

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ**  
**ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**  
**САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ**

**Қўлёзма ҳуқукида**

**УДК**

**Махмудов Муҳаммад Эшмурод ўғли**

**Ресторанларда тайёрланадиган таомлар сифатини такомиллаштириш  
орқали самарадорлигини ошириш (Самарқанд шаҳар “ORIENT-STAR”  
меҳмонхонаси қошидаги ресторан мисолида)**

**5А610101-Хизматлар соҳаси ( ресторан иши )**

**Магистр**

**академик даражасини олиш учун**

**ёзилган диссертация**

**Илмий раҳбар: т.ф.д. Р.Н.Нормахматов**

**САМАРҚАНД-2019**

## Мундарижа

	<b>Кириш</b>	<b>4</b>
<b>I-БОБ.</b>	<b>Бозор иқтисодиёти шароитида хизматлар сифати ва рақобатбардошлик муаммолари</b>	
1.1.	Хизматлар соҳасида сифат тушунчаси ва сифат муаммосининг моҳияти	8
1.2.	Хизмат сифатини белгилаб берувчи асосий омиллар ва уларнинг тавсифи	13
1.3.	Хизматлар сифати модели. Кутилаётган ва қабул қилинаётган сифат	15
1.4.	Рақобатбардошлик ҳақида умумий тушунча ва махсулотнинг рақобатбардошлилиги	17
<b>II-БОБ.</b>	<b>“ORIENT-STAR” меҳмохонаси қошидаги рестораннинг иқтисодий кўрсаткичлари, тайёрланадиган таомлар ассортименти тадқиқот объектлари ва усуллари</b>	
2.1.	Рестораннинг иқтисодий кўрсаткичлари ва таомлар ассортиментининг таҳлили	24
2.2.	Тадқиқот объектларининг тавсифлари	27
<b>III-БОБ.</b>	<b>“ORIENT-STAR” меҳмохонаси қошидаги ресторан фаолиятининг самарадорлигини ошириш.</b>	
3.1.	“ORIENT-STAR” меҳмохонасининг умумий тавсифи ва қошидаги рестораннинг туристларни овқатлантиришдаги тутган ўрни	29
3.2.	“ORIENT-STAR” меҳмохонаси қошидаги рестораннинг таомлар сифати назорати ва сифатига таъсир қилувчи омилларни ўрганиш	38
3.3.	“ORIENT-STAR” меҳмохонаси қошидаги ресторанда таомлар ассортименти таҳлили ва уларнинг сифатини ошириш масалалари	45
3.4.	Ресторанда ҳаёт фаолияти хавфсизлиги ва меҳнат муҳофазасини ташкил этиш	59
	<b>Хулоса ва таклифлар</b>	<b>68</b>
	<b>Фойдаланилган адабиётлар рўйхати</b>	<b>71</b>
	<b>Иловалар</b>	<b>73</b>

## Кириш

Инсонларнинг моддий ва маънавий ҳаётини яхшилаш, турмуш даражасини ошириш ва такомиллаштиришда хизматлар кўрсатиш соҳаси муҳим аҳамиятга эгадир. Хизматлар соҳаси - ижтимоий ишлаб чиқариш тизимида функционал вазифаси аҳолига хизматлар ва маънавий неъматларни ишлаб чиқаришдан иборат бўлган тармоқлар, тармоқ бўғинлари ва фаолияти турларининг мажмуидир. Шу сабабли ҳам мамлакатимизда аҳолига хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантиришга алоҳида эътибор берилга бошлади.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2006 йил 17 апрелида қабул қилган “Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чора тадбирлари” тўғрисидаги қарори бунга мисол бўла олади. Шу билан бир қаторда 2016 йил 26 февралда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “2016-2020 йилларда хизматлар соҳасини ривожлантириш даъстури тўғрисида”ги 55-сонли қарори ҳам бунга мисол бўла олади. Ушбу қарорда ҳам хизмат кўрсатиш соҳасини турлари ва ҳудудлари бўйича 2020 йилгача ривожлантириш дастури ишлаб чиқилган ва тасдиқланган. Шу туфайли мамлакатимизда хизмат кўрсатиш соҳасида анча муваффақиятга эришилди. Шу қисқа даврда мазкур соҳа иқтисодиётнинг кўп тармоқли ҳал қилувчи соҳасига айланди. Унинг ялпи ички маҳсулотдаги улуши 2000 йилда 37 % ни ташкил этган бўлса, 2015 йилда 54.5 % ни ташкил этди. Ана шуларнинг узиёқ мазкур соҳа иқтисодиётнинг ҳал қилувчи соҳаси бўлиши билан бирга аҳолининг яшаш даражаси ва сифатинининг ошишига хизмат қиладиган соҳалардан бирига айланиб бормоқда.

Бугунги кунда овқатланиш хизматлари соҳаси хизматлар соҳасининг муҳим таркибий ва асосий қисмларидан бири эканлиги ҳеч кимда шубҳа ўйғотмайди. Ана шу овқатланиш хизматларини ташкил этишда ресторан хизматларининг ҳам алоҳида ўрни борлигини қайд этиш лозим.

Ўзбекистон Республикасида ҳам ресторан хизмати, яъни ресторанларда овқатланиш умумий овқатланиш корхоналари орасида энг асосийси ва кўп

функцияли бизнес ҳисобланади. Чунки ресторан бизнеси бугунги кунда мижозларнинг физиологик эҳтиёжларини қондириш билан бир қаторда дам олишга бўлган эҳтиёжини, маданий ҳордиқ чиқаришини таъминловчи объектга ҳам айланиб бормоқда.

Ресторан бизнеси соҳаси даволаш-соғломлаштириш комплекси билан чамбарчас боғлиқдир. Чунки шу ерда соғлом турмуш тарзини пропаганда қилиш ва жорий этиш ғоялари, парҳез овқатланишни ташкил этишни, касал мижозлар учун “махсус столлар” ташкил этади, вегетариан овқатланишни тарғиб қилади.

Ресторан бизнеси соҳаси маълум регионларда кириш туризмнинг ривожланишига ҳам хизмат қилади. Тармоқда янги иш ўринларини яратиш туристик инфраструктурани ривожлантириш ва унинг фаолият самарадорлигини ошириш ҳисобига ресторан бизнеси иқтисодий вазифаларни ҳал этиш билан бир қаторда ижтимоий –социал функцияларни ҳам ҳал этади.

Шундай қилиб ресторан бизнесининг замонавий корхоналари ҳар хил тармоқ комплекслари билан бирга: озиқ-овқат, маданият, аҳолини социал ҳимоялаш кабилар билан чамбарчас боғлиқликда иш олиб бориши мумкин.

Шунингдек, ресторан бизнеси аҳоли бандлиги муаммосини юмшатишда ҳам муҳим роль ўйнайди. Бу билан ресторан бизнесининг муҳим социал функцияси номоён бўлади. Ресторан бизнеси доираси корхоналарининг фаол иштироки натижасида кўпчилик муаммолар ҳал этилади. Бизнинг мамлакатимизда ҳам хизмалар соҳасида ресторан бизнесининг ўрни тобора ривожланиб бормоқда. Шу сабабли ҳам биз магистрлик диссертациясининг мавзусини ресторанлар бўйича танладик.

**Тадқиқотнинг мақсади.**Тадқиқотнинг мақсади ресторанларда тайёрланадиган таомларнинг сифатини такомиллаштириш асосида уларни самарадорлигини ошириш ҳисобланади.

**Тадқиқотнинг объекти.**Тадқиқот объекти қилиб Самарқанд “ORIENT STAR” меҳмонхонаси қошидаги ресторан танланди.

**Тадқиқотнинг вазифаси.**

- “ORIENT STAR” меҳмонхонаси қошидаги рестораннынг иқтисодий кўрсаткичларни таҳлил қилиш;
- “ORIENT STAR” меҳмонхонаси қошидаги ресторанда тайёрланаётган таомлар ассортиментини ўрганиш ва таҳлил қилиш;
- “ORIENT STAR” меҳмонхонаси қошидаги ресторанда тайёрланаётган таомлар сифатини органалептик усулда балл тизимини қўллаб баҳолаш;
- “ORIENT STAR” меҳмонхонаси қошидаги ресторанида тайёрланаётган таомларнинг сифатига таъсир кўрсатувчи омилларни ўрганиш;
- Таомлар сифатига таъсир кўрсатувчи омилларни ўрганиш асосида иш фаолиятини самарадорлигини ошириш бўйича тавсиялар ишлаб чиқиш ҳисобланади.

**Тадқиқотнинг предмети.** Тадқиқот предмети ресторанларда тайёрланаётган ва миқдорларга тақдим этилаётган таомлар ассортиментининг озуқавий ва энергетик қийматлари ҳисобланади.

**Тадқиқот усуллари.** Магистрлик диссертациясини бажариш жараёнида таомларнинг сифатини баҳолашда органалептик,балл ва физик-кимёвий усуллардан фойдаландик. Таомларнинг энергетик қийматини аниқлашда эса озуқавий моддаларнинг энергетик қиймати коэффициенти асосида ҳисоблаш усулларида фойдаландик.

**Тадқиқотнинг амалий натижалари.** “ORIENT STAR” меҳмонхонаси қошидаги ресторан мисолида унинг таомлар ассортиментини кенгайтириш ва сифатини ошириш бўйича тавсиялар ишлаб чиқилиб, ресторан маъмуриятига топширилди.

**Тадқиқот натижаларининг апробацияси.** Тадқиқот натижалари институтнинг “Сервис” журналида чоп этилган. Шунингдек, ресторан бизнеси ва товар товар экспертизаси хизматларини такомиллаштиришга

бағишланган республика илмий-амалий журналіда маъруза қилинган(Самарқанд 2019 йил 27 март).

**Тадқиқот натижаларининг эълон қилинганлиги.** Магистрлик диссертацияси бўйича 2 та илмий иш нашр этилган.

**Магистрлик диссертациясининг тузилиши ва ҳажми.** Диссертация тузилиши кириш қисм,3 та боб, хулоса, фойдаланилган адабиётлар рўйхати ва иловадан иборат. Магистрлик диссертациясининг ҳажми 70 бетни ташкил этади.

# 1 боб. Бозор иқтисодиёти шароитида хизматлар сифати ва рақобатбардошлик муаммолари

## 1.1.Хизматлар соҳасида сифат тушунчаси ва сифат муаммосининг моҳияти.

**Хизматларнинг сифати** – бу буюртмачининг талабини қондириши мумкин бўлган ижобий хусусиятларининг мажмуидир. Хизматларнинг истеъмол қиймати номенклатураси кўп ҳолатларда товарларнинг истеъмол қиймати номенклатурасига мос келади.

Хизматлар сифатига уч гуруҳ талабларни кўрсатиш мумкин: истеъмол қийматига талаблар, технологик ва назорат талаблари. Хизматларнинг сифатига истеъмол қиймати талаблари истеъмол хоссалари ва кўрсаткичлари орқали ифодаланади.

Хизматларнинг истеъмол хоссалари номенклатураси қуйидаги 1-чизмада келтирилди.



1-чизма. Хизматларнинг истеъмол хоссалари номенклатураси

Хизматларнинг мўлжалланганлиги – бу хизматлар буюртмачиларнинг асосий ва қўшимча эҳтиёжларини қондиришидир. Масалан, чакана савдо хизматининг мўлжалланганлиги асосий эҳтиёжни қондириш, яъни истеъмолчиларга товарни сотиш, шунингдек қўшимча эҳтиёжларни қўшимча хизматлар (қайси товарни қаердан сотиб олиш, оғир ва катта габаритли товарларни етказиб бериш, товар сотилгандан кейинги хизматлар ва бошқалар) асосида қондириш киради.

Хизматлар функционал ва социал мақсадларга қаратилган бўлади. **Хизматларнинг функционал мақсади** – миқознинг асосий эҳтиёжини қондиришга қаратилганлидир. Масалан, умумий овқатланиш корхоналари хизматининг функционал мўлжалланганлиги – бу буюртмачиларнинг овқатларни истеъмол қилиш асосида эҳтиёжларини қондиришидир. Хизматларнинг натижаси эса бир қанча кўрсаткичларлар асосида баҳоланиши мумкин. Масалан, кулинария ва кондитер маҳсулотларининг хизмат кўрсатиш натижаси уларнинг озуқавий қиймати, кимёвий таркиби радиоцион, кимёвий, микробиологик жиҳатдан хавфсизлиги кабилари билан аниқланади. Материал бўлмаган хизматлар сифати, масалан таълим хизматлари сифати, ўқувчининг қанчалик даражада ўзлаштириши даражаси билан аниқланади.

**Хизматнинг социал мўлжалланганлиги** эса – жамият ва буюртмачиларнинг маълум бир социал эҳтиёжини қондириши билан тушунтирилади. Масалан, умумий овқатланиш корхоналари типи ва классларига қараб маълум бир тоифа (социал) гуруҳлар талабини қондиришга қаратилади. Масалан, ресторанлар, экстра, люкс-класс барлар бой одамларнинг социал эҳтиёжларини қондиришга қаратилса, ошхона ва тамаддихоналар эса кўпчилик истеъмолчилар қабул қила олиши мумкин бўлган нархларда миқозлар эҳтиёжини қондиради. Камбағал ва аҳолининг ижтимоий жиҳатдан ҳимояланмаган қатламлари учун эса баъзи ошхоналар бепул хизмат кўрсатади. Бугунги кунда социал мўлжалли хизматларнинг тўғридан-тўғри ўлчаланадиган кўрсаткичлари мавжуд эмас. Зарурият бўлган



холларда билвосита кўрсаткичларидан фойдаланилади. Масалан, умумий овқатланиш корхоналарида, ахборот ресурс марказларида, тиббий муассасаларда хизмат кўрсатиш вақти, буюртмани бажаришда кутиш вақти, хизмат кўрсатилган кишилар сони, бепул хизмат кўрсатадиган ошхоналар билвосита кўрсаткичларга киради.

**Хизматларнинг эргономик хусусиятлари** деганда, хизматларнинг антропометрик ва психофизиологик жиҳатдан ўзига хослигини ҳисобга олган ҳолда уларнинг эҳтиёжларининг қондирилиши айтилади. Антрометрик хусусиятлар – бу истеъмолчилар эҳтиёжларининг уларнинг антрометрик тавсифлари ҳисобга олган ҳолда қондирилишига айтилади. Масалан, люкс классдаги ресторонлар хизматининг идентификацион кўрсаткичларидан бири мижозлар ўтириши учун тирсакни қўйиб ўтирадиган креслоларнинг мавжудлиги ҳисобланади. Бу креслоларнинг ўлчамлари (баландлиги, эни, чуқурлиги ва ҳақозолар) балоғатга етган одамнинг ўртача антрометрик кўрсаткичларига мос келиши керак. Болалар қаҳвахонаси болаларга хос мебеллар билан жихозланган бўлиши керак. Шунини алоҳида қайд этиш лозимки, ҳамма хизматлар тури ҳам антрометрик кўрсаткичлар бўйича тавсифланмайди.

**Хизматларнинг руҳий-физиологик хусусияти** деганда буюртмачининг руҳий эҳтиёжини қондира олиш даражаси тушунилади. Бу хусусиятларнинг бир тури бўлиб, органолептик хоссалари ҳисобланади. Масалан, хизматнинг ёки товарнинг ташқи кўриниши, овқатланиш билан боғлиқ хизматлар эса унинг таъми, ҳиди ва консистенцияси каби кўрсаткичлари руҳий-психологик кўрсаткичларга киради.

Хизматларнинг антропометрик ва руҳий-физиологик хусусиятларининг бир-бирига мос келиши мижозда қулайлик, комфорт ҳиссини пайдо қилади. Бунақа ҳиссиёт истеъмолчида ҳашаматли ресторан ёки меҳмонхона хизматидан фойдаланганда ёки кичкина қаҳвахонада, магазин хизматидан баҳраманд бўлганимизда, туристик автобуслар хизматидан фойдаланганда пайдо бўлиши мумкин.

**Хизматларнинг эргономик хоссаларини** яратиш ва қабул қилишда қулай мебеллар, жиҳозлар, идишлар, асбоб-ускуналар ижобий роль ўйнаши мумкин. Қулай шароит ва комфорт ҳолатини ташкил этишда эса ходимларнинг малакаси, истеъмолчи билан ижобий муносабатга кириша олиш қобилияти ҳам муҳим ҳисобланади.

**Хизматларнинг эстетик хусусиятлари** деганда хизматларнинг буюртмачиларнинг эстетик эҳтиёжларини қондира олиш даражаси тушунилади. Эстетик хусусиятлар асосан сифатий тавсифга эга бўлади. Хизматларнинг эстетик хусусиятини кўрсатувчи сифат тавсифларидан бири ташқи кўриниш ҳисобланади. Масалан, бинонинг ташқи кўриниши, салон ва хонанинг интерьерини, ишлаб чиқаришда ва хизматлар соҳасида ишлаётган ходимларнинг ташқи кўриниши (кўриниши, бош кийимлар, кўлларнинг ҳолати, макияжлар ва бошқалар). Моддий маҳсулотларнинг ташқи кўриниши ҳам хизматларнинг ташқи кўриниши ҳам хизматларнинг эстетик хусусиятлари элементларидан синалади.

Ташқи кўринишидан ташқари хизматларнинг эстетик хусусиятлари стил, мода ва дизайнлар билан ҳам тавсифланади. **Стиль** –ривожланишнинг маълум бир социал-иқтисодий шароитида ёки ташкилотнинг корпоратив маданияти таъсирида вужудга келган урф-одатлар, ҳаёт тарзининг намоён бўлишидир. Шу сабабли давр стили ва фирманинг стили деб айтиш мумкин. Давр билан боғлиқ стиль иморатлар фасадини, вывескалар, мебеллар, идишлар, ходимларнинг кийиниши тарзида намоён бўлади. Фирма стили эса вывескаларнинг (лавҳа) ранги, лаготипи, ходимларнинг айнан шу фирмага мос кийиниши, фойдаланиладиган идишларнинг ўзига хослиги кабиларда намоён бўлади. **Мода** – бу стилдан фарқ қилиб хизматлар хусусиятлари ва эстетик эҳтиёжларнинг қисқа муддатларда намоён бўлишидир. Мода хизматларга янгилик олиб кириб истеъмолчиларнинг талабини юқори даражада қондиришга хизмат қилади.

**Хизматларнинг истеъмолчилар учун хавфсизлиги.** Хизматларнинг истеъмолчилар учун хавфсизлиги – деганда, унинг ҳаёти ва соғлигига таъсир этувчи хавф-хатарнинг йўқлиги ёки бу хавф-хатар кўрсаткичларининг белгиланган меёрлардан ортиқ бўлмаслиги тушунилади. Хизмат кўрсатувчи хизматларни амалга оширишда белгиланган талабларга риоя қилиши керак. Агар натижа моддий характерга эга бўлса, у ҳолда вақти-вақти билан тайёр маҳсулотнинг хавфсизлигини назоратдан ўтказиб туриш керак. Чакана савдо хизматида эса сотувчи мижознинг нарсаларининг хавфсизлигини таъминлаши шарт (масалан, автомашиналар, сақлаш камераларига топширилган буюмлар ва бошқалар). Сотилаётган товарлар учун эса унинг хавфсиз эканлигини кўрсатувчи сертификатлари бўлиши талаб этилади. Шунингдек хизматларнинг хавфсизлиги хизмат кўрсатувчи ходимларнинг хавфсизлиги асосида ҳам таъминланади.

**Хизматларнинг экологик хусусиятлари** – деганда, уларнинг атроф-муҳитга маълум бир таъсири тушунилади. Масалан, умумий овқатланиш корхоналари хизматида хомашё, тайёр маҳсулот ва ўраб-жойлаш маҳсулотлари чиқиндилари чиқади. Электр жиҳозларини ишлатганда электрмайдон интенсивлиги ортади, атроф-муҳитнинг термик, микробиологик ифлосланиши рўй беради.

Хизматларнинг экологик хусусиятларининг кўрсаткичлари бўлиб кимёвий, микробиологик, биологик зарарларнинг миқдори, шунингдек ишлаб чиқариш жараёнида бўладиган электрик, электромагнит, термик ва шовқинлар даражасининг атроф-муҳитга кўрсатаётган таъсири тушунилади. Атроф муҳитни ифлослантириш даражасига қараб хизматларни икки гуруҳга бўлиш мумкин:

- нисбатан экологик тоза хизматлар;
- атроф-муҳитни ифлослантирадиган хизматлар.

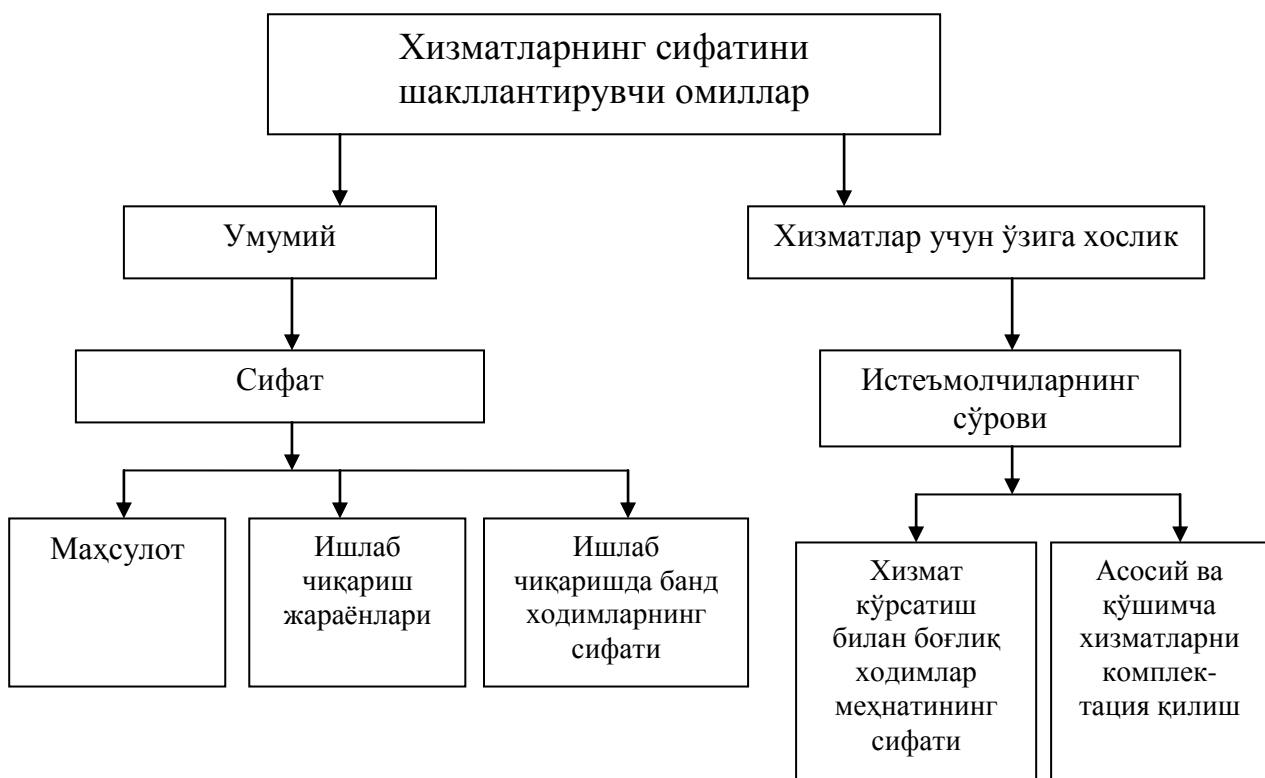
Биринчи гуруҳга таълим, табиятни қўриқлаш, ахборот-ресурс марказлари ва объектларини қўриқлаш билан боғлиқ бўлган хизматларни киритиш мумкин. Иккинчи гуруҳга эса атроф-муҳитни ифлослантирадиган яъни

кимёвий тозалаш, кир ювиш, фото ателье, умумий овқатланиш, сотиш, транспорт, тиббий, коммунал хизматлари каби хизматларни киритиш мумкин.

## **1.2 . Хизмат сифатини белгилаб берувчи асосий омиллар ва уларнинг тавсифи**

Хизматларнинг сифатига таъсиркилувчи омиллар, уларни шакллантирувчи омиллар ҳисобланади. Товарлардан фарқ қилиб хизматлар сақланмайди. Шу сабабли хизматларни сақлаш омиллари ҳам мавжуд эмас. Шунини қайд этиш лозимки, товарлар ва хизматларни шакллантирувчи омилларда жуда кўп ўхшашликлар мавжуд. Лекин шу билан бир қаторда маълум фарқлар ҳам мавжуд. Қуйидаги 2-чизмадаги маълумотлар бундан далолат беради.

Хизмат кўрсатиш учун фойдаланиладиган маҳсулотлар сифати хизматлар сифатига катта таъсир кўрсатади. Хизматлар кўрсатишда қуйидаги хом ашёлар ва маҳсулотлардан фойдаланилади: хомашё, материал, полуфабрикатлар, тайёр маҳсулотлар ва товарлар. Масалан, озиқ-овқат хом ашёлари ва ярим тайёр маҳсулотлар кулинария ва қандолат маҳсулотларининг сифатини шакллантиришда муҳим омил бўлиб хизмат қилади. Материаллар ва комплект маҳсулотлари, ноозиқ-овқат истеъмол товарларини, ишлаб чиқариш товарлари, транспорт воситаларини таъмирлаш хизматларида муҳим аҳамият касб этади.



## 2-чизма. Хизматлар сифатини шакллантирувчи омиллар

Бошқа тайёрловчилар ва сотувчилардан сотиб олинган тайёр маҳсулотлар ва товарлар умумий овқатланиш корхоналарида, маиший хизмат кўрсатиш корхоналарида, транспорт хизмати кўрсатиш корхоналарида хизмат кўрсатиш воситаси бўлиб хизмат қилади.

Умумий овқатланиш корхоналари учун ўзи ишлаб чиқарган тайёр маҳсулотлар ва сотиб олинган маҳсулотлар (вино-ароқ ичимликлари, қандолат товарлари, кулинария маҳсулотлари, тамаки маҳсулотлари ва бошқалар) хизмат кўрсатишда муҳим восита бўлиб хизмат қилади.

Ишлаб чиқариш жараёнларининг сифати ҳам хизматлар сифатига таъсир кўрсатувчи омиллардан саналади. Баъзан, хизмат кўрсатиш соҳасидаги ишлаб чиқариш жараёнлари моддий натижа сифатида намоён бўлади. Масалан, умумий овқатланиш корхоналари хизмати кийим ва пойафзал тикиш, бош кийим тикиш, мебел тайёрлаш каби хизматларда хизмат натижаси моддий маҳсулот тарзида намоён бўлади.

Ишлаб чиқариш билан банд ходимларнинг меҳнатининг сифати ҳам ишлаб чиқариш жараёнлари мавжуд бўлганда сифатни шакллантирувчи муҳим омиллардан бири ҳисобланади. Ишлаб чиқаришнинг автоматлаштирилганлик даражаси қанча паст бўлса, бу омилнинг аҳамияти янада ортади.

Меҳнат сифатига ходимларнинг билим даражаси, иш тажрибаси, шахсий кўрсаткичлари ва охириги натижадан манфаатдорлиги катта даражада таъсир кўрсатади. Хизматларнинг сифатига ва унинг натижасига таъсир кўрсатувчи омиллардан яна бири мижозларнинг буюртмаси ҳисобланади. Истеъмолчи ўзининг буюртмаларида асосий ва қўшимча хизматларнинг турини кўрсатиб, уларнинг сифатига қандай талаблар қўйилишини ҳам кўрсатиб беради. Агар бу талаблар мажбурий талабларга кирмаса у ҳолда, хизмат кўрсатувчи бу талабларни мижоз талаби асосида бажаради.

Шундай қилиб, буюртмани қабул қилишда буюртмачиларнинг ва хизмат кўрсатувчининг бир-бирига боғлиқлиги намоён бўлади.

**Хизмат кўрсатувчининг меҳнати сифати.** Ишлаб чиқариш жараёнида иштирок этаётган ходимга талаб қўйилгани сингари, хизмат кўрсатувчи ходимларга талаблар қўйилади. Лекин бу ерда маълум бир ўзига хосликлар ҳам мавжуд. Ўзига хослик шундан иборатки, хизмат кўрсатиш жараёнида хизмат истеъмолчиси ва хизмат кўрсатувчи бир-бири билан мулоқотда бўлади. Шу сабабли хизмат кўрсатувчида тезда мулоқотга киришувчанлик, хушмуомулалик, эътиборли бўлишлик, кузатувчанлик ва хушёрлик каби сифатлар бўлиши жуда муҳим ҳисобланади.

### **1.3. Хизматлар сифати модели. Кутилаётган ва қабул қилинаётган сифат**

Мижозга хизмат кўрсатилишида хизматлар сифати моделини билиши ва унга амал қилиш жуда муҳим ҳисобланади. Сифатли хизмат кўрсатиш моделида Гронруз тамонидан таклиф этилган, “Мижознинг кутиши – қабул қилинган сифати”даги узилишлардан фойдаланилади. Бу моделнинг асосида

хизмат кўрсатиш жараёнида бўладиган узилишлар мажмуи ётади. Бу моделга биноан истеъмолчи нуқтаи назаридан хизматнинг сифати истеъмолчининг хизматдан кутган натижаси ва хизмат кўрсатилгандан сўнг унинг қабул қилиши орасидаги узилишларнинг миқдори ва йўналишига боғлиқ бўлади. Бу моделда асосан 5 та узилиш келтирилади (1-узилиш, 2-узилиш, 3-узилиш, 4-узилиш, 5-узилиш). 5-узилиш моделдаги бошқа 4 та узилишлар асосида аниқланади. 5-узилиш қанча катта бўлса кўрсатилган хизматларнинг сифати шунча паст бўлади. Бу моделнинг моҳиятини қуйидаги 3-чизма орқали тушунтириш мумкин.

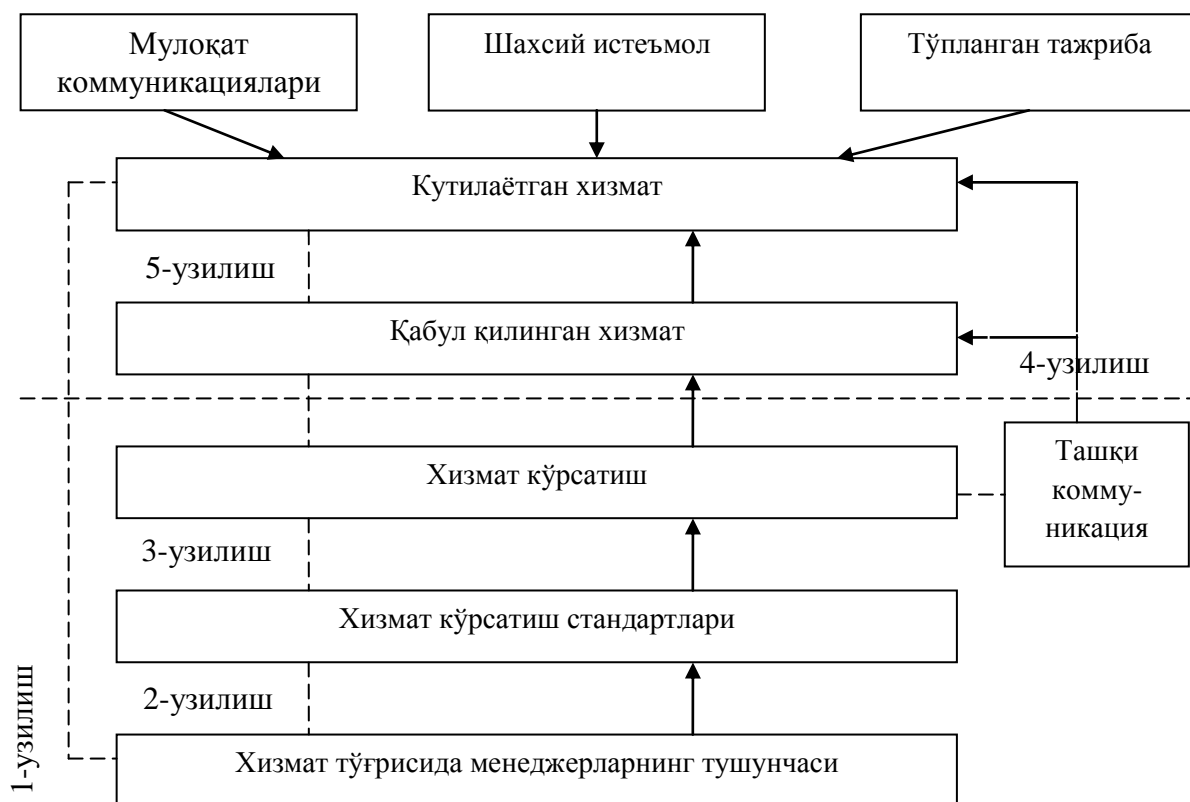
1-узилиш. Чизмада кўрсатилганидек 1-узилиш – бу кутилаётган хизматлар тўғрисида менежерларнинг тушунчаси тарзида намоён бўлади. Бу узилишнинг бўлиши менежерларнинг истеъмолчилар эҳтиёжларини ва улар нимани кутаётганликларини билмаслигида намоён бўлади.

2-узилиш: Менежерлар тушунчаси хизмат кўрсатиш стандартлари тарзида келтирилган. Агар менежерлар мижозлар нимани кутаётганлигидан хабардор бўлсада, лекин улар хизмат кўрсатиш стандартларида ўз аксини топмаган бўлса, бундай ҳолатда иккинчи узилиш рўй беради.

3-узилиш: Хизмат кўрсатиш стандартларини яратиш – хизмат кўрсатиш тарзида келтирилган. Бу узилиш иккинчи узилиш минимал бўлишига қарамасдан, хизмат кўрсатувчининг малакаси пастлиги туфайли ҳақиқатда яхши хизмат кўрсатилмаган ҳолатларда вужудга келади.

4-узилиш: Ташқи коммуникация – хизмат кўрсатиш тарзида келтирилган. Бу узилиш ташкилот ёлғондакам ташқи коммуникацияларни ташкил этган ва хизмат кўрсатиш эса юқори даражада бўлмаган ҳолатларда вужудга келади.

5-узилиш: Қабул қилинган хизмат билан кутилаётган хизмат орасида фарқ бўлиши тарзида намоён бўлади. Юқорида қайд қилиб ўтганимиздек, бу фарқ қанча катта бўлса, шундай даражада мижоз хизмат сифатидан қониқмаган ҳисобланади.



**3-чизма. Хизматлар сифатининг узилишларга асосланган модели**

Шу сабабли ҳар бир корхонада раҳбар ва менежерлар бу фарқни мумкин даражада камайтиришга ҳаракат қилишлари мақсадга мувофиқ ҳисобланади.

**Маҳсулот сифати** – маҳсулот рақобатбардошлигининг асосий ва муҳим элементиدير. Чет эл мутахассислари, маҳсулот рақобатбардошлиги 70 – 80 % унинг сифатига боғлиқ, деб ҳисоблайдилар.

#### **1.4. Рақобатбардошлик ҳақида умумий тушунча ва маҳсулотнинг рақобатбардошлилиги**

Ўзбекистан Республикасининг жаҳон иқтисодий хўжалик тизимида чам-барчарс боғланаётганлиги ва мамлакатнинг бозор иқтисодиётига босқичма – босқич ўтаётганлиги натижасида истеъмол бозорини хилма – хил ассортиментдаги халқ истеъмол товарлари билан тўлдириш имкониятлари туғилмоқ-да. Бозор иқтисодиёти шароити, яъни рақобатлар



мавжудлиги халқ истеъмол товарлари ассортиментини такомиллаштириш билан бир каторда, уларнинг сифатини жаҳон андозалари даражасига кўтаришни ҳам тақозо этади.

Ўзбекистон Республикаси Президенти И.Каримов мамлакатимизни 2015 йилда ижтимоий–иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2016 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларга бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг кенгайтирилган мажлисидаги “Бош мақсадимиз – мавжуд қийинчиликларга қарамасдан, олиб бораётган ислохот-ларни, иқтисодиётимизда таркибий ўзгаришларни изчил давом эттириш, хусусий мулкчилик, кичик бизнес ва тадбиркорликка янада кенг йўл очиб бериш ҳисобидан олдинга юришдир” маърузасида шундай деган эдилар: “Жаҳон бозорида рақобат тобора кучайиб бораётган бугунги шароитда иқти-содиётимизнинг рақобатбардошлигини тубдан ошириш, экспортга маҳсулот чиқарадиган корхоналарни қўллаб-қувватлашни кучайтириш, фермер хўжаликлари, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларининг экспорт фаолиятидаги иштирокини ҳар томонлама рағбатлантириш устувор аҳамият касб этади”<sup>1</sup>.

Бу ўринда ишлаб чиқаришни диверсификация қилиш ва мамлакатимиздаги хом ашё ва ресурсларга бой мавжуд манбалардан оқилона фойдаланиш асосида юқори қўшимча қийматга эга бўлган юксак технологик маҳсулотларни ишлаб чиқаришни таъминлайдиган истиқболли иқтисодиёт тармоқлари ҳақида сўз бормокда.

Рақобатбардошлик бу мураккаб иқтисодий категория бўлиб, уни бир неча даражада кўриб чиқиш мумкин:

- a) Товарлар ва хизматлар рақобатбардошлиги;
- b) Товар ишлаб чиқарувчилар ва хизмат кўрсатувчилар рақобатбардошлиги;
- c) Тармоқлар рақобатбардошлиги;
- d) Мамлакатлар рақобатбардошлиги.

---

<sup>1</sup>“Халқ сўзи” газетаси, 2016 йил 16 январь, № 11 (6446)

Бу даражалар орасида жуда яқин боғлиқлик мавжуд. Мамлакатлар ва тармоқлар рақобатбардошлиги, пировардида товар ишлаб чиқараётган ва хизмат кўрсатаётган аниқ ишлаб чиқарувчининг рақобатбардош товар ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш фаолиятига боғлиқдир.

Рақобатбардошликни тадқиқ этиш жараёни бир неча босқичларни ўз ичига олсада, сўнгги босқичида товарнинг рақобатбардошлик даражасини ошириш бўйича ишлаб чиқилган тавсиялар жуда муҳим ҳисобланади.

Бугунги кунда дунё мамлакатлари даражасидаги рақобатларда нарх омиллари эмас, балки товар ва хизматларнинг сифати ва унинг қанчалик даражада янгилиги биринчи ўринга чиқмоқда. Шу сабабли дунёнинг кўпгина мамлакатлари товар ва хизматларнинг рақобатбардошлигини инновацияларни қўллаш, юқори технологик маҳсулотларни яратиш орқали таъминламоқдалар.

Демак, рақобатли бозорда товарлар ишлаб чиқарадиган ва мижозга хизмат кўрсатадиган ҳар қандай корхона самарали фаолият юритиши учун ишлаб чиқарадиган маҳсулотининг сифатини ошириш стратегиясига эга бўлиши керак.

Биз қуйидаги 1–жадвалда мисол тариқасида товарнинг рақобатбардош-лик даражасини ошириш бўйича қандай тавсиялар бериш мумкинлиги бўйича ўз фикр ва мулоҳазаларимизни келтирамыз.

**Товарнинг рақобатбардошлик даражасини юксалтириш бўйича  
тавсиялар**

Корхонанинг рақобат стратегияси	Орқада қолиш даражаси, %	Рақобатчидан орқада қолишга барҳам бериш тадбирлари			Кутил а-ётган самара
		Техник	Иқтисодий	Стратегик	
Маҳсулот Баҳоси	48	Биринчи навбатда технологияни ўзгартириш, инновацияни жорий қилиш, ташкилий ўзгартиришлар	Конкурентдан ортда қолишга барҳам бериш учун қўшимча молиявий манбалардан фойдаланиш имкониятлари, масалан, буюртмалар портфелини шакллантиришда оптималлаштиришни қўллаш	Рақобатбардошлик даражасини юксалтириш учун рақобат стратегиясини ўзгартириш (маҳсулот модификацияси, программалаштириш таъминотини ишлаб чиқиш ва уни жорий этиш)	Сотиладиган маҳсулот ҳажмини ошириш
Мосланувчанлик	83	Янгиликларни жорий этиш, ахборот системалари сифатини ошириш			
Программалаш таъминотининг мавжудлиги	Бутунлай мавжуд эмас	Кадрлар сифати, ахборот ва бошқарув ресурслари сифатини ўзгартириш талаб этилади			

Бу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, корхонанинг рақобатчи корхоналардан орқада қолишлигига барҳам беришда тавсия этиладиган тадбирлар учта, яъни техник, иқтисодий, стратегик йўналишларда олиб бориладиган тадбирлар.

Техник тадбирларга товарни модификация қилиш бўйича техник ечимлар ва янги технологияларни қўллаш кабиларни киритиш мумкин. Иқтисодий тадбирларга эса, биринчи навбатда ресурсларни технологик, инновацион, ахборот, бошқарув, кадрлар тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш каби жараёнларга қанча сарф этилишини белгилаш билан боғлиқ ишлар киради. Стратегик тадбирларга эса, корхонанинг маҳсулотини бозорга самарали силжитишда муҳим ҳисобланадиган, яъни маҳсулотни кўрсата билиш стратегиясига ўзгартиришлар киритиш билан боғлиқ бўлган тадбирларни киритиш мумкин.

Ўтказилган таҳлиллар асосида корхона қайси соҳаларда рақобатчи кор-хонадан орқада қолаётганлигини аниқлаш мумкин. Бизнинг мисолимизда корхона рақобатчи корхонага қараганда нарх, мосланувчанлик, программалашти-риш таъминоти масалалари бўйича орқада қолаётганлигини кузатиш мумкин.

Чакана савдо корхонаси товарлари бозорида рақобатбардошлигини юксалтириши ва ўзининг обрў-эътиборини мустаҳкамлаши учун истеъмолчиларнинг (мижоз) бу корхона товарлари сифатидан қониқиш ҳосил қиляптиларми ёки йўқми деган саволга ҳам жавоб излашлари жуда муҳим ҳисобланади.

ISO 9004:2000 “Истеъмолчининг қониқиши мониторинги ва уни ўлчаш” стандартида қуйидаги тавсия берилган: “Ташкилот раҳбари истеъмолчининг қониқиш даражасини ўлчашдан ҳаёт учун муҳим восита сифатида фойдаланмоғи керак”.

Истеъмолчининг қониқиш даражасини товар қийматининг нарх қийматига нисбати билан ҳам ифодалаш мумкин. У холда,

$$\text{Сифат} = \text{Истеъмолчининг қониқиши} = \frac{\text{Истеъмол қиймати}}{\text{Нарх қиймати}} \text{ кўринишини}$$

эгаллайди. Ёки буни формула билан ифодаласак:

$$K_y = \frac{Ц_u}{Ц_x}$$

Бунда,  $K_y$ – товар сифати;

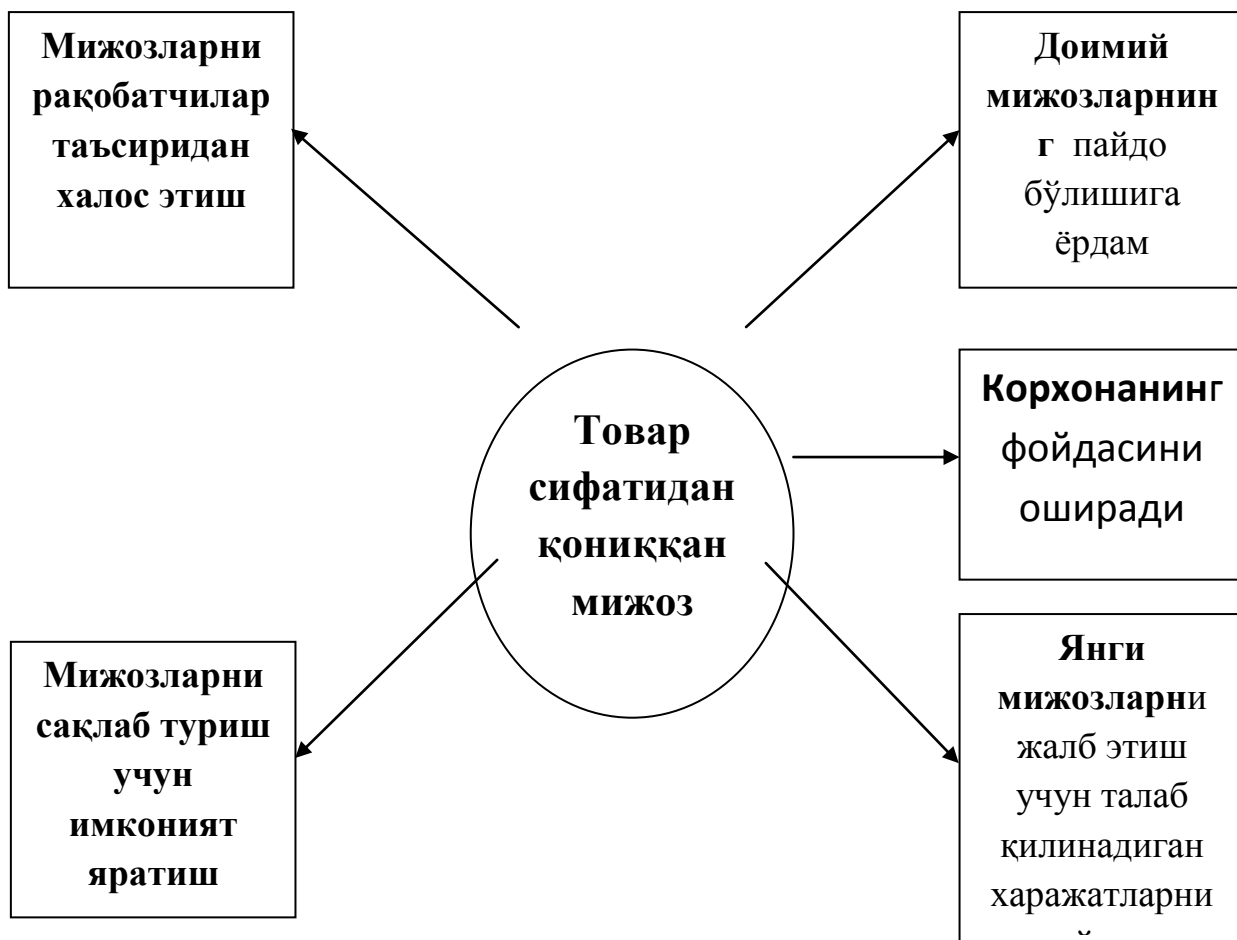
$Ц_u$  – товарнинг истеъмол қиймати;

$Ц_x$  – товарнинг нарх қиймати.

Юқоридагилардан шу хулосани қилиш лозимки, товарнинг сифатини аниқлашда мижознинг фикри, унинг қониқиш даражаси ва товарнинг сифатли эканлигини ҳис этиши энг муҳим ҳисобланар экан. Айнан шу фикрлар бугунги кунда товарлар сифатини аниқлашнинг кенг тарқалган концепцияси ҳисобланади. Кўпчилик олимлар ҳам товарлар сифати деганда объектив сифат эмас, балки ҳис этилган сифат деган фикрга қўшиладилар. Секинлик билан бўлсада, бугунги кунда чакана савдода корхонанинг самарали фаолият юритишида истеъмолчининг хоши–иродасини бошқариш-га қаратилган маркетинг стратегияси муҳимлиги, мижоз эса корхонанинг рақобатга бардошлилигини таъминлашда энг асосий маркетинг элементи эканлиги тан олинмоқда.

Мижозларнинг қониқиш даражаси билан боғлиқ масалаларни тадқиқ этувчилар қуйидагиларни кўрсатиб ўтадилар:

- а) қониқиш ҳосил қилган мижозлар ўзларининг ижобий фикрларини камида 8 марта бештадан танишларига айтадилар;
- б) қониқиш ҳосил қилмаган мижозлар ўзларининг таассуротларини ўртача 16 марта ҳар хил одамларга айтар эканлар;
- с) янгимижозларни жалб қилиш, мавжуд бўлган мижозларни сақлаб туришга қараганда 5 марта ортиқ харажат талаб қилар экан (4-чизма).



#### **4-чизма. Товар сифатидан қониқиш ҳосил қилган мижознинг роли**

Шундай қилиб, корхонанинг самарали фаолият юритишининг асосини мижознинг сотиб олган товар сифатидан қониқиш ҳосил қилиши ташкил этади. Мижознинг қониқиш ҳосил қилиши эса, товар сифатининг юқори даражада эканлигида намоён бўлади.

Демак, товарнинг юқори сифатлилиги корхона рақобатбардошлигининг янада ошишини таъминлаб, унинг самарали фаолият юритишида муҳим омил бўлиб хизмат қилар экан.

**II боб. “ORIENT-STAR” меҳмонхонаси қошидаги  
рестораннинг иктисодий кўрсаткичлари, тайёрланадиган  
таомлар ассортименти, тадқиқот объектлари ва  
усуллари**

**2.1. Тадқиқот объектларининг тавсифи**

Ресторан бу мураккаб таомларнинг кенг ассортименти мавжуд бўлган, хизмат кўрсатиш даражаси ва ҳордиқ чиқариш даражаси юқори бўлган умумий овқатланиш корхонасининг асосий типларидан бири ҳисобланади.

Ресторан шунда ўзига хос равишда технологик жараёнларининг қай йўсинда бажарилиши ҳодимлар ва жиҳозларга қўйиладиган талаблар бўйича учта асосий функция бажарилади:

а) Кулинария озиқ-овқат маҳсулотларини ва таомларни тайёрлаш функцияси;

б) Тайёрланган кулинария маҳсулотлари ва таомларини сотиш функцияси. Бу жараён чакана савдода сотиш функциясидан деярли фарқ қилмайди, лекин ресторанларда хизмат кўрсатиш ва истеъмол қилиш ҳарактери билан фарқ қилади;

в) Ресторанларда таомларни истеъмол қилиш учун шароитни ташкил этиш умумий овқатланиш корхоналарининг ўзига хос функцияларидан бири ҳисобланади.

Умуман олганда ресторанларга ва умумий овқатланиш корхоналарига аҳолининг рационал ва мувозанатлашган овқатланишини ташкил этиш вазифаси юклатилади.

Ресторанлар табиатига кўра мижозларнинг гастрономик эҳтиёжларини кондириш учун таомлар ишлаб чиқариш билан шуғулланади.

## Ресторан ишини ташкил этиш тамойиллари

№	Тамойиллар	Мазмуни
1	Ишлаб чиқариш ва истеъмолнинг узвийлиги	Ресторанларда ишлаб чиқариш ва истеъмол хизматлари вақт бўйича фарқ қилмайди, хизматлар жойларда дарҳол кўрсатилади. Бу тамойил ҳодимларнинг юқори малакага эга бўлишини талаб этади. Таомларни ишлаб чиқариш ва истеъмоли бир-биридан ажралмаганликда номоён бўлади.
2	Ресторан хизматининг доимий эмаслиги тамойили	Ҳар кун хизмат кўрсатиш даражасининг бирхиллигини ташкил этишнинг мумкин эмаслиги, бу тўсиқни енгиш учун ресторан хизмат кўрсатиш стандартларини яратади.
3	Хизматларни сақлаб бўлмаслик тамойили	Ҳар куни столларни тўлдириш алоҳида хизмат кўрсатиш тарзида амалга оширилади, агар столлар бўш бўлса, хизмат кўрсатилмаган ҳисобланади.

Ресторан иши қуйидагича жараёнларга асосланади:

- а) таом тайёрлаш ;
- б) тайёрланган таомларни сотиш;
- в) ташриф буюрувчиларнинг истеъмоли учун шароит яратиш;
- г) mijozларнинг харид чиқариши учун шароит яратиш;



## Ресторанлар самарадорлигини ошириш тадбирлари

№	Тадбирлар	Мазмуни
1	Янги жиҳозларни жорий этиш	Ишлаб чиқариш жараёнларини модернизация қилиш ва мижозларга хизмат кўрсатиш замонавий жиҳозларни жорий этишни талаб этади. Масалан, овқат тайёрлаш технологияси янги линияси, сервис хизмати, ҳисоб-китоб системаси, асосий залнинг тузилиши ва бошқалар.
2	Мижозлар учун хайрихоҳлик дастурини ишлаб чиқиш ва жорий этиш	Бу ташриф буюрувчилар патокининг доимийлигини ва столларнинг бўш қолмаслигини таъминлайди. Маълум соатларда нархда чегирмалар бўлиши.
3	Янги формат хизмат кўрсатиш орқали ресторан самарадорлигини ошириш	“Ёз зоналари”, таомлар буюртмаси процедурасини оптималлаштириш, хизмат кўрсатиш майдонини кенгайтириш ва бошқалар.

Биз тадқиқот объекти сифатида “ORIENT-STAR” мижмонхонаси қошидаги ресторанда тайёрланадиган биринчи ва иккинчи таомларни олдик. Шу асосда бу таомларнинг сифатига таъсир қилувчи омилларни ўргандик.

## 2.2. Тадқиқот услубларининг тавсифи

Биз магистрлик диссертация ишининг экспериментал қисмини бажаришда, яъни тайёр таомларнинг сифат кўрсаткичларини аниқлашда оргаолептик, физик-кимёвий ҳисоблаш усуллардан фойдаландик. “ORIENT-STAR” мехмонхонаси қошидаги ресторанда тайёрланаётган ва мижозларга тақдим этилаётган биринчи ва иккинчи таомларнинг органолептик кўрсаткичларини аниқлашда уларнинг ташқи кўриниши, таъми, ҳиди ва консистенцияси каби кўрсаткичларга эътиборни қаратдик. Маълумки ресторанда тайёрланаётган таомларнинг органолептик кўрсаткичларидан энг муҳими ҳиди ҳисобланади. Маҳсулотнинг ҳидига қараб унинг табиатини, маълум бир мақсадда фойдаланишга яроқлилигини, шунингдек таомларни бир-биридан ажратиш мумкин. Таъм ва ҳид сезгиларини бир-биридан ажратиш жуда ҳам қийин. Шу сабабли ҳам инглиз тилида “flavour” деган махсус сўз бор, бу “aroma” - ҳид ва “taste” таъм сўзларидан фарқ қилиб, таъм ва ҳид деган маънони англатади.

Биз таомларнинг сифатини органолептик усулда баҳолашда таъм кўрсаткичларини баҳоладик.

Таъм сезишда асосий орган тил ҳисобланади. Озиқ-овқат таомлари истеъмол қилинганда сезги аъзоларининг қандай таъсирланишини биринчи бўлиб рус физиолог олими И.П. Павлов тушунтириб берган.

Кимнинг озиқ-овқат таомларининг таъминини сезиш интесивлигига бир қанча омиллар таъсир қилади: текширилаётган таом ҳарорати, шу таомдаги таъм берувчи моддалар тури ва концентрацияси, физик ҳолати, оғиздаги сўлак миқдори, дегустация ўтказиш шароити, овқатнинг қанчалик чайналганлиги ва бошқалар. Биз “ORIENT-STAR” мехмонхонаси қошидаги ресторанда тайёрланиб мижозларга тақдим этилаётган таомларнинг таъминини аниқлашда ана шу таъсир қилувчи омилларни ҳам ҳисобга олдик.

Биринчи ва иккинчи таомларнинг сифатини баҳолашда уларнинг ташқи кўриниши ва ранги ҳам муҳим кўрсаткич ҳисобланади. Шу сабабли бу кўрсаткични аниқлашга ҳам эътибор бердик.

Маълумки, озиқ-овқат маҳсулотларининг хусусан кулинария таомлари учун ҳам яна бир муҳим кўрсаткичлардан бири уларнинг энергия бериш қуввати ҳисобланади. Бу кўрсаткични бир ҳисоблаш методидан фойдаланиб аниқладик. Бунда биз 1грамм оқсилнинг энергия бериш қобилияти 4,1 ккал , 1 грамм углеводнинг энергия бериш қобилияти ҳам 4,1 ккал, 1 грамм ёғнинг энергия бериш қуввати 9.3 ккал миқдорда берилиб, ана шу асосда биз таомларнинг энергия бериш қувватини аниқладик.

Биз органолептик кўрсаткичлар натижаларининг аниқлигини таъминлаш учун беш баллик системадан ва ҳар бир орголептик кўрсаткичининг аҳамиятлилик коэффицентини ҳам ишлаб чиқдик.

### **III боб. “ORIENT-STAR” меҳмоҳонаси қошидаги ресторан фаолиятининг самарадорлигини ошириш**

#### **3.1. “ORIENT-STAR” меҳмоҳонасининг умумий тавсифи ва қошидаги рестораннинг туристларни овқатлантиришдаги тутган ўрни**

Бугунги кунга келиб, Республикамизда туризм ва меҳмондўстлик индустриясига катта эътибор берилмоқда ва бу соҳа жадал ривожланмоқда. Шубҳасизки, бу ривожланишда меҳмонхоналарнинг ўрни беқиёс. “ORIENT-STAR” меҳмоҳонаси Самарқанд шаҳридаги етакчи меҳмонхоналардан бири



ҳисобланади. Бу меҳмонхонага 2001 йилнинг март ойида асос солинган ва тоифаси 3 юлдузли. Меҳмонхонанинг Бухоро, Хива каби шаҳарларда филиаллари бор. Бундан ташқари “ORIENT - VOYAGES” МЧЖ номли туристик фирма ҳам бу меҳмонхона қошида очилган ва шу сабабли ташриф буюрувчи туристларнинг деярли 90 % га яқини шу фирма орқали меҳмонхонага келишади. Меҳмонхона директори Артикова. С. исмли аёл меҳмонхонани

моҳирлик билан бошқариб келади. Меҳмонхона Дахбед кўчаси, 33 уйда<sup>2</sup> жойлашган. Почта индекси: 140120. Бу меҳмонхона шаҳар марказига жуда яқин жойда жойлашган. Сиёб бозори ва аэропорт бу меҳмонхонадан чиқиш

---

<sup>2</sup>-расм, меҳмонхона боғи

жуда қулай. Меҳмонхона екстериерига кўра шаклан тарихий обидаларга ўхшатиб қурилган. Ўзида ҳам шарқона нафислик ва ғарбга хос замонавийликни мужассам этган. Меҳмонхона биноси икки қисмга бўлинган. Ва бу бинолар гумбазли бино, яъни ресторан билан ажратилиб туради. Меҳмонхонада жами бўлиб 69 та хона бор. 4 та люкс, 30 яхшилаб безатилган ва 35 та стандарт хоналардан иборат. Туристлар ва маҳаллий аҳоли учун тўхташ майдончаси ҳам мавжуд.

Бинонинг интериери эса катта боғ, узун минора, иситиш тизимига эга бассейн , машиналар тўхташ жойи ва бошқалардан иборат. Буни биз қуйидаги расмларда кўришимиз мумкин.







3

Бундан ташқари меҳмонхонада яна қуйидаги қулайликлар бор:


 Бепул wifi.  Парковка.

 Юklarни сақлаш.

 24 соатлик сервис .

 Таом ва ичимликлар.

 Бассейн.

 Тери учун массаж.

 Кир ювиш.

Бу турдаги қулайликлар меҳмонлардан бепул фойдаланиш имконини беради. Меҳмонхонада яна номерларга хизмат кўрсатиш, экскурсовод хизматлари, савдо хизматлари, кимёвий тозалаш хизматлари, маҳсулотларни етказиб бериш.валютани айрибошлаш хизмати, билет бронт қилиш ва аеорпортга кузатиб қўйиш каби хизматларни кўрсатади.

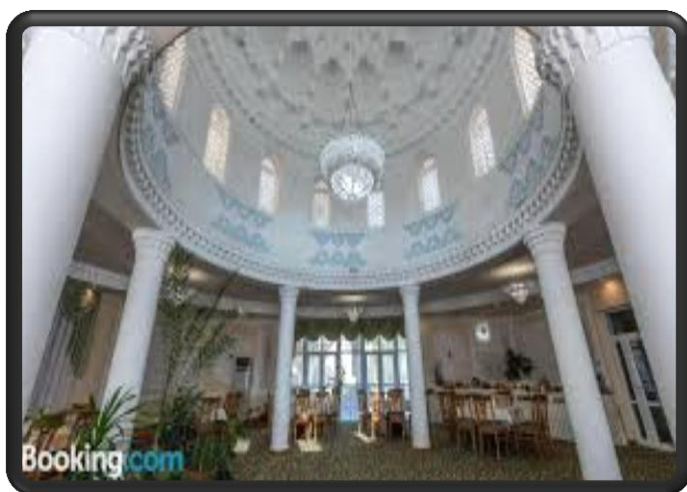
Меҳмонхона ресторани туристларга овқатланишни нафақат ресторан худудида, балки номерларда ҳам ташкиллаштириши мумкин. Турли хил ичимликлар, кофе ва чойлар бардан тарқатилади. Агарда бирор бир

турист ерта тонгдан экскурсияга чиқиб кетишни хоҳласа, талабга биноан ланч бокслар тайёрлаб берилади.

Бизнесменлар учун эса конференция зали ва банкетлар зали, факс ва фотокопиялар мавжуд.

Ҳар бир номерда қуйидаги қулайликлар мавжуд:

1. Номерларда ҳам bepул Wifi мавжуд ва бу интернет тармоғидан bepул фойдаланиш имконини беради.
2. Кондиционер. Бу қурилма ҳам хона иқлимини нормаллаштириб туради.
3. Балкон. Бу сизга шаҳарни юқоридан томоша қилиш имконини беради.
4. Кабель ТВ. Телевизиор енг сўнги русумдагиси.
5. Музлатгич ва электрик чойнак, сув ва кофе ва чойлар ҳам меҳмон учун тайёр қилиб қўйилади.



6. Хамма қулайликларга эга ваннахона ва бошқалар.  
<sup>4</sup>Асосий туристлар оқимини франсузлар ва германияликлар ташкил этади. Шунинг учун меҳмонхона ҳодимлари рус ва инглиз тилига қўшимча равишда франсуз ва немис тилларини ҳам яхши билишади.

Меҳмонхона ресторани айлана шаклда бўлиб, ресторан томи шарқона услубда гумбаз шаклида қилиб қурилган ва нақшлар билан безатилган. Ресторанда ҳаммаси бўлиб 15 стол ва 110 та стулдан иборат.

<sup>4</sup> 4-расм, ресторан гумбази



<sup>5</sup>Ресторан умумий ҳисобда 150 та гача туристга нонуштада хизмат қила олади. Тушлик ва кечки овқатда эса 110 кишигача бўлган туристни овқатлантира олади.

Нонушта тортишда швед столи усулидан фойдаланилади. Бу усулда асосан меҳмонлар фаол бўлади. Ҳар бир турист ўз таъбига кўра 70 дан зиёд таом ва маҳсулотлар ичидан ўзига кераклисини танлайди ва

танаввул қилади. Официантлар тугаган маҳсулотлар ўрни зудлик билан тўлдириб қўйади ва туристлар ўтирган столлардаги бўш идишларни эҳтиёткорлик билан олади. Туристлар таомланиб бўлгандан сўнг, официант столни йиғиштириб, дастурхонларни алмаштиради ва серверовкалаб қўйади. Нонуштада ҳар 4та туристга битта официант тўғри келади. Тушлик ва кечки овқатларни тортишда туристлар ўз жамоаси билан биргаликда таомланишади.

Юқорида қайд қилганимиздек “ORIENT-STAR” меҳмонхонаси қошидаги рестораннинг таомларнинг потенциал истеъмолчилари асосан туристлар ҳисобланади. Маълумки, туристларнинг ташрифи мавсуми булиб баҳор ва ёз ойларига тўғри келади. Туристтик ташкилотлар билан тузилган шартномага мувофиқ, биз мавсум давомида ўртача ҳисобда 95 та туристга нонушта учун харид қилинадиган озиқ-овқат маҳсулотларининг ассортиментини ва маҳсулотлар учун 1 кунда, 1 ойда, 3ойда тўланадиган маблағларнинг сўмлардаги миқдорини 4-жадвал маълумотларида келтирдик.

<sup>5</sup> 5-расм, ресторан гумази, кечкурун



**4-жадвал**

“ORIENT-STAR” меҳмонхонаси қошидаги ресторан томонидан ўртача ҳисобда 95 кишидан иборат туристларнинг нонуштаси учун харид қилинадиган маҳсулотлар миқдори ва уларнинг 1 кунда, бир ойда, ва бир йилда сўмлардаги харид суммаси

№	Харид қилинадиган маҳсулот номи	Ўлчов бирлиги	миқдори	Бир бирликдаги маҳсулот нархи, минг сўм	Харид суммаси, минг сўм		
					Бир кунлик	Бир ойлик	Уч ойлик
1	Ер ёнғоқ	кг	0,5	7	3,5	105	315
2	Майиз	кг	0,5	15	7,5	225	675
3	(Блисс) шарбати	дона	15	5,8	87	2610	7830
4	Мураббо	банка	3	15	45	1350	4050
5	Асал	кг	1	38	38	1140	3420
6	Кефир	дона	4	3,7	14,8	444	1332
7	Сут	кути	6	7	42	1260	3780
8	Сметана	кути	5	4,8	24	720	2160
9	Творог	кути	7	5,5	38,5	1155	3465
10	Қуйуқ ширин сут	кути	3	7	21	630	1890
11	Колбаса (дуд)	кг	2	14	28	840	2520
12	Колбаса (пиш)	кг	2	29	58	1740	5220
13	Пишлоқ	кг	1,2	54	64,8	1944	5832
14	Бринза	кг	1,5	36	54	1620	4860
15	Зайтун мевалари	банка	6	17	102	3060	9180
16	Кетчуп	кути	2	7	14	420	1260
17	Майанезъ	кути	2	8	16	480	1440
18	Кандолат маҳсулотлари	кг	3	22	66	1980	5940
19	Қовун	дона	2	10	20	600	1800
20	Тарвуз	дона	2	12	24	720	2160
21	Олма	кг	2	3	6	180	540
22	Лимон	кг	0,5	11	5,5	165	495
23	Банан	кг	4	19	76	2280	6840

24	Олхўри	кг	2	2,5	5	150	450
25	Қора нон	дона	6	3	18	540	1620
26	Батон	дона	4	3	12	360	1080
27	Тоаст нон	дона	7	2,5	17,5	525	1575
28	Сам. Нон	дона	4	3	12	360	1080
29	Сариёғ	кг	1,2	20	24	720	2160
30	Омелет	това	22	4	88	2640	7920
31	Қай-н тухум	дона	26	1,2	31,2	936	2808
32	Қов-н тухум	дона	47	1,5	70,5	2115	6345
33	Соссиска	кг	4,5	30	135	4050	12150
34	Сарделка	кг	4,5	31	139,5	4185	12555
35	Манни бутқаси	кути	2	6	12	360	1080
36	Сўли бутқаси	кг	2	15,5	31	930	2790
37	Қов-н картошка	кг	4	15	60	1800	5400
38	Кофе	кути	2	26,5	53	1590	4770
39	Эзилмаган кофе	кути	4	11	44	1320	3960
40	Чой (пакетли)	кути	2	25	50	1500	4500
41	Шакар	кг	4	5,2	20,8	624	1872
42	Ширин ёнғоқ	кг	0,5	16	8	240	720
43	Сув 0,5 л	дона	95	1	95	2850	8550
44	<b>Жами:</b>					<b>1782,1</b>	<b>53463</b>
							<b>160389</b>



Бу жадвал маълумотларидан кўришиб турибдики, ўртача ҳисобда 95 та туристга нонуштасини ташкил этиш учун 44 та ассортиментдаги озиқ - овқат товарлари ва хомашёлари харид қилинади.

Албатта корхонанинг самарали фаолият кўрсатиши ва ўз фаолиятини янада кенгайтириши корхонанинг товарбардошлигига, яъни тушумларга боғлиқ бўлади. Корхонанинг фойдаси ҳам мана шу тушумлардан шаклланади. Шу сабабли биз мазкур ресторан томонидан нонушта учун харид қилинаётган озиқ-овқат хомашёларининг харид нархларини ва уларнинг умумий суммасини аниқладик.

Бу жадвал маълумотлари шундан далолат берадики, бу ресторанда 95 та туристнинг нонуштасини ташкил этиш учун 1млн 782 минг сўм сарфланса, бу кўрсаткич бир ойда эса 53 млн 463 минг сўми, 3 ойда эса 160 млн 389 минг сўми ташкил этар экан. Бу кўрсаткич абсолют , доимий бўлмасдан, фаслларга қараб ўзгарувчан кўрсаткич ҳисобланади.

Туристлар ўз сафарини эрталаб бошлаганларидан сўнг уларнинг ҳаммалари ҳам қайтиб келиб тушлик қилишмайди. Бизнинг кузатув ва ҳисоб-китобимизга кўра барча туристларнинг ўртача 35 таси учун тайёрланган биринчи, иккинчи таомлар ва ичимликларнинг сотув нархларини аниқладик.

Бу маълумотларни 5-жадвалда келтирамиз.

## 5-жадвал

“ORIENT-STAR” меҳмонхонаси қошидаги ресторан томонидан 35 та туристга тушликда таклиф этилаётган таомларнинг ассортиментлари ва уларга бир кунда, бир ойда ва уч ойда туристлар томонидан тўланадиган маблағларнинг сўмлардаги миқдори

№	Таом ва ичимликлар номи	Ўлчов бирлиги	Бериладиган Таомлар сони	Бир бирликдаги маҳсулот нархи, минг сўм	Тўланадиган сумма, минг сўм		
					Бир кунлик	Бир ойлик	Уч ойлик
1	Газсиз сув 0,5 л	бакл	35	2	70	2100	6300
2	Нон	дона	4	3	12	360	1080
3	Биринчи салат	ликобча	10	15	150	4500	13500
4	Иккинчи салат	ликобча	10	15	150	4500	13500
5	Биринчи таом	коса	35	10	350	10500	31500
6	Иккинчи таом	ликобча	35	22	770	23100	69300
7	Десерт	ликобча	35	12	420	12600	37800
8	Чой	чойнак	10	1	10	300	900
9	<b>Жами:</b>				<b>1932</b>	<b>57960</b>	<b>173880</b>

Бу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, 35 та туристнинг тушлиги учун “ORIENT-STAR” меҳмонхонаси қошидаги ресторанга тўланадиган бир кунлик маблағ 1млн 932 минг сўм ни ташкил этади, бир ой учун тўланадиган маблағ 57 млн 960 минг сўмни, бир йил учун 173 млн 880минг сўмни ташкил этади.

Худди шунингдек биз “ORIENT-STAR” меҳмонхонаси қошидаги ресторан томонидан 35 та туристга кечки овқатда таклиф этилаётган таомлар ассортименти ва уларга бир кунда, бир ойда, уч ойда туристлар томонидан

тўланадиган маблағларнинг сўмлардаги миқдорини ҳисоблаб чиқдик ва бу маълумотларни 6-жадвал маълумотларида умумлаштирдик.

#### 6-жадвал

“ORIENT-STAR” меҳмонхонаси қошидаги ресторан томонидан 35 та туристга таклиф этилаётган кечки овқат ассортименти ва уларга бир кунда, бир ойда ва 3 ойда туристлар томонидан тўланадиган маблағларнинг сўмлардаги миқдори

№	Таомлар ва ичимликлар номи	Ўлчов бирлиги	Бериладиган Таомлар сони	Бир бирликдаги маҳсулот нархи, минг сўм	Тўланадиган сумма, минг сўм		
					Бир кунлик	Бир ойлик	Уч ойлик
1	Газсиз сув 0,5 л	бакл	35	2	70	2100	6300
2	Нон	дона	4	3	12	360	1080
3	Биринчи салат	ликобча	10	15	150	4500	13500
4	Иккинчи салат	ликобча	10	15	150	4500	13500
5	Иккинчи таом	ликобча	35	22	770	23100	69300
6	Десерт	ликобча	35	12	420	12600	37800
7	Чой	чойнак	10	1	10	300	900
8	<b>Жами:</b>				<b>1582</b>	<b>47460</b>	<b>142380</b>

Бу жадвал маълумотларининг таҳлили шундан далолат берадики, мазкур ресторан ҳисоб-рақамига кечки овқат учун 35 та турист тўланадиган тушум бир кунга 1 млн 582 минг сўмни, бир ой учун 47 млн 460 минг сўмни, уч ой учун эса 142 млн 380 минг сўмни ташкил этар экан. Бу рақамлар шундан далолат берадики, ресторанлар томонидан туристларга кўрсатиладиган хизматлар учун тўловлар хизмат кўрсатаётган ходимларнинг иш ҳақи тарзида берилиши билан бир каторда ресторан фаолиятини янада кенгайтириши ва ривожлантириш учун асосий манбаи бўлиб ҳисобланади.

Шуни алоҳида қайд этиш лозимки, туристларни овқатлантириши борасида ресторанлар томонидан кўрсатилаётган хизматларни туристларнинг талабидан келиб чиқиб доим такомиллаштириб бериш мақсадага мувофиқ ҳисобланади.

### **3.2. “ORIENT-STAR” меҳмохонаси қошидаги ресторанида таомлар сифати назорати ва сифатига таъсир этувчи омилларни ўрганиш**

Бизга маълумки, ресторанларда озиқ-овқат хомашёлари ва тайёрланаётган таомлар сифати назорати –ресторан рақобатбардошлилигининг асосий мезони ҳисобланади.

Бошқа корхоналардаги сингари “ORIENT-STAR” меҳмохонаси қошидаги ресторанида тайёрланаётган таомларнинг сифати ҳам овқат тайёрлашда фойдаланиладиган озиқ-у овқат хомашёларининг сифатига, бу хомашёларни сақлаш шароитларига, таом тайёрлаш технологияси жараёнларининг тўғри ўтказилишига, яъни технологик йўриқномаларга мослигига катта даражада боғлиқ бўлади.

Айниқса ресторанга келтирилаётган озиқ-овқат хомашёлари органолептик кўрсаткичлари, озуқавий қиймати, товаршунослик технологик хусусиятлари бўйича тегишли меъёрий ҳужжатлар талабига мос елиши талаб қилинади.

Бу борада озиқ-овқат хомашёларнинг инсон соғлиғига таъсири жиҳатидан хавфсизлик кўрсаткичларини ҳам назардан қочирмаслик зарурият ҳисобланади.

Ўзбекистон Республикасининг “Озиқ-овқат маҳсулотларининг сифати ва хавфсизлиги тўғрисида”ги қонунда озиқ-овқат маҳсулотларининг хавфсизлиги деганда озиқ-овқат маҳсулотларининг санитария, ветеринария, фитосанитария нормаларига ва қоидаларига мослиги тушунилади.

Умуман олганда ресторанларда таомлар сифатни шакллантиришнинг муҳим омилларидан бири назоратни ташкил этиш деб ҳисоблашимиз мумкин.

“ORIENT-STAR” меҳмохонаси қошидаги ресторанда ҳам назорат шаклан бўлсада ташкил этилган. Ана шундай назоратлардан бири ишлаб чиқариш назорати ҳисобланади.

Ишлаб чиқариш назорати қуйидагилардан ташкил топади:

- а) лаборатория тадқиқотлари, технологик тадқиқотлар ;
- б) озиқ-овқат хомашёлари сақлаш, ташиш сифати билан боғлиқ назорат;
- в) технологик ишлаб чиқариш назорати;

Ҳар қандай корхона ишлаб чиқарилаётган маҳсулотининг барқарор сифатини таъминлаши талаб этилади. Бу дегани хизмат кўрсатувчиларни рағбатлантириш, ошхонада ишловчи ошпазлар, кондитерлар билим даражасини ошириш талаб қилинади.

**Озиқ- овқат хомашёлари сифатини назорат қилиш турлари.** Бунга қуйидагилар киради.

1. **Хомашёларнинг кириш назорати** – бунга хомашёларни қабул қилишда хомашёларнинг сифати хавфсизлигини кафолатловчи ҳужжатларни текшириш. Маълумки, ресторанга қабул қилинаётган хомашёлар маълум бир стандарт талабига жавоб бериши ҳамда уларнинг хавфсизлигини кафолатловчи сертификатлари бўлиши лозим.

2. **Бракераж-** бу ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг сифатини текширишдир. Бунда бракераж комиссияси тузилади. Бу комиссия ошпаз иштирокида иш куни давомида таомни менюда акс эттиришгача бўлган сифатини баҳолайди. Комиссия технологик жараёнларнинг тўғри ўтказилишини, тайёр маҳсулотларни сақлаш шароитларини, уларнинг ҳароратини ва массасини кузатиб боради.

3. **Лаборатория назорати-** бу шартнома бўйича учинчи томоннинг текшируви тушунилади.

4. **Озиқ-овқат маҳсулотларининг сақланиши бўйича назорат.** Бунда советгичларда товарлар қўшничилигига риоя қилинган ҳолда сақланиши, температура ва тозалик режимларига риоя қилиниши назорат қилинади. Тайёр маҳсулотни сезги органлари ёрдамида ҳар куни текшириш мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Бунда маҳсулотнинг сифати бўйича бракераж журнаliga белги қўйилади. Физик-кимёвий ва микробиологик текширувлар ҳар кварталда бир марта ўтказилиши керак, олинган натижалар лаборатория баённомасида ўз аксини топади. Маҳсулотнинг кириш назорати махсус тайинланган ходим томонидан ўтказилади. Маҳсулотни қабул қилиш алоҳида жиҳозланган жойда ўтказилади. Агарда бу жараёнда хомашёда ишлатиб бўлмайдиган нуқсон топилса, у ҳолда хомашё эгасига қайтариб юборилади.

Хомашёларни қабул қилиш ҳужжатларида қуйидаги ахборотлар бўлиши керак:

- а) Маҳсулотнинг номи, тури, нави ва маркаси;
- б) Кафолатланган сақлаш муддати;
- в) Технологик ҳарактеристикаси;
- г) Тамғаланиши бўйича маълумотлар;

Дастлаб ҳужжатлар текширилади, кейин эса хомашё журналида қайд этилиб борилади. Қайерда ишлаб чиқарилганлигини кўрсатувчи ҳужжатлари бўлмаган хомашёларни қабул қилиш қатъиян ман этилади.

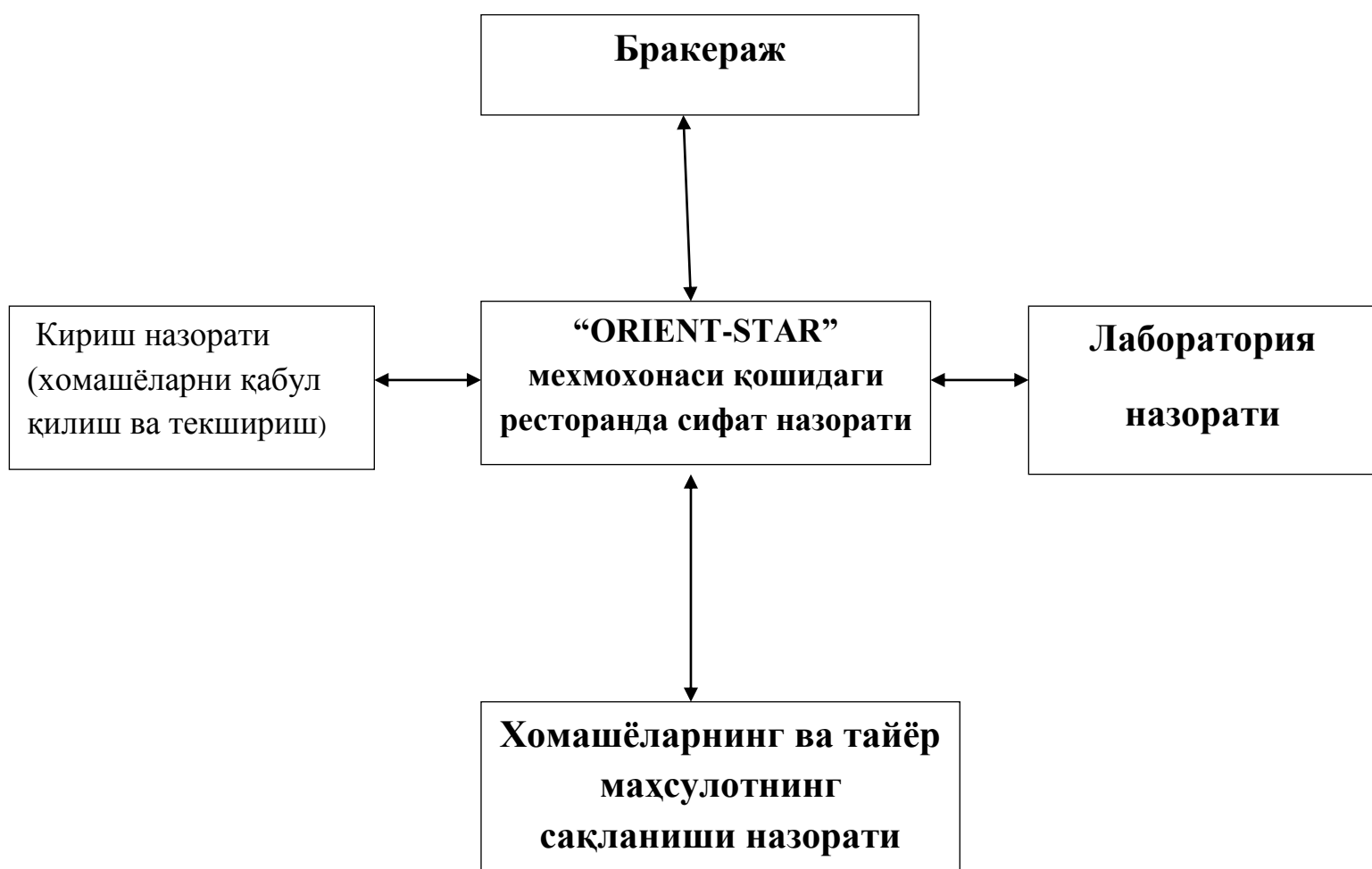
Маълумки ресторанларни узлуксиз ишлашини таъминлаш учун маълум миқдордаги хомашёлар захира сифатида сақланади. Уларни керакли миқдорда сотиб олиш талаб этилади. Керагидан ортиқча хомашёни сотиб олиш самара бермайди, чунки уларни сақлашда қийинчиликлар туғилиши билан бир қаторда маҳсулотнинг сифатида салбий ўзгаришлар ҳам рўй бериши мумкин. Ресторанда тайёр таомнинг сифатини назорат қилиш сифатни таъминлашнинг ва корхонанинг самарали фаолият юритишининг муҳим омилларидан бири ҳисобланади.



Технологик - ресторанда энг муҳим ҳодимлардан бири ҳисобланади. Айнан, технолог таомнинг чиқиш нормасини текширади, янги таомларнинг технологик картасини тузади ва ишлаб чиқаришни ташкил этади. Бош ошпаз эса тайёр маҳсулотнинг бракеражини ўтказди. Тайёр таомни текшириш жараёни унинг ташқи кўринишини, ҳидини ва таъминини текшириш орқали олиб борилади. Маълумки, муҳим жараёнлардан яна бири тайёро таомни миқдорларга узатганда унинг ҳарорати ҳисобланади. Бу кўрсаткич биринчи таомлар учун 65 С ни, совуқ таомлар ва ичимликлар учун эса 7 С дан 150 С гача бўлиши мақсадга мувофиқ ҳисобланади.

Яроқлилиқ муддатти ўтган, сотилмай қолган маҳсулотлар эса далолатнома билан ҳисобдан чиқарилади ва утилизация қилинади.

Юқоридагилардан келиб чиқиб биз ресторанларда сифат назоратини ташкил этишнинг тартибини қуйидаги 5 чизмада келтирамиз.



Юқоридаги **5-чизма** “ORIENT-STAR” мехмохонаси қошидаги ресторанда ўтказиладиган сифат назоратлари. –чизмадан келтирилган сифат назоратлари турлари шундан далолат берадики, тайёр маҳсулотнинг юқори сифат кўрсаткичларини таъминлаш учун комплекс сифат назоратини амалга ошириш мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Ҳар бир ресторанда ва умумий овқатланиш корхоналарида ана шундай назорат турларини жорий этиш зарурият ҳисобланади. Бугунги кунда ана шундай назорат турларини ўтказиш асосидагина миждозларга тақдим этилаётган таомларнинг сифатли ва хавфсиз бўлишини таъминлаш мумкин бўлади.

“ORIENT-STAR” мехмохонаси қошидаги рестораннынг фаолиятининг самарадорлигини ошириш бўйича тавсиялар бериш учун мазкур рестораннынг SWOT таҳлилини ўтказдик. Маълумки, SWOT таҳлили усули стратегик менежментнинг универсал усулларида бири ҳисобланади.

Кўпинча ресторанлар ва компаниялар нафақат узларини товарларининг SWOT таҳлилини ўтказадилар, балки рақобатчи корхонанинг ҳам айнан шундай товарлар учун SWOT таҳлили ўтказадилар чунки бундай инструмент ҳар қандай ташкилотнинг ички ва ташқи муҳити ҳақида системаланган ахборотларни беради.

Рестораннынг афзалликлари , яъни унинг кучли томонлари рақобатчига нисбатан қандай афзалликларга эга эканлигини кўрсатади ва корхонанинг рақобатчи корхонадан устунликка эга бўлишида муҳим аҳамият касб этади.

Корхонанинг, яъни ресторанда мавжуд камчиликлар эса бизнеснинг ривожланишига тўсқинлик қилади. Натижада ресторанда ишлаб чиқарилаётган таомларнинг юқори сифатини таъминламайди. Демак, корхонанинг фойдасини ҳам пасайишига олиб келади.

Рестораннынг имкониятлари ташқи муҳитнинг яхши омиллари ҳисобланиб, келгусида бизнеснинг ўсишига хизмат қилади.

Таҳдидлар эса-ресторан учун ташқи муҳитнинг негатив омилли ҳисобланади. Улар келгусида рестораннынг рақобатбардошлигига салбий таъсир кўрсатиб, таомларнинг сотилиш миқдорини камайтиради.

Шу сабабли ҳам ҳар бир таҳдид ўрганилиб, уни минималлаштириш бўйича тадбирлар ишлаб чиқилиши мақсадга мувофиқ ҳисобланади.

Демак, SWOT таҳлилининг афзаллиги корхонанинг кучли ва кучсиз томонини кўрсатиш ва фаолиятида ана шулардан ўз мақсадини амалга ошириш йўлида фойдаланиш ҳисобланади.

Шу сабабли биз ҳам “ORIENT-STAR” меҳмоxonаси қошидаги ресторан фаолиятининг SWOT таҳлилининг ўтказдик ва унинг натижаларини 6-чизма маълумотларида келтирдик.

<p><b>Афзалликлар (Strengths)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Меҳмонхона ва рестораннинг транспорт узелига яқин жойлашганлиги</li> <li>2. Меҳмонхона ва рестораннинг аҳоли гавжум жойда жойлашганлиги.</li> <li>3. Меҳмонхона ва рестораннинг яхши обрӯ ва иззати</li> <li>4. Таомлар тайёрлаш учун зарур бўлган зарур бўладиган озиқ-овқат хомашёси бозорига яқинлиги</li> <li>5. Малакали кадрларнинг мавжудлиги</li> </ol>	<p><b>Камчиликлар (Weaknesses)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рестораннинг йил давомида ишламаслиги, яъни мавсумий ҳарактерга эга эканлиги.</li> <li>2. Хомашёларни сақлаш, технологик жиҳозларнинг тўла қувват билан ишламаслиги.</li> <li>3. Ривожланган давлат ресторанлари билан алоқаларининг йўқлиги.</li> <li>4. Таомлар сифати текширадиган синов лабораториясининг йўқлиги .</li> <li>5. Ресторанда қўшимча хизматларнинг етарли эмаслиги.</li> <li>6. Таомлар сифатининг ўта юқори даражада эмаслиги.</li> </ol>
<p><b>Имкониятлар (Opportunities)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бозорнинг катгароқ улушини эгаллаш имконияти</li> <li>2. Озиқ-овқат хомашёсининг баъзиларини сотиб олмасдан ўз кучи билан етиштиришнинг мумкинлиги.</li> <li>3. Диверсификация учун қулай имкониятларнинг мавжудлиги</li> <li>4. Юқори малакали кадрларни жалб қилиш ва чет элда малакасини оширишга имкониятлар мавжудлиги</li> </ol>	<p><b>Таҳдидлар(Threats)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Таомларни сотиш ҳажмининг пастлиги.</li> <li>2. Рақобатчи ресторанлар ва умумий овқатланиш корхоналарнинг тобора кўпайиши.</li> <li>3. Рақобатчилар қаршилигининг кутилгандан юқорилиги.</li> <li>4. Ёқилғи-энергетика ва бошқа ресурсларга нархларнинг ўсиши.</li> <li>5. Туристлар сонининг камайиб кетиши.</li> </ol>

**6 -чизма “ORIENT-STAR” меҳмоxonаси қошидаги рестораннинг**

**SWOT таҳлили.**

Бу кенгайтирилган SWOT таҳлилидан кўриниб турибдики, биз тадқиқот ишлари олиб борган ресторанда ўз фаолиятини бугунги кун даражасида олиб бориши ва тайёрланаётган таомларнинг юкори сифат кўрсаткичларини таъминлаш асосида тегишли самара билан ишлаши мумкин. Демак, “ORIENT-STAR” меҳмохонаси қошидаги ресторан ўз имкониятларидан кенг фойдаланиб ва таҳдидларни минималлаштириш учун керакли чора-тадбирлар ишлаб чиқиш асосида ўз бизнесини янада ривожлантира олади.



### **3.2. “ORIENT-STAR” меҳмохонаси қошидаги ресторанда таомлар ассортименти таҳлили ва уларнинг сифатини ошириш масалалари**

Овқатланиш индустрияси замонавий жамият ва ҳар бир кишининг ҳаётида муҳим роль ўйнайди бу – энг аввало, озиқ-овқат маҳсулотларини қайта ишлаш технологиясини ўзгартириш коммуникацияларни, хомашё ва маҳсулотларни етказиб бериш воситасини ривожлантириш, кўпгина ишлаб чиқариш жараёнларини интенсификациялаш асосида амалга оширилади.

Овқатланиш корхоналаринг хилма-хиллиги, овқатланиш индустриясининг ривожланишига қарамай бутун дунёда тез хизмат кўрсатиш

тизими ривожланиб бермоқда. Шу сабабли бугунги кунда денёда тез ривожланиб бораётган тармоқлардан бири қиммат бўлмаган тез овқатланиш “фаст-фуд” тармоғи ҳисобланади.

Уларнинг орасида энг таналганлари McDonalds, Burger King (гамбургерлар), Pizza Hut, Pizza Domino (пицца) Red Lobster (денгиз маҳсулотлари), Subway (сэндвичи) ва бошқалар ҳисобланади. Айниқса бундай тармоқлар катта шаҳарларда, қаердаки ҳаёт ритми юқори бўлган кишилар ишлайдиган жойларда тез ривожланиб бормоқда. Бундай фаст-фуд корхоналарининг асосий мақсади тез ва арзон хизмат кўрсатиши ҳисобланади.

Тез хизмат кўрсатиш корхоналарининг афзаллиги шундаки, уларнинг ассортиментида спиртли ичимликлар мавжуд эмаслиги, овқатланишда иқтисод қилиниши, жараёнларнинг қатъий стандартлаштирилганлиги ва одамлар гавжум жойда жойлашганлиги ҳисобланади.

Шунингдек бугунги кунда тез ривожланиб бораётган умумий овқатланиш корхоналарнинг типларига ресторанларни киритиш мумкин. Ресторанларнинг асосий вазифаси эса керакли яхши муҳитни ҳосил қилиш, таомларнинг сифатли ва хавфсиз бўлишини таъминлаш, қўшимча хизматлар кўрсатиш, мижозларнинг ҳордиқ чиқаришини таъминлаш ҳисобланади. Бугунги кунда ресторанлар ривожигаги- долзарб замонавий тенденциялардан асосийси соғлом овқатланишига эътибор ва ўзининг соғлигини ҳисобга олган ҳолда рационини шакллантириш ҳисобланади.

Бугунги кунда ошхона мавзуси, унда янги технологиялардан ва маҳаллий хом ашёлардан фойдаланиш долзарб бўлиб қолмоқда. Айниқса даладан терилган, дарахтдан узилган кўкатлар, мевалар ва сабзавотларни истеъмол қилиш одатга айланиб бермоқда.

Ресторанлар миллий ассоциациясининг прогнозида қуйидаги трендлар кўрсатилган:

А) маҳаллий гўшт ва балиқ маҳсулотларидан фойдаланиш;

Б) маҳаллий ишлаб чиқарувчиларнинг сабзавот, мева ва кўкатларидан фойдаланиш

В) экологик барқарор ва атроф муҳитни ифлослантirmайдиган озик овқатлардан фойдаланиш;

Г) соғлом ва фойдали ёшлар менюси;

Д) глютенсиз, яъни таркибида клейковина бўлмаган маҳсулотлардан фойдаланиш;

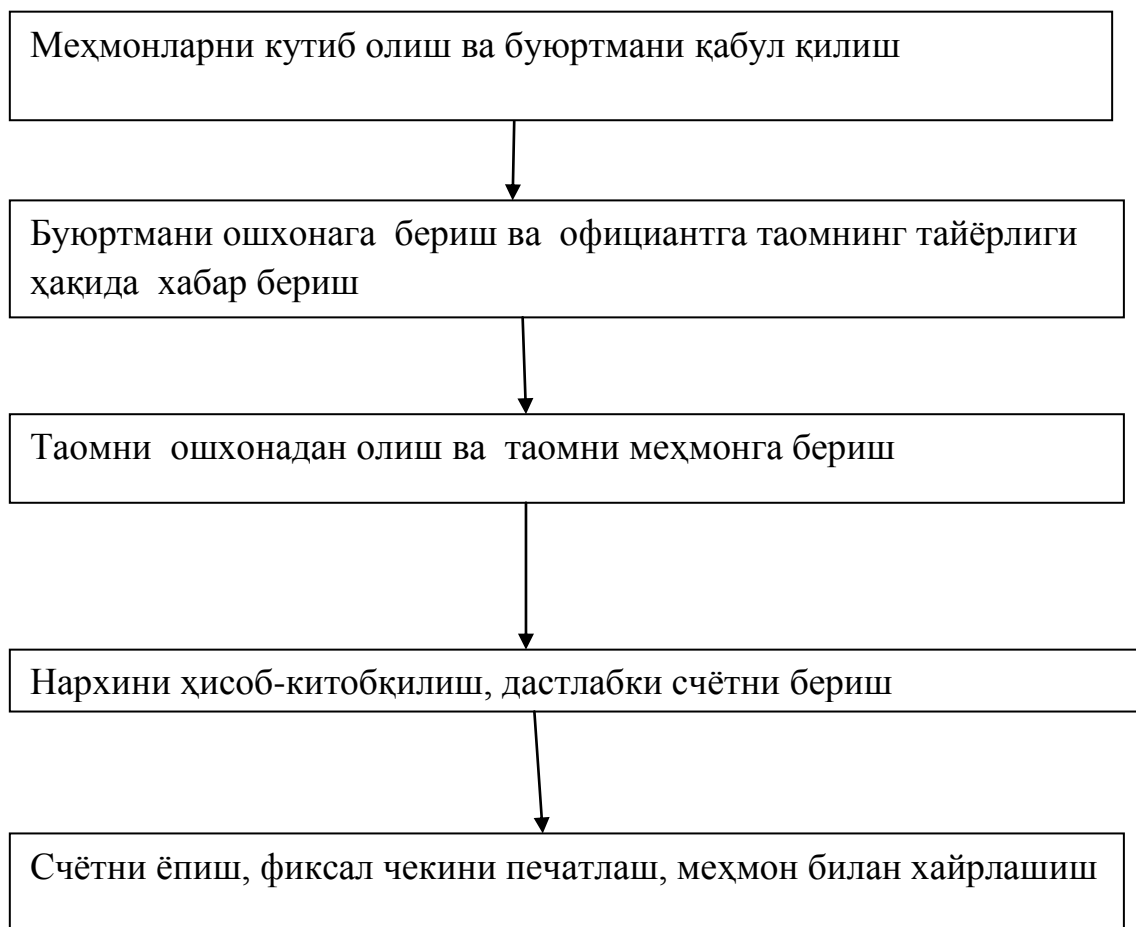
Ж) гиперлокал таъминот, масалан, ўз боғидан, оғородида етиштирилган, ресторан атрофида етиштирилган маҳсулотлардан фойдаланиш;

З) овқатланишда “чиқитсиз ишлаб чиқаришга эришиш”,

К) фермер ёки хўжалик маркази билан “номли таомлар” нинг пайдо бўлиши ва бошқалар.

Маълумки, ресторанлар фаолияти ривожлантириш ва потенциал истеъмолчиларнинг ресторанда хайрихошлигини сақлаб қолишнинг асосий омилларидан бири бу ресторандаги сифатли сервис хизмати ва тақдим этилган таъмлarning юқори сифат кўрсаткичларига эга эканлиги ҳисобланади.

Шу сабабли биз “ORIENT-STAR” меҳмонхонаси қошидаги рестораннынг фаолиятининг самарадорлигини оширишга таомлар сифатининг, умуман олганда сервис хизматининг таъсирини ўргандик. Қуйидаги 7- чизмада ORIENT-STAR меҳмонхонаси қошидаги ресторанда меҳмонларга хизмат кўрсатишнинг энг муҳим босқичлари келтирилди.



**7-чизма. “ORIENT-STAR” меҳмонхонаси қошидаги ресторанда хизмат кўрсатишнинг асосий босқичлари.**

Ресторанда меҳмонга тез, шовқинсиз ва ортиқча ҳаракатларсиз хизмат кўрсатиш керак. Хизмат кўрсатишни кутиш вақти, яъни совуқ таомларни беришгача вақт 15-20 дақиқадан ошмаслиги керак. Официант идишларни меҳмоннинг олдига оҳиста, шовқинсиз ва маълум бир тартибда қўшиш керак.

Ҳар қандай яхши рестораннинг қоидаси: аъло сифатли жуда яхши таом, қулай тинчлантирувчи муҳит ва юқори сервис даражаси ҳисобланади. Айнан, менюнинг ҳар хиллиги эмас, балки хизмат кўрсатиш даражаси

мижознинг эсида қолади ва у бу ҳақда танишларига, қариндошларига, дўстларига сўзлаб беради. Бу эса яхши рекламанинг ўзгинасидир.

Агар ресторанга ташриф буюрганларга официантлар томонидан эътибор берилмаса, бундай ресторанга қайта ташриф буюриши эҳтимоли жуда ҳам кичик ҳисобланади. Шу сабабли ресторанларда меҳмонни хурсандчилик билан қабул қилиш ва сифатли хизмат кўрсатиш энг муҳим тадбир ҳисобланади.

Ресторанларда хизмат кўрсатишнинг ўзига хос-хусусиятларидан яна бири доимий миждозларни эслаб персонал миждознинг нима хоҳлашини эслаб қолса, у ҳолда миждоз ўзини эркин сезади, тортинмайди, унга бўлган муносабатни иждобий баҳолайди ресторанга қайта ва қайта ташриф буюради.

Шунингдек хизмат кўрсатаётган ходимлар ресторанга ташриф буюрувчиларнинг ҳар хил типда эканлигини ва қийин” миждозлар билан мулоим тарзда муомала қилиш талаб этилади.

Ресторан, ютуқларга эриши учун ва барқарор тарзда фойда билан ишлаши учун ходимларни сифатли ўқитиш ва тўғри мативлаштириш керак. Бу ерда ходимларнинг қўнимсизлигини йўқотиш жуда муҳим ҳисобланади. Масалан, жуда кўп иш босими ва ходимларни ёмон овқатлантириш кадрлар қўнимсизлигини келтириб чиқариши мумкин. Бундай шароитда ишлаган ходимлар тезроқ иш вақти тугашини ва тезроқ уйга кетишини ўйлайдилар. Бундай ёмон атмосфера сервис даражасини пасайтириб, қоникмаган миждозлар сонини оширади. Бундай ресторанга ташриф буюрувчилар камаяди ва табиийки бундай ресторанда фойда даражаси камайиб кетади.

Шу сабабли ҳарбир ресторатор ходимларни тўғри мативлаштириши керак. Қаерда меҳмонни хушмуомалалик билан қўшиб олса, ўша ерда унинг дам олиши жуда ёқимли тус олади.

Маълумки, ресторан бизнесининг энг муҳим китларидан бири персонал ҳисобланади. Бугунги кунда одамларнинг фақат яхши, қимматли интерьерни учун ресторанларга ташриф буюри ўткинчи ҳол бўлиб қолди. Ҳозир миждозлар кечки овқатга мазали таом тайёрлайдиган бош- ошпазга ёки



хурсандчилик билан кутиб оладиган официантга меҳмондорчиликка борадиган бўлиб қолди.

Персонални мотивация қилишнинг бир қанча усуллари мавжуд. Қуйида шулардан баъзи бирларини кўриб чиқамиз.

1. **Моддий мотивация.** Ресторанда ишни шундай ташкил этиш керакки, рестораннынг муваффақиятли фаолият юритишидан ходимлар ҳам моддий манфаатдор бўлишини амалиётга жорий этиш керак.

2. **Яхши меҳнат шароити.** Маълумки, ходимларнинг меҳнат унумдорлиги меҳнат шароитларига жуда боғлиқ бўлади. Биринчи навбатда ходимлар мазали ва тўғри овқатланиши керак. Бунинг боиси шундаки, керакли витаминлар ва микроэлементларни олган официантлар ва ходимлар яхши ишлашади. Шунингдек, ходимлар учун ечинадиган жойлари тоза озода, душ кабиналари ва дам олиш жойларининг бўлиши ҳам фойдадан холи эмас.

3. **Ресторан ходимларини ўқитиши.** Бизнинг ресторанларимизда энди-энди ходимларнинг малакасига ва уларни ўқитишга эътибор берила бошлади. Бунда индустриянинг авторитетга эга мутахассислари билан мастер-класслар ўтказиш ҳам яхши натижаларни беради.

4. **Кечиримлилик ва ходимларни жазолаш.** Ходимлар қилмишлари учун тўғри жазоланишини тушуниб етишлари керак. Ходимларга нима учун жазоланганлигини тушунтириш ва уни муҳокама қилиш талаб этилади. Ҳамма ходимлар ресторанда ўрнатилган бонус системаси ва жазоланиш қоидалари билан таништирилиши талб этилади.

5. **Номоддий рағбатлантириш усули.** Ходимларни мотивлаш системаси фақатгина пул атрофида айланиб қолмаслиги керак. Бу рағбатлантириш турига яхши ишлаган ходимларга мақтов қоғозлари бериш, жамоа билан табиат қўйнида дам олишни ташкил этиш, зиёратгоҳ жойларга зиёратларни уюштириш ва бошқаларни киритиш мумкин.

Маълумки, бугунги кунда умумий овқатланиш корхоналарининг энг ривожланган типларидан бири ресторанлар ҳисобланади. Мамлакатимизга

ташриф буюраётган туристлар сонининг йилдан- йилга ошиб бориши ҳам туристлар овқатланишини халқаро стандартлар талабига мос равишда ташкил этиш ва замонавий ресторан бизнесини йўлга қўйишни талаб этмоқда. Бунинг учун эса узлуксиз равишда таомлар ассортиментини талабга мос равишда шакллантириш ва уларнинг сифатини мижозларнинг қониқиш хиссини ўйғотиш даражасигача оширишни талаб этади.

Ана шуларни ҳисобга олиб биз “ORIENT- STAR” меҳмонхонаси қошидаги ресторанда тайёрланадиган овқатларнинг assortименти ва уларнинг сифатини таҳлил этишни мақсад қилиб қўйдик. Асосан бу корхонада мижозларга биринчи ва иккинчи таомлар таклиф этилади.

Қуйидаги 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14-жадвалларда мазкур ресторанда тайёрланаётган биринчи ва иккинчи таомларнинг рецептураси ва энергетик қиймати бўйича маълумотларни келтирамыз.

#### 7-жадвал

#### “Ши” биринчи таомнинг рецептураси ва энергетик қиймати (4 порцияга ҳисобланган)

№	Махсулотлар	Массаси	Озуқавий қиймати			Энергетик қиймати
			Оқсил	Ёғ	Углевод	
1	Гўшти фарш	250 г	54г	25 г	2,25 г	405 ккал
2	Щавелкўкати	250 г	3,75 г	-	7,5 г	47,5 ккал
3	Исмалоқ	500 г	14,5 г	1,5 г	10 г	110 ккал
4	Картошка	4 дона	8 г	1,6 г	65,2г	320 ккал
5	Петрушка	75 г	1,12 г	0,45 г	5,76 г	39,75 ккал
6	Пиёз	1 дона	1,4 г	-	9 г	41 ккал
7	Ун	2 ч.қ	1,5 г	0,5 г	13,7г	66,2 ккал
8	Ёғ	60 г	-	60 г	-	546 ккал
9	Сметана 30% ёғлилик	50 г	1,2 г	15 г	1,5 г	147 ккал
10	Сув	1.9 литр	-	-	-	-
11	Кўкпиёз	100 г	1,3 г	-	3,5 г	19 ккал
12	Туз, лавр барги	-	-	-	-	-
13	Тухум	3 дона	26,7 гр	24,1г	1,5 г	330 ккал
<b>Жами</b>		2015 г	113,7 г	128,15	119,91 г	2071,45 ккал

## 8-жадвал

**“Борщ” биринчи таомнинг рецептураси ва энергетик қиймати  
(4 порцияга ҳисобланган)**

№	Маҳсулотлар	Массаси	Озуқавий қиймати			Энергетик қиймати
			Оқсил	Ёғ	Углевод	
1	Гўшт	150г	43 г	3.42 г	-	215 ккал
2	Карам	200 г	2.4 г	-	7.2 г	40 ккал
3	Қизиллавлaги	1 дона	2 г	-	14.2 г	66 ккал
4	Картошка	2 дона	2 г	-	28.4 г	126 ккал
5	Сабзи (майдаси)	2 дона	1.8 г	-	12.6 г	58 ккал
6	Пиёз	1 дона	3.4 г	-	19 г	51.9 ккал
7	Томат	80 г	0.9 г	0.2 г	1.2 г	18.ккал
8	Ёғ	50 г	-	44,5 г	-	444,5 ккал
9	Шакар	1 ч.қ	-	-	-	-
10	Сув	2 литр	-	-	-	-
11	Туз, лавр барги		-	-	-	-
<b>Жами:</b>			55,6 г	48,12 г	82,6 г	1019 ккал

## 9-жадвал

**“Мастава” биринчи таомининг рецептураси ва энергетик қиймати (4  
порцияга ҳисобланган)**

№	Маҳсулотлар	Массаси	Озуқавий қиймати			Энергетик қиймати
			Оқсил	Ёғ	Углевод	
1	Молгўшти	300 гр	60 г	29.4 г	3 г	420 ккал
2	Картошка	1-2 дона	4 г	0.8 г	32.6 г	160 ккал
3	Сабзи	1-2 дона	1.95 г	0.75 г	12.6 г	51 ккал
4	Пиёз	2 дона	1.95 г	0.15 г	14.7 г	61.5 ккал
5	Помидор	1-2 дона	1.1г	0.2 г	4 г	44 ккал
6	Саримсоқпиёз	1 дона	3.3 г	-	2.6 г	23 ккал
7	Пистаёғи	50 гр	-	50 г	-	450 ккал
8	Гуруч	100 гр	7.5 г	2.6 г	64 г	283 ккал
9	Аччиққалампир	1-2 дона	-	-	-	-
10	Туз	-	-	-	-	-
11	Кўкат	-	-	-	-	-
12	Зиравор	-	-	-	-	-
Жами			79.8 г	83.9 г	133.5 г	1492,5 ккал

10- жадвал

“Меҳмонхона шўрваси” биринчи таомининг рецептураси ва энергетик қиймати (4 порцияга ҳисобланган)

№	Махсулотлар	Массаси	Озуқавий қиймати			Энергетик қиймати
			Оқсил	Ёғ	Углевод	
1	Бузоқгўшти	300 г	23.4 г	61.2 г	2.25 г	267 ккал
2	Суяклибўльон	2 л				
3	Шолғом	1 дона	0.7 г	-	2.7 г	14 ккал
4	Пиёз	2 дона	2.1 г	-	14 г	62 ккал
5	Гулкарам	100 г	2.5 г	0.3	4.5 г	30 ккал
6	Ун	3 о.қ	10.6 г	1.3 г	65 г	329 ккал
7	Сариёғ	50 г	0.15 г	41 г	0.5 г	377 ккал
8	Қаймоқ	1 стакан	8.55 г	75 г	10.5 г	749 ккал
9	Тухумсариғи	1 дона	4 г	3.45 г	0.2 г	18 ккал
10	Мускат ёнғоқи	50 г	-	5 г	5 г	60 ккал
11	Кўкатлар	1 боғ	-	-	-	-
12	Зираворлар		-	-	-	-
13	Туз		-	-	-	-
Жами:			52 г	187,25 г	104,6 г	1906 ккал

11- жадвал

“Димлама” иккинчи таомининг рецептураси ва энергетик қиймати (4 порцияга ҳисобланган)

№	Махсулотлар	Массаси	Озуқавий қиймати(граммда)			Энергетик қиймати
			Оқсил	Ёғ	Углевод	
1	Лахм мол гўшти	850 г	170 г	83.3 г	8.5 г	1428 ккал
2	Сабзи	200 г	2,6 г	0,2 г	16,8 г	68 ккал
3	Пиёз	3 дона	3,9г	-	27 г	117 ккал
4	Ўсимлик ёғи	60 г	0,3 г	49,5 г	0,48 г	449 ккал
5	Тузланган чўчка ёғи	100 г	-	99,3 г	-	897 ккал
6	Картошка	750 г	15 г	3,2 г	122 г	600 ккал
7	Сув	950 мл	-	-	-	-
8	Туз	-	-	-	-	-
9	Зираворлар	-	-	-	-	-
10	Кўкатлар	-	-	-	-	-
Жами:			191,8 г	235,5 г	174,78 г	3559 ккал

## 12- жадвал

**“Қозон кабоб” иккинчи таомининг рецептураси ва энергетик қиймати  
(4 порцияга ҳисобланган)**

№	Махсулотлар	Массаси	Озуқавий қиймати(граммда)			Энергетик қиймати
			Оқсил	Ёғ	Углевод	
1	Қуй гўшти	700 г	138.6 г	67.2 г	6.3 г	1162 ккал
2	Картошка	300 г	6 г	1,2 г	48,9 г	270 ккал
3	Пиёз	2 дона	2,8 г	-	19,8 г	82 ккал
4	Туз	-	-	-	-	-
5	Зираворлар	-	-	-	-	-
Жами			147,4 г	68,4 г	75 г	1514 ккал

## 13- жадвал

**“Димланган гўшт” иккинчи таомининг рецептураси ва энергетик қиймати (4 порцияга ҳисобланган)**

№	Махсулотлар	Массаси	Озуқавий қиймати(граммда)			Энергетик қиймати
			Оқсил	Ёғ	Углевод	
1	Лахм мол гўшт	850 г	170 г	83.3 г	8.5 г	1428 ккал
2	Картошка	200 г	4 г	0,8 г	32,6 г	160 ккал
3	Пиёз	80 г	1,12 г	-	7,84 г	32,8 ккал
4	Туз	-	-	-	-	-
5	Зираворлар	-	-	-	-	-
6	Сабзи	150 г	2 г	0,15 г	12,6 г	51 ккал
7	Ёғ	50 г	-	44,5 г	-	444,5 ккал
8	Томат	100 г	1,1 г	0,2г	4 г	44 ккал
9	Сув	-	-	-	-	-
10	Кўкатлар	-	-	-	-	-
Жами			178,22г	128,9 г	65,54 г	216, ккал

## 14- жадвал

**“Коса ичида қўзикоринли гўшт” иккинчи таомининг рецептураси ва энергетик қиймати (4 порцияга ҳисобланган)**

№	Махсулотлар	Массаси	Озуқавий қиймати(граммда)			Энергетик қиймати
			Оқсил	Ёғ	Углевод	
1	Лахм мол гўшт	200 г	40 г	19.6 г	2 г	336 ккал
2	Картошка	2 дона	4 г	0,8 г	32,6 г	160 ккал
3	Пиёз	1 дона	1,4 г	-	9,8 г	41 ккал
4	Қўзикорин	160 г	7,36 г	0,16 г	0,16 г	43,2 ккал
5	Зираворлар	-				
6	Сабзи	1 дона	1,3г	0,1 г	8,4 г	34 ккал
7	Ёғ	50 г	-	44,6 г	-	444,5 ккал
8	Томат	40 г	0,9 г	0,1 г	1,8 г	21 ккал
9	Сув	-	-	-	-	-
Жами:			54,96 г	65,36 г	54,76 г	1079 ккал

## 15- жадвал

**“Коса ичида товўқ гўшт” иккинчи таомининг рецептураси ва энергетик қиймати (4 порцияга ҳисобланган)**

№	Махсулотлар	Массаси	Озуқавий қиймати(граммда)			Энергетик қиймати
			Оқсил	Ёғ	Углевод	
1	Товўқ гўшти	300 г	56.1 г	48.3 г	1.5 г	549 ккал
2	Картошка	2 дона	4 г	0,8 г	32,6 г	160 ккал
3	Сабзи	1 дона	1,3 г	0,1 г	8,4 г	34 ккал
4	Пиёз	1 дона	1,4 г	-	9,8 г	41 ккал
5	Помидор	1 дона	1,1 г	0,2 г	4 г	44 ккал
6	Туз	-		-	-	-
7	Зиравор	-		-	-	-
8	Кўкатлар	-		-	-	-
9	Сметана	50 г	1,2 г	15 г	1,55 г	146 ккал
Жами:			62,9 г	64,4 г	57,8 г	974 ккал

**“Чахохбили” иккинчи таомининг рецептураси ва энергетик қиймати  
(4 порцияга ҳисобланган)**

№	Маҳсулотлар	Массаси	Озуқавий қиймати(граммда)			Энергетик қиймати
			Оқсил	Ёғ	Углевод	
1	Товуқ гўшти	1.2 кг	224.4 г	193.2 г	6 г	2196 ккал
2	Пиёз	4 дона	4,2 г	-	29,4 г	123 ккал
3	Ёғ	2 ош.қ	-	29,7 г	-	266 ккал
4	Помидор	750 г	8,25 г	1,5 г	30,5 г	330 ккал
5	Кинза кўкати	4 боғ	-	-	-	-
6	Рахон кўкати	3 боғ	-	-	-	-
7	Зираворлар	-	-	-	-	-
8	Туз	-	-	-	-	-
Жами:			236,85г	224,4 г	65,9 г	2915 ккал

Келтирилган 7.8.9.10-жадваллар маълумотларини ўрганиш шундан далолат берадики, “ORIENT-STAR” меҳмонхонаси қошидаги ресторанда тайёрланаётган биринчи таомларнинг ассортименти ресторанга ташриф буюрган мижозларнинг биринчи овқатни соғлигига таъсирини ҳисобга олиб ўзининг организмига мос равишда танлаш имкониятини беради.

Мазкур меҳмонхона қошидаги ресторанда 11,12,13,14,15,16 – жадваллардаги таомлар яъни “Димлама”, “Қозон кабоб”, “Димланган гўшт”, “Коса ичида кўзикаринли гўшт” “ Коса ичида товуқ гўшт” ва “Чахохбили” каби иккинчи таомлар ҳам тайёрланиб, мижозларга тавсия этилмоқда.

Маълумки, ресторан бизнесининг рақобатдардошлигини таъминлашда тайёрланаётган таомларнинг сифати ҳал қилувчи роль ўйнайди. Шу сабабли биз мазкур ресторанда тайёрланаётган овқатларнинг сифати масалаларига ҳам эътиборни қаратдик.

“ORIENT-STAR” меҳмонхонаси қошидаги ресторанда тайёрланаётган овқатларнинг сифатини органолептик усулда баҳолаш асосида шу хулосага келдикки, мазкур корхонада тайёрланаётган таомлар органолептик кўрсаткичлари бўйича тегишли меъёрий ҳужжатлар талабига жавоб беради.

### **3.4. Ресторанда ҳаёт фаолияти хавфсизлиги ва меҳнат муҳофазасини ташкил этиш**

Ресторан ходимларини шахсий ҳимоя воситалари организм ичига, тери устига ва кийимга радиоактив, захарловчи моддаларни ва бактериял воситаларни тушишидан ҳимоя қилади. Ҳимоя воситалари: нафас олиш ва терини ҳимоя қилиш воситаларига бўлинади. Нафас олиш органларини ҳимоя қилиш воситаларига филтрловчи ва изолятсия қилувчи противогазлар, респираторлар, шунингдек чанга қарши газмол ниқоб (ПТМ 1) ва пахта-докали боғичлар киради.

Нафас олиш органларини яқка ҳимоялаш воситаларини таснифи расм-1 да келтирилган.

Терини ҳимоя қилиш воситаларига махсус изолятсия қилувчи кийим, ҳимоя филтрловчи кийим киради.

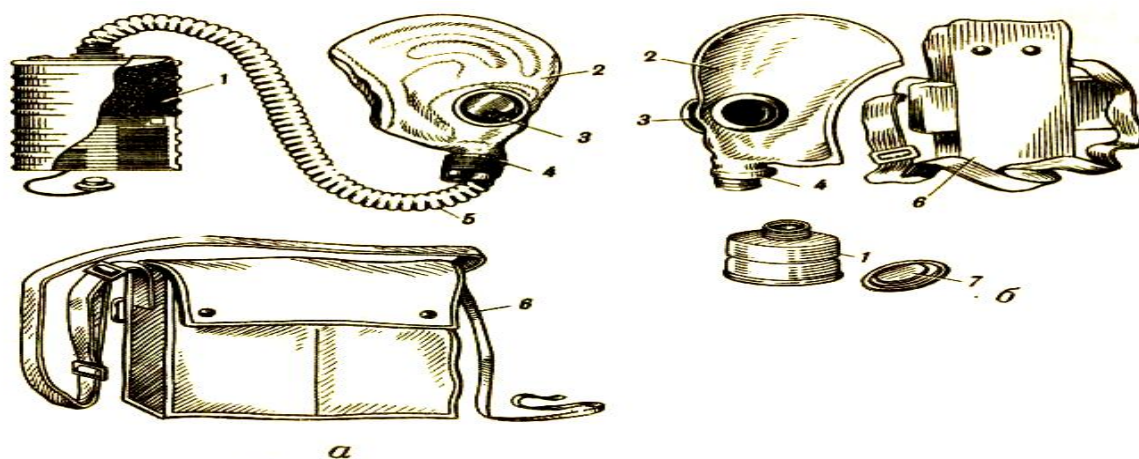
Душманнинг бостириб кириш хавфи туғилганда барча аҳоли шахсий ҳимоя воситалари билан таъминланиши керак. Тузилмаларни шахсий таркиби, ишчи ва хизматчилар шахсий ҳимоя воситаларини ўз объектларида аҳоли эса уй бошқармалари орқали олишади.

Нафас олиш органларини ҳимоя қилиш воситалари:

1) противогазлар: филтрловчи ва изолятсия қилувчи. Филтрловчи противогазларни (расм-2) ишлаш принципи нафас олинадиган ҳавони ҳар хил зарарли қўшимчалардан олдиндан тозалашга асосланган. Филтрловчи противогазларга ГП-5(а); ГП-5 м ва ГП-4у ва бошқалар тегишли.

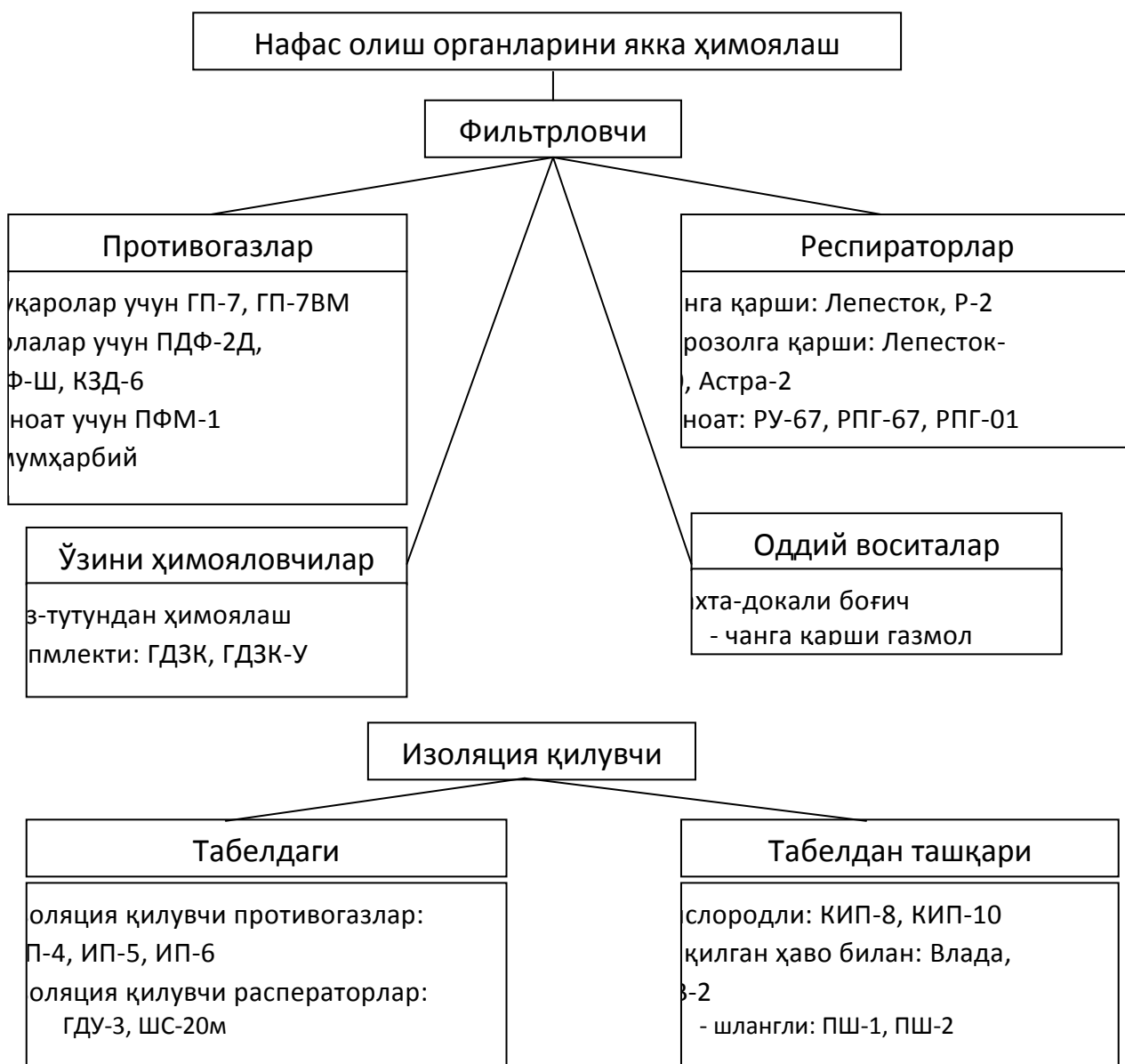
Филтрловчи противогазлар ҳавони тозалайди, шунинг учун углерод оксидидан ҳимояланиш учун қўшимча патрон ишлатилади.





. Филтрловчи противогазлар:

а – умум ҳарбий противогази; б – ГП-5 противогази: 1-филтрловчи-чанг ютувчи кути; 2-шлем ниқоб; 3-кўзойнақлар; 4-клапан кутиси; 5-уловчи трубка; 6-противогаз сумкаси; 7-терламайдиган плёнкалар солинган кути.



8-чизма. Нафас олиш органларини якка ҳимоялаш воситалари таснифи.

Противогазлар одатда, маълум турдаги зарарловчи моддалардан ҳимоя этишга мўлжалланган турли филтрловчи-ютувчи қутилар билан жиҳозланади (жадвал-17).

## Фуқаро противогазидаги қўшимча қутилар таснифи

Қути тури	Қандай захарли моддалардан химоя қилади	Ҳимоялаш вақти	О.б.и рлиги, г
ДПГ-3	Аммиак, диметиламин, хлор, нитрабензол, тетроетилкўрғошини, олтингугуртводород, фенол, фурфурзол, хлорли водород, хлорсиан, этилмеркаптан	1 сотагача	350
ДПГ-1	ДПГ-3 каби, бундан ташқари азот диоксиди, метил хлориди, этилен оксид ива углерод оксиди	1 сотагача	500
ПЗУК	Аммиак, хлор, азот оксиди, диметилгидразин, фосген, углерод сулфиди, олтингугуртдиоксиди, фторли водород, хлорсиан, углерод оксиди	30-40 мин	810
Гопкалитли қути	Углерод оксиди	1,5 соатгача	500

Изолятсия қилувчи противогазлар (ИП-4, ИП-5, ИП 46, ИП 46 М) нафас олиш органларини, кўзни, юз терисини ҳаводаги барча зарарли моддалардан тозалашга мўлжалланган. Бу противогазларни ҳавода кислород етишмаганлигида ишлатилади. Бу противогазлар регениратсия патронида нафас олиш учун ҳаво кислород билан бойитилади.



Rasm-2. P-2 респиратори:

- 1-ярим ниқоб; 2-нафас олиш клапанлари;
- нафас чиқариш клапани; 4-бурун қисқичи;
- 5-бошқа тақиладиган тасма.

жадвал-18. да келтирилган.

Чанга қарши газмол ниқоб (ПТМ-1) ва пахта-докали боғич нафас олиш йўллари радиокатив чанг ва бактериал воситалардан ҳимоя қилишда ишлатилади. Заҳарловчи моддалардан улар ҳимоя қилмайди. ПТМ-1 икки қисмдан иборат: ниқоб корпуси ва боғич.

Пахта-докали боғич аҳоли томонидан мустақил тайёрланади.

Терини ҳимоя қилиш воситалари:

Терини изолятсияловчи ҳимоя воситалари резиналаштирилган материалдан тайёрланади ва одамларни зарарланган ҳудудларда кўп вақт давомида бўлганларида, зарарланиш ўчоқларида дегазатсия, дезактиватсия ва дезинфекция ишларини бажариш вақтида фойдаланилади. Изолятсияловчи ҳимоя воситаларига Л-1 енгил ҳимоя кастюми, ҳимоя камбизони ва кастюми ва умум ҳарбий ҳимоя комплекти тегишли.

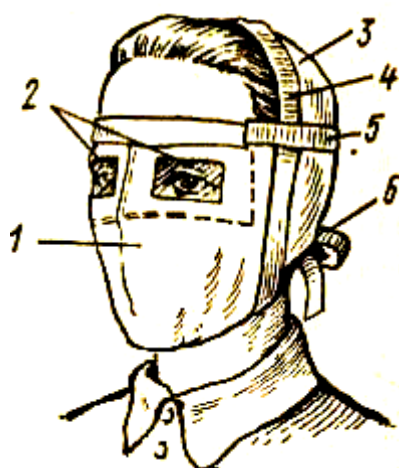
2) респираторлар (расм-3), чанга қарши газмол ниқоб (расм-4) ва пахта-докали боғич (расм-5). Энг кенг тарқалган Р-2 респиратор бўлиб, у нафас олиш органларини радиоактив ва тупроқ чангидан ва бактериал воситалар таъсиридан ҳимоя қилишда ишлатилади.

Кенг тарқалган саноат респираторларини тавсифлари

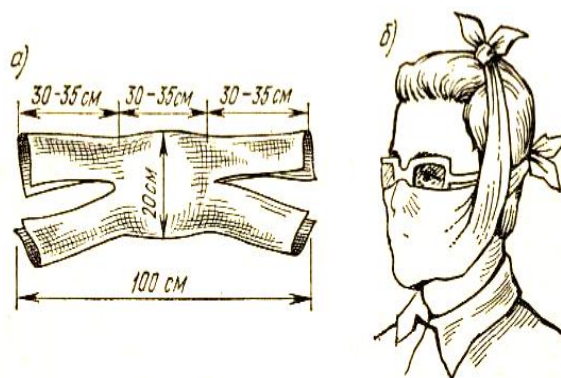
Саноат респираторларини тавсифи

Тўлдирувчи-ни белгиланиши	Ҳимоя этиладиган заҳарловчи модда	Номинал концентратсияси, г/м <sup>3</sup>	Ҳимоялаш вақти, мин	
			РУ-60м	РПГ-67
А	Бензол	2	90	50
Б	Олтингугурт ангидриди	2	20	30
	Аммиак	2	20	30
КД	Олтингугуртли водород	2	20	50
Г	Симоб буғлари	0,1	90	1200

Терини филтрловчи ҳимоя воситаси. Бу комплект терини заҳарловчи модда, шунингдек радиоактив чанг ва бактериал воситалардан ҳимоя қилади.



Расм-3. ПТМ-1 чанга қарши газмол ниқоби:  
1-ниқоб корпуси; 2-ойнақлар;  
-боғич; 4, 5-резинали тасмалар;  
6-пастки боғич.



Расм-4. Пахта-докали боғич:  
а – умумий кўриниши; б – тақилиш.

Терини оддий ҳимоя воситалари -

барча аҳолини ҳимоя воситаси ҳисобландаи.

Бунга одатдаги кийимбош (плащ, палто, капюшон, кўлқоп ва бошқалар) киради.

Шундай қилиб, терини ҳимоя қилиш воситалари одам терисини ЗМ, РМ ва бактериял восита парлари ва томчиларидан, шунингдек бутунлай алфазаррачалардан ҳимоя қилади.

Тиббий ҳимоя воситасига шахсий АИ-2 аптекаси киради. У жароҳат олинганда ва куйишда ўз ўзига ва бошқаларга ёрдам беришга, шунингдек ЗМ, бактериял воситаларни ва ионизатсия қилувчи нурларни таъсирини камайтиришда ишлатилади.

Шахсий ҳимояга қарши пакет томчили суяқ ЗМ танани очик жойларига ёки кийимга тушганида зарасизлантириш учун ишлатилади.

**2. Зилзила, сув тошқини, сел, қор кўчкиси, ўпирилиш, ёнғин. Турли авария каби ҳолатларда ҳаёт хавфсизлиги ва меҳнат муҳофазасини ташкил этишнинг бирламчи чора-тадбирлари**

Кишилик жамияти сивилизациясининг тарихи табиий офатлар, авария ва катастрофалар билан боғлиқ. Содир бўладиган ҳар қандай турдаги табиий офатлар мамлакат иқтисодиётининг издан чиқишига, кўплаб инсонларнинг ўлимига ёки ҳаёт фаолиятининг бузилишига, табиатнинг зарарланишига ва бошқа салбий оқибатларга олиб келади. Бутунжаҳон «Қизил хоч» ҳамжамияти ташкилотининг маълумотларига қараганда табиий офатлардан кўриладиган моддий ва маънавий зарар миқёси бутун дунёда юқори тезликда ортиб бормоқда. Айниқса, ўтган **XX асрда табиий офатлардан 11 млн. дан ортиқ инсонлар ўлими ва жуда катта миқёсда моддий зарарлар кўрилди.** Шунга ўхшаш ҳолат ХХИ асрнинг ўтган 8 йили давомида ҳам кузатилди. Жумладан, 2004-йил Ҳинд океанидаги «Цунами»дан - 300 минг; 2005-йил АҚШдаги «Катрина» тўфонидан - 200 минг; 2005-йил Кашмирдаги (Покистон) зилзиладан - 78 минг; 2008-йил «Мянма» тўфонидан 130 минг; 2008-йил Хитойдаги «Сечуан» зилзиласидан 62 мингдан ортиқ одамлар қурбон бўлиши юз берди.

**Табиий офат** - бу табиатда юз берадиган фавқулоддаги ўзгариш бўлиб, у бирдан, тезликда инсонларнинг мўтадил яшаш, ишлаш шароитларининг бузилиши, одамларнинг ҳамда қишлоқ хўжалик ҳайвонларининг ўлими моддий бойликларнинг бузилиши ва йўқ бўлиб кетиши билан тугайдиган ҳодисадир. Табиий офатларнинг турлари хилма-хил: ер силкиниши, сув тошқини, кучли шамол, ёнғин, қурғоқчилик, ер сурилиши ва бошқалар. Бу хилдаги табиий офатлар бир-бирига боғлиқ ҳолда ҳамда боғлиқ бўлмаган ҳолда, алоҳида юзага келиши мумкин. Яъни бир табиий офат бошқа офат оқибатида юзага келишидир.<sup>6</sup>

Масалан, ўрмонда ёнғинларнинг келиб чиқиши, тоғли жойлардаги ишлаб чиқариш портлашлари, карерларни ишга солишда, платиналар қуришда ернинг сурилишига, қорларнинг кўчиши ва бошқа офатларнинг келиб чиқишига сабаб бўлади. Ҳеч нарсага боғлиқ бўлмаган табиий офатлар жуда катта миқёсда ва турли вақтларгача бир неча сония, дақиқадан (ер сурилиши, зилзила, қор кўчиши) бир неча соатларгача (кучли қор ва ёмғир ёғиши), ҳатто кун ва ойгача (сув тошқини ва ёнғин бўлиши) чўзилиши мумкин. Лекин бухилдаги табиий офатлар ҳамма жойларда ҳам юзага келавермайди Жумладан, зилзила, ер сурилиши офатлари кўпроқ тоғли худудларда кузатиладики, бунинг оқибатида нафақат инсонлар, балки халқ хўжалиги тармоқлари, ҳатто атроф муҳит қаттиқ шикастланади. Яна кучли ёнғингарчилик, қор ёғиши натижасида сув тошқини кузатиладики, оқибатда фуқароларнинг яшаш жойлари, саноат корхоналари, темир ва магистрал йўллар, гидротехник иншоотлар издан чиқади (2.3.1-расм).

Худди шунга ўхшаш таъсирлар ер сурилиши, қор кўчиши қурғоқчилик, кучли шамоллар таъсирида ҳам кузатилиб, охир – оқибатда инсонлар катта ҳам маънавий, ҳам моддий зарар кўрадилар. Аммо, барча табиий офатнинг турлари ҳам ҳамма жойда кузатилавермайди. Табиий

---

<sup>6</sup> Емельянов В.М., Коханов В.Н., Некрасов П.А. Защита населения и территорий в чрезвычайных ситуациях: Учебное пособие для высшей школы / Под редакцией академика РАН В.В.Тарасова. – М.: АкадемическийПроект, 2003. – 480 с. – (“Gaudeamus”).

офатнинг ҳар қайси шакли ўзларининг физик маъносига, келиб чиқиш сабабларига, ўзининг тавсифига, кучига ва ташқи атрофга таъсир кўрсатиш хусусиятларига эга. Бу табиий офатлар бир-биридан фарқ қилишидан қатъий назар, улар бир умумий хусусиятга эга. Яъни уларнинг таъсири жуда кенг миқёсда бўлиб, ўзини ўраб турган атроф муҳитга жуда катта таъсир кучини кўрсатади ҳамда инсонлар руҳиятига жиддий зарба беради.

Шунингдек, алоҳида хавфларда ҳам Европа миқёсида иш кўрувчи тизимлар мажуд, мисол учун фавқулотда об-ҳаво (Метеоаларм), ўрмон ёнғиларида (ЕФФИС), тошқинлар (ЕФАС), zilzilalar (EMCC; Геофон) ва радиация хавфини (ЕУПДЕП), Европа офатда қолган инфратузилмаларни химоя қилиш (ЕПСИП) ҳамда ахборот тармоғи (СИВИН) хавфини олувчи ташкилотлар мавжуд.<sup>7</sup>

Умумий ҳолда оладиган бўлсак, **табиий тусдаги фавқулодда вазиятлар** қуйидаги турларга бўлинади:

1. Геофизикавий хавфли ҳодисалар: zilzila; вулқонларни отилиши; геопатоген зоналарни таъсири.

2. Геологик хавфли ҳодисалар (экзогенли хавфли ҳодисалар): сурилмалар; селлар; ўпирилиш, қулаш; қор кўчкилари; қияли ювилиш; ўрмон жинсларини чўкиши; ер юзасини чўкиши; абразитя, эрозия; чанг бўронлари.

3. Метерологик ва агрометерологик хавфли ҳодисалар: бўрон (9-11 балл); довул (12-15 балл); торнадо (қуюн); қасирға (қаттиқ шамол); вертикал қуюн; катта дўл; кучли қор ёғиши; кучли сирпанчик; кучли аёз; кучли изғирин; кучли иссиқлик; кучли туман; қурғоқчилик; гармсел; эрталабки совуқ.

4. Гидрологик хавфли ҳодисалар: сув сатҳини юқорилиги; сув сатҳини пастлиги; сув хавзаси ва дарёда муз қатламини ҳосил бўлиши; сизот сувларини юқори сатҳи.

5. Табиий ёнғинлар: ўрмон ёнғинлари; ғалла ёнғинлари; торф



ёнғинлари; ёнувчи қузилмаларни ер ости ёнғини.

6. Космик ва Қуёш-космик ҳавфли ҳодисалар: метеоритлар тушиши; ерни катта космик тузилмалар (астероид, комета ва бошқалар) билан тўқнашиши; Қуёш активлигини ўзгариши.

Бизнинг юртимизда Ҳавфқулда вазиятлар Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1998 йил 27 октябрдаги «**Табиий, техноген ва экологик тусдаги Ҳавфқулда вазиятларнинг таснифи тўғрисида**»ги №455-сонли қарори билан тасдиқланган таснифга мувофиқ Ҳавфқулда вазиятлар вужудга келиш сабабларига кўра техноген, табиий ва экологик хусусиятли, ушбу вазиятларда зарар кўрган одамлар сонига, моддий зарарлар миқдорига ва кўламларига қараб локал, маҳаллий, республика ва трансҳегавий турларга бўлинади.

Ушбу қарорга кўра бизнинг минтақада 7 хил Ҳавфқулда вазиятлар турлари тасдиқланган:

1. Зилзилалар, ер сурилиши;
2. Сел, сув тошқинлари ва бошқалар;
3. Кимёвий – ҳавфли объектларда авария ва фалоқатлар (ўткир заҳарли моддаларнинг ажралиб чиқиши);
4. Портлаш ва Ёнғин ҳавфи мавжуд объектлардаги авария ва фалоқатлар;
5. Темир йўл ва бошқа транспорт воситаларида ташиш пайтидаги авария ва фалоқатлар;
6. Ҳавфли эпидемияларнинг тарқалиши;
7. Радиоактив манбалардаги авариялар.

## Хулоса ва таклифлар

### Хулоса

Биз “ORIENT STAR” меҳмонхонаси қошидаги ресторанда тайёрланаётган таомлар сифатини такомиллаштириш орқали самарадорлигини ошириш мавзусидаги магистрлик диссертация ишини бажариб қуйидаги хулоса қилиб шуни айтишимиз мумкин.

1. “ORIENT STAR” меҳмонхонаси қошидаги ресторан Самарқанд шаҳрида ташриф буюрган туристларни овқатлантиришда ўз ҳиссасига эга.

2. “ORIENT STAR” меҳмонхонаси қошидаги ресторанда тайёрланаётган биринчи, иккинчи таомларнинг ва газакбоп озиқ-овқат маҳсулотларнинг ассортименти кенг ва бунда мижознинг танлаш имконияти мавжуд.

3. “ORIENT STAR” меҳмонхонаси қошидаги ресторанда тайёрланаётган таомларнинг сифати ва энергетик қиймати тегишли меъёрий-техник ҳужжатлар талабига жавоб беради

4. “ORIENT STAR” меҳмонхонаси қошидаги ресторанда овқат тайёрлаш билан машғул бўлган мутахассисларнинг, яъни ошпазлар ва технологияларнинг бирортаси ҳам олий маълумотга эга эмас. Бу эса овқатланишни илмий ташкил этишни таъминлашда қийинчиликлар туғдиради.

5. “ORIENT STAR” меҳмонхонаси қошидаги ресторандан таомлар тайёрлаш учун узлуксиз хомашё билман таъминлаб тура оладиган кучли таъминотчи билан узоқ муддатли шартномалар тузилмаган. Бу эса таъминотда узилишлар бўлиши эҳтиёolini кучайтиради.

6. “ORIENT STAR” меҳмонхонаси қошидаги ресторан мавсумий иш фаолиятини олиб бормоқда бу эса корхонани тўлиқ қувват билан ишлашга тўсик бўлмоқда.

## Таклифлар

1. Туристлар овқатланадиган ресторанларда бугунги кунда уларнинг қайси мамлакатдан ташриф буюришига қарамасдан бир хил ассортиментдаги овқатлар тайёрланади. Бу эса туристларнинг эътирозига сабаб бўлмасда уларнинг таомлардан оладиган қониқиш ҳиссини туғдирмайди. Шу сабабли ресторанларда тайёрланадиган таомларнинг ассортиментини турист қайси мамлакатдан ташриф буюришига қараб шакллантиришини таклиф этаман. Бу албатта ана шундай таомларни тайёрлай оладиган юқори малакали ошпазларни тайёрлашни тақозо этади. Аввалига бундай фаолияти йўлга қўйиш ортикча харажатлар талаб етсада 2-3 йил ичида ўзини оқлайди.

2. Бугунги кунда Самарқанд шаҳридаги ресторанларининг таомномалари билан танишиш шундан далолат берадики шаҳарда фақат углеводли таомларга еки оқсилли таомлар тайёрлашга ихтисослашган махсус ресторанлар мавжуд эмас Шу сабабли шаҳарда ҳеч бўлмаса бештадан шундай ресторанларнинг ташкил етилиши мақсадга мувофиқ ҳисобланади Ёки ананавий таомлар тайёрланадиган ресторанларда махсус кухни ва овқатланиш залларини ташкил этиш мушкул деб ҳисоблайман.

3. Оммавий ахборт воситаларида ва интернет сайтларида келтирилган хабарларга қура бизнинг мамлакатимиз нотугри овқатланиш куп даражада ёғли махсулотларни истеъмол қилиш натижасида инсонларнинг ўлими буйича дунёмамлакатлари орасида энг биринчи уринда эканлиги келтирилган Бу эса ресторанларда ва бошқа жойдаги умумий овқатланиш корхоналада тайёрланаётган таомлар ассортиментини ва кимёвий таркибига ана шу талаблар бўйича ўзгартиришлар киритиш мақсадга мувофиқдир.

4. “ORIENT-STAR” меҳмонхонаси қошидаги ресторан мавсумий фаолият кўрсатади яни туристлар ташриф буюрадиган ойлардагина тўла қувват билан ишлайди Бошқа ойларда эса ресторан дейарли фаолият кўрсатмайди Шу сабабли бошқа ойларда ресторани ошхонага диверсификация қилиш асосида таомлар тайёрлаб маҳаллий аҳолининг тўлов қобилиятидан келиб чиқиб нарх стратегиясини ишлаб чиқишни тавсия этади.

5. Рестораннинг технологик жараёнларини замонавий талабларга мос холда жиҳозлаш, шунингдек таомлар сифатини текшириш лабараториясини ташкил этишни тавсия этаман.

## Фойдаланилган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикасининг озиқ-овқат товарларининг сифати ва хавфсизлиги тўғрисидаги қонуни, 1997 йил, 30-август.
2. Ўзбекистон Республикасининг истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисидаги қонуни, 1996 йил, 26-апрел.
3. Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича “Ҳаракатлар стратегияси” тўғрисидаги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ 4947- сонли фармони.
4. 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишлари бўйича “Ҳаракатлар стратегияси”, Тошкент, “Адолат”, 2017 йил.
5. Мирзиёев.Ш.М. Конституциямиз эркин ва фаровон ҳаётимиз, мамлакатимизни янада тараққий эттиришнинг мустаҳкам пойдеворидир, Тошкент, Ўзбекистон, 2018 йил.
6. Ибрагимов.Р.Т, Маркетинг, “Шарқ ” нашриёти, 2002йил.
7. Қурбонов.Ж.М., Қурбонова.Р.Ж, Ресторан хизматлари сервисини такомиллаштиришни инновацион йўллари,С.2019 йил.27 март.
8. Худойбердиев.А,Ю, Мамараулов.З.Э,, Ресторан фаолиятини ривожлантириш истиқболлари, “ Товарлар экспиртизаси ва ресторан иши хизматларини так омиллаштиришнинг инновацион йўллари” мавзусидаги илмий амалий анжумани материалларида, Самарқанд, Самарқанд, 2019 йил, 27 март
9. Шукуров. И, Джалилов.Ш., Таомлар рецептурасини оптималлаштириш тежамкорлик гарови, Самарқанд, 2019 йил,27 –март.
10. Х.Курихина ва М,М,Волгараева, Состав пищевых продуктов,1986, 7-феврал.
11. Воррбаева..Т.М, Говрилова, Большая кулинарная энциклопедия, М.ЭксМо,2006.
12. М.Каримов, Н.Қ. Мухаммадиев, Ш.М.Каримова,Озиқ-овқат кимёси, дарслик.

13. Р.Нормахматов. Озиқ-овқат маҳсулотлари экспертизаси асослари. Маъруза курси.
14. Файзиев.Ж.С, Хизмат кўрсатишни ташкил этиш, Самарқанд, 2017 йил.
15. Қурбонов.Ж.М, Корхона жихозлари эксплуатацияси, дарслик, Самарқанд, 2011.
16. Т.Худайшукуров, И.Шукуров, Оқилона овқатланиш асослари, Ўқув қўлланма, 2009.
17. Қурбонов.Ж.М., Мамарасулов. Э.З., «ҲАЁТ ФАОЛИЯТИ ХАВФСИЗЛИГИ», Самарқанд, 2016.
18. И.Шукуров, Мирзааҳмадов.Д, Корхоналар санитария ва гигиенаси, маълумотлар тўплами, СамИСИ, 2016 й.
19. Қурбонов.Ж.М, Патентшунослик, Лицензиялаш ва Сертификатлаштириш, Ўқув қўлланма, Самарқанд 2016.
20. Т.Худайшукуров, И.Шукуров, Мўминов.Н, Овқатланиш маҳсулотларини ишлаб чиқариш, Тошкент, 2009 й.

# **ИЛОВАЛАР**