим бўлади:

- хар йил маркетинг режаларини корректировкалаш;
- меҳмонхона фаолиятининг дастурларни қайта ишлаб чиқиш учун гуруҳларни тайинлаш;
- туристик бозорда маҳсулот харакатланиши учун ҳамкорлик асосида чора- тадбирларни ишлаб чиқиш;
- янги товар, хизмат ва х.к.ларни жорий қилиш.

Замонавий шароитда маркетинг сиёсатини фаол олиб боришни ўтказиш, маркетинг хизматларини ривожлантириш ва уларнинг фаолиятини рағбатлантириш ва кенгайтиришларни амалга ошириш лозим.

Раҳбар маркетинг бўлимидаги ходимларни йўналтириши ва рағбатлантириши лозим. Уларнинг ишланмаларни эътиборга олиши, мавжуд бўлган муаммони ечиш бўйича чора тадбирларни ишлаб чиқиш

мақсадида маркетинг тадқиқотлари натижалари бўйича кенгашларга йиғиши шарт.

Нихоят шуни қайд этиш лозимки, маркетинг меҳмонхонанинг омадини шакллантиришда асосий рол ўйнайди, шунинг учун маркетинг усулларида меҳмонхоналарда фаол фойдаланиш лозимдир. Хозирги туризм индустриясининг тез суръатларда ўсиши натижасида маркетинг фаолияти каби муҳим тузилмавий элементни эътиборга олинмаслиги оқибатида меҳмонхонанинг касодга учраши ёки тугатилишига олиб келади.

3.3. Меҳмонхоналарда ходимлар ва мижозлар ҳаёт фаолияти хавфсизлигини таъминлаш масалалари

Хавфсизлик хизмати. Бу ишга меҳмонхона хизматчилари жуда жиддий муносабатда бўладилар. Мижозларни ва уларга тегишли буюмларининг хавфсизлигини таъминлаш меҳмонхона хизматчиларининг дастлабки мажбуриятларидан бири ҳисобланади. Шунингдек, хавфсизлик хизмати ёнғин чиқиш хавфсизлигига ҳам жавобгардир. Хавфсизлик хизмати кенг маънода жисмоний хавфсизлик, меҳмонларнинг ва меҳмонхонанинг хусусий мулкларининг хавфсизлигига жавобгар.

Жисмоний хавфсизликка қуйидагилар киради:

Бино ва бинонинг худуди, отел худудидаги тунги ёриткичлар, отел ёнидан ўтувчи йўловчилардан ва безорилардан сақлаш, сувдаги хавфсизликни таъминлаш, вестибюлдаги буюмларни, офисдаги алоқа хизматини шунингдек ресторан ва бардаги мулкларни яхши сақланишини таъминлашдир.

Мулкларни хавфсизлигини таъминлашнинг асосий шарти ҳар қандай ҳолатга қарши сигнализация ўрнатилганлигидир. Ёнғин чиққандаги сигнализация ҳамма отелларда бор ҳисоб.

Меҳнат муҳофазаси ва ҳимоясининг умумий қоида, ва кўрсатмалардан ташқари, ҳар бир хизмат ва иш лавозимининг ўзига қаратилган инструкцияси бўлиши керак.

Меҳмонхона ходимларининг ҳаммаси тиббий кўриқдан ўтишлари ва иш жойи инструктажини олишлари лозим.

Биз қуйида меҳмонхона айрим хизматларини кўрсатувчи ходимларга меҳнат муҳофазаси ва хавфсизлиги бўйича бериладиган тавсиялар ва кўрсатмаларни кўриб чиқамиз.

Администратор, ҳисоб-китоб оператори ва порте, маиший хизмат электр асбоблари билан хавфсиз ишлаш тартиби ва қоидасини, ёритгичларнинг ёқиб-ўчиргичларининг жойлашишини, ёнғин хавфсизлигининг қоидаларини билиши; ёнғинга қарши воситаларни қўллай олиш ва уларнинг қаерда жойлаштирилганини ва бошқаларни билиши керак.

Ишнинг тугаши билан навбатчилигини топшириш ва бу ҳақда катта администратор ёки бино мудирига ёки директорига ҳисобот бериши лозим.

Катта горничний ишнинг бошланишидан олдин электр жихозлари ва приборларнинг, очилиб-ёпилувчи норвончаларнинг, қўлқоп, кўзойнак ва барча зарурий иш воситаларини текшириб кўриб созлигига ишонч ҳосил қилиш керак. Ювиш ишларини олиб боришда кимёвий воситаларни тўғри қўллаш, дарз кетган ойна ва шунга ўхшаш нарсаларни қўли жароҳат олмаслиги учун ишқалаб тозаланмаслиги керак. Асбоб-ускуналарни, машиналарни қўллаш вақтида кепик, аҳамитсиз носозлик бўлганда ҳам ишни тўхтатиб мутахасисга мурожат этишлари лозим.

Иш вақтида ҳар қандай кучланишда бўлган электр кабеллар хавфли ҳисобланади, шунинг учун унинг устида турмаслик, электр тармоғидан ажратилгандан сўнг йиғиштириш тавсия этилади. Чанг ютгичнинг исиб

кетиши, товушининг дағаллаши фильтрнинг тўлиб қолиши ва б.га йўл қўймаслик зарур.

- совутгичдан ташқари электро жихозларни ишлатиб қаровсиз қолдириш;

- носоз электр ўтказгичларини қўллаш;

- ишлаб турган электрочайникни ва электр самоворни сув билан тўлғазиш;

- розеткадан вилка шнуридан тортиб олиш;

- пахтақоғозли филтрсиз чангютгични ишлатиш;

- чангютгични шуниридан тортиб юргизиш ва шунга ўхшаш жараёнлар ушбу ишларни амалга ошираётган ходимлар учун хавфли бўлиб ҳисобланади.

Санузеллар, рақвина, ванна ва кафелларни ювиб тозалашда меҳнат хавфсизлиги қоидаларига риоя этишлари лозим.

Ишнинг охирида қўлланилган жихозларни тозалаб сақлаш уларни жой-жойига қўйиш, уларнинг носозликлари тўғрисида қайта горничнийга хабар бериш керак.

Меҳмонхона фарроши ишни бошлашдан олдин махсус иш кийимини кийиниши, бошларида бош кийими бўлиши лозим бўлади.

Қўлланиладиган жихозлар, инвентарлар, ювиш воситаларининг бўлиши ва созлиги текширилади. Иш вақтида электр асбоб ва приборларни куруқ латта билан артиш, кимёвий воситаларни қўллаш вақтида резинали қўлқоплар, деворларни артишда щербкалар, мебелларни тозалашда чиқиб турган михлар, парахалар ва шунга ўхшаш нарсалар, дағир-буғир жойлардан эҳтиёт бўлиши керак. Шунингдек, электр жихозлар, электр аппаратларни техник персоналларсиз артиш, тозалаш, тўсиқларни олиш, электр токи бор ўтказгичлар, ишлаётган насосларни хавфсизлик мақсадида артиб тозалаш ҳам ман этилади.

Меҳмонхона ётоқ анжомларини бошқарувчиси (касбелянига ишини чойшаблар омборида қўйилган пломбани тўғрилигини текширишдан бошлаш лозим. Унинг мажбуриятига: электр приборлари, ёнғин ўчиргич, хлорли эритмалар билан ишлашни билиш; шахсий гигиена қоидаларига риоя этиш, кир, чойшабларни олиш ва тозасини бериш қоидаларини билиш, юкларни ташишда хавфсизлик қоидасига риоя этиш; ёнғин хавфсизлик қоидаларини билиши юклатилган. Айниқса, чойшабхонада дазмолни қўллаш қатъиян ман этилади.

Чойшаб таъмирловчи текширувчилар тикув машинасида тўғри билиши, фақат берилган топшириқни бажариш, фақат соз жиҳозларда ишлаши талаб этилади.

Ишга тушишдан олдин барча тугмаларни ўтказиш, электромашиналарнинг ерга уланганлигини текшириш, машиналари ўзини юритиб кўриб созлигига ишонч ҳосил қилиши, уларнинг химоя тўсик билан тўсилгани, олиннадиган қисмларининг беркитилганлигини текшириш лозим.

Иш вақтида хавфсизлик қоидаларига риоя этиб: машина ишлаб турганида игнани алмаштириш, қўйиш мумкин эмас; машинани секин ишга қўйиш, тикишда икки қўлни ишлатиш, қолиб қолган ипларни машина тўхтаган вақтда олиш, барча инструментларни (қайчи, отверка алоҳида сақлаш машинани қўл билан тўхтатишга ҳаракат қилмаслик, машина ҳаракат қисмлари тўла тўхтатилган вақтда ёғлаш, назорат қилиш ишларини олиб бориш керак.

Иш жойини тоза, тартибли сақлаш талаб этилади.

Гардеробчи, нарсаларни сақлаш омборчаси, навбатчиликни қабул қилишда иш жойининг тозаллигини, ёритгич приборларнинг созлигини текшириши, навбатчи администраторда ёнғин бўйича инстуктаж олиши керак.

Улар доимо иш жойида бўлиши, ёнғин хавфсизлик қондасини билиши, ёнғин ўчиргичдан фойдаланишни билиши талаб этилади. Иш жойини тозалашда горничний ёки фаррошларга берилган инстуктажни билиши керак. Иш жойига бегоналарни қўйиш қалган манн этилади.

Швейцар ишга қўшишда олдин майдончасини кўздан кечириши, эшикларнинг ойналарнинг тозалагичига, уларнинг қўлининг созлигга, керакли инвентарларнинг борлигига эътибор бериш керак.

Иш вақтида: меҳмонхона қўйилган талаб бўйича ичкарига қўйиш, киришиэшиклари олди тозалигига, иссиқлик режимига қараш керак ва талаб даражасида бўлишини таъминлаш лозим.

Барча тозалаш жараёнида меҳнат, техника хавфсизлик қоидаларига риоя этиш лозим.

Ўзича иш жойидан кетиб қолмаслиги сўралади.

Меҳмонхона ходимлари интрукцияни бузганликлари учун интизомий жазоланадилар.

Ёнғин меҳмонхонага катта моддий зарар келтиради. Бир неча минут ёки соат жудда катта миқдордаги халқ бойликлари ёниб кулга айланади.

Ёнғин вақтида ажралиб чиқадиган зарарли газлар ҳавони захарлайди, кишиларни жароҳатланишига ҳатто ўлишига сабаб бўлади. Шунинг учун бошқа корхоналар сингари меҳмонхоналарда ёнғин хавфсизлиги учун бажариладиган тадбирлар муҳим рол ўйнайди.

Меҳмонхона ва тур комплексларда ёнғин чиқиши сабаби, кўпинча: олов билан эҳтиётсизлик билан муносабатда бўлиш, электротармоқлари, электр жиҳозларнинг носозлиги, ресторандаги иссиқлик ушловчиларнинг ўз вақтида тозаланмаслиги, эксплуатация технологик жараёнларининг бузилиши, таъмирлаш ва бошқа ишларда ёнғин хавфсизлик қоидаларига риоя этмаслик ҳисобланади.

Шу билан бирга номерлардаги телевизорлар ёритиш ускуналари ва чиқиш ҳолатлари ҳам сабаб бўлиши мумкин.

Шунинг учун ҳам буларнинг олдини олиш учун турли профилактик ишларни ташкил этиш керак бўлади. Аввалам бор, ишлаб чиқариш интизомини кўтариш, ёнғинга қарши қаттиқ режимни ўрнатиш, ҳар бир ходисани чуқур ўрганиш, хабарини бериш лозим.

Меҳмонхона ходимларини ёнғинни сезиш қобилиятини ошириш мақсадида махсус ўқитиш, ёнғин хавфсизлиги қоидаларини бажаришни талаб қилиши лозим.

Ёнғинга қарши профилактика, деганда меҳмонхонада яшовчилар ҳаётини ёнғин хавфсизлигини таъминлаш, бино ва бойликларни сақлаш, ёнғиндан огоҳлантириш ва ёнғин бўлган пайтга мувофақият билан уни бартараф этишни билиш тушунилади.

Меҳмонхонада олдиндан эвакуация йўллари, ёнғинга қарши қўланиладиган воситалар (тутун чиқиш, лифт тахтаси ҳаво йўллари, ёнғин автоматик қурилмалари суз ҳолатда бўлишни таъминлаш лозим. Меҳмонхона каридорида, зина майдончаларида эвакуация чиқиш эшиклари устида «чиқиш» деб символик равишда одамнинг зинапоядан югураётган тасвири, ҳаракат стрелкаси кўрсатилиши лозим.

Барча меҳмонхона қават эвакуация режаси тузилиб, эшигининг орқасига кўринадиган жойларида осиб кўрсатиши лозим.

Ушбу режада қандай қилиб ёнғин, ёнғин вақтида зудлик билан чиқиб кетиш йўли кўрсатилган бўлиши керак.

Эвакуацияни ўрнатилган талекоммуникацион система орқали навбатчи администраторлар ваҳима қилмасдан эълон қилишлари лозим.

Меҳмонхона персонали вақти-вақти билан ёнғин хавфсизлиги ўқитилиб, асосий ёнғинга қарши қўланиладиган олов ўчиргичлар (ОХП-10, ОП-М, ОП-9мм, улар кўпикли, угле кислоталари бўлиши мумкин)нинг қўлланилишини ўрганиши керак.

Меҳмонхоналарда электржихозлар носозлиги сабабли ёнғинларни бартараф этиш учун, мунтазам равишда уларнинг созлигини текшириб туриш керак.

Меҳмонхонанинг ҳар бир ходим ўзининг лавозими мажбуриятларидан ташқари, яна ёнғин хавфсизлиги қоидаларини, ёнғиндан сақланишни кутқарув ишларини ташкил этиш билиши шарт.

Бунинг учун ҳар бир қаватда бу бўйича жавобгар шахслар тайинланиб керакли жойларда ёзиб қўйилиши лозим.

Меҳмонхоналарда қабул қилишда, албатта ёнғин хавфсизлиги инструкцияси билан таништириш, огоҳлантириш лозим ва улар карточкаларига бу ҳақда имзо қўядилар.

Меҳмонхоналарда кўп ҳолда ёнғин бўлиши сабабли, кечки навбатчиларнинг жойларида бўлиши, ушлаб қолмасликлари қаттиқ талаб этилади. Чунки, ёнғин бўлган тақдирда улар меҳмонхоналарни, ёнғинга қарши тизимларни хабардор этишлари, эвакуацион эшикларини очишлари, унга қарши дастлабки ҳаракатни ташкил этишлари сўралади. Эвакуацияни айнан ёнғин қаердан пайдо бўлган бўлса, шу ердан бошлаш керак.

Кўпгина замонавий меҳмонхоналарга ёнғин автоматик сигнализацияси ўрнатилган. Шунинг, учун марказий станциясига навбатчи электрик бўлиш лозим. Ёнғин ҳақида сигнал бўлса, уни қабул қилиш (ёзиб олиш) қаердан эканлиги аниқлаши, зудлик билан ёнғин ҳимояси тузилмасига хабар бериш, меҳмонхона навбатчисига айтиш, мунтазам равишда келаётган сигналларни кузатиб аниқлаб бериш сўралади. Унинг мажбурияти эслатма сифатида ёзилиб иш жойининг кўринадиган жойига қўйиш керак.

Администрация ходимлари меҳмонларнинг келиши олдида номерларнинг тайёрлигини хоналар санитар ҳолатини, керакли инвентарлар билан контактланганлигини, шу билан бирга техник

воситалар ҳолатини, электр асбобларнинг ва электрожиҳозлар созлигини текшириши лозим.

Меҳмонхонада фавқулотда ёнғин хавфсизлиги режимини ўрнатишда, меҳмонларни хавфсизлик тўғрисида эслатиб қўйиш ўта муҳим ҳисобланади.

Шунинг учун, ҳар бир меҳмонхонада, яшовчилар учун эслатма узилади ва унда ёнғин хавфсизлиги тўғрисида таклифлар ва ёнғин вақтида ўзини тутиш қоидалари кўрсатилади.

Замонавий меҳмонхоналарда етарли миқдорда ёнғин хавфсизлигини таъминловчи, ёнғин учун жиҳозлар билан таъминланган бўлиш лозим.

Буларга: гидрантлар, махсус мослама, шланглар, брантеятлар, аланга ўчиргич киради ва улар доимо шай ҳолатда бўлиши керак.

Меҳмонхона биноси керак каридорида ҳар 20 м бита кўпикли ёнғин ўчиргич, биттадан буфетда, ошархонада, устахонада, сартарошхонада машина бўлимида, иссиқлик узелида, бойлерда 18 та кўпикли ва 1 та карбонат кислотали ўтўчиргич ва қумли яшик, белкураги билан бўлиши керак.

Агар меҳмонхона хўжалик ҳовлиси бўлса, унда албатта, ёнғин умли яшиги лом, болта ва челак қўйилган бўлиши керак.

Бундан ташқари ҳар бир қаватда телефон, электромегафон ва фанар бўлиши керак.

Ҳар бир этажда махсус шланг крани, стволли қўл ушлагичи қўшилиб пломбалаб қўйиш лозим.

Ўт ўчиргичлар ҳар ўн кунда текширилиб, унинг соғлигига ишонч ҳосил қилиши талаб этилади.

Улар полдан 1,5 м, эшикдан 1,2 м эвакуация йўлини тўсмайдиган умумий интерерга мос қилиб ўрнатилади.

Ҳар бир меҳмонхонада, меҳмонхона ходимлари ишдан кўнгилли ёнғин дружиналари ҳам ташкил этиш, ўзининг самарасини беради. Улар ёнғинга қарши барча жиҳоз ва воситалар билан таъминланган бўлишлари ва ҳар вақт кўриқдан ўтказиши талаб этилади.

Саноат корхоналарида, хизмат кўрсатиш ташкилотларида хавфсизликни таъминлаш ва иш шароитини яхшилаш маъмуриятнинг асосий вазифаси сифатида меҳнат қонунлари кодексига ёзиб қўйилган.

Маъмурият таркибига раҳбар ходимлар, яъни саноат корхоналарида, ташкилотларида ташкилотчилик, маъмурий-хўжалик ишларини амалга оширувчи, ишлаб чиқариш жараёнларни ташкил қилувчи, ишлаб чиқаришда меҳнат қилаётган кишиларни бошқарувчи, моддий маблағларни тақсимот билан ишлатиш ва уни назорат қилиш ишларини олиб боровчи шахслар киритилади.

Маъмурият ходимларига қўйиладиган асосий талаб, улар давлат сиёсатини яхши тушунишлари ва уни амалга оширишга ҳаракат қилишлари, давлат ва халқ манфаатларини тушуниб амалга оширишлари, меҳнат шароити тартибини сақлай билишлари, ишчиларни меҳнат интизомини сақлаш ва ишга рағбатлантириш, иш унумини ошириши ва даражасини бир неча ўн йил олдиндан кўра билувчи шахс бўлишлари керак.

Маъмурият зиммасига юклатиладиган мажбуриятлар асосан ишчилар билан маъмурият ўртасида тузиладиган меҳнат битимидан келиб чиқади. Бу меҳнат битимини тузиш мажбуриятини Ўзбекистон Республикасининг Меҳнат Кодекси билан белгиланган. Бу қонуният сифатида қуйидагича тақлид қилинади. Ишчи маълум мутахассислик бўйича белгиланган ишни корхона ички тартиб-қоидаларига риоя қилган ҳолда бажариш, маъмурият эса меҳнат қилиш қонуниятларига асосан ва жамоат битимида кўзда тутилган маълум миқдордаги мажбуриятлар мундарижасини ўз зиммасига олади.

Меҳнат Кодексида кўзда тутилган мажбуриятлар қуйидагилар:

Ҳар бир ишчи, хизматчи учун иш мутахассислиги ва малакасига қараб маълум машина, станок ва бошқалардан иборат иш жойи ташкил қилиш, соғлом ва хавфсиз иш шароитини ташкил қилиш, сифатли иш қуроллари билан таъминлаш, саноат ва меҳнат интизомини, ҳар тарафлама мустаҳкамлаш, иш шароитини кундан-кунга яхшилаб боришни таъминлашга қаратилган техник жиҳозлар ўрнатиш, шунингдек меҳнатни муҳофаза қилишнинг номенклатура чора-тадбирларини амалга ошириш.

Интизом жавобгарлиги. Ҳар бир саноат корхонаси ўз ички тартиб-қоидаларини ишлаб чиқади. Бу тартиб-қоидаларнинг барчаси соғлом ва хавфсиз меҳнат шароитини таъминлаш, жараёнларни нормада бажаришга қаратилган.

Талабларни бажармаслик бахтсиз ҳодисаларга олиб келиши мумкин. Шунингдек, ишчи-хизматчиларнинг тартиб-қоидаларга амал қилмаслиги иш режимининг бузилишига, кассалик, бахтсиз ҳодиса, захарланиш ва бошқа ҳодисаларнинг содир бўлишига олиб келиши мумкин. Улар учун интизом жавобгарлиги таъсис этилган.

Бу жавобгарлик ишчилар учун – огоҳлантириш, хайфсан эълон қилиш, жиддий хайфсан эълон қилиш, уч ой муддат билан ойлиги кам бўлган ишга ўтказиш ёки шу муддатга паст разряд ишга ўтказиш, ишдан бўшатиш каби тартибда амалга оширилади.

Раҳбар шахслар учун жавобгарлик огоҳлантириш, хайфсан эълон қилиш, бир йилгача лавозимини пасайтириш, ишдан бўшатиш йўли билан олиб борилади.

Ишчилар корхона раҳбарлари, цех ва бўлим бошлиқлари томонидан интизом жавобгарлигига тортилиши мумкин. Раҳбар ходимлар эса юқори раҳбарлик ходимлари томонидан интизом жавобгарлигига тортилиши мумкин.

Раҳбар ходимлар жамоа битимида кўрсатилган талабларни, юқори ташкилот буйруқларини бажармаганликлари ва асосан хавфсизлик техникаси, саноат гигиена-санитарияси талаб-қоидаларига амал қилинмаганлиги учун жавобгарликка тортиладилар.

Маъмурий жавобгарлик қўйидаги уч турда белгиланиши мумкин:

1. Ахлоқий характердаги жавобгарлик (огоҳлантириш, жамоат тартибидаги чоралар).

2. Маблағ ва пул ундириш, бунда жарима ва сусодара қилиш усули қўлланилади.

3. Тартиб бузувчининг шахсига таалуқли бўлган жавобгарлик (ахлоқ тузатиш ишлари, маъмурий – қамоқ жазоси, вазифасидан четлатиш).

Меҳнат хавфсизлиги қоида ва нормаларини бузган ишчи ва хизматчиларга маъмурий жавобгарлик тартибида огоҳлантириш, жамоат тартибидаги чоралар ва маълум миқдорда жарима тўлаш белгиланади. Жарима ва огоҳлантириш буйсуниш тартибида раҳбар ходимлар томонидан эмас, балки меҳнатни муҳофаза қилишнинг давлат назорат органлари ёки шаҳар ва туман депутатлари кенгаши ижроия қўмиталари томонидан ташкил қилинган комиссияларнинг қарори билан белгиланади.

Жиноий жавобгарлик. Меҳнатни муҳофаза – қилиш қоидаларининг қўпол бузилиши натижасида оғир жароҳатланиш ёки бир неча кишининг оғир жароҳатланиш содир бўлса ёки бахтсиз ҳодиса ўлим билан тугаса, қоидани бузишда айбланган раҳбар ходим жиноий жавобгарликка тортилади. Жиноий жавобгарлик раҳбар ходимни вазифасидан четлатиш ёки маълум муддатга озодликдан маҳрум қилиш билан белгиланади.

Моддий жавобгарлик. Бу ишчи ва хизматчилар ишлаётган корхонада унинг айби билан корхонага келтирилган моддий зарарни қоплашдир. Меҳнатни муҳофаза қилиш қоида ва нормаларининг ишчи ва хизматчи томонидан бузилиши натижасида саноат корхонаси моддий

зарар кўрса, шу зарарнинг бир қисмини ёки ҳаммасини айбдор шахс томонидан тўланиши моддий жавобгарлик чорасига киради. Моддий жавобгарлик чегараланган ва тўлиқ жавобгарлик тартибида белгиланиши мумкин.

Чегараланган моддий жавобгарликда саноат корхонасига етказилган зарар маъмурият буйруғига асосан ишчи ва хизматчининг ойлигидан ундириб олинади. Бунда айбдор шахснинг розилиги билан ойлигидан (учдан бирдан ошмаслиги шарти билан) ушлаб қолинади.

Тўлиқ моддий жавобгарлик жиноят содир бўлган тақдирда ва айбдор жиноий иш қилган бўлса, уни жавобгарликка тортиш билан бир каторда саноат корхонасига келтирилган моддий зарарни ҳам тўлиқ қоплашга мажбур қилинади. Бундай жавобгарлик қарорларини туман ёки шаҳар суди органлари чиқаради. Бу ҳолда корхона маъмурияти томонидан айбдорнинг ҳақиқатдан ҳам айбдор эканлигини тасдиқловчи ҳужжатлар кўрсатилиши керак.

Юқори малакали мутахассислар тайёрлаш ва саноат корхоналарида касб касалликлари ва жароҳатланишга олиб келадиган омилларни бутунлай йўқотиш саноат корхоналари раҳбарлари олдига қўйилган асосий вазифа ҳисобланади.

Ҳозирги вақтда ишчилар хавфсизлигини таъминлаш борасида қанчадан-қанча тавсияномалар, қоида ва нормалар ишлаб чиқилган бўлишига қарамадан саноат корхоналарида бахтсиз ҳодисаларнинг бутунлай йўқолиб кетишини таъминловчи шароит мавжуд эмас.

Бундан ташқари, саноат корхоналарининг хилма-хиллиги, ҳаттоки маълум бир корхонада ҳам иш шароити бир-бирига ўхшаш иккита цехни топиш амри маҳол эканлиги, умумий саноат корхоналари хавфсизлигини таъминловчи, тартибга солинган рецепт ишлаб чиқариш мумкин эмас. Шунинг учун ҳам ҳар бир саноат корхонаси ўзи учун меҳнатни муҳофаза қилиш ва меҳнат хавфсизлигини таъминлашга қаратилган инструктажлар

системаси ташкил қилинган ва бу системалар ишчиларнинг хавфсизлигини таъминловчи иш усулларини ўргатиш ишчининг меҳнат хавфсизлигини сақлаш чора-тадбирларини ҳам ўз ичига олади.

Инструктажларни асосан тўрт гуруҳга бўлиб қараш мумкин: 1) кириш инструктажи; 2) иш жойидаги инструктаж; 3) вақти-вақти билан ўтказиладиган инструктаж ва 4) режадан ташқари инструктаж (ГОСТ 12.004-74 (МХСС)).

Саноат корхоналарининг ҳаммасида иш категорияси ва хавфли даражаси қандай бўлишига қарамай барча ишчи ва хизматчилар иш даври, мутахассислиги ва малакасидан қатъий назар инструктаждан ўтишлари шарт.

Кириш инструктажи. Ишга янги кираётганлар учун ўтказилади. Бу инструктажнинг асосий мақсади – ишга кираётганларнинг меҳнатини муҳофаза қилиш, хавфсизлик техникаси ва саноат санитарияси тўғрисида маълумот бериш, уни саноат корхонаси майдонлари ва цехларидаги тартиб-қоидалардан хабардор қилишдир. Кириш инструктажи яхши жиҳозланган ва кўрғазмали қуроллар ўрнатилган меҳнатни муҳофаза қилиш кабинетида, хавфсизлик техникаси инженери томонидан ўтказилади.

Кириш инструктажи вақтида ишга кираётган ишчи қуйидаги ҳолатлар билан таништирилиши шарт: Ўзбекистон Республикасида меҳнатни муҳофаза қилиш қонуниятлари асослари, саноат корхонасида йўлга қўйилган ички тартиб қоидалари, саноат корхонаси майдонида ва цехларида ўзини тутиш қоидалари, саноат корхонасидаги хавфсизлик техникасининг умумий талаблари, иш жойини ташкил қилиш, ишчига топширилган машина ва механизмларни саромжон ва озода сақлаш қоидалари, махсус иш шароити ташкил қилинган айрим цех ва бўлимлар билан таништириш, бахтсиз ҳодисаларни олдини олиш қоидаларини тушунтириш бунда асосий диққат эътиборни ҳар хил эритувчилар,

кислоталар, енгил алангаланувчи суюқликлар, сиқилган ҳаво, электр токи хавфи мавжуд бўлган цехларга қаратиш керак.

Меҳнатни муҳофаза қилиш, хавфсизлик техникаси ва саноат санитарияси қоида, норма ва инструкцияларининг бузилиши натижасида вужудга келган бахтсиз ҳодисалар ҳақида маълумотлар берилиши керак. Бахтсиз ҳодиса рўй берганда ўзини қандай тутиш ҳақида тушунча берилади, алкогольли ичимликлар бахтсиз ҳодисага олиб келиши ҳақида айтиб ўтилиши шарт. Кийим бош, махсус оёқ кийими ва шахсий муҳофаза воситаларидан фойдаланиш қоидалари, санитар-гигиена шароитларига эътибор бериш, санитар маиший хоналардан фойдаланиш тартиби, бахтсиз ҳодиса рўй берганда, бахтсиз ҳодисага учраган кишига врач келгунга қадар ёрдам кўрсатиш усуллари ҳақида маълумот берилади.

Иш жойидаги инструктаж. Ишга янги қирган, бир ишдан иккинчи ишга ўтказилган, бир машинадан иккинчи машинага, бир участкадан иккинчи участкага ўтказилган, агар бу ўтказишлар вақтинча бўлишидан қатъий назар иш жойидаги инструктаждан ўтказилиши шарт.

Иш жойидаги инструктажда қўйидагилар тушунтирилиши керак: ишчининг доимий ишлаш жойи, цехдаги технологик жараён ва хавфли участкалар, ишчининг доимий ишлаши зарур бўлган машинанинг ёки станокнинг тузилиши, машинанинг хавфли жойлари, муҳофаза қуроллари ва бошқа сақловчи воситалар, уларнинг вазифаси ва улардан фойдаланиш қоидалари. Ишга тайёрланиш қоидалари, станокнинг созланганлигини текшириш, юргизиш ўчириш асбобларининг ишлаши, станокнинг ерга уланганлиги, ёрдамчи ва асосий қуролларнинг мавжудлиги. Шахсий муҳофаза аслаҳаларининг вазифалари ва улардан фойдаланиш қоидалари, иш кийимлари, махсус кийимлар, оёқ кийимлари ва бош кийимларга қўйиладиган талаблар.

Иш жойини ташкил қилиш бунда материал ва тайёр маҳсулотларни жойлаштириш, иш жойларини ифлос ва кераксиз нарсалар билан тўлиб

кетишига йўл қўймаслик, йўллар, ўтиш жойлари ва иш жойларини тўсиб қўймаслик.

Транспорт воситалари, кўтариш кранлари ва механизмлари ишлатиш қоидалари ва бошқа ёрдамчи воситалардан фойдаланиш тартиблари.

Бахтсиз ҳодисалар келиб чиқиш мумкин бўлган иш усулларини қўллашни тақиқлаш ва касб касалликларига олиб келиши мумкин бўлган саноат зарарли моддалари ҳақида тушунча бериш ва улардан сақланиш усулларини кўрсатиш.

Инструктаж ўтказаетганда аввало одатдаги иш шароитида ишчи ўзини қандай тутиши кераклиги ҳақида маълумот берилади. Лекин саноат корхоналарида баъзи бир ҳаддан ташқари ҳолатлар ҳам юз бериб қолиши мумкин. Масалан авария, ёнғин ва бошқа ҳолларда ишчи ўзини қандай тутиши, тез ҳаракат қилиши муҳим аҳамиятга эга.

Шунинг учун мана шундай ҳолатларда қандай ҳаракат қилиш кераклиги ҳақида ҳам маълумот берилиши керак.

Иш жойидаги инструктажни мастер ёки бригадир ўтказди.

Вақти-вақти билан ўтказиладиган инструктаж. Бу инструктажни ўтказиш вақтини фабрика, завод касабга уюшмаси комитетлари билан келишган ҳолда, саноат корхонасининг раҳбари белгилайди. Бу инструктажнинг мазмуни иш жойидаги инструктаж мазмуни билан бир хил. Инструктаж кириш инструктажи сингари ҳамма ишчилар иш стажи, малакаси, разрядидан қатъий назар ўтказилиши шарт.

Режадан ташқари инструктаж. Бу инструктаж технологик жараённинг ўзгариши, янги машина ва станоклар киритилиши ва янги материаллардан фойдаланиш натижасида иш шароитининг ўзгариши сабабли ишчиларнинг хавфсизлиги сақлаш учун билимлари етишмаслиги сезилганда ўтказилиши мумкин.

Шу саноат корхонасига ўхшаш корхонада авария сабабли бахтсиз ходиса рўй берганлиги ҳақида хабар эшитилгандан кейин ҳам, режадан ташқари инструктаж ўтказилади.

Кундалик инструктаж. Наряд-допуск билан бажариладиган хавфли ишлар учун иш бошлашдан олдин ўтказилади. Бу инструктаж ўтказилганлиги ҳақидаги маълумот наряд-допускка ёзиб қўйилади.

III-боб бўйича хулосалар

Таъкидлаб ўтилганидек, ҳар қандай фаолият тури ҳоҳ у ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш бўлсин бошқарувни ҳамда юқори даромад олиш ва самарадорлигини ошириш учун бошқарув усулларида самарали фойдаланишни тақозо этади.

Диссертация ишининг ушбу бобида бошқарувнинг усуллари ҳамда уларнинг моҳияти ҳам кенг ёритилиб берилган. Жумладан, бошқарувнинг иқтисодий, ташкилий фармойиш ва ижтимоий-психологик усуллари батафсил ўрганилди.

Меҳмонхоналар фаолиятини, умуман уларнинг самарадорлигини оширишда маркетинг тадқиқотларини олиб бориш ва уларни амалиётга жорий этиш жуда муҳми ҳисобланади.

Маркетинг тадқиқотларининг юқори даражада ташкил этилиши, уларнинг кўлами, таҳлилий ва қайта ишлаш жараёнларида фойдаланиладиган услублар йиғиндиси, бевосита корхона ва ташкилотларнинг маркетинг стратегиясини белгилашда, амалга оширишда, дастлабки босқич, «таянч нуқта» ҳисобланади. Туризм бозори тобора янги туристик маҳсулотлар ва хизматлар билан бойиб бораётган бугунги шароитида янги имкониятларни аниқлаш ва улардан оқилона фойдаланишда маркетинг тадқиқотларининг аҳамияти кун сайин ортиб бормокда.

ХУЛОСА ВА ТАКЛИФЛАР

Миллий туристик мажмуанинг асосий инфраструктураси бўлиб меҳмонхона хўжалиги ҳисобланади. Шундай экан, меҳмонхоналарнинг асосий мақсади – мижозларни вақтинчалик яшаши учун номер яъни ётоқ жой билан таъминлаш, юқори даражали хизматлар кўрсатиш, қулайлик яратиш ва ғамхўрлик қилишдир.

Бундан ташқари меҳмонхона – бу бутун кун давомида мураккаб жараён содир бўлувчи бино (ёки бинолар мажмуи) бўлиб, унда мижозларга номерлар берилиши, шунингдек меҳмонхона маҳсулидан шинам, қулай ва хавфсиз фойдаланишга йўналтирилган қўшимча хизматлар кўрсатилиши керак. Меҳмонхоналарда шунингдек ёрдамчи ва қўшимча хизматлар мавжуд. Ёрдамчи хизматлар: кир ювиш, чойшаблар алмаштириш, хона тозалаш хизматлари, кийим тозалаш ва бошқалар. Қўшимча хизматлар: кичик таъмирлаш, сартарошлик, сауна, бассейн, бизнес марказ, савдо шаҳобчалари, спорт – соғломлаштириш маркази ва бошқалар. Хозирда дунёда 300 мингдан ортиқ меҳмонхоналар мавжуд. Аммо кўрсатилаётган хизматлар сифати бир – биридан фарқ қилади.

Шуни алоҳида таъкидлаб ўтиш керакки, аввало меҳмонхоналар инфраструктурасини замон талаби даражасида ташкил этиш ва мавжудларини такомиллаштириш орқали меҳмонхона индустиясни ривожланишини кўришимиз мумкин. Иккинчи эътибор қаратилиши зарур бўлган омил бу меҳмонхоналарда қўшимча хизматларни кўпайтириш ва бу хизматлар сифатини яхшилашдир.

Диссертация ишида таҳлил қилинган “Asia Samarkand” меҳмонхонаси 2008 йил очилган бўлиб, меҳмонхонада жуда юқори савияда Европа стандартларига мос хизматлар ва бу меҳмонхонага ташриф буюрган меҳмонлар узбек урф – одатлари ҳамда ўзбекона муҳитни хис қилади. Малакали ва хушмомила персонал ходимлари ташриф буюрган

меҳмонларни сайёҳатини мароқли бўлишига максимал даражада ҳаракат қилишади.

“Asia Samarkand” меҳмонхонаси 2 қаватдан иборат. Биринчи қаватида ресторан, ошхона, бар, қабул қилиш хизмати бўлими, барча бўлимлар офиси, валюта айирбошлаш шаҳобчаси, зал, сувенир магазин, фитнес клуб, сауна, кирхона, ходимлар учун душ, мижозлар ва ходимлар учун ҳожатхона жойлашган. Меҳмонхонанинг иккинчи қаватида асосан меҳмонлар учун хоналар (номерлар) жойлашган.

Номерларнинг умумий сони 85 та, шулардан, 3 та бир кишилиқ (Single), 1 та люкс (Lux), 3 та жуфт кишилиқ (Double), 78 та икки кишилиқ (Twin) номерлардан иборат. Шунингдек, меҳмонхонада, 2 та коференц – зал, тунги бар, ёзги бар, сауна, массаж хонаси спорт билан шуғуланиш хоналарини фаолият кўрсатади.

Такидлаш жойизки, бевосита “Asia Samarkand” меҳмонхонасига ташриф буюраётган туристлар сони йилдан йилга ижобий ўзгаришлар кузатилмоқда. Жумладан, 2012 йилда 23,108 та туристга хизмат кўрсатилган бўлса 2013 йилга келиб бу кўрсаткич 23,905 тани ташкил этган.

“Asia Samarkand” меҳмонхонасида инсон ресурсларига катта эътибор қаратилган ва улар учун зарурий шароитлар яратиб берилган. Меҳмонхона катта турдаги жойлаштириш корхонаси бўлгани сабабли унинг персонали 66 кишидан яъни директор, ресторан директори, бош ҳисобчи, бухгалтер, кассир, менежер, администратор, ошпазлар, ҳайдовчи, ва бошқа бир қатор қўшимча ва мавсумий ишчилардан ташкил топган.

Таъкидлаб ўтилганидек, ҳар қандай фаолият тури ҳоҳ у ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш бўлсин бошқарувни ҳамда юқори даромад олиш ва самарадорлигини ошириш учун бошқарув усулларида самарали фойдаланишни тақозо этади.

Диссертация ишида бошқарувнинг усуллари ҳамда уларнинг моҳияти ҳам кенг ёритилиб берилган. Жумладан, бошқарувнинг иқтисодий, ташкилий фармойиш ва ижтимоий-психологик усуллари батафсил ўрганилди.

Меҳмонхоналар фаолиятини, умуман уларнинг самарадорлигини оширишда маркетинг тадқиқотларини олиб бориш ва уларни амалиётга жорий этиш жуда муҳим ҳисобланади.

Маркетинг тадқиқотларининг юқори даражада ташкил этилиши, уларнинг кўлами, таҳлилий ва қайта ишлаш жараёнларида фойдаланиладиган услублар йиғиндиси, бевосита корхона ва ташкилотларнинг маркетинг стратегиясини белгилашда, амалга оширишда, дастлабки босқич, «таянч нуқта» ҳисобланади. Туризм бозори тобора янги туристик маҳсулотлар ва хизматлар билан бойиб бораётган бугунги шароитида янги имкониятларни аниқлаш ва улардан оқилона фойдаланишда маркетинг тадқиқотларининг аҳамияти кун сайин ортиб бормокда.

Тадқиқотларимиз натижасида қуйидаги тақлифларни ишлаб чиқдик:

– Меҳмонхоналарни ривожлантиришнинг меъёрий – ҳуқуқий асосларини такомиллаштириш;

– меҳмонхоналар инфраструктурасини замон талаби даражасида ташкил этиш ва мавжудларини такомиллаштириш;

– Меҳмонхона хизматлари самарадорлигини оширишда хизматлар сифатини истеъмолчи нуқтаи назаридан ўрганиш бўйича маркетинг тадқиқотларни олиб боришни ташкил этиш ҳамда хорижий тажрибалардаги кенг фойдаланиш лозим.

– меҳмонхоналар ходимларининг малакасини замон талаби даражасида ошириб бориш;

– Меҳмонхона хизматлари самарадорлигини оширишда меҳнат унумдорлигини, шикоят ва таклифларни таҳлил қилиш, миждозларни ўрганиш, уларга кўрсатилган хизматлардан қаноатланганлик даражасини назорат қилиш керак

– Самарқанд шаҳридаги меҳмонхоналарда хизматлар ассортиментини кўпайтириш;

– Ҳозирги кун бизнесида сифатга эътиборни кучайтириш инсон ресурсларини бошқариш хизматидан меҳмонхона саноати корхоналарини олдингига қараганда малакалироқ ходимлар билан таъминлашни тақозо этади. Бунда малакали ходимлар меҳнатига муносиб ҳақ тўлаш таъминланиши керак

– Меҳмонхоналарда қўшимча хизматлар ва уларнинг сифатини ошириш бўйича чора –тадбирлар ишлаб чиқиш ва амалиётга жорий этиш;

– Меҳмонхона саноатини ривожлантириш бўйича жаҳон тажрибасини ўрганиш ва улардан ўзимизда қўллаш мумкин бўлган тарафларини олиш ва мамлакатимизда қўллаш;

– Меҳмонхона саноатини ривожлантиришда бошқарувни ва бошқарув усулларида фойдаланишни такомиллаштириш;

– Соҳани ривожлантиришда маркетинг тадқиқотларидан кенг фойдаланиб мавжуд муаммоларни аниқлаш ва уларни бартараф қилиш йўллари ишлаб чиқиш.

Ўйлаймизки юқорида келтирилган таклифларни амалга ошириш келажакда меҳмонхона саноатининг ривожланишига ўзининг муносиб ҳиссасини қўшади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

I. Ўзбекистон Республикаси қонунлари

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. -Т.: "Ўзбекистон", 2014.
2. “Туризм тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикасининг Қонуни. Ўзбекистоннинг янги қонунлари.-Т.: Адолат, 2000, 131-140 б.

II. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармонлари ва Қарорлари

1. “Ўзбектуризм” МКсининг ташкил топиши тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони // “Халқ сўзи”, 1992 йил 27 июль.
2. “Буюк Ипак йўлини қайта тиклашда Ўзбекистон Республикасининг иштирокини авж олдириш ва республикада Халқаро туризмни ривожлантириш борасидаги чора –тадбирлар тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1995 йил 2 июндаги 1162 рақамли Фармони. // “Халқ сўзи”, 1995 йил 3 июнь.
3. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг 2005 йилгача бўлган давлат дастури. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.Каримовнинг 15.04.1999 йилдаги ПФ-№2286 фармони. //Халқсўзи, №74. 1999. 16 апрель

III. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари

1. “Туристик ташкилотларнинг фаолиятини такомиллаштириш тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг № 346 сонли 8 августда қабул қилинган Фармойиши. // “Халқ сўзи” газетаси, 1998 йил 9 август.

IV. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А. Каримов маърузалари ва асарлари

1. И.Каримов. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари. –Т.: Ўзбекистон, 2009 й.
2. И.Каримов. «Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислоҳ этишдир». -Т.: Ўзбекистон, 2005 й.
3. И. Каримов. Мамлакатимизни модернизация қилиш ва кучли фуқаролик жамияти барпо этиш – устувор мақсадимиздир. “Халқ сўзи”, 2010 йил 28 январь
4. И. Каримов. Асосий вазифамиз – Ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир.”Халқ сўзи”, 2010 йил 30 январь.
5. И. Каримов. Барча режа ва дастурларимиз ватанимиз тараққиётини юксалтириш, халқимиз фаровонлигини оширишга хизмат қилади. ”Халқ сўзи”, 2011 йил 22 январь.
6. И.Каримов.Мамлакатимиз тараққиётининг қонуний асосларини мустаҳкамлаш фаолиятимиз мезони бўлиши даркор. //Халқсўзи, 2006,25-февраль.
7. И.Каримов. Эришилган ютуқларни мустаҳкамлаб, янги марралар сари изчил ҳаракат қилишимиз лозим.//Халқсўзи, 2006. 11-февраль
8. И.Каримов. Инсон, унинг ҳуқуқи ва эркинликлари ҳамда манфаатлари – энг олий қадрият. //Халқ сўзи, 2005. 8 декабр
9. И.Каримов. Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислоҳ этишдир. –Т.:Ўзбекистон. 2005 й.
10. И.Каримов. Биз танлаган йўл демократик тараққиёт ва маърифий дунё билан ҳамкорлик йўли. –Т: Ўзбекистон. 2003. -318 б.
11. И.Каримов. Ўзбекистон XXI асрга интилоқда. –Т.:Ўзбекистон, 2000 й.
12. 2012 йил ватанимиз тараққиётини янги босқичга кўтарадиган йил бўлади. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислам Каримовнинг

2011 йилнинг асосий яқунлари ва 2012 йилда Ўзбекистонни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг устувор йўналашларга бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси. // Халқ сўзи, 2012 йил 20 январь.

13. Каримов И.А. “2014 йил юқори ўсиш суръатлари билан ривожланиш, барча мавжуд имкониятларни сафарбар этиш, ўзини оқлаган ислохатлар стратегиясини изчил давом эттириш йили бўлади”, Халқ сўзи 2014 йил, 18 январь.

V. Ўзбекистонлик ва хорижий олимларнинг адабиётлари

1. Балабанов И.Т., Балабанов.А.И. «Экономика туризма»- М.: Финансы и статистика, 2004 й.
2. Войе Х., Якубсен У. Маркетинг. М.: Прогресс, 1991.
3. Голубков Б.П. Маркетинг: выбор лучшего решения. М.: Экономика, 1998.
4. Зайнутдинов Ш.Н. ва бошқалар. “Менежмент асослари”. – Т.: Ўқитувчи, 2003.
5. Кабушкин.Н.Н. Менежмент туризма. -М.: Новое знание 2005 г.
6. Котлер Ф. Основа менеджмента. Пер.с англ. М.: Прогресс, 2002 й.
7. Хасанова Л.Г. «Основы туризма». Учебно-методический комплекс по дисциплине . – Т.: 2006
8. Камилова Ф.К. – «Халқаро туризм бозори»// Т.: ТДИУ-2001й.
9. М.Шарифхўжаев, Ё.Абдуллаев “Менежмент” дарслик. Т.: “Ўқитувчи” 2001 й.
10. Қосимова М.С., Ахмедов О.М., Ёдгоров М.К. Маркетинг тадқиқоти. Тошкент, Уқитувчи, 1998.
11. Р.Ҳайитбоев, О.Пардаев “Туризмнинг менежменти” Самарқанд 2010 й.
12. Солиев А., Усмонов А. Маркетинг. Тошкент, Уқитувчи, 1997.
13. Тухлиев И.С., Қудратов Ғ.Ҳ., Пардаев М.К. Туризмни режалаштириш.Т.: “IQTISOD-MOLIYA” 2010 й.

14. Тухлиев И.С, Қудратов Г.Х. Туризм иқтисодиёти. –С.: СамИСИ., 2007 й.
15. Тухлиев И.С. ва бошқалар. “Ўзбекистонда туризм хизмат бозорини ривожлантиришнинг ижтимоий – иқтисодий муаммолари” номли монография. Т.: “Иқтисодиёт” 2012 й.
16. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. «Формальности в системе туризма Республики Узбекистан» - Т: «O'zbekiston milliy ensiklopediyasi», 2007 й.
17. Тухлиев Н., Таксанов А. Экономика большого туризма. – Т.: “Ўзбекистан Миллий Энциклопедияси”, 2001й.
18. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Национальные модели развития туризма – Т.: Ўзбекистон Миллий Энциклопедияси, 2006 й.
19. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Экологический туризм: сущность, тенденции и стратегия развития. –Т.: Ўзбекистон Миллий Энциклопедияси, 2006 й.
20. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Основы безопасности в туризме. –Т.: Ўзбекистон Миллий Энциклопедияси, 2008 й.
21. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Менеджмент и организация бизнеса в туризме Узбекистана. – Т.:Ўзбекистан Миллий Энциклопедияси, 2006 й.
22. Чудновский А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство М.: ЮРКИНГА. 2005 й.
23. Р.М.Яхьяев “Меҳмонхоналарда хизмат кўрсатишни ташкиллаштириш” фанидан Маъруза матнлари Тошкент- 2005 й.
24. З.И.Абдуллаева. Проблемы совершенствования организационно – экономического механизма развития гостиничного бизнеса, Ташкент 2013 г.
25. Пардаев М.Қ., Атабаев Р. Туристтик ресурсларни таҳлил қилиш ва баҳолаш. С.: СамИСИ, 2006. – 137 б.
26. Пардаев М.Қ. Туризм асослари. Маъруза матни. Самарқанд, 2006. – 76 б.

27. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Национальные модели развития туризма.- Т.: Гос.науч.изд-во Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006.– 421 с.
28. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве. – М.: КНОРУС, 2005. – 320 с.
29. Статистический бюллетен: Основниѳ показатели развития туризма и отдыха в Республике Ўзбекистан в 2009году. Ташкент-2010.

VI. Интернет сайтлари

1. www.interunion.ru – туристские ассоциации
2. www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация
3. www.wttc.org – Всемирный Совет по путешествиям и туризму
4. <http://www.wto-mfrketing.ru>– сайт WTO
5. <http://www.dis.ru/manag/index.html>
6. www.stat.uz – Ўзбекистон Республикаси статистика кўмитаси
7. www.uzbektourism.uz – Национальная Компания Узбектуризм
8. www.russiatourism.ru - Федеральное агентство по туризму
9. www.unwto.org - Всемирная туристская организация
10. www.wttc.org - Всемирный совет путешествий и туризма
11. www.turkestantravel.com – Узнайте Центральной Азии
12. www.orexca.com - Виртуальный Путеводитель по Центральной Азии