

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

**Магистратура бўлими
“Халқаро туризм ва туризм сервиси” кафедраси**

ҲАМИТОВ МУБИН ҲАБИБЖОНОВИЧ

**МЕҲМОНХОНА ХИЗМАТЛАРИ САМАРАДОРЛИГИНИ
ОШИРИШНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ
(Самарқанд шаҳар меҳмонхоналари мисолида)**

**5A811703 – “Хизмат кўрсатиш ва туристик хизматларни ташкил
этиш” мутахассислиги бўйича магистр даражасини олиш учун ёзилган**

ДИССЕРТАЦИЯСИ

Илмий раҳбар: и.ф.д., профессор И.С.Тухлиев

САМАРҚАНД – 2012

МУНДАРИЖА

Кириш.....	3
1-БОБ. Меҳмонхона хўжалиги хизматлари самарадорлигини оширишнинг назарий масалалари.....	6
1.1. Меҳмонхона хизматларининг тушунчаси , турлари ва унинг ўзига хос хусусиятлари.....	6
1.2. Миллий иқтисодиётни ривожлантиришда меҳмонхона хизматларининг тутган ўрни ва аҳамияти.....	17
1.3. Меҳмонхона хўжалиги хизматлари самарадорлигини баҳолаш кўрсаткичлари.....	24
2-БОБ. Самарқанд шаҳридаги меҳмонхоналарда хизматлар ҳолати ва унинг таҳлили.....	36
2.1. Самарқанд шаҳридаги меҳмонхоналарнинг хорижий сайёҳларга хизмат кўрсатиш ҳолати.....	36
2.2. Самарқанд шаҳридаги меҳмонхоналарда хизматлар сифати ва самарадорлигига таъсир этувчи омиллар.....	48
2.3. Меҳмонхоналарда СВОТ таҳлили асосида кучли ва кучсиз томонларни аниқлаш орқали самарадорликка эришиш йўллари....	59
3-БОБ. Самарқанд шаҳридаги меҳмонхоналарда хизматлар сифати ва самарадорлигини оширишнинг асосий йўналишлари.....	71
3.1. Меҳмонхона хизматларининг сифати ва сервис даражасини ошириш.....	71
3.2. Меҳмонхона хизматлари сифатини меҳмонлар томонидан қабул қилиниши ва баҳоланиши.....	77
3.3. Самарқанд шаҳридаги меҳмонхоналарда хизматлар самарадорлигини ошириш истиқболлари.....	85
3.4. Меҳмонхона хўжалигида ҳаёт фаолияти хавфсизлигини таъминлаш чора тадбирлари	91
Хулоса ва таклифлар.....	99
Фойдаланилган адабиётлар.....	103

Кириш

Магистрлик диссертациясининг долзарблиги. Туризм XXI асда жаҳон иқтисодиётига жуда катта ижобий таъсир қилувчи ижтимоий-иқтисодий соҳа бўлиб кириб келди. Бутунжаҳон туризм ташкилотининг маълумотлари бўйича дунёда ишлаб чиқариш ва сервис оборотининг 10 % ини туризм ташкил қилмоқда.

Кейинги 20 йилда халқаро туризмнинг ривожланиши дунё бозорида товар ва хизматларнинг кучли экспорт қилинаётганлиги кузатилмоқда. Яъни туристик хизматларнинг экспортда ўсиши 8 % га ўсиб умумий хизматлар савдосининг жаҳон бўйича 30-35 % ини ташкил қилмоқда.

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

Ўзбектуризм миллий компанияси маълумотларига кўра, 2010 йилда Ўзбекистонга 2009 йилга нисбатан 6,9 % кўп сайёҳ келган. 2011 йилнинг биринчи ярмида эса мамлакатимизда сайёҳлик хизматининг ўсиши 27%, хизмат кўрсатиш хажми эса 6,6 % ни ташкил этган. Бундан ташқари 2011 йилнинг январь-июнь ойларида 71 туристик корхона ва 29 меҳмонхона ишга тушурилди. Юртимизда ушбу соҳада 782 корхона, 294 меҳмонхона, қарийб 450 сайёҳлик оператори фаолият олиб бормоқда².

Албатта туризмнинг ривожланиши биринчи навбатда туризм индустриясининг ўзаги бўлган меҳмонхоналарнинг ривожланишига ижобий таъсир қилар экан. Чунки, меҳмонхона бизнеси туризмнинг ажралмас қисми бўлиб, биринчи навбатда туристларни қабул қилувчи ва туристларнинг датлабки эҳтиёжларини қондирувчи, мураккаб хизматларни амалга оширувчи энг муҳим инфратузилмалардан бири ҳисобланади. Шунинг учун ҳам XXI аср

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

² “Zarafshon” газетаси 2011 йил 3 ноябр пайшанба сони.

туризмада меҳмонхоналар бизнесида нафақат хизматлар сонини, турини кўпайтиришга эътибор берилмоқда, балки кўрсатилаётган хизматлар сифатини ва самарадорлигини оширишга куч берилмоқда, хизматларнинг сифатини ва самарадорлигини ошириш учун янги-янги технологиялар ишлаб чиқилмоқда.

Шу билан бирга меҳмонхона хўжалигидаги хизматларнинг яхшиланиши нафақат хизмат кўрсатишда балки, меҳмонхона ходимларининг юқори малака ва билимларга эга бўлишини талаб қилмоқда. Ҳозирги вақтда халқаро туризмда ҳам биринчи навбатда ҳар қандай меҳмонхонадаги сервис хизматларининг сифатига ва турли-туманлигига катта эътибор берилмоқда.

Меҳмонхоналардаги хизматларнинг турини кўпайтириш муаммо эмас, лекин бу хизматларни таклиф қилиш ва сифатли даражада ижро қилиш албатта меҳмонхоналарда хизмат қилувчи ходимларнинг хушмуомилалиги, очиқ чехраллиги, устамонлиги, чаққонлиги ва ижрочилик қобилиятларининг юқори даражаларга 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 кўшимча хизматларни барчасини меҳмонхона ходимлари бажаришади.

Шунинг учун ҳам мамлакатимизда туризмни ривожлантиришда меҳмонхоналардаги хизматлар ва сервиснинг самарадорлигини ошириш энг долзарб масалалардан ҳисобланади. Меҳмонхоналаримиздаги хизматларнинг самарадорлигини оширишнинг, сифатларини яхшилашнинг долзарблигини Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг “Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини

ривожлантиришни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 325-сонли қарорининг ўз вақтида қабул қилинганлигидан ҳам билишимиз мумкин³.

Бу қарорнинг юзага келишида албатта меҳмонхона хўжаликларимиздаги кўрсатилаётган хизматларнинг пастлиги, меҳмонхона хизматчиларининг етарли тажрибаларга эга эмаслиги, айниқса халқаро туристларга хизматлар кўрсатишда кўплаб хатоликлар, камчиликлар борлиги мавзунинг долзарблигидан далолат беради.

Магистрлик диссертациясининг тадқиқод объекти- Самарқанд шаҳридаги меҳмонхоналари ҳисобланади.

Магистрлик диссертациясининг мақсади – Самарқанд шаҳридаги меҳмонхоналарда хизматлар самарадорлигини оширишнинг самарали йўллари ишлаб чиқиш.

Магистрлик диссертациясининг предмети. Меҳмонхона хизматларининг самарадорлигини ошириш билан боғлиқ иқтисодий муносабатлар мажмуасидан иборат.

Магистрлик диссертациясининг вазифаси-Самарқанд шаҳридаги меҳмонхоналар хизматлари самарадорлигини оширишда аниқ тавсиялар ва янги хизматлар турларини таклиф қилишдан иборат.

Магистрлик диссертациясининг амалий аҳамияти-шундан иборатки, ишнинг хулосалари бўйича тадқиқотлар натижаларидан келиб чиқиб меҳмонхоналарда хизматлар самарадорлигини ошириш бўйича тавсияномалар, йўналишлар ишлаб чиқилади ва меҳмонхоналар хўжаликларига таклиф қилинади.

Магистрлик диссертациясининг апробацияси. Мазкур диссертация иши юзасидан муаллиф томонидан республика миқёсида ўтказилган илмий-амалий анжуманларда маърузалар қилинган.

Магистрлик диссертациясининг таркиби: кириш, III боб, шунингдек ҳар бир бобда 3 тадан параграф-савол, хулосалар, тавсиялар, жадваллар,

³ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2006 йил 17 апрельдаги “Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори. «Халқ сўзи». 2006 йил 18 апрел.1-бет.

расмлар ва фойдаланилган адабиётлар рўйхатидан иборат. Магистрлик диссертациясининг ҳажми 106 бетдан иборат.

1-БОБ. МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ ХИЗМАТЛАРИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШНИНГ НАЗАРИЙ МАСАЛАЛАРИ

1.1. Меҳмонхона хизматларининг тушунчаси , турлари ва унинг ўзига хос хусусиятлари

Ўзбекистон иқтисодиётида бозор муносабатлари анча жўшқин 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 бормоқдалар.

Меҳмонхона сервиси корхоналарининг ранг-баранглиги, шунингдек вақти-вақти билан меҳмонхона хизмати 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. 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 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 жазибадор 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 мутлоқ тоқат қилиб бўлмайди”⁴, деб таъкидланди. Албатта, эътибор берилмаган соҳанинг самарадорлиги ҳам ўзига яраша бўлади. Хизмат кўрсатиш соҳасининг ялпи ички маҳсулотдаги улуши 2005 йилда 38,3 фоизни ташкил қилди⁵. 2010 йилга бориб ушбу кўрсаткичнинг миқдори 49,0 фоизни ташкил қилиши кўрсатилган. Аммо бу ҳам кам. Чунки, 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.

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

Жойлаштириш - туризм индустриясининг энг муҳим элементларидан бири ҳисобланади. Жойлаштириш (тунаш) бўлмаса туризм ҳам булмайди. Бу туристларни қабул қилиб олиш ва ўз туристлик ресурсларини ишлатишдан қатъий назар ва катта даромад олишга ташна бўлган ҳар қандай туристлик регион ва марказ иқтисодиётининг талабидир. Меҳмонхона индустрияси меҳмондўстлик тизими-нинг моҳиятидир. У инсоният тарихидаги ҳар қандай ижтимоий формацияга хос бўлган меҳмонни ҳурмат қилиш, уни қабул қилиб

⁴ “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.

⁵ Ўзбекистоннинг статистик ахборотномаси 2005 йил. -5 бет.

олиш ва хизмат кўрсатиш тантаналари каби энг қадимги анъаналаридан келиб чиқади. Шунини таъкидлаш керакки, мутлақо транзит туристлар ва экскурсион хизмат кўрсатиш ҳисобига яшайдиган туристлик марказ ва жойлар мавжуд. Лекин бу ҳолда яхши фойда олиш учун туристлик маҳсулот товарни ташкил қилувчи хусусиятга эга бўлиш керак⁶.

Меҳмондўстликнинг (меҳмон қабул қилиш) индустрияси - бу минтақа ёки туристлик марказ хўжалигининг энг кучли тизмидир ва туризм иқтисодиёти-нинг муҳим таркибий қисмидир.

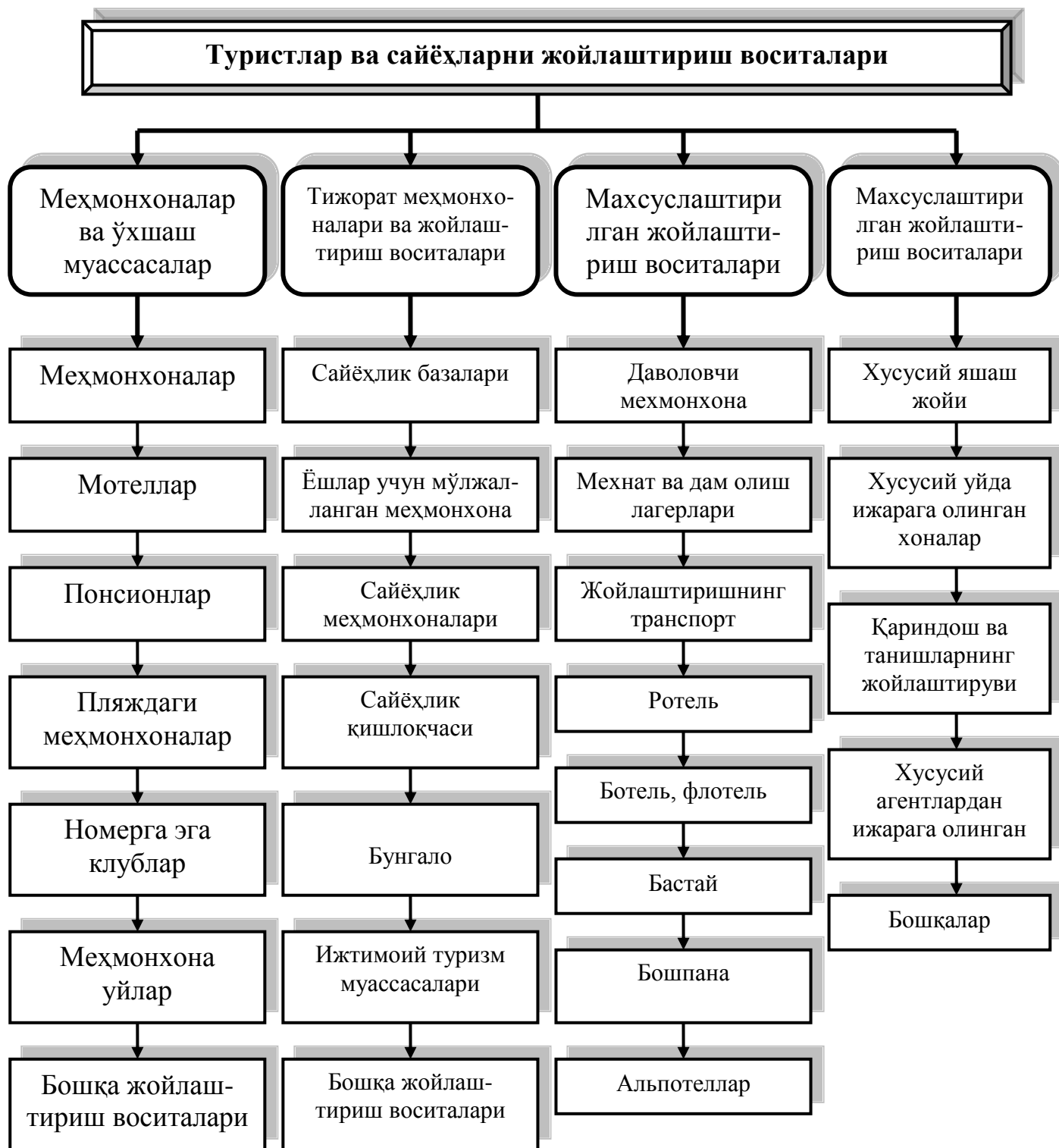
Меҳмондўстлик индустрияси деганда меҳмондўстликни амалга ошириш билан боғлиқ хизматлар бозорини шакллантириш ва ривожлантиришга қаратилган тадбиркорлик фаолияти тушунилади.

Туризмга оид адабиётларда «туризм ва меҳмондўстлик индустрияси» термини кенг қўлланилиб келинмоқда⁷. 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 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, туристлик хуторлар, шунингдек, туристларни жойлаштиришда иштирок этвчи хусусий сектор воситаларини ташкил этади.

⁶ И.С. Тухлиев, Р.Ҳайитбоев, Н.Э.Ибодуллаев, Р.С.Амридинона Туризм асослари: Ўқув қўлланма – С.: СамИСИ, 2010-45-46 бет

⁷ 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.



1-расм. Туристлар ва сайёҳларни жойлаштириш воситалари⁸

Жойлашув воситалари бўйича меҳмонхона турлари

⁸ И.С. Тухлиев, Р.Хайитбоев, Н.Э.Ибодуллаев, Р.С.Амридинова Туризм асослари: Ўқув қўлланма – С.: СамИСИ, 2010-45-46 бет

Меҳмонхоналарни қуйидаги типологияси жаҳон амалиётида уларни ҳар бирини батафсил аниқ тафсилоти билан ифодаланган кўриниши қуйидаги 1-жадвалда акс эттирилган⁹.

Жадвал 1.

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) бўгинли 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 ҳакозоларни қабул қилиши мумкин.
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. Узоқ муддатга тўхтаб ўтувчи оилавий туристлар, бизнесменлар ва ижарачиларга хизмат кўрсатади.
Иқтисодий бўгин (класс) меҳмонхонаси	Кичик ёки ўрта сиғимли корхоналар (150 ўринли ва ундан ортиқ) магистрал йўл ёқаларида жойлашади. Хизматлар тўпламини чекланганлиги, оддий ва тез хизмат кўрсатиш билан ажралиб туради. Истеъмолчилари – кўрсатилган (истиеъмол қилинган) хизматлар учун ҳақиқий тўловни амалга оширишга интилувчи ва тўлиқ пансионга муҳтож бўлмаган бизнесменлар, хусусий туристлар учун мўлжалланган.
Отел-курорт	Ўз сиғими бўйича меҳмондорчиликни тўлиқ хизматлар тўпламини таклиф 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 характерлидир. Мижозлари

⁹ И.С. Тухлиев, Р.Ҳайитбоев, Н.Э.Ибодуллаев, Р.С.Амридинова Туризм асослари: Ўқув қўлланма – С.: СамИСи, 2010-46-47 бет

	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-гарнилардан фарқли равишда бу ерда нонушта, тушлик ва кечки овқат (тўлиқ пансион) тақдим этилади. Бироқ овқатланиш хизмати фақат мижозларгагина кўрсатилади.
Меҳмонхона-ҳовли	Отеллардан сифими, 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 топувчи 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, турли-туман таъминотлар (телефон, телефакс, телетайн, телевизор, ва х.к). Сўнгги вақтларда турларга ўқитувчи конгресс-круизлар, конгресс-турлар, бизнес-турларни ташкил этиш учун фойдаланилади.
Флайтел	Агромеҳмонхона ёки «учувчи отел». Фавқулодда қиммат ва меҳмонхонани камёб тури ҳисобланади. Қўниш майдончаси ва метеорологик хизмат алоқалари билан жиҳозланган.

Меҳмонхоналарда хизмат кўрсатиш бўлимлари ва уларнинг вазифалари.

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 жумласидандир¹⁰.

Портъе хизмати. Портъе хизмати – бу меҳмонда муаммо пайдо бўлганида доим биринчи мурожаат қиладиган жой. Айнан миждоз портъе хизматидан меҳмонхона ҳақида таъсурот олади. Портъенинг асосий вазифаси меҳмонларни қабул қилиш ва бронланган номерларга жойлаштиришдир. Меҳмон рўйхат варақасини тўлдиради, паспорт маълумотлари, доимий яшаш манзили кўрсатилган бўлади. Расмий белгилаб олингандан сўнг юк ташувчи меҳмонни номергача юкларини элтиб беради. Портъенинг яна асосий функцияларидан бири яшаш ҳисоб-китобини юритишдир.

Ҳар бир ходимнинг асосий вазифаси меҳмонларга хизмат қилиш ва меҳрибончилик кўрсатишдир.

Хона тозалаш хизмати. Хона хизматчиларининг бошлиғи ходимларнинг номерларни тозалиги, офис, ишлаш жойларининг озода сақланиши бўйича олиб борилаётган ишларга жавобгардир. Бош хизматчи вазифаларни олади ва бўйсинувчиларга тақсимлаб бўлади. Хизматчиларнинг ҳар кунги мажбурияти номер бўш ёки бандлигидан қатъий назар номер тозалигини сақлашдир.

Анимация хизмати.Замонавий инсон эҳтиёжининг ўзгариши, унинг яшаш тарзини ўзгаришига олиб келди ва унинг дам олиш хошишига ҳам таъсир ўтказди. Анъанавий дам олиш ўзгарди. Туризмда янги «Анимация» тушунчаси мавжуд. Анимация – бу дам олувчиларни бўш вақтларини спорт ва кўнгилахушлик дастури асосида вақти чоғлик билан ўтказишини тушунишимиз мумкин. Курорт ва клубли отеллар туристларга тўлиқ анимация дастурини таклиф этиш учун (теннис корти, баскетбол, волейбол, аквалангда шўнғиш, шунингдек бассейнлар, пляж барлари, «таверна»лар, кечки клублар) имкониятлари кенг бўлган инфраструктурага мухтождир. Бу объектларнинг дизайни алоҳида эътиборни талаб қилади. Ушбу фаолият кўрсатаётган марказлар бир-биридан узоқ жойлашмаган бўлиши, денгиз

¹⁰ Аҳмедов Х.И. «Жойлаштириш индустриясида сервис» Маърузалар матни.Тошкент-2005. 20-23 бетлар

ёнида, сотув нуқталари (барлар ва овқатланиш жойлари) яқинида жойлашган бўлиши керак.

Аниматорлар биринчи медицина тиббий ёрдам кўрсатишни билишлари, гимнастика, аэробика машқларини олиб бора олишлари, бунда дам олувчиларни ёшларини ҳисобга олиши шарт. Энг асосийси улар хушмуомала бўлишлари шарт. Отел бошлиқлари шуни эсда тутишлари керакки – аниматорлар алоҳида хизматчилар, уларга юқори эътибор қаратиш зарур.

Мухандис-техник хизмат. Бу хизмат санитар-техник воситаларни маромли ишлашини ва электр қурилма ҳамда системаларни таъмирлаш ва қурилиш хизматларини, шунингдек ички ва ташқи қулайликларни яратишни таъминлайди.

Тижорат хизмати. Тижорат хизмати стратегик ва оператив режалаштириш, маркетинг, хўжалик ва молиявий фаолиятнинг натижаларини таҳлили билан шуғулланади. Бу хизматни тижорат директори, директор ўринбосари ёки молиявий-иқтисодий масалалар бўйича менежер шуғулланади.

Маъмурият (администрация) хизмати. Маъмурий хизмат меҳмонхона мажмуасининг барча хизмат бўлимларининг ишини ташкиллаштирилишига жавоб беради. У молия, ходимлар (кадрлар) билан таъминлаш масалалари билан шуғулланади, ходимларга етарли иш шароитларини яратиш, техника хавфсизлигига, экология ва ёнғинга қарши қўйилган норматив талабларни бажарилишини назорат қилади, хамкорлар ва ташқи алоқалар билан шуғулланади. Бу бўлимни олий тоифали менежер ёки меҳмонхона директорининг ўзи бошқаради.

Хавфсизлик хизмати. Бу ишга отел хизматчилари жуда жиддий муносабатда бўладилар. Мижозларни ва уларни буюмларини хавфсизлигини таъминлаш меҳмонхона хизматчиларининг дастлабки мажбуриятларидан бири ҳисобланади. Шунингдек хавфсизлик хизмати ёнғин чиқиш хавфсизлигига ҳам жавобгардир. Хавфсизлик хизмати кенг маънода

жисмоний хавфсизлик ва меҳмонларни мулклари ва меҳмонхонанинг хусусий мулкларининг хавфсизлигига жавобгар.

Жисмоний хавфсизликка қуйидагилар киради:

Бино ва бинонинг худуди, отел худудидаги тунги ёритгичлар, 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.

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.

Қуйидаги 2-расмда меҳмонхоналарда хизматлар кўрсатиш дастури келтирилган.



2-расм¹¹. Меʼмонxonalar da xizmat kўrsatish dasturi.

¹¹ Қурбонов. Ж. М., Мамарасулов. З. Э., "Қурбонов. Ж. Ж., Меʼмонхона хўжалигини ташкил этиш" Маърузалар матни. Самарқанд 2011. 136 бет

1.2. Миллий иқтисодиётни ривожлантиришда туризм- меҳмонхона хизматларининг туган ўрни ва аҳамияти

Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримов 1992 йил «Туризмнинг жаҳон бозорига чиқишга ва туризм инфратузилмасининг ривожлантириш ҳақида»ги Фармони тармоқларда тубдан ўзгартириш киритишга йўл очиб берди.

Туризмни ривожлантириш давлат дастурида туризм миллий маданиятни ва иқтисодиётни ривожланишига асосий омил бўлиб у туристик фаолият учун зарур шарт шароитлар яратиб бериши кўрсатилди. Туризм соҳасида давлат сиёсатининг асосий йўналиши қуйидагича:

- Республиканинг иқтисодий тармоқларининг устиворлиги каби туризмни ривожланиши учун қулай шароитлар яратиш;
- Туристик фаолиятда мумкин қадар қулайлик яратиш режимини кафолатлаш;
- Туризм соҳасида меъёрий ва ҳуқуқий базаларни яратиш;
- Туристик фаолиятни амалга ошириш учун бир тенг шароитлар билан таъминлаш;
- Туризмда рақобатбардошликни ривожлантиришга кўмаклашиш;
- Ноёб туристик потенциал имкониятларни яратиш ва кенг тарғиботни ташкил қилиш.

Республикада туристик ташкилотлар давлат тасарруфидан асосан чиқарилган. Хозирги кунда акционер жамият ва масъулияти чекланган жамиятлардир. Республика ҳукумати туристик тармоқларда хусусийлаштириш фаолиятларига турли рағбатлантиришларни йўлга қўймоқда. Ундан ташқари туризм индустриясидаги чет эл инвестицияларига афзалликлар яратилган. Мисол учун чет эл инвестицияларига имтиёзлар белгиланган ва бу Ўзбекистон Республикасининг солиқ қонунларида баён этилган, жумладан

1. Давлат аҳамиятига эга бўлган кўпгина давлат инвестициялари ҳукумат томонидан кафолатланади. Бу туризм муҳитидаги барча

тармоқларда тадбиркорликни иқтисодий рағбатлантиришнинг энг кучли таянчи ҳисобланади.

2. Тошкент, Хива, Самарқанд, Бухоро шаҳарларидаги туристик ташкилотлар уч йил муддатдан ошмаган холда дастлабки фойда олгунча барча турдаги солиқ тўловларидан озод этилади.

Туристтик бизнеснинг ривожланишида фискаль (яъни давлат томонидан) рағбатлантиришдан ташқари, ставкаси камайтирилган имтиёзли кредитлар бериш орқали молиявий рағбатлантиришлар қўлланилади. Туризмнинг янги объектларини барпо этиш учун судалар берилди. Таъкидлаш жоизки туризм соҳасини ривожланиши учун давлат ажратган маблағи асосий захира манбаи ҳисобланади. Ўзбекистонда чет эл туризмни ривожланиши учун давлат катта имконият яратган. Ўзбекистондаги Тошкент, Бухоро, Хива ва Самарқанд шаҳарларидаги тарихий ва архитектура обидаларини тиклашга улкан инвестиция йиғиндиси жорий этилган. Алоҳида таъкидлаб ўтиш керакки, Ўзбекистон Республикаси ҳукумати мамлакатда туризм инфраструктурасини ривожлантиришга интилоқда. Бу борада алоҳида Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан қарорлар чиқарилган.

Ўзбекистон улкан туристик потенциал имкониятига эга, лекин ханузгача жаҳон бозорида туристик хизматлари охириги ўринларни эгаллаб келмоқда. Туризмнинг мавжуд моддий базасининг 80 фоизига қайта ишлов бериш зарур. Хусусий инвестиция тармоқлари рағбатлантирилмаган, шароитлар яратилмаган. Юқори малакали мутахассислар етишмаслиги сезилиб туради. Ички ва ташқи бозорлардаги миллий туристик маҳсулотлар харакати ҳақида илмий ахборот ва реклама билан таъминлаш тизими мавжуд эмас.

Бундай ҳолат кўпинча геосиёсий шароитни ўзгариши, хўжалик алоқаларини ва ишлаб чиқариш муҳитини пасайиши асосида бўлиши охир оқибат халқ даромади фарқланиб қолиб яшаш даражаси пасайиши оқибатида ички туризмни қисқаришига олиб келади. Марказлашган иқтисодиёт

моделидан бозор иқтисодиётига ўтиш, сўнг монетар-бозор моделини ривожлантириш узоқ давом этадиган ва мураккаб жараёндир.

Ўзбекистонда барча иқтисодий тизимларнинг барқарорлашуви туризм индустриясининг ривожланишининг барқарорлашувига олиб келади. Бозор иқтисодиётига ўтишнинг биринчи босқичида ички ва халқаро туризмни инқирозини авж олишига чек қўйиш зарур.

Туризм ривожининг 2чи босқичда иқтисодиётнинг бозор муносабатларини ислох қилиш билан бир қаторда тарихий объектлар қайта тикланиши зарур.

Кейинги босқич туризмни бошқаришни ривожлантиришдир, барча иқтисодий системалар тизими қаторида туристларга хизмат кўрсатишни акционерлик қўшма ва хусусий компаниялар ҳисобини кенгайтиришдир.

Тўртинчи босқич туристик хизматлар нархи ва тарифларининг муросасозлашувидир (либерализация). Талаб ва таклифга боғлиқ ҳолда бозор нархи белгиланади. Нархни муросасозлашувчи таклиф қилинаётган хизматларни сифатини оширишга имкон беради. Хизмат сифатларини ошириш рақобатни кучайтиришга олиб келади. Ўзбекистонда туристик ташкилотлар ўртасидаги рақобат асосида бозор муносабатларини яратиш туризмдаги мулкчилик муносабатларини ривожлантиришни рағбатлантирилишини тақазо этади. Монопол мавқедаги «Ўзбектуризм» Миллий компанияси ўз фаолиятини ҳозирги кунда туризм ривожланишини мувофиқлаштириш ва назорат қилишга қаратгандир.

«Ўзбектуризм» Миллий компанияси халқаро ярмаркаларда Ўзбекистонни танитишда ва Ўзбекистонда халқаро ярмаркаларни ўтказишда муҳим роль ўйнайди.

Ўзбекистонда асосан илмий туризм ривожланган, масалан тарихий обидаларни ўрганишдир. Шундек республикада экологик туризм ривожланиши учун барча шароитлар яратилган, шу жумладан саргузашт кўринишидаги «Рафтинг», отда юриш ва «Спорт туризми», ва бошқалар. Ўзбекистон меҳмонларга ҳар хил турларни таклиф қилади - қизиқ турган

қумликда, тоғ қисмларидаги қорлик устидаги дам олиш, балиқ ови, альпинистлик ва дельтопланда учуш ва бошқа саёхликлар.

Туризмни ҳар хил турларини ривожлантиришни таъминлаш учун солиқ системасида дифференциаллашни қўллаш лозим. Ўзбекистонда бозор муносабатларини ривожлантириш, миллий туристик ташкилотларни рағбатлантириш зарур.

Миллий туристик комплекснинг асосий инфраструктураси бўлиб меҳмонхона хўжалиги ҳисобланади. Меҳмонхоналарнинг асосий мақсади – вақтинчалик (бош-пана билан) яшаши учун номер билан таъминлаш, юқори даражали хизматлар кўрсатиш, қулайлик яратиш ва мижозларга ғамхўрлик қилишдир. Ўзбекистон ҳукумати биринчи даражали отеллар қуриш учун халқаро ва республикадаги молиявий ташкилотларни инвестицияларини киритмоқда. Аммо меҳмонхона секторларини иқтисодини ўсиши учун асосий таянч мамлакатни ички имкониятларини ишга солиш керак. Ҳозирги бозор иқтисодиёти шароитга миллий капитални рағбатлантириш механизмларини излаш зарур.

Бозор иқтисодиёти модели меҳмонхоналар муносабатларини асосий ва кўшимча хизматларини талаб ва таклиф асосида ривожлантириши зарурлигини назарда тутди.

Бу борада маркетинг изланишларини ахамияти жуда катта. Маркетинг қонуни шуни кўрсатадики ҳеч қандай бир бутун бозор бўлмайди, балки алохида-алохида бозорлар сигменти бўлиб улар учун истеъмолчилар мавжуддир. Бу меҳмонхона хизматини 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 ва давлат ташкилотларига яқин жойлашган бўлиши керак. Бу меҳмонхонада албатта бизнес-марказ бўлиши шарт. Номерлар фондида бир ўринлик хоналар сони кўп қисимни ташкил этиши керак.

Ўзбекистонда туристик хизматлар турларида меҳмонхона хизматлари салмоқли ўрин эгаллайди (2-жадвал).

2-жадвал

Ўзбекистонда туристик хизматлар ичида меҳмонхона хизматлари бўйича тушумларнинг 2006-2009 йиллардаги динамикаси¹²

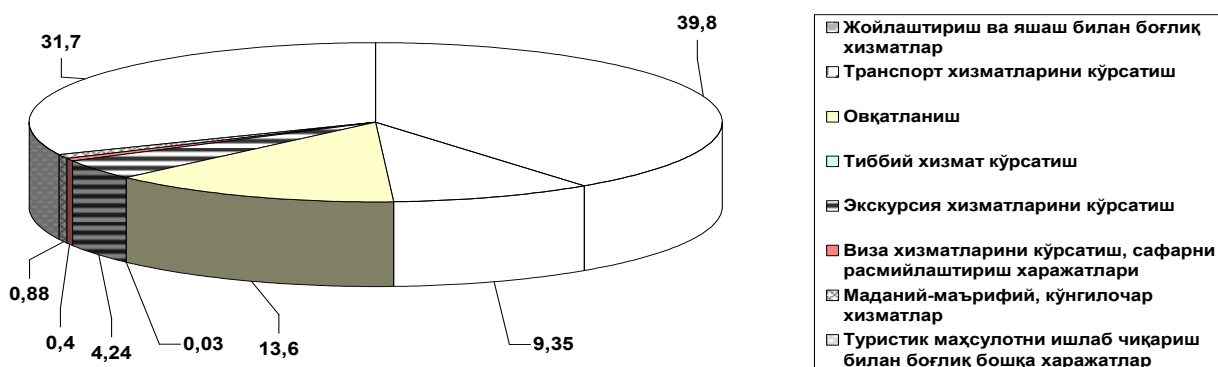
Кўрсаткичлар	2006 йил		2009 йил		2009 йил, 2006 йилга нисбатан	
	Ҳажми, минг сўм	улу-ши,%	Ҳажми, минг сўм	улу-ши,%	фарқи, минг сўм	ўзгариш суръати
Барча хизматлардан тушум	5499668,2	100	41516435,7	100	+36016767,5	755
шундан:						
1. Меҳмонхона (жой-лаштириш ва яшаш)	3324735,0	60,45	16504012,4	39,8	+13179277,4	496
2. Транспорт хизматлари	248205,0	4,5	3883149,4	9,35	+3634944,4	1564
3. Овқатланиш	1285051,3	23,4	5658769,2	13,6	+4373717,9	44
4. Тиббий хизмат кўрсатиш	3542,9	0,06	13205,5	0,03	+9662,6	37
5. Экскурсия хизмат-ларини кўрсатиш	127664,7	2,32	1762868,8	4,24	+1635204,1	138
6. Виза хизматлари кўрсатиш сафарни расмийлаштириш харажатлари	27757,2	0,5	168131,7	0,4	+140374,5	606
7. Маданий-маърифий кўнгилочар хизматлар	20549,1	0,37	367246,7	0,88	+346697,6	1687
8. Туристлик маҳсулот-ни ишлаб чиқариш билан боғлиқ бошқа тушумлар	462162,9	8,4	13159052	31,7	+12696889,1	2747

Кўриниб турибдики, меҳмонхона хизматлари бўйича жойлаштиришдан тушум 2009 йилда 39,8 %ни ташкил қилган, бу 2006 йилга нисбатан 20,65 банд (39,8 – 60,45) кам демакдир. Унинг ўсиш суръати 7,55 мартани ташкил қилади. Меҳмонхона хизматлари ичида овқатланиш хизматларидан келадиган даромад 2009 йилда 13,6 %ни ташкил қилган ва бу камайиш

¹² Манба: Ўз.Р. Давлат Статистика қўмитаси маълумотлари асосида тузилган.

тенденциясига эга бўлган, чунки, 2006 йилда унинг миқдори 23,4 %га тенг бўлган. Аммо суммадаги миқдори 4,4 марта ошган. Худди шундай ҳолатни бошқа кўрсаткичлар бўйича ҳам айтиш мумкин. Умумий хулоса қилиб айтганда, шу даврда умумий оўқатланиш соҳасида нархларнинг кескин ўзгариши рўй берган.

Замонавий меҳмонхоналарнинг бош мақсади бўлиб туристларга хизмат кўрсатиш ҳисобланади. Туристларга кўрсатилаётган хизматлар ичида жойлаштиришга оид хизматлар 39,8 %ни, оўқатлантириш хизматлари 13,6 %ни, транспорт хизматлари 9,35 %ни, экскурсия хизматларини кўрсатиш 4,24 %ни, маданий-маърифий, кўнгилочар хизматлар 0,88 %ни, виза ва сафарни расмийлаштириш хизматлари 0,4 %ни, тиббиёт хизматлари 0,03 %ни ҳамда турли бошқа хизматлар 31,7 %ни ташкил этади (3-расм).



3-расм. Мамлакатимизда 2009 йилда туристларга кўрсатиладиган хизматларнинг таркиби, %

Меҳмонхоналарга туризмда банд шахсларнинг 56% ва даромадларнинг 39,8% тўғри келади. Туристларнинг оқимини кўпайтириш учун уларнинг сонини янада кўпайтириш лозим бўлади.

Маданиятимиз ва тарихимизни ўрганиш ва билиш мақсадида келаётган туристлар учун меҳмонхоналарни шу объектларга яқин жойлаштиришимиз керак.

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

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

Ўзбекистон ҳақли равишда хорижий туристлар учун жозибали мамлакат ҳисобланади. Хитойни Европа мамлакатлари билан боғловчи Буюк Ипак йули ўтган шаҳарларда ўрта асрлардан бошлаб турли даврларга таалуқли тўрт мингдан ортиқ архитектура ёдгорликлари мавжуд. Ўзбекистон кўплаб хорижлик туристларни жалб қилиш учун бошқа ресурсларга эга: чўл ва кўриқхоналар, тоғ чўққилари ва дарёлар, минерал сув булоқлари.

Аммо хозирги сайёҳлар, хатто экстремал туризм ишқибозлари ҳам қулайликларга ўрганиб қолишган. Агар сайёҳ Ўзбекистонга тоғ дарёси бўйлаб байдаркада сўзиш учун келган бўлса, бу унинг шу дарё қирғоғида тунаб қолишга розилигини англатмайди. Ўзбекистоннинг тарихий, маданий обидалари билан танишиш ёки маҳаллий ишбилармонлар билан ҳамкорлик ўрнатиш учун келадиганлар янада кўпроқ қулайликларни хошлашади. Германиянинг муваффақиятли ишлаётган турфирмаларидан бирининг вакилини айтишича: «ғарблик туристлар бошқаларнинг ҳаётини кўришни ёқтиришади, лекин ўзларининг одатий ҳаётлари билан яшашни исташади». Кўпгина хорижлик меҳмонлар уларнинг эҳтиёжлари тўлиқ қондирилмайдиган мамлакатга озгина муддатга бўлсада боришни исташмайди. Ҳақиқатдан ҳам, нима учун улар ўз таътилларини турли маиший муаммоларни ҳал қилишга сарфлашлари керак? Меҳмондўстлик саноатининг вазифаси Ўзбекистонга келадиган хорижлик меҳмонлар маиший ноқулайликларга дуч келмаслигини таъминлашдан иборат.

Меҳмондўстликни инсониятнинг фундаментал тушунчаларига киритиш мумкин. Биологик жонзот бўлган инсонга планетада яшаш доимо қийин бўлган. Яшаш учун у ўзи доим яшайдиган жойи бўлган уйини тарк этиши лозим. Айрим ҳолларда у бир неча кун, хафта, ой мобайнида уйдан ўзоқда яшайди. Унга «бегона» кишиларнинг қўллаб-қувватлаши ва ёрдами керак бўлади. Худди ана шу меҳмондўстликдир.

Ўэбстернинг луғатига мувофиқ меҳмондўстлик саноати - бу меҳмонларга нисбатан дўстона муносабат билан ажралиб турадиган меҳмондўстлик тамойилларига асосланган хизмат кўрсатиш шаклларида иборат тадбиркорлик соҳасидир. Демак, меҳмондўстлик саноатини меҳмонларни қабул қилиш ва уларга хизмат кўрсатиш билан боғлиқ бўлган хизматлар бозорида ихтисослашувчи турли шаклдаги тадбиркорлик деб тушуниш мумкин.

Меҳмондўстлик - бу меҳмонда (мижозда) сизнинг корхонангиз (меҳмонхона, турфирма, ресторан, кафе ва х.к.) ҳақида шаҳардаги энг яхши деган тушунча ҳосил қилувчи фаолиятдир.

Шуни доимо ёдда тутиш керакки, Сизнинг корхонангиз рақобатчи корхоналар билан ўхшаш хизматлар кўрсатади. Рақобатчиларингиздан нима билан ажралиб турасиз? Мижозларга хизмат эмас, меҳмондўстлик кўрсатадиган хизматчилар билан. Мижозга хизмат кўрсатилганда, унга фақат у сўраган ва талаб қилган нарса берилади. Мижозга меҳмондўстлик кўрсатилганда эса меҳмондан нима кераклиги сўралади ва унинг истаги бажарилади.

1.3. Меҳмонхона хизматлари иқтисодий самарадорлигини баҳолаш кўрсаткичлари

Меҳмонхона хизматлари тақдим этиш самарадорлиги иқтисодий таркибий нуқтаи назардан қараб чиқилади. Яъни буни қараб чиқиш (давлат, худуд, корхона) даражасига боғлиқ ҳолда «мақсадлар дарахти ва мезонлари» шаклланади. Меҳмонхона хизматларини тақдим этиш самарадорлигини характерлайдиган кўрсаткичлар системаси конкрет мисолларда кўрсатилган.

Самарадорлик – бу қўйилган вазифаларнинг фаолият натижаларига мувофиқлик даражаси ҳисобланади.

Иқтисодий самарадорлик – бу иқтисодий дастурлар ва тадбирлар олинган иқтисодий самарага нисбатан характерланадиган иқтисодий

фаолият, ушбу олинган натижа шартларига боғлиқ ресурслар, омилларга харажатлар натижаси. Маълум қийматдаги ресурсларни қўлланиш билан янада кўпроқ ишлаб чиқариш ҳажмига эришиш¹³.

Иқтисодий самарадорликни макро ва микроиқтисодий даражада қараб чиқиш қабул қилинган.

Меҳмонхона хизматлари соҳасида иқтисодий самарадорлик уч асосий даражада аниқланади:

- давлат масштабида меҳмонхона сервис;
- минтақа (шаҳар) аҳолисига меҳмонхона хизмати кўрсатиш;
- алоҳида меҳмонхона корхонасида хизмат кўрсатиш жараёни.

Меҳмонхона хизматларининг иқтисодий самарадорлиги жамоат меҳнати умумий самарадорлигининг таркибий элементи ҳисобланади ва маълум мезонлар ва кўрсаткичларда ифодаланади.

Мезонлар деганда (грекча *kriterion*-ҳал қилиш учун восита) шундай белги тушуниладики, унинг асосида қандайдир жараён ёки ҳодисани баҳолаш амалга оширилади, ниманидир классификацияси, ўлчови аниқланади. Иқтисодий мезон қабул қилинаётган қарор сифатини характерлайди ва жамоат меҳнати самарадорлигини баҳолаш ва таққослаш учун фойдаланилади. Мезон зарурати шунинг учун вужудга келадики, меҳмонхона соҳасида ишлаб чиқариш – хизмат кўрсатиш жараёни самарадорлигини ҳисоб-китоб қилишга қайси томондан ёндошиш кераклиги, қандай аниқ белгилашни билиш лозим бўлади. Алоҳида «участкага» иқтисодий самара оптимал ишлаб туриши назариясига мувофиқ умумий самара позициясидан туриб баҳоланиши керак, яъни самарадорлик хусусий мезони глобал мезонга мос келиши зарур, ундан «келиб чиқиши керак».

Жамоат ишлаб чиқариши самарадорлиги умумий мезони жамият манфаати йўлида ишчи кучлари ва маблағни нисбатан кам сарфлаб кўпроқ натижаларга эришишдан иборат.

¹³ Палаткин А.С., Гварлиани Т.Е. «Оценка экономической эффективности гостиничных услуг». Вестник СГУТиКД. 2011 78-79 стр

Меҳмонхона хизматлари соҳаси самарадорлиги муаммоларини системали ёндошув ёрдамида кўриб чиқиш мақсадга мувофиқ, қайсиқим бошқарув турли даражалари ва маълум мақсадлар учун уларга мувофиқ самарадорлик мезонларига мос равишда турли кўрсаткичлар ва мезонларни белгилашни кўзда тутади.

Меҳмонхона хизматлари соҳасини бошқарув ташкилий структураси бир қатор бўғинлардан иборат:

-меҳмонхона индустрияси давлат даражасидаги тармоқлараро диверсификациялашган комплекс сифатида;

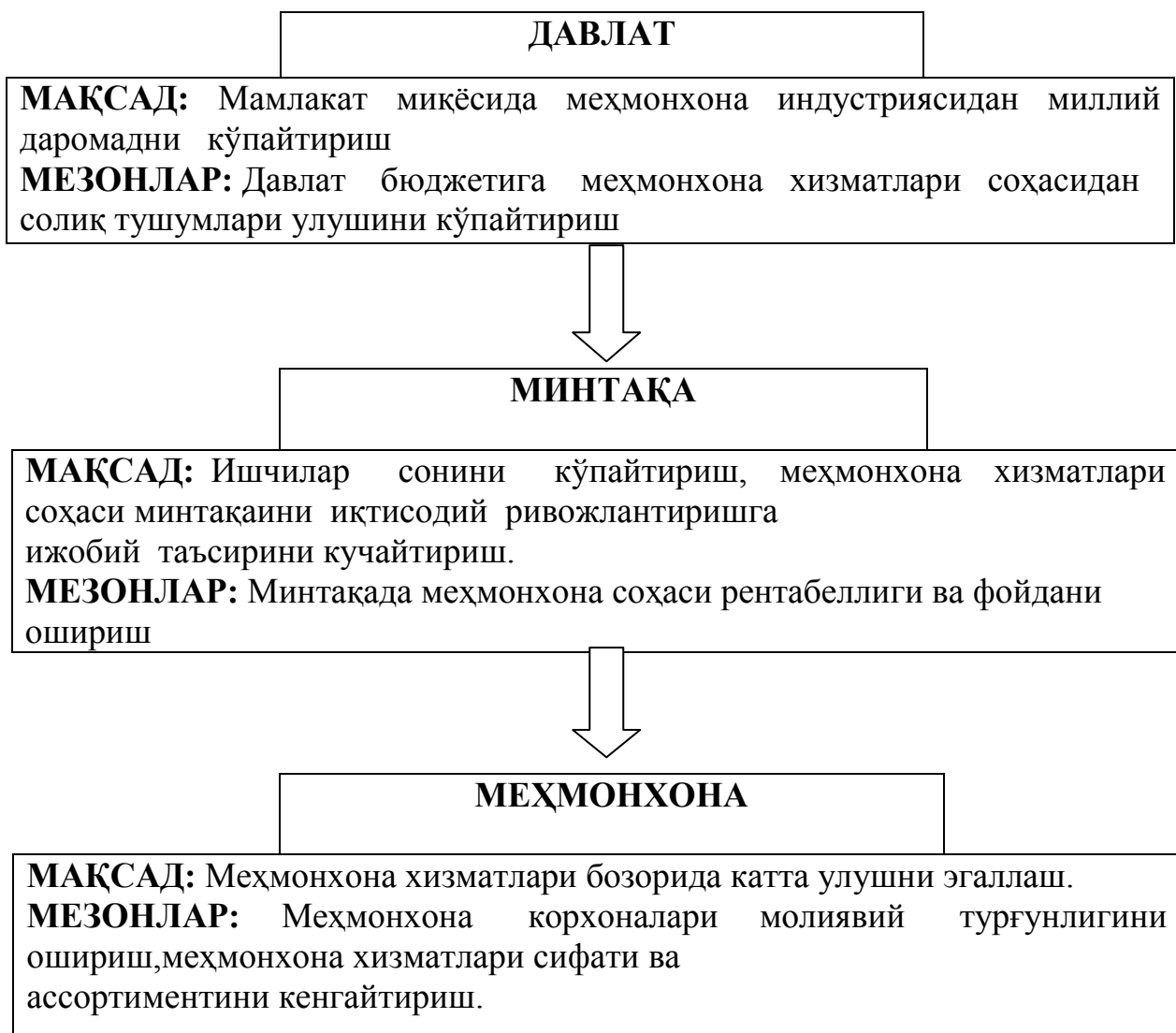
-меҳмонхона хўжалиги шаҳар ёки ҳудуд масштабида мустақил бўғин сифатида;

-алоҳида хўжалик юритувчи субъект (меҳмонхона).

Шунинг учун меҳмонхона хизматлари соҳаси самарадорлиги мезонларини аниқлаш муаммоларини уч аспектда кўриб чиқиш зарур: мамлакат миллий иқтисодиёти бутунлигича, минтақа, алоҳида меҳмонхоналар даражасида.

Меҳмонхона хизматлари соҳаси самарадорлиги мезонлари системаси барча комплексларини шакллантириш учун системалар умумий фаолият мақсадлари жамият даражасида алоҳида системаларости фаолият хусусий мақсадларига қандай минишни кўрсатиш зарур. Бунинг учун «мақсадлар дарахти ва мезонлар» деб аталадиган усулдан фойдаланилади.

Унда ҳар бир мақсад, ўша чораларни ифодаловчи маълум мезонга мувофиқ келади, унинг ёрдамида мақсадга муваффақиятли эришиш мумкинлиги ҳақида умид қилиш мумкин. (4-расм):



4-расм. Меҳмонхона хизматлари соҳаси мақсадлари ва самарадорлиги мезонлари

Меҳмонхона хизматлари соҳасини давлат ёки минтақа даражасида тармоқ сифатида тикланиши маълум иқтисодий кўрсаткичлар системаси билан характерланади, қайсики меҳмонхона хизматларининг реализацияси миқдорий ҳажми ва уларнинг сифат аспектида, шунингдек меҳмонхона корхонасининг ишлаб чиқариш-хўжалик фаолияти иқтисодий кўрсаткичларида акс этади.

Кўрсаткичлар – бу мезонлардир, миқдорий баҳолашга имкон беради ва айрим жараёнлар, объектлар, ҳодисалар ҳақида мулоҳаза киритиш учун фойдаланилади. Меҳмонхона хизматлари соҳаси тараққиёти кўрсаткичлари системаси ва унинг самарали ишлашини 3 гуруҳга бўлиш мумкин:

- меҳмонхона хизматлари ҳажми кўрсаткичлари;
- меҳмонхона хизматлари соҳаси ресурслари потенциалидан фойдаланишиш интенсивлиги ва тараққиёти, аҳволи кўрсаткичлари.
- меҳмонхона корхоналари молиявий аҳволи кўрсаткичлари.

Меҳмонхона хизматлари ҳажмини характерловчи кўрсаткичларга меҳмонхона миқдорларининг умумий сони, тунаш кечалари сони, меҳмонларда миқдорлар бўлиши ўртача давомийлиги, номер фондидан фойдаланиш коэффициенти (**КНФФ**) ва ҳоказолар киради. Номер фондидан фойдаланиш коэффициенти (юкланиш даражаси) – меҳмонхона номерларининг реализация кўрсаткичидир.

$$Кнфф = \frac{Нс}{Н} * 100\%$$

КНФФ - номер фондидан фойдаланиш коэффициенти (%);

Нс - вақт давомида сотилган номерлар сони;

Н - сотиш учун таклиф қилинган номерлар сони;

Меҳмонхона хизматлари хўжалиги ресурсларидан фойдаланиш интенсивлиги ва тараққиёти ҳолатини характерловчи кўрсаткичларга қуйидагилар киради:

-минтақа даражасида – меҳмонхона корхоналари умумий сони, номерлар сони, меҳмонхоналарда ўринлар сони, меҳмонхоналар умумий майдони ва бошқалар.

-корхона даражасида – моддий ресурслар билан таъминланганлик ва улардан фойдаланиш самарадорлиги кўрсаткичлари (фонддан тўлик фойдаланиш, айланма маблағлар айланиши, хизмат кўрсатишдан тушган 1

рублга моддий ресурслар, 1 ўрин ёки 1 м. майдонда хизмат кўрсатишдан тушум), кадрлар потенциалидан фойдаланиш кўрсаткичлари (меҳнат унумдорлиги, меҳнатга ҳақ тўлаш харажатлари даражаси ва бошқа), меҳмонхоналарнинг умумий майдони ва бошқа.

Меҳмонхона молиявий аҳволи кўрсаткичлари ўз ичига тўлов қобилияти, ликвидлик, молиявий турғунлик ва бошқаларни олади.

Корхоналар молиявий-иқтисодий аҳволи ва унинг ресурслардан фойдаланишни баҳолаш учун молиявий ҳисобдорлик – юкори даражадаги маълумотлилик мавжуд. У тўлиқ ҳужжатлар пакети сифатида «Фойда ва зарар ҳақида ҳисобот» №2 формадаги бухгалтерия ҳисоботлари ташқи иқтисодий таҳлилини бажарувчи тадқиқотчига нисбатан қулайлик туғдиради.

Меҳмонхона хизматлари корхонасининг иқтисодий фаолияти самарадорлиги №2 формадаги бухгалтерия ҳисоботи асосида қуйидаги миқдорий кўрсаткичлар ёрдамида баҳоланади:

Ялпи фойда ёки маржинал даромад (маржинал фойда) қуйидаги формула орқали аниқланади:

MD=N- SЎЗГАРУВЧАН (1) бунда:

- **MD**- Ялпи фойда ёки маржинал даромад (маржинал фойда) ;
- **N**- хизматлар ва ишлар сотишдан тушум (ҚҚС - қўшимча қиймат солиғи, акцизлар ва худди шундай мажбурий тўловларсиз);
- **S** хизматлар ва ишлар таннархи, –**SЎЗГАРУВЧАН** ёки шартли ўзгарувчан харажатлар;

Шартли доимий харажатлар қуйидаги формула орқали аниқланади:

Sдоимий = ТХ + БХ (2) бунда:

- **Sдоимий** шартли доимий харажатлар ;
- **ТХ** тижорат харажатлар;
- **БХ** бошқарув харажатлари;

Хизматлар ва ишлар тўлиқ таннархи қуйидаги формула орқали аниқланади:

Sтўлиқ = SЎЗГАРУВЧАН + Sдоимий (3) бунда:

- Стўлик хизматлар ва ишлар тўлик таннархи;
- S хизматлар ва ишлар таннархи, –Sўзгарувчан ёки шартли ўзгарувчан харажатлар;

- Доимий шартли доимий харажатлар ;

Даромадлар умумий суммаси қуйидаги формула орқали аниқланади:

$$\sum \text{ДУС} = \text{С} + \text{ОД} + \text{РҚД} + \text{ФД} \text{ (4) бунда:}$$

- \sum ДУС даромадлар умумий суммаси ;
- С фойдага солиқ;
- ОД операцион даромадлар;
- РҚД реализация қилинмаган даромадлар;
- ФД фавқулодда даромадлар;

Харажатлар умумий суммаси қуйидаги формула орқали аниқланади:

$$\sum \text{ХУС} = \text{Стўлик} + \text{ОХ} + \text{РҚХ} + \text{ФХ} + \text{С} \text{ (5) бунда:}$$

- \sum ХУС харажатлар умумий суммаси;
- Стўлик хизматлар ва ишлар тўлик таннархи;
- ОХ операцион харажатлар;
- РҚХ реализация қилинмаган харажатлар;
- ФХ фавқулодда харажатлар;
- С фойдага солиқ;

Солиқ солингунча фойда (зарар) қуйидаги формула орқали аниқланади:

$$\text{ФС/С} = \text{С} - \text{Стўлик} + \text{ОД} - \text{ОХ} + \text{ФД} - \text{ФХ} \text{ (6) бунда:}$$

- ФС/С солиқ солингунча фойда (зарар);
- С фойдага солиқ;
- Стўлик хизматлар ва ишлар тўлик таннархи;
- ОД операцион даромадлар;
- ОХ операцион харажатлар;
- ФД фавқулодда даромадлар;

- **ФХ** фавкулудда харажатлар;

Одатдаги фаолиятдан фойда (зарар) куйидаги формула оркали аниқланади:

$$\mathbf{FO/\Phi = FC/C - C} \text{ (7) бунда:}$$

- **FO/Φ** одатдаги фаолиятдан фойда (зарар);

- **FC/C** солиқ солингунча фойда (зарар);

- **C** фойдага солиқ;

Ҳисобот даврида соф фойда (таксимланмаган фойда (зарар)) эса куйидаги формула оркали аниқланади:

$$\mathbf{\Phi = FO/\Phi + AAM - NPROЧ(8)} \text{ бунда:}$$

- **Φ** ҳисобот даврида соф фойда (таксимланмаган фойда (зарар)) ;

- **FO/Φ** одатдаги фаолиятдан фойда (зарар);

- **AAM** ажратилган солиқ активлари ва мажбуриятлар;

- **NPROЧ** жарималар;

- **ЕНВД** пенялар;

- **PN** сотишдан фойда;

Тижорат ташкилотлар фаолият натижаси кўпинча рентабеллик ва фойда кўрсаткичлари билан баҳоланади. Бу ўз навбатида ишлаб чиқариш жараёнини ташкил этиш, унинг бир меъёрдалиги, самарадорлиги, айрим мулкӣ турлар потенциалидан фойдаланиш, яъни молиявий-хўжалик фаолияти динамикасига сезиларли боғлиқ бўлади.

Меҳмонхона, бошқа ҳар қандай корхона сингари ўз фаолиятини ташқи муҳитнинг тўхтовсиз ўзгариб туриши шароитида амалга оширади: барча иқтисодий муносабатлар субъектлари билан ўзаро ҳамкорликнинг қонунийлик доирасини белгиловчи ҳуқуқий-меъерий ҳужжатлар базаси; солиқни тартибга солиниши; хизматлар ва ишлар таклиф ва талаблари; хизматлар ва ишлар, истеъмол қилинадиган хом ашёларга тариф ва нархлар ва ҳ.к. бундан ташқари, қабул қилинадиган бошқарув қарорлари ва ташкилотни танланган тараққий эттириш стратегияси ташкилотнинг ўзини

ўзгаришига олиб келади. Охир оқибат меҳмонхона корхоналари фаолияти ташқи ва ички шароити ўзгариши уларнинг натижалари (самарадорлиги)га таъсир қилади.

Юқорида келтирилган мезонлар ва кўрсаткичлар ҳисобга олинган ҳолда, меҳмонхоналар хизматлари бозорида корхона иқтисодий самарадорлигининг комплекс таҳлили амалга оширилади.

Макроиқтисодий даражада олинган маълумотлар ўхшашлиги бозорни тараққий эттириш умумий манзарасини шакллантиради.

Мисол тариқасида Сочи Марказий районида жойлашган «Москва» меҳмонхонаси ОАЖ фаолиятини 2008-2009 йиллар давридаги асосий самарадорлик кўрсаткичларини қисқача келтирамиз. Жамият фаолияти асосий турлари меҳмонхона хизматлари тақдим этиш (шу жумладан, умумий овқатланиш нуқтаси фаолияти), шунингдек турар-жой бўлмаган биноларни ижарага бериш ҳисобланади. Таққосланма маълумотлар 3 ва 4 жадвалларда келтирилган¹⁴.

3-жадвал

Меҳмонхона хўжалиги фаолиятида иқтисодий самарадорлик кўрсаткичлари

№ т/р	Кўрсаткичлар номи	Белгиси	Формула	Баланс катори	2008 й.	2009 й.	Ўсиш %
1	Хизматлар ва ишлар сотишдан тушум	N	-	Ф2.010	165241	130601	-21%
2	Хизматлар ва ишлар таннари	SЎЗГАРУВ	-	Ф2.020	(111144)	(82770)	-26%
3	Тижорий харажатлар	ТХ	-	Ф2.030	(22946)	(13586)	-41%
4	Бошқарув харажатлари	БХ	-	Ф2.040	(20525)	(23748)	16%

¹⁴ Палаткин А.С., Гварлиани Т.Е. «Оценка экономической эффективности гостиничных услуг». Вестник СГУТиКД. 2011 80-82 стр

5	Доимий шартли харажатлар	Sдоимий	Sдоимий= =ТХ+БХ	-	(43471)	(37334)	-14%
6	Ишлар ва хизматлар тўлик таннари	Stўлик	Stўлик= =Sўзгарув + +Sдоимий;	-	(154 615)	(120 104)	-22%
7	Сотишдан фойда	PN	-	Ф2. 050	10626	10497	-1%
8	Операцион даромадлар	ОД	-	Ф2. 060	56	60	7%
9	Операцион харажатлар	ОХ	-	Ф2. 070	0	0	0%
10	Реализация қилинмаган даромадлар	РҚД	-	Ф2. 080	0	0	0%
11	Реализация қилинмаган харажатлар	РҚХ	-	-	0	0	0%
12	Фавқулодда даромадлар	ФД	-	Ф2. 090	863	188	-78%
13	Фавқулодда харажатлар	ФХ	-	Ф2. 100	(2285)	(3187)	39%
14	Фойдага солиқ	С	-	Ф2. 150	(3565)	(2039)	-49%
15	Даромадлар умумий суммаси	ΣДУС	ΣДУС = N +ОД+ РҚД + ФД	-	166160	130849	-21%
16	Харажатлар умумий суммаси	ΣХУС	ΣХУС = Stўлик + ОХ + РҚХ + ФХ + С	-	(160 465)	(125 330)	-22%
17	Солиқ солингунгача фойда (зарар)	ФС/С	ФС/С =N- Stўлик+ОД- ОХ+ФД-ФХ	Ф2. 140	9 260	7558	-18%
18	Одатдаги	ФО/Ф	ФО/Ф = ФС/С -	-	5 695	5519	-3%

	фаолиятдан фойда (зарар)		С				
19	Солиқ активлари ва мажбуриятларга ажратмалар	ААМ	-	Ф2. 141, 142	111	82	-26%
20	ЕНВД, пенялар, жарималар	НПРОЧ	-	Ф2. 151	(284)	0	-100%
21	Ҳисобот давридаги соф фойда (тақсим- ланмаган фойда (зарар))	Ф	Ф= ФО/Ф + ААМ+НПРОЧ	Ф2. 190	5 522	5601	1%

4-жадвал

Меҳмонхона хўжалиги фаолиятида иқтисодий самарадорликнинг нисбатан кўрсаткичлари

№ т/р	Кўрсаткичлар номи	Белгиси	Формула	2008 й.	2009 й.	Ўсиш %
1	Юкланиш даражаси, %	КНФФ	$КНФФ = НС/Н * 100\%$	40,5%	32,9%	-7,6%
2	Банд қилинган номерлар ҳисобидан ўртача тушум	СОТ	$СОТ = \frac{N_{\text{номерлар фонди}}}{\text{банд қилинган номерлар сони}}$	1 892	1 865	-1,4%
3	Фойдаланилаётган номерлардан сутка ҳисобида ўртача тушум	RevPAR	$RevPAR = \frac{N_{\text{номерлар фонди}}}{\text{фойдаланилаётган номерлар сони}}$	768	613	-20,2%
4	Активлар рентабеллиги	РА	$P / \text{Мавсумдаги ўртача активлар}$	6,4%	8,0%	1,6%
5	Фоиздан тўлиқ фойда	ФО	$N / \text{Асосий усуллар (средства)}$	14	19	39,4%

Корхона ўхшаш даромадлари 2008 йилнинг шу давридаги ҳолатига таққослаганда 2009 йилда 21% га пасайган (ёки 34,6 млн. рублга) «Москва» меҳмонхонаси ОАЖ барча тушумларининг амалда ярими жойлаштириш хизматлари кўрсатиш эвазига шаклланган (47%), 36% даромадлар тижорий майдонларни ижарага беришдан олинган, 15% умумий овқатланиш корхонаси тушумлари ташкил қилади.

Эксплуатация қилинган номер (RevPAR)га ўртача даромад 2008 йилдаги худди шундай кўрсаткичларга таққослаганда 21 % га пасайган.

2008 йил шундай кўрсаткичларига таққосланганда 2009 йил номер фонди ўртача йиллик юкланиши 8 % га камайган, эксплуатация қилинган номер (RevPAR) ўртача тушуми эса 20 % га камайган. Даромадларни асосий камайиши номер фонди – ўртача йиллик юкланиши пасайиши туфайли яшаш хизматларидан (17,6 млн. рублга) рўй берган, шунингдек хизматларга талабни рағбатлантириш мақсадида корпоратив мижозлар учун чегирмаларни кўпайтириш эвазига содир бўлган.

2008 йил билан таққослаганда 2009 йилда жамият рентабеллик кўрсаткичларининг кўпайиши омили, ялпи тушумларнинг сезиларли пасайиши ҳисобланади ва бунда ҳисобот даврида сотишдан худди 2008 йилдагидек фойда олинган, шунингдек 2009 йилда ўртача айланмада бўлмаган активларнинг пасайиши ҳам кузатилган.

Бутунлигича ҳисобга олсак, 2008 йил августда халқаро молиявий иқтисодий инқироз бошланди, ва бунинг натижасида мамлакатлар кўпчилик корхоналари учун характерли бўлган ишчанлик фаолияти, активлар ва иқтисодий самарадорлик кўрсаткичларнинг ҳам пасайишига олиб келди.

2-БОБ. САМАРҚАНД ШАҲРИДАГИ МЕҲМОНХОНАЛАРДА ХИЗМАТЛАР ҲОЛАТИ ВА УНИНГ ТАҲЛИЛИ

2.1. Самарқанд шаҳридаги меҳмонхоналарнинг хорижий сайёҳларга хизмат кўрсатиш ҳолати

Ўзбекистон Республикасининг "Туризм тўғрисида"ги қонунидаги айрим моддаларда туристик хизматлар билан боғлиқ тушунчаларнинг таърифи берилган. Жумладан, қонуннинг 3-моддасида туристик хизматлар тушунчаси қуйидагича таърифланади: "Туристик хизматлар - туристик фаолият субъектларининг жойлаштириш, овқатлантириш, транспорт, ахборот-реклама хизматлари кўрсатиш борасидаги, шунингдек, туристларнинг эҳтиёжларини қондиришга қаратилган бошқа хизматлар" дир.

Туристик маҳсулотлар - туристик хизматлар (bronлаштириш, ташиш, жойлаштириш, овқатлантириш, ўйинлар), туристик ишлар (фото хизмати, суғурта, ахборот, молия, банк хизмати), туристик товарлар (эсдалик совғалар, хилма-хил туристик товарлар, истеъмол товарлари - парфюмерия, тамаки, спиртли ичимликлар, маиший техника, кийим-кечак)дан иборат.

Туристик хизматлар - турист ва экскурсант эҳтиёжларини қондириш ва таъминлашга қаратилган, хизмат соҳасидаги бир мақсадга йўналтирилган ҳаракатлар тўплами бўлиб, улар туризм мақсадларига, ҳарактерига ва туристик хизматнинг қандай йўналтирилганига жавоб бериши ҳамда умуминсоний тамойилларга қарши бўлмаслиги керак. Давлат стандарти таърифига кўра, туристик хизматлар - сайёҳларнинг эҳтиёжларини қондириш фаолияти билан шуғулланувчи туризм ташкилотларининг фаолияти маҳсулидир.

Умуман, хизматлар - бу кўзга кўринмас товарнинг ўзига хос туридир. Хизмат бевосита истеъмол жараёнида юзага келади ва алоҳида ҳолда бўлмайди. Бу хизматнинг товар билан асосий фарқидир. Бундан ташқари, товар истеъмолчига олиб келиб берилади, туристик хизматда эса истеъмолчи бевосита хизмат пайдо бўладиган ерга олиб борилади. Шунинг учун ҳам

туристик хизматларни ишлаб чиқариш ва сотиш моддий товарларни сотишга алоқадор бўлган қонунлар асосида эмас, балки бошқа қонунлар мажмуи билан бошқарилади.

Туризм хизматида экспорт тушунчаси ва қонун-қоидаси бошқачароқдир. Баъзи манбаларда кўрсатилишича - анъанавий вариантга кўра, туристлар гуруҳи бошлиғининг хорижий давлатлардаги хизматлари ва хорижий давлатда ишлаш учун юборилган автобус ҳайдовчисининг хизматлари туристик хизматларнинг экспортига тааллуқлидир. Мисол учун, Грузиянинг "Туризм тўғрисида"ги қонунига кўра, мамлакат ичидаги хизматлар туризм импорти, ташқарисидаги хизматлар эса туризм экспортига таълуқлидир. Россия ва Ўзбекистон ҳудудидаги маҳаллий туристик корхоналар томонидан хорижий туристларга кўрсатилган хизматлар экспортга алоқадордир ва бунинг учун фирмалар баъзи имтиёزلардан фойдаланади.

Туристик хизмат таркибига хизматларни буюртма қилиш, ташиш, жойлаштириш ва бошқа барча расмийлаштириш ишлари, ташиб беришнинг барча турлари, трансфер, овқатлантириш, экскурсия ва аттракционлар, тиббий кўрик ва суғурта, таржимон хизматлари, учрашув ва бошқалар билан таъминлаш киради. Хизматлар таркибига яна гуруҳ бошлиғи хизмати билан гид - таржимоннинг хизмати ҳам киритилиши мумкин.

Туристик хизматларнинг 2010 йилдаги ўсиш суърати 112,7 фоизни, кўрсатилган хизматлар ҳажми эса, 46,8 миллиард сўмни ташкил этди. Таҳлил этилаётган даврда туристлар оқими 937,1 минг кишини ёки режага нисбатан 100,4 фоизни ташкил этди. "Шаҳристон" меҳмонхонасига ташриф буюрган туристлар сони 266 кишини ташкил этди. "Ўзбектуризм" Миллий компанияси инвентари ва махсус меҳмонхона жихозларини ва туристларга хизмат кўрсатишни яхшилаш мақсадида 15 дона транспорт воситаси сотиб олди, 2010 йилга эса 20 та транспорт воситаси олиш режалаштирилган эди.

2011 йил туристик хизматлар 127,3 фоизга ўсди ва бу 64,1 миллиард сўмни ташкил қилди. Туристик хизматларнинг ўсиши туристларнинг оқими ҳисобидан таъминланмоқда ва ушбу соҳада 2011 йил 1 миллион кишига

хизмат кўрсатилди. “Бухоро” (Бухоро ш.) янги меҳмонхонасида туристларга хизмат кўрсатиш самарадорлиги ошди ва унинг ўсиш даражаси қарийб 2 баробар кўпайди.

Ҳар бир турнинг хизматлар доираси турлича бўлиб, дастур билан белгиланади ва ҳар бир хизматнинг ўз ичига кирувчи яна бошқа жуда кўп элементлари бўлади.

Агар туризмни кўриб чиқадиган бўлсак, умумий тамойилларга кўра, ҳар бир туристик пакетда энг камида иккита хизмат тури бўлади, булар: ташиш ва жойлаштириш хизматлари пакетидир. Буларасосий туристик хизматлар дейилади. Мутахассисларнинг фикрига қараганда, қўшимча туристик хизматлар ҳам бўлиб, уларнинг сони 400 дан ортиқдир. Юқорида айтиб ўтилган иккита (асосий) хизмат туридан ташқари қолган барча хизматлар қўшимча туристик хизматлардир. Ҳатто, овқатлантириш ва экскурсия хизматлари ҳам. Туристнинг хоҳишига кўра, ташкилотчи томонидан хизматлар кенгайтирилиши мумкин, ёки бу нарса ташкилотчилар томонидан туристнинг танловига кўра белгиланади. Иккинчиси маъқулроқ, чунки, умумий нархлар рақобатнинг тамойил ва қадриятларига кўра, минимал даражага тушмоқда. Бу эса авваламбор хизматлар пакетининг ҳам минималлашишига олиб келмоқда. Шу аснода ҳар қандай миллатга мансуб турист ҳам аввало нархларга эътибор беришини ҳисобга олиш зарур.

Асосий руҳий омил шуки, турист турни сотиб олиш ва танлаш даврида ҳар қандай йўл билан бўлса ҳам харажатни камайтиришга интилади. Лекин, бу билан уни очкўз дея олмаймиз, ваҳоланки, шундайлари ҳам тез-тез учраб туради. Пулни сарфлаш - дам олишда мароқлидир. Турист дам олиш вақтида пулни ўзига ишлатишни яхши кўради ва шунинг учун экскурсия шаклидаги ёки кўнгилочар ҳаракат шаклидаги қўшимча харидлар - эркин пул харжлашдир. Бундай ҳолатда куйидаги ибора қўлланади: турист саёҳат давомида кундалик ҳаётидагига нисбатан анча кўп пул ишлатади. Бу пулларни у йил буйи йиққан бўлиши мумкин, лекин ҳеч бўлмаса бир-икки ҳафта тежамкорликдан дам олиш учун пулни ўйламай сарфлайди. Халқаро

статистикага кўра, туристлар борган жойларда ҳафтасига 600 АҚШ долларигача пул сарфлайди, олмонлар хасислар категориясига киради, чунки улар ҳаммадан кўра кам пул сарфлашади, руслар бўлса хатто шоппинг - турист (тижоратчи)ларни ҳисобга олмаганда, бошқа мамлакат ва миллатларнинг туристларига нисбатан икки-уч баробар кўп пул сарфлашади.

Меҳмонхоналарда хизмат кўрсатиш ҳажми 2010 йилда 87,4 миллиард сўмни ёки 2009 йилга нисбатан ўсиш даражаси 109,0 фоизни ташкил этди. 2011 йилда эса режа бўйича 114 фоиз белгиланган бўлса, амалда 106,5 фоиз кўрсаткичга эришган.

5- жадвал

2007-2011 йилларда Ўзбекистон Республикаси минтақалари бўйича туристик экскурсион хизматларнинг ривожланиш ҳолати (солиштирма нархларда)

Ўтган йилга нисбатан фоизда

№	Минтақалар номи	Хизмат ҳажмининг ўсиши									
		2007 йил		2008 йил		2009 йил		2010 йил		2011 йил	
		режа	амалда	режа	амалда	режа	амалда	режа	амалда	режа	амалда
	Ўз. Рес.	119,3	122,3	121,3	126,3	123,4	130,4	127,5	110,6	117,7	127,3
	<i>Шу жумладан:</i>										
1.	Қорақ.Рес.	109,1	129,3	110,5	167,1	111,3	126,7	113,5	125	105,3	205,6
2.	Андижон вилояти	115,6	483,6	118	138,1	119,5	128,8	120	132	116,5	105,3
3.	Бухоро вилояти	119	118,7	120	127,2	120,2	101,2	128	105	108,0	103,2
4.	Жиззах вилояти	118	218,2	118,5	177,4	120	106,2	122	125	104,0	71,3
5.	Қашқадарё вилояти	118	123,4	119,5	126	124	116,3	130	130	112,0	112,3

6.	Навоий вилояти	122	170,5	123,5	139,1	124	130,7	125	107	105,0	109,0
7.	Наманган вилояти	115	117,7	118	0	122	127,6	125	115	103,0	119,2
8.	Самарқанд вилояти	118	128	122	158,4	125	141,8	129	103	112,0	112,0
9.	Сурхондарё вилояти	116	226,6	116,5	125	118	175,2	120	115	112,0	105,6
10.	Сирдарё вилояти	110	18,3	120	0	130,5	113,1	135	2,6		
11.	Тошкент вилояти	120	127	122	177,4	123,5	191	125	140	108,0	122,3
12.	Фарғона вилояти	118	118,1	119,5	113,2	122	123	123	103	105,0	105,3
13.	Хоразм вилояти	115	126,2	120	200	121,1	105,1	130	105	105,4	112,4
14.	Тошкент шаҳри	121	124,4	122	118,3	123,5	135,3	128	115	120,5	136,7

б- жадвал

**2007-2011 йилларда Ўзбекистон Республикаси минтақалари бўйича
меҳмонхона хизматларининг ривожланиш ҳолати (солиштирма
нархларда)**

Ўтган йилга нисбатан фоизда

№	Минтақа лар номи	Хизмат ҳажмининг ўсиши									
		2007 йил		2008 йил		2009 йил		2010 йил		2011 йил	
		режа	амал да	режа	амал да	режа	амал да	ре жа	амал да	режа	амал да
	Ўзб. Рес.	120	133,5	122,5	122,5	125,3	112,3	130	118	114,0	106,5
1	Қорақ. Рес.	109,5	210,4	111	113,7	114,8	113,7	120	103	104,5	106,8
2	Андижон	116,2	119,9	119,5	123,6	122	126,8	125	120	116,0	105,0

	вилояти										
3	Бухоро вилояти	119,2	142,8	120,1	125,3	124,2	102,7	130	106	106,5	112,6
4	Жиззах вилояти	118,2	154,2	118,5	132,7	120,5	126,7	122	122,1	108,0	122,0
5	Қашқадар ё вилояти	118	121,2	119,8	120,5	124	100,6	130	120	110,0	112,0
6	Навоий вилояти	122	138,4	123,5	121,2	124	125,4	125	116	117,0	115,9
7	Наманган вилояти	115,5	149,5	118,5	220	122,2	165,7	125	130	116,0	126,0
8	Самар- қанд вилояти	117,5	133,6	123,6	144	127	127,1	134	100	114,0	120,4
9	Сурхон- дарё вилояти	116,5	113,5	117,5	104,8	118	110,8	122 ,5	130	113,0	121,6
10	Сирдарё вилояти	111	104,9	120	124,1	128	128,3	135	65	112,0	109,6
11	Тошкент вилояти	120	128,5	122	161,9	123,5	148,8	125	110	113,0	125,4
12	Фарғона вилояти	118,5	137,9	120	116,2	122	146,6	126	114	116,0	112,5
13	Хоразм вилояти	116	127,4	120,2	168	121,5	100	130	106	111,4	115,4
14	Тошкент шаҳри	122	143,2	124,5	143,2	127,8	110	132 ,1	122	115,0	100,9

Албатта, мамлакатимиз ҳудудларида хизмат кўрсатиш бир хил кўринишга эга эмас. Қишлоқ жойлардаги аҳолига хизмат кўрсатишнинг ривожланиши орқада қолмоқда. Агарда 2010 йилда умумий хизмат кўрсатиш ҳажмида қишлоқ жойлардаги хизмат кўрсатишнинг улуши 24 фоизни ташкил

этган бўлса, 2011 йил якунларига кўра, ушбу кўрсаткич сезиларли даражада пасайди ва 23,7 фоизни ташкил этди.

Бундай шароитда Қорақалпоғистон Республикаси Вазирлар Кенгаши, вилоят ҳокимликлари, Тошкент шаҳар ҳокимлиги, тегишли вазирликлар томонидан қуйидаги қўшимча чора-тадбирларни амалга ошириш мақсадга мувофиқ:

- қишлоқ жойларда хизмат кўрсатиш соҳасини кенгайтириш имкониятларидан фойдаланган ҳолда, барча мавжуд ресурсларни жалб қилиш;

- йўловчиларни ташиш бўйича аҳоли пунктларида маршрутлар таъминотини ошириш, шунингдек, узоқ қишлоқ аҳоли пунктлари ва қаттиқ қопламали йўللарни қамраб олган ҳолда маршрутлар тизимини кенгайтириш;

- коммунал соҳада қўшимча кичик корхоналар тармоғини ташкил этиш, аҳолини иссиқ ва совуқ сув билан таъминлашни ва иссиқлик таъминотини модернизациялаш ва таъмирлаш бўйича бажариладиган ишларни тезлаштириш.

- прогноз йилига чет эллик туристлар билан тузилган шартномалар асосида келувчилар сонини аниқлаб киритиш, мавжуд меҳмонхоналарни кенгайтириш, тарихий ёдгорликларни тиклаш, қурилиши мўлжалланган меҳмонхоналарни аниқлаш, чет элликларни юртимизга жалб этиш бўйича янги туристик йўналишларни жорий қилиш ҳисобидан эришиладиган хизматлар ҳажми.

Хизмат кўрсатиш соҳасининг мамлакат ялпи ички маҳсулотигаги улуши 2007 йилда 42,5 фоизни, 2008 йилда эса 45 фоизни ташкил этди. 2010 йилга келиб мазкур кўрсаткич 49 фоизни ташкил этди. Мамлакатимизда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳаси 2011 йилда жадал суръатлар билан ривожланиб, унинг ялпи ички маҳсулотдаги улуши 2000 йилдаги 37 фоиз ўрнига 50,5 фоизни ташкил этди.



**5-расм. Хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасининг ялпи ички
маҳсулотдаги улуши.**

Қуйидаги 7,8,9-жадвалларда Самарқанд вилояти аҳолисига 2000-2010 йиллар давомида туристик-рекреацион хизматлар курсатиш ҳолати таҳлил кўрсатиб ўтилган.

**Самарқанд вилояти аҳолисига 2000-2010 йиллар давомида туристик-рекреацион хизматлар
курсатиш ҳолати**

	Туристтик-экскурсия хизматлари		Меҳмонхона хизматлари		Санатория-соғломлаштириш хизматлари	
	минг.сум	аҳоли жон бошига, сум	минг. сум	аҳоли жон бошига, сум	минг. сум	аҳоли жон бошига, сум
2000	546776	203	567699,8	211	41379,2	15
2001	1852126	678	988147,5	362	42192	15
2002	712887,5	257	891221,8	322	70526,1	25
2003	1055416,6	376	1630992,5	581	104695,3	37
2004	1187924,9	417	1867059,5	656	91579,5	32
2005	4108208,7	1422,8	1694920,8	587	247218,7	85,6
2006	4217336,8	1439	2502975,7	854	88804,1	30
2007	7499534,8	2517	4823791,2	1619	29293,0	10
2008	9214655,7	3039	6198216,6	2044	250668,6	83
2009	6572543,9	2127	11444817,9	3703	116185,3	38
2010	9478778,3	2967	12168134,5	3809	439899,5	138

Самарқанд вилояти аҳолисига 2000-2010 йиллар давомида туристик-рекреацион хизматлар курсатиш ҳолати

	Туристик-экскурсия хизматлари		Меҳмонхона хизматлари		Санатория-соғломлаштириш хизматлари	
	минг.сум	Ўтган йилга нисбаттан ўсиш сурати(% ҳисобида)	минг. сум	Ўтган йилга нисбаттан ўсиш сурати(% ҳисобида)	минг. сум	Ўтган йилга нисбаттан ўсиш сурати(% ҳисобида)
2000	546776	-	567699,8	-	41379,2	-
2001	1852126	238.7	988147,5	74	42192	2
2002	712887,5	-61.5	891221,8	-9.8	70526,1	67.1
2003	1055416,6	48	1630992,5	83	104695,3	48.4
2004	1187924,9	12.5	1867059,5	14.4	91579,5	-12.5
2005	4108208,7	245.8	1694920,8	-9.2	247218,7	169.9
2006	4217336,8	2.6	2502975,7	47.6	88804,1	-64
2007	7499534,8	77.8	4823791,2	92.7	29293,0	-67
2008	9214655,7	22.8	6198216,6	28.5	250668,6	775.7
2009	6572543,9	-28.6	11444817,9	84.6	116185,3	-53.6
2010	9478778,3	44.2	12168134,5	6.3	439899,5	278.6

**Самарқанд вилояти аҳолисига 2000-2010 йиллар давомида туристик-рекреацион хизматлар
курсатиш ҳолати**

	Туристик-экскурсия хизматлари		Меҳмонхона хизматлари		Санатория-соғломлаштириш хизматлари	
	минг.сум	Ўтган йилга нисбаттан ўсиш сурати(сўмда)	минг. сум	Ўтган йилга нисбаттан ўсиш сурати(сўмда)	минг. сум	Ўтган йилга нисбаттан ўсиш сурати(сўмда)
2000	546776	-	567699,8	-	41379,2	-
2001	1852126	1305350	988147,5	420447.7	42192	812.8
2002	712887,5	-1139238.5	891221,8	-96925.7	70526,1	28334.1
2003	1055416,6	342529.1	1630992,5	739770.7	104695,3	34169.2
2004	1187924,9	132508.3	1867059,5	236067	91579,5	-13115.8
2005	4108208,7	2920283.8	1694920,8	-172138.7	247218,7	155639.2
2006	4217336,8	109128.1	2502975,7	808054.9	88804,1	-158414.6
2007	7499534,8	3282198	4823791,2	2320815.5	29293,0	-59511.1
2008	9214655,7	1715120.9	6198216,6	1374425.4	250668,6	221375.6
2009	6572543,9	-2642111.8	11444817,9	5246601.3	116185,3	-134483.3
2010	9478778,3	2906234.4	12168134,5	723316.6	439899,5	323714.2

Самарқанд вилояти аҳолисига 2000-2010 йиллар давомида туристик-рекреацион хизматлар курсатиш ҳолатини таҳлил қилишда асосан 3 та туристик хизматлар мисолида кўриб чиқамиз. Булар қуйидаги хизматлар:

- Туристтик-экскурсия хизматлари;
- Меҳмонхона хизматлари;
- Санатория-соғломлаштириш хизматлари.

2000-йилда Самарқанд вилояти аҳолисига кўрсатилган туристик-экскурсия хизматлари умумий суммаси 546776 минг сўмни ташкил қилган бўлса, бу аҳоли жон бошига 203 минг сўмдан тўғри келди. Меҳмонхона хизматлари умумий суммаси 567699,8 минг сўмни ташкил қилди. Бу хизматлар аҳоли жон бошига 211 минг сўмдан тўғри келди. Санатория-соғломлаштириш хизматларининг умумий суммаси эса 41379,2 минг сўмни ташкил қилди. Бу хизматлар аҳоли жон бошига 15 минг сўмдан тўғри келди.

2001-йилда туристик-экскурсия хизматларидан тушган маблағнинг умумий суммаси 1852126 минг сўмга етди. Бу сумма ўтган йилга нисбаттан 238.7 % га яъни, 1305350 минг сўмга ошганидан далолат беради. Аҳоли жон бошига эса 678 минг сўмдан тўғри келди.

Меҳмонхона хизматларини таҳлил қиладиган бўлсак, 2001-йилда бу хизматлар умумий суммаси 988147,5 минг сўмни ташкил қилган бўлса, бу кўрсаткич ўтган йилга нисбаттан 74 % га яъни, 420447.7 минг сўмга ошди. Бу эса аҳоли жон бошига 362 минг сўмдан тушди.

Санатория-соғломлаштириш хизматлари умумий суммаси 42192 минг сўмни ташкил қилган бўлиб, ўтган йилга нисбаттан 2 % га яъни, 812.8 сўм ошди. Аҳоли жон бошига 15 минг сўмдан тўғри келди.

2005 йилда туристик-экскурсия хизматларидан тушган маблағнинг умумий суммаси 4108208,7 минг сўмга етди. Бу сумма ўтган йилга нисбаттан 245.8% га яъни, 2920283.80 минг сўмга ошганидан далолат беради. Аҳоли жон бошига эса 1422,8 минг сўмдан тўғри келди.

Меҳмонхона хизматларини таҳлил қиладиган бўлсак , 2005-йилда бу хизматлар умумий суммаси 1694920,8 минг сўмни ташкил қилган бўлса , бу кўрсаткич ўтган йилга нисбаттан 9.2 % га яъни , 172138.7 минг сўмга камайди. Бу эса аҳоли жон бошига 587 минг сўмдан тушди.

2009 йилга келиб эса йилда туристик-экскурсия хизматларидан тушган маблағнинг умумий суммаси 6572543,9 минг сўмга етди .Бу сумма ўтган йилга нисбаттан 28.6 % га яъни , 2642111.8 минг сўмга камайганидан далолат беради .Аҳоли жон бошига эса 2127 минг сўмдан тўғри келди. Бу кўрсаткичдан шуни хулоса қилиш мумкинки , 2008 йилда туристик-экскурсия хизматларидан тушган маблағнинг умумий суммаси 9214655,7 минг сўмни ташкил қилган. Бундан кўришиб турибдики Жаҳон молиявий иқтисодий инқирози туфайли , хорижий туристлар сони камайган. Мана шу натижасида 2009 йилдаги хизматлар умумий суммаси ўтган йилга нисбаттан камайган.

Меҳмонхона хизматларидан фойдаланиш эса 2009 йилда 11444817,9 минг сўмни ташкил қилди. Бу кўрсаткич ўтган йилга нисбаттан 28.5% га яъни , 1374425.4 минг сўмга ошди. Бу эса аҳоли жон бошига 84.6 минг сўмдан тушди. Демак бундан кўришиб турибдики , 2009 йилда 2008 йилга нисбаттан меҳмонхона хизматлари умумий суммаси ошган . Бундан шуни хулоса қилиш мумкинки , Жаҳон молиявий иқтисодий инқирози Ўзбекистоннинг ички туризм бозорида ҳеч қандай таъсир қилмади.

2.2. Самарқанд шаҳридаги меҳмонхоналарда хизматлар сифати ва самарадорлигига таъсир этувчи омиллар

Меҳмонхона хизматлари ишлаб чиқариш истеъмолида сифат ва самарадорлик масалалари жуда катта рол ўйнайди. Сифатли хизмат курсатмайдиган меҳмонхона корхонаси ўзининг асосий мақсадларига самарадорликка эриша олмайди. Турли меҳмонхона корпорациялари

ривожланишининг тарихида фойда ва самарадорлик сифатнинг махсули эканлигини кўрсатади.

Меҳмонхона корхонаси олдида хизмат кўрсатиш сифатини керакли даражада сақлаб туриш, камчиликларни ўз вақтида бартараф этиш, хизмат кўрсатиш сифатини ошириш стратегиясини ишлаб чиқиш вазифаси туради.

Тадқиқотлар шуни кўрсатадики, мижоз меҳмонхонага яна келиш ёки келмаслиги унга кўрсатилган хизматнинг яхши ёки ёмонлигига боғлиқ. Биринчи марта меҳмонни сифатли хизмат, яхши реклама, бой жихозлар ёки кенг турдаги таомномалар билан жалб қилиш мумкин. Аммо иккинчи марта меҳмон персоналнинг профессионал ишлаши ва олдин унга кўрсатилган хизмат сифатининг юқорилиги учун келади.

Нима учун сифат бунча катта аҳамиятга эга? Агар хизмат кўрсатиш корхонасини унинг ривожланиш динамикаси нуктаи назаридан кўриб чиксак, сифат унинг хаётийлигига энг катта таъсир кўрсатишини кўриш мумкин. Истеъмолчига сифатли махсулотни муваффақиятли сотиш корхона фаолиятининг асосий манбаи ҳисобланади.

«Хизматлар сифати» нима¹⁵? Сифат деганда кўрсатилаётган хизматлар кутилаётган ёки белгиланган стандартларга мос келиши тушунилади. демак, стандартлар, уларнинг реал шакли ва мазмуни хизмат кўрсатиш сифатини баҳолаш кўрсаткичи ҳисобланади. Истеъмолчи учун унга кўрсатилган хизмат сифатини баҳолаш кўрсаткичи-бу унинг қониққанлиги, яъни олинган хизмат сифатининг кутилганига мос келишидир. Мижознинг қониққанлиги кўрсаткичи унинг яна бир марта кайтиш ва ўз дўстлари ва танишларига буни маслаҳат бериш истагидир.

Барча соҳалар сингари меҳмонхона бизнесини ривожлантириш ва самарадорлигини ошириш борасида таъсирчан бошқарув

¹⁵ Камилова Ф.Қ., Ҳамидов О.Ҳ. Меҳмондўстлик индустрияси. Ўқув қўлланма. ТДИУ.2007 106-108 бетлар

қарорларини қабул қилишда ҳам омилли таҳлилнинг роли беқиёс. Натижа кўрсаткичларидан бири туристик маҳсулотни сотишдан келадиган тушум бўлиб ҳисобланади.

Меҳмонхоналарнинг туристлардан келадиган умумий тушумига бир қанча омиллар таъсир қилади. Булар жумласига қуйидагиларни киритиш мумкин:

- меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушум;
- меҳмонхонадаги умумий жойларнинг сони;
- меҳмонхонанинг ўртача бандлик даражаси;
- битта меҳмонга тўғри келадиган ўртача тушум;
- ҳисобот даврида ўртача иш куни.

Мазкур омиллар билан натижа кўрсаткичи ўртасидаги боғлиқлик қуйидаги формула билан ифодаланади¹⁶:

$$M_T = M_J * \check{U}_B * T_{1M} * \check{U}_{ик} ;$$

M_T –меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушум;

M_J –меҳмонхонадаги умумий жойларнинг сони;

Ў_B –меҳмонхонанинг ўртача бандлик даражаси;

T_{1M} –битта меҳмонга тўғри келадиган ўртача тушум;

Ў_{ик} –ҳисобот даврида ўртача иш куни.

Мазкур омилларнинг натижага таъсири уларнинг фарқини аниқлашдан бошланади. Бунинг учун қуйидаги формула тавсия қилинади:

$$\Delta M_T = (M_J(x) * \check{U}_B(x) * T_{1M}(x) * \check{U}_{ик}(x)) - (M_J(p) * \check{U}_B(p) * T_{1M}(p) * \check{U}_{ик}(p));$$

Натижа кўрсаткичининг , яъни меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушумнинг ўзгаришига биринчи омилнинг , яъни

¹⁶ Холиқулов А.Н. Меҳмонхоналарда сервис сифати ва самарадорлигини ошириш имкониятлари (Самарқанд меҳмонхоналари мисолида) номзодлик диссертация. Самарқанд 2010

меҳмонхонадаги умумий жойлар сонининг таъсирини аниқлаш учун ,
 натижани шу омилнинг ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинади
 $(Мж(x) * Ўб(p) * T1m(p) * Ўик(p))$ ва ушбу миқдордан натижанинг
 режадаги миқдори $(Мж(p) * Ўб(p) * T1m(p) * Ўик(p))$ айрилади. Бунинг
 учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$$\Delta M_{т.мж} = (Мж(x) * Ўб(p) * T1m(p) * Ўик(p)) - (Мж(p) * Ўб(p) * T1m(p) * Ўик(p));$$

Меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушумнинг
 ўзгаришига иккинчи омилнинг , яъни меҳмонхонанинг ўртача бандлик
 даражасининг таъсирини аниқлаш учун , натижани шу омилнинг ҳақиқий
 миқдори билан қайта ҳисоблаб олинади $(Мж(x) * Ўб(x) * T1m(p) * Ўик(p))$
 ва ушбу миқдордан натижанинг омил ўзгариши билан қайта
 ҳисобланган миқдори $(Мж(x) * Ўб(p) * T1m(p) * Ўик(p))$ айрилади.
 Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$$\Delta M_{т.ўб} = (Мж(x) * Ўб(x) * T1m(p) * Ўик(p)) - (Мж(x) * Ўб(p) * T1m(p) * Ўик(p));$$

Натижа кўрсаткичининг , яъни меҳмонхонага туристлардан
 келадиган умумий тушумнинг ўзгаришига учинчи омилнинг , яъни битта
 меҳмонга тўғри келадиган тушумнинг таъсирини аниқлаш учун ,
 натижани шу омилнинг ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинади
 $(Мж(x) * Ўб(x) * T1m(x) * Ўик(p))$ ва ушбу миқдордан натижанинг
 иккинчи омил ўзгариши билан қайта ҳисобланган миқдори
 $(Мж(x) * Ўб(x) * T1m(p) * Ўик(p))$ айрилади. Бунинг учун қуйидаги
 формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$$\Delta M_{т.t1m} = (Мж(x) * Ўб(x) * T1m(x) * Ўик(p)) - (Мж(x) * Ўб(x) * T1m(p) * Ўик(p));$$

Натижа кўрсаткичининг , яъни меҳмонхонага туристлардан
 келадиган умумий тушумнинг ўзгаришига тўртинчи омилнинг , яъни
 ҳисобот даврида ўртача иш кунининг таъсирини аниқлаш учун ,
 натижани шу омилнинг ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинади
 $(Мж(x) * Ўб(x) * T1m(x) * Ўик(x))$ ва ушбу миқдордан натижанинг
 учинчи омил ўзгариши билан қайта ҳисобланган миқдори

$(Mж(x) * \ddot{Уб}(x) * T1м(x) * \ddot{Уик}(p))$) айрилади. Бунинг учун куйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$$\Delta Mт.\ddot{Уик}=(Mж(x)*\ddot{Уб}(x)*T1м(x)*\ddot{Уик}(x))-(Mж(x)*\ddot{Уб}(x)*T1м(x)*\ddot{Уик}(p));$$

Барча омиллар таъсири натижанинг умумий фаркига тенг бўлиши лозим . Бунинг учун куйидаги формуладан фойдаланилади:

$$\Delta Mт=\Delta Mт.мж \pm \Delta Mт.\ddot{Уб} \pm \Delta Mт.T1м \pm \Delta Mт.\ddot{Уик};$$

Ушбу формулага амалий маълумотларни қўлаб ечиладиган бўлса , натижа ўзгаришига омиллар таъсирини аниқлаш билан бирга уни яхшилашнинг ички имкониятлари ҳам ахтариб топилади.

**“Камилла-Орзу” меҳмонхонасининг 2008 ва 2009 йиллардаги
натижавий кўрсаткичлари**

10-жадвал

№	Кўрсаткичлар	2008 йил	2009 йил	Фарқи(+,-)
1	Меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушум. Мт. (минг сўм)	91619	122412	+30793
2	Меҳмонхонадаги умумий жойлар сони. Мж	30	30	-
3	Меҳмонхонада банд қилинган Жойлар сони	3976	4226	+250
4	Меҳмонхонадаги жойлар сонининг ўртача бандлик даражаси . Ўб. (3к/2к*364)	0.36	0.39	+0.03
5	Ҳисобот даврида ўртача иш куни. Ўик	364	360	-4
6	Битта меҳмонга тўғри келадиган ўртача тушум. T1м (минг сўм) (1к/(2к*4к*5к))	23.31	28.74	5.43

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, ҳисобот даврида меҳмонхонадаги умумий жойлар сони 2008 йилга нисбатан ўзгармаган, шу билан бирга меҳмонхонадаги жойлар сонининг ўртача бандлик даражаси 0.03 коэффициентга кўпайган. Аммо, ҳисобот даврида ўртача иш куни 4 кунга камайган. Битта меҳмонга тўғри келадиган ўртача тушум эса 5.43 минг сўмга ошган. Оқибатда меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушум суммаси 30793 минг сўмга ошган. Бироқ ушбу жадвал маълумотлари меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушумнинг ўзгаришига қайси омиллар қай даражада таъсир қилганлигини кўрсатмайди. Шу туфайли омилли таҳлил учун қуйидаги жадвалдан фойдаланишни тавсия қиламиз.

“Камилла-Орзу” меҳмонхонасига туристлардан келадиган умумий тушумга алоҳида омиллар таъсирини ҳисоблаш

11-жадвал

Кўрсаткичлар	Ўтган йили	Ҳисобот йили	Занжирли алмаштириш			
			Мж	Ўб	Т1м	Ўик
Меҳмонхонадаги умумий жойлар сони. Мж	30	30	30	30	30	30
Меҳмонхонанинг ўртача бандлик даражаси. Ўб	0.36	0.39	0.36	0.39	0.39	0.39
Битта меҳмонга тўғри келадиган ўртача тушум. Т1м (минг сўм)	23.31	29.06	23.31	23.31	29.06	29.06
Ҳисобот даврида ўртача иш	364	360	364	364	364	360

куни. Ҷик						
Меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушум. Мт. (минг сўм)	91619	122412	91619	99273	123760	122412

Юқорида биз тавсия қилган усулдан , яъни занжирли алмаштириш усулидан ҳар бир омилнинг натижа ўзгаришига таъсирини амалий маълумотларни қўллаган ҳолда аниқлаш йўллари кўриб чиқамиз.

Ушбу жадвал маълумотларидан кўришиб турибдики, ҳисобот йилида меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушум 30793 (122412-96619) минг сўмга ошган. Бу ўзгариш қуйидаги омиллар таъсирида рўй берган.

1. Меҳмонхонадаги умумий жойлар сонининг таъсирини меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушумга таъсирини топиш учун қуйидаги ҳисоб-китоб амалга оширамиз:

$$\Delta \text{Мт.мж} = (30 * 0,36 * 23,31 * 364) - (30 * 0,36 * 23,31 * 364) = 91619 - 91619 = 0$$

Меҳмонхонадаги умумий жойлар сонининг ўзгармаганлиги меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушум ҳажмини ўзгартирмаган.

Меҳмонхонанинг ўртача бандлик даражаси кўрсаткичининг натижа кўрсаткичига таъсирини қуйидагича ҳисоблаймиз:

$$\Delta \text{Мт.ўб} = (30 * 0,39 * 23,31 * 364) - (30 * 0,36 * 23,31 * 364) = 99273 - 91619 = 7654$$

Меҳмонхонанинг ўртача бандлик даражаси кўрсаткичининг 1 фоизга ошганлиги меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушум ҳажмини **7654** минг сумга (**99273 - 91619**) оширган.

Битта меҳмонга тўғри келадиган ўртача тушум меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушумнинг ҳажмига таъсирини қўйидаги ҳисоб-китоблар билан топамиз:

$$\Delta \text{Мт.т1м} = (30 * 0,39 * 29,06 * 364) - (30 * 0,39 * 23,31 * 364) = \\ = 123760 - 99273 = 24487$$

Кўришиб турибдики, битта меҳмонга тўғри келадиган ўртача тушум 5,43 минг сумга ошганлиги натижа кўрсаткичининг 24487 минг сумга (123760 - 99273) кўпайишига сабаб бўлган.

4. Ҳисобот даврида ўртача иш кунининг ўзгариши натижа кўрсаткичи ўзгаришига қандай таъсир қилганлигини қўйидагича ҳисоблаб топамиз:

$$\Delta \text{Мт.уик} = (30 * 0,39 * 29,06 * 360) - (30 * 0,39 * 29,06 * 364) = \\ = 122412 - 123760 = -1348$$

Бундан аёнки, ҳисобот даврида ўртача иш кунининг 4 кунга камайиши сабабли меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушум ҳажми 1348 минг сўмга (122412 - 123760) камайган.

Юқоридаги ҳисоб-китоблардан кўришиб турибдики, меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушум режадагига нисбатан 30793 минг сўмга (122412 - 91619) кўпайган. Бу ўз навбатида тўртта омил таъсири остида рўй берган:

$$\Delta \text{МТ} = 0 + 7654 + 24487 - 1348 = 30793$$

Бу ҳисоб-китоблардан кўришиб турибдики, меҳмонхонанинг ўртача бандлик даражаси, битта меҳмонга тўғри келадиган ўртача тушум натижа кўрсаткичига ижобий таъсир қилган ва аксинча, ҳисобот даврида ўртача ишнинг омили таъсири эвазига меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий пул 1348 минг сўмга камайган.

Меҳмонхоналарда самарадорликни ифодаловчи кўрсаткичлардан бири уларнинг ҳаражатлар рентабиллигидир.

Ҳаражатлар рентабиллиги (X_p) соф фойда (C_f) суммаси ҳаражатларнинг умумий ҳажмига (X_a) бўлиб топилади ва бу формула кўйидаги кўринишга эга бўлади:

$$X_p = C_f / X_a \quad (3.17)$$

Ҳаражатлар рентабиллигига таъсир этувчи омилларни аниқлаш учун уларнинг бир-бири билан боғлиқлигини ифодалаб олиш мақсадга мувофиқ. Чунки ҳаражатлар рентабиллиги бир қанча кўрсаткичлар билан бевосита функционал боғлиқликда.

Бу боғлиқликни кўйидагича ифодалашни тавсия қиламиз:

$$X_p = (C_f / D) * (D / C_t) * (C_t / X); \quad (3.18)$$

Бунда:

C_f / D - соф фойданинг даромадлардаги улуши ($C_f D$);

D / C_t - сотилган маҳсулотнинг даромадлилиги ($D C_t$);

C_t / X - ҳаражатларнинг самарадорлиги ($C_t X$).

Юқорида келтирилган формуладан кўйидаги формулани келтириб кариш мумкин:

$$X_p = C_f D * D C_t * C_t X \quad (3.19)$$

Бу формуладан кўришиб турибдики, ҳаражатлар рентабиллигига соф фойданинг даромадлардаги улуши, сотилган маҳсулот даромадлилиги ҳаражатларнинг самарадорлиги таъсир килмоқда. Мазкур омилларнинг натижага таъсирини аниқлаш учун иқтисодий таҳлилнинг бир қанча усулларидан фойдаланиш мумкин. Биз бу омилларнинг натижага таъсирини аниқлаш учун фарқлаш усулидан фойдаланамиз.

Натижа ўзгаришига биринчи омилнинг, яъни соф фойданинг даромадлардаги улуши таъсирини аниқлаш учун шу омилнинг фарқи аниқланди ($C_{fdx} - C_{fdr}$) ва қолган омилларнинг режадаги миқдорига ($D_{стр} C_{тх}$) камайтиради. Бунинг учун кўйидаги формулани тавсия қиламиз:

$$\Delta X_p C_{fd} = (C_{fdx} - C_{fdr}) * D_{стр} * C_{тх} \quad (3.20)$$

Натижа ўзгаришига (ҳаражатлар рентабиллиги ўзгаришига) иккинчининг, яъни сотилган маҳсулотнинг даромадлигининг таъсирини аниқлаш учун соф фойданинг даромадлардаги улушининг ҳақиқий миқдори кўрсатиб (Сфдх), сотилган маҳсулот даромадлигининг фарқига (ДстХ - ДстР) ҳаражатлар самарадорлигининг режадаги миқдорига (Стхр) кўпайтирилади. ҳисоб-китобни кўйидаги формула орқали амалга оширишни тавсия қиламиз:

$$\Delta XpDct = Cfdx * (Dctx - Dctr) * Stxr \quad (3.21)$$

Ҳаражатлар рентабиллиги ўзгаришига учинчи омилнинг, яъни ҳаракатлар самарадорлигининг таъсирини аниқлаш учун биринчи иккита унинг ҳақиқий миқдори (Сфдх, Дстх) учинчи омилнинг фарқига (Стхх - Стхр) кўпайтирилади. Буни ҳисоблаш учун кўйидаги формула тавсия қилинади:

$$\Delta XpStx = Cfdx * Dctx * (Stxx - Stxr) \quad (3.22)$$

Барча омилларнинг таъсири натижанинг умумий фарқига тенг булиши лозим. Бу кўйидагича аниқланади:

$$\Delta Xp = \Delta Xpсфд \pm \Delta Xpдст \pm \Delta Xpстх; \quad (3.23)$$

Юқорида келтирилган формулаларнинг амалиётда қўлланилишини Самарқанд Плаза» меҳмонхонасининг маълумотлари асосида кўриб чиқамиз. Бунинг учун кўйидаги жадвал маълумотларини келтириш мумкин жадвал).

Жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, ҳаражатлар рентабеллиги йилда ўтган йилга нисбатан -0,09 коэффицентга (0,15-0,24) камайган. Ўзгаришга соф фойданинг даромадлиги, сотилган маҳсулотнинг даромадлиги, ҳаражатларнинг самарадорлиги қандай таъсир қилганлигини кўйидаги формулалардан фойдаланиб аниқлаймиз.

**“Самарқанд Плаза” меҳмонхонасининг самарадорлик билан
боғлиқ кўрсаткичларнинг 2008-2009 йиллардаги маълумотлари**

Кўрсаткичлар	2008 йил	2009 йил	Фарқи (+,-)
Сотилган маҳсулот, минг сўм	693347	737782	+44435
Ҳаражатлар, минг сўм	458215	539735	+81520
Ялпи даромад, минг сўм	235132	198047	-37085
Соф фойда, минг сўм	110212	78965	-31247
Соф фойданинг даромадлардаги улуши. 4 қ : 3 қ	0,46	0,40	-0,06
Сотилган маҳсулотнинг даромадлиги, 3 қ : 1 қ	0,34	0,27	-0,07
Ҳаражатларнинг самарадорлиги 1 қ : 2 қ	1,51	1,37	-0,14
Ҳаражатларнинг рентабиллиги 4 қ : 2 қ	0,24	0,15	-0,09

Соф фойданинг даромадлиги ҳаражатлар рентабиллигига қандай таъсир қилганлигини аниқлаш учун қўйидаги ҳисоб-китобни амалга ошириш мумкин бўлади:

$$\Delta XpCfd = (0,40 - 0,46) * 0,34 * 1,51 =$$

$$= (-0,06) * 0,34 * 1,51 = -0,03$$

Демак, соф фойданинг даромадлиги -0,06 коэффициентга камайганлиги ҳаражатлар рентабиллигининг 0,03 коэффициент камайишига сабаб бўлган.

Сотилган маҳсулотнинг даромадлиги ҳаражатлар рентабиллигига қандай таъсир қилганлигини аниқлаш учун қўйидаги ҳисоб-китобни амалга оширамыз:

$$\Delta XpDct = 0,40 * (0,27 - 0,34) * 1,51 =$$

$$= 0,40 * (-0,07) * 1,51 = - 0,04$$

Ҳисоб-китоблардан кўриниб турибдики, сотилган маҳсулотнинг даромадлилиги 0,07 (0,27-0,34) камайганлиги ҳаражатлар рентабиллигининг 0,04 коэффицент камайишига сабаб бўлган.

3. Ҳаражатлар самарадорлиги ҳаражатлар рентабиллигига қандай таъсир қилганлигини аниқлашда, биз қўйидаги формуладан фойдаланамиз:

$$\Delta XpCtX = 0,40 * 0,27 * (137 - 1,51) =$$

$$= 0,40 * 0,27 * (- 0,14) = - 0,02$$

Формуладан шу нарса аниқландики, ҳаражатлар самарадорлиги 0,14 (1,37 - 1,51) коэффицентга камайиши ҳаражатлар рентабиллигини 0,02 коэффицентга камайтирган.

Барча омилларнинг таъсири натижанинг умумий фарқига тенг:

$$\Delta Xp = \Delta XpCfd \pm \Delta XpDcx \pm \Delta XpCtX = - 0,03 - 0,04 - 0,02 = -0,09$$

Ушбу омилли таҳлили натижасига асосан меҳмонхонада мавжуд имкониятлардан тўлиқ фойдаланилганда ёки соф фойданинг даромадлилиги, сотилган маҳсулотнинг даромадлилиги ва ҳаражатларнинг самарадорлиги 008 йилгидек бўлганда, ҳаражатлар рентабиллилиги 0,09 коэффицентга ўтган булар эди.

2.3.Меҳмонхоналарда СВОТ таҳлили асосида кучли ва кучсиз

томонларни аниқлаш орқали самарадорликка эришиш йўллари

Меҳмонхонани таҳлил қилиш учун қўлланиладиган СВОТ- таҳлил усули СВОТ-(инглизча) куч (strength), кучсизлик (weakness), имкониятлар (opportunities) ва хавфлар (threats) ички ва ташқи муҳитни биргаликда ўрганишни олиб бориш имконини берувчи кенг эътироф қилинган ёндашув ҳисобланади. СВОТ усулини қўллаш орқали меҳмонхонага хос бўлган кучлилик ва камчилик ўртасида ҳамда ташқи хавф ва имкониятлар ўртасида алоқа йўллари йўратишга эришилади. СВОТ усули аввал кучли ва кучсиз

томонларни аниқлашни, шунингдек, хавф ва имкониятларни ва ундан сўнг улар ўртасида меҳмонхона стратегиясини аниқ ифода қилиш учун ишлатилиши мумкин бўлган алоқа занжирини ўрнатишни мўлжаллайди¹⁷.

Томпсон ва Стрикланд ташқи муҳит билан боғлиқ бўлган хавф ва имкониятлар рўйхатини, ҳамда корxonанинг кучли ва кучсиз томонлар рўйхатининг қуйидаги тахминий характеристикалар йиғиндисини таклиф қилишди.

Кучли жиҳатлар:

- чуқур билимга эгалик;
- муқобил молиявий ресурслар;
- юқори малака;
- харидорлардаги яхши фикр;
- бозорнинг машҳур пешқадами;
- корхона фаолиятининг функционал доирасида тадбиркор
- стратег;
- ишлаб чиқариш хажмини ўсишда иқтисод қилишга эга бўлиш;
- кучли рақобатчи тазйиқидан ҳимояланиш (қаерда бўлса ҳам);
- кулай технология;
- харажатлар доирасида афзаллик;
- рақобат доирасида афзаллик;
- инновацион қобилиятларни борлиги ва уларни ҳаётга тадбиқ қилиш имконияти;
- вақт билан синалган менежмент;

Кучсиз жиҳатлар:

- аниқ стратегик йўналишнинг йўқлиги;
- ёмонлашиб боровчи рақобатдаги ҳолат;

¹⁷ И.С.Тухлиев., Ғ.Х.Қудратов., М.Қ.Пардаев. Туризмни режалаштириш. Дарслик. «Иқтисодиёт молия» нашриёти. Тошкент. 2010.188-190 бетлар

- эскирган жиҳоз;
- анча паст даромад, чунки;
- бошқариш қобилиятининг ва муаммоларни ҳал қилишда талантнинг етишмаслиги;
- айрим муҳим малака ва мўтахассислик билим турларининг йўқлиги;
- стратегик жараёнларни бажарилишини ёмон кузатилиши;
- ички ишлаб чиқариш муаммоларидаги қийинчиликлар;
- рақобат тазйиқига нисбатан заифлик;
- тадқиқот ва ишлаб чиқиш соҳасида қолоқлик;
- жуда тор ишлаб чиқариш тизими;
- бозор ҳақида суст тасаввур;
- рақобат билан боғлиқ бўлган нуқсонлар;
- ўрта кўрсаткичдан паст бўлган маркетинг қобилияти;
- стратегияда зарур ўзгаришларни молиялаштира олмасилиги.

Имкониятлар:

- янги бозорларга ёки бозор сегментларига чиқиш (янги турлар);
- ишлаб чиқариш тизимини кенгайтириш (хизмат кўрсатиш тизимини кенгайтириш);
- ўзаро боғлиқ (туристлик) маҳсулотларда турли – туманликни ошириш;
- ўхшаш маҳсулотларни кўшиш (кўпайтириш);
- вертикал интеграция;
- енг яхши стратегия гуруҳига ўтиш имконияти;
- рақобатчи фирмалар ўртасида устунлик;
- бозор ривожланишини жадаллаштириш.

Хавфлар:

- янги рақобатчиларнинг пайдо бўлиш имконияти;
- ўрнини босувчи маҳсулотлар сотилишининг ўсиши;
- бозор ривожланишининг секинлашиши;

- ҳукуматнинг номувофик сиёсати;
- ўсиб боровчи рақобатнинг тазйиқи;
- ишчанлик сиклининг сўниши;
- харидор ва йетказиб берувчиларда савдолашиш кучининг ўсиши;
- харидорларнинг талаб ва дидининг ўзгариши;
- салбий демографик ўзгаришлар.

Меҳмонхона ушбу рўйхатнинг 4 та қисмини ҳар бирини ўзи турган аниқ вазиятни акс эттирувчи ички ва ташқи муҳит таърифи билан тўлдириши мумкин.

Меҳмонхонанинг кучсиз ва кучли томонларини, шунингдек хавф ва имкониятларини аниқ рўйхати тузилгандан сўнг, улар ўртасидаги ўзаро алоқа ўрнатиш босқичи бошланади. Ушбу алоқаларни ўрнатиш учун қуйидаги кўринишга эга бўлган СВOT матрицаси тузилади.

	Imkoniyatlar	Xavflar
Kuchli jihatlar	KI maydoni	KX maydoni
Kuchsiz jihatlar	KsI maydoni	KsX maydoni

6-расм Меҳмонхонанинг СВOT матрицаси

Чап томонда таҳлилнинг биринчи босқичида ташкилот жиҳатларининг барча кўрсаткичлари ёзилган 2 та блок (кучли жиҳатлар, кучсиз жиҳатлар) ажратилади. Матрицанинг юқори қисмида барча кўрсатилган имконият ва хавфлар ёзилган. яна 2 та блок (имкониятлар ва хавфлар) ажратилади. Блокларнинг кесишишида 4 та майдон юзага келади: куч ва имкониятлар (КИ); куч ва хавфлар (КХ); кучсизлик ва имкониятлар (КсИ); кучсизлик ва хавфлар(КсХ);

Ҳар бир майдонда тадқиқотчи барча бўлиши мумкин бўлган жуфт комбинацияларни ва корxonанинг ташкилий ҳулқи стратегиясини ишлаб чиқишда ҳисобга олиниши керак бўлганларни ажратиши зарур.

Куч ва имкониятлар майдонидан олинган жуфтликка нисбатан ташқи муҳитда пайдо бўлган имкониятлардан сермахсул ишни олиб бориш учун ташкилотнинг кучли томонларидан фойдаланиш стратегиясини ишлаб чиқиш зарур.

Кучсизлик ва имкониятлар майдонида намоён бўлган жуфтликлар учун стратегия шундай тузилиши керакки, пайдо бўлган имкониятлар эвазига ташкилотда мавжуд кучсизликларни йенгишга ҳаракат қилиш керак.

Агар жуфтлик куч ва хавфлар майдонида жойлашган бўлса, у ҳолда стратегия корхона кучини хавфларни йўқотиш учун фойдаланишга қаратилиши керак.

Ниҳоят, кучсизлик ва хавфлар майдонида жойлашган жуфтликлар учун ташкилот шундай стратегияни тузиши керакки, у ҳам кучсизликдан ҳалос бўлишига, ҳам таҳдид қилаётган хавфнинг олдини олишга ҳаракат қилишга имкон бериши керак.

Стратегияни ишлаб чиқаётганда шуни эсда тутиш керакки, имкониятлар ва хавфлар ўзаро қарама-қаршиликка ўтиши мумкин. Фойдаланилмаган имкониятлар хавфга айланиши мумкин, агар ундан рақибингиз самарали фойдаланса. Аксинча, муваффақиятли бартараф қилинган хавф, рақиблар айнан мана шу хавфни бартараф қила олмаган ҳолдагина корхона олдида қўшимча имкониятлар очиб бериши мумкин.

Имкониятлар матрицаси

СВОТ-таҳлил усули орқали ташкилот муҳитини муваффақиятли таҳлил қилиш учун нафақат хавф ва имкониятларни аниқлай олиш муҳим, балки уларни муҳимлик ва корхона стратегиясига таъсир этиш даражаси нуқтаи назари бўйича ҳам баҳолай билиш керак.

Имкониятларни баҳолаш учун ҳар бир аниқ имкониятни позициялаштириш усули қўлланилади имкониятлар матрицасида.

Имкониятлардан фойдаланиш эҳтимоли	Таъсир даражаси		
	Кучли	Ўртача	Оз
Юқори	<i>ЮК₁</i>	<i>ЮЎ₁</i>	<i>ЮО</i>
Ўртача	<i>ЎҚ₁</i>	<i>ЎЎ</i>	<i>ЎО₂</i>
Кам	<i>КК</i>	<i>КЎ₂</i>	<i>КО₂</i>

7-расм Имкониятлар матрицаси

Матрица қуйидагича тузилади: юқорида горизонталда имкониятларнинг корхона фаолиятига таъсир даражаси жойлаштирилади (кучли, ўртача, оз); чапда вертикалда ташкилотнинг имкониятдан фойдалана олиш эҳтимоли жойлаштирилади (юқори, ўртача, кам). Матрица ичида ҳосил бўлган 9 та имкониятлар майдони ташкилот учун турли аҳамиятга эга. ЮК, ЮЎ, ва ЎҚ майдонларига кирувчи имкониятлар корхона учун катта аҳамиятга эга ва уларни албатта қўллаш керак. ЎО, КЎ ва КО майдонларига кирувчи имкониятлар эса амалий жиҳатдан ташкилот эътиборига арзимади. Қолган майдонларга кирувчи имкониятларни агар корхона йетарли ресурсларга эга бўлса, қўллаш мумкин.

Хавфлар матрицаси

Бу каби матрица хавфларни баҳолаш учун тузилади. Юқорида горизонталига ташкилотда хавфларнинг амалга ошишига олиб келувчи юз бериши мумкин бўлган оқибатлар жойлаштирилади (вайронлик, танг ҳолат, оғир вазият, «енгил латлар»). Чапда вертикалига хавфнинг амалга ошиш эҳтимоли жойлаштирилади (юқори, ўртача, кам).

Хавфлар-нинг амалга ошиш эҳтимоли	Юз бериши мумкин бўлган оқибатлар			
	Вайронлик	Танг ҳолат	Оғир вазият	“Енгил латлар”
Юқори	<i>ЮВ₁</i>	<i>ЮТ₁</i>	<i>ЮО₂</i>	<i>ЮЙЕ₃</i>
Ўртача	<i>ЎВ₁</i>	<i>ЎТ₂</i>	<i>ЎО₃</i>	<i>УЙЕ</i>
Кам	<i>КВ₂</i>	<i>КТ₃</i>	<i>КО</i>	<i>КЕ</i>

8-расм Хавфларнинг амалга ошиш эҳтимоли

ЮВ, ЮТ ва ЎВ майдонларига кирувчи хавфлар корхона учун ката таҳлика солади, ҳамда тезда ва албатта бартараф қилишни талаб қилади. ЮО, ЎТ ва КВ майдонларига кирувчи хавфлар ҳам бошқарувнинг эътибор доирасида бўлиши керак ва биринчи даражада бартараф қилиниши керак. КТ, ЎО ва ЮЙЕ майдонларида жойлашган хавфларга эса уларни бартараф қилиш учун эътибор ва масъулият билан ёндошиш талаб қилинади. Гарчи уларни биринчи даражада бартараф қилиниш вазифаси қўйилмаса ҳам, қолган майдонларга кирувчи хавфлар ҳам корхона раҳбариятининг назар доирасидан чиқмаслиги керак.

Меҳмонхонанинг профилини тузиш .Меҳмонхонани таҳлил қилишда хавфларни, имкониятларни, ташкилотнинг куч ва кучсизлигини ўрганиш усуллари билан бир каторда профилни тузиш усули ҳам қўлланиши лозим. Ушбу усул алоҳида макромухитнинг, бевосита муҳитнинг ва ички муҳитнинг профилини тузиш учун қулай. Мухит профилини тузиш усули ёрдамида ташкилот учун муҳитнинг алоҳида факторларининг нисбий аҳамиятини баҳолашга эришилади.

Меҳмонхонанинг профилини тузиш усули қуйидагидан иборат. Меҳмонхона профилининг жадвалига муҳитнинг алоҳида факторлари ёзилади. Ҳар бир факторни экспертиза қилиш тарзда баҳо берилади:

- шкала бўйича тармоқ учун аҳамиятлилик: 3-катта, 2-ўртача, 1-суст;
- шкала бўйича корхонага таъсир қилиши: 3-кучли, 2-ўртача, 1-кучсиз, 0-таъсирнинг йўқлиги;
- шкала бўйича йўналишининг таъсири: + 1-ижобий, -1-салбий.

Меҳмонхонанинг профил жадвали

13-жадвал

Муҳит факторлари	Тармоқ учун аҳамият- лилик, А	Корхонага таъсири, В	Йўналишининг таъсири, С	Муҳимлиги к даражаси, $D=A*B*C$
1.				
2.				
3.				

Кейин учала эксперт баҳолар бир-бирига кўпайтирилади ва корхона учун факторнинг муҳимлилик даражасини кўпайтирувчи интеграл баҳо ҳосил бўлади. Бу баҳо бўйича раҳбарият муҳит факторларининг қайсилари корхона учун зарур эканлигини, шунингдек жиддий эътиборга лойиқлигини ва қандай факторлар камроқ эътиборга лойиқлигини ҳулоса қилиши мумкин.

Корхона таҳлили – бу ташкилот стратегиясини ишлаб чиқиш учун жуда муҳим ва мураккаб жараёнدير. Муҳитни билмасдан корхона мавжуд бўла олмаслиги муқаррар. Бироқ корхона жилови, эшкак ёки йелкани йўқ қайиқ каби ўраб турган муҳитда сузмайди. У ўзининг мақсадлари йўлида муваффақиятли силжишларни таъминлаш учун муҳитни ўрганади.

«Афросиёб – Палас» меҳмонхонаси фаолиятининг

СВОТ – таҳлил қилиш матрицаси¹⁸.



«Афросиёб – Палас» меҳмонхонаси Самарқанд шаҳрининг марказида жойлашган бўлиб, нафақат Самарқанддаги, балки Ўзбекистондаги энг катта меҳмонхоналардан бири ҳисобланади. Меҳмонхонада туристларга кўрсатиладиган хизмат турларининг кўпчилиги сифатли даражада, лекин шу қаторда меҳмонхонада ҳам баъзан камчиликлар учраб туради. Аста-секинлик билан янги рақобатчилар ҳам пайдо бўла бошлади, бундан эса ҳеч ҳам кўрқмаслик керак. Агар биз кўрқиб ортга чекинсак, рақобатчилар биздан ўзиб, бозорда пешқадамлик даражасига эриши мумкин. Шундай ҳолат рўй берганда ўзимизнинг энг самарали ва фойдали стратегик режамизни ишлаб чиқишимиз ва амалда қўллашимиз лозимдир.

Бунинг учун авалламбор «Афросиёб – Палас» меҳмонхонаси фаолиятининг таҳлил қилишда кўп омилларни ҳисобга олувчи ва энг мақбул деб топилган СВОТ матрицасидан фойдаланамиз. Меҳмонхонанинг кучли ёки кучсиз томонларини шунингдек, хавф ва имкониятларини аниқ рўйхати тузилгандан сўнг улар ўртасидаги ўзаро алоқа ўрнатиш босқичи бошланади.

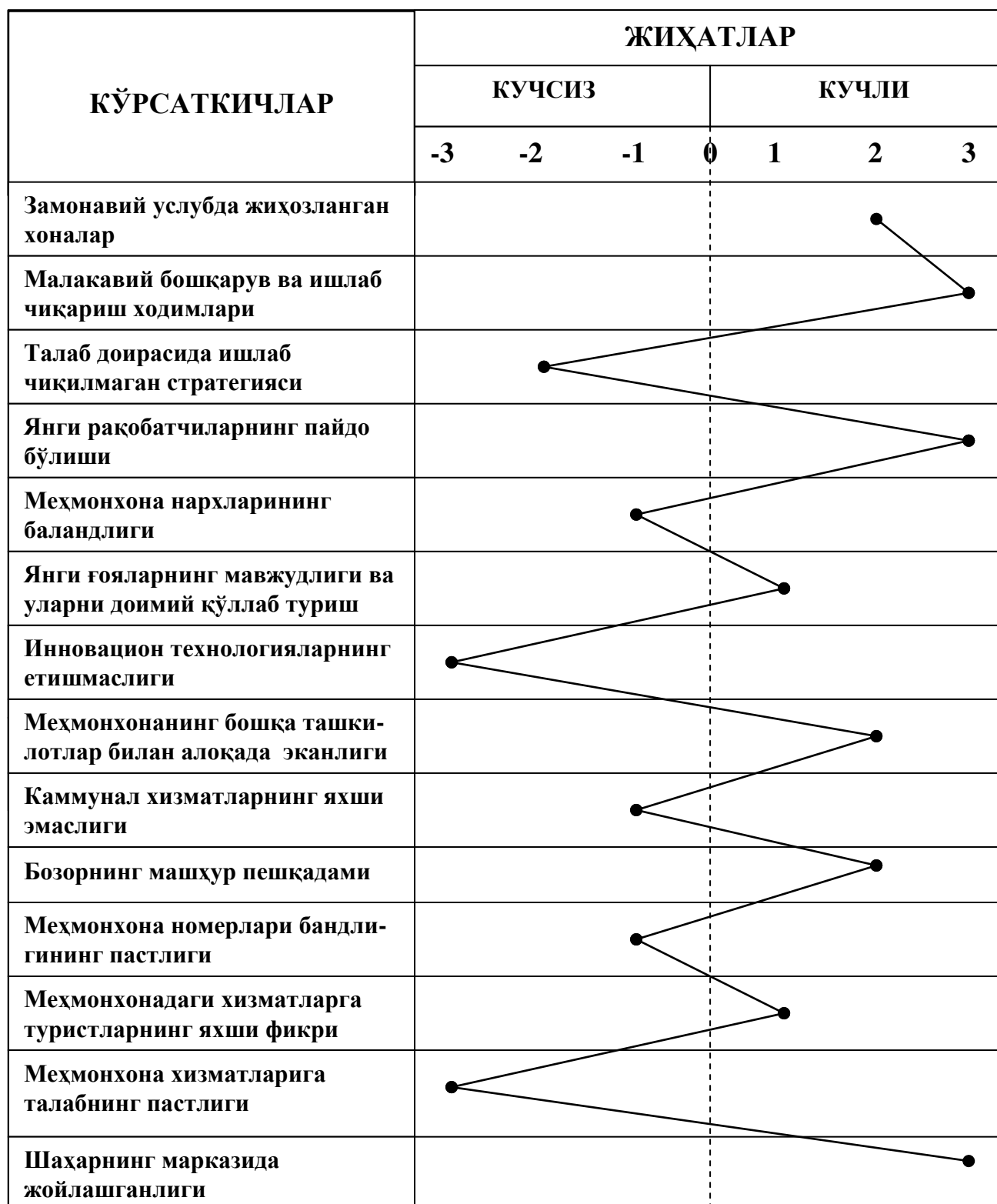
Кучли томонлар	Кучсиз томонлар	Имкониятлар	Хавфлар
* Замонавий услубда жиҳоз-ланган хоналар * Малакали бошқа – рув ва ишлаб чиқариш ходимлари	* Талаб доирасида ишлаб чиқилмаган стратегия * Янги рақобатчиларнинг пайдо бўлиши * Меҳмонхона нар-	* Бозорнинг каттароқ улушини эгаллаш * Чет эл инвестицияларининг киритилиши * Янги хизматлар	* Хизматларни сойтиш ҳажмининг пастлиги * Кучли рақобатчиларнинг пайдо

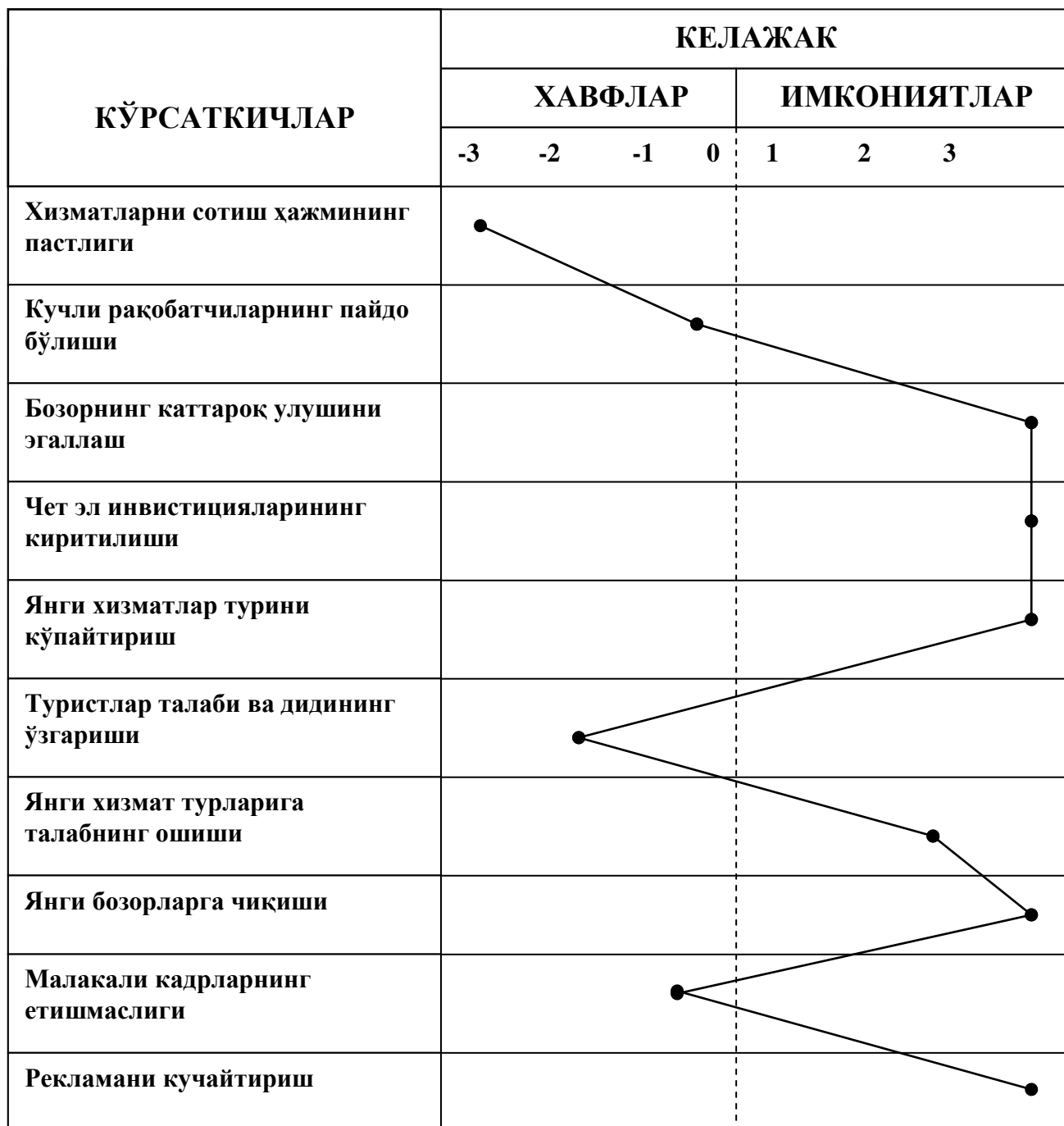
¹⁸ И.С.Тухлиев., Ф.Х.Кудратов., М.Қ.Пардаев. Туризмни режалаштириш. Дарслик. «Иқтисодиёт молия» нашриёти. Тошкент. 2010.193-196 бетлар

<ul style="list-style-type: none"> * Янги ғояларнинг мавжудлиги ва уларни доимий қўллаб туриш * Меҳмонхонанинг бошқа ташкилотлар ва идоралар билан алоқалари * Бозорнинг машҳур пешқадами * Кўрсатиладиган хизматларга туристларнинг ижобий фикри * Шаҳарнинг марказида жойлашганлиги 	<ul style="list-style-type: none"> хининг бошқа меҳмонхоналарга нисбатан баландлиги * Инновацион технологияларнинг йетишмаслиги * Коммунал хизматларнинг сифатли даражада эмаслиги * Меҳмонхона номерларининг бандлигининг пастлиги * Меҳмонхона хизматларига талабнинг пастлиги 	<ul style="list-style-type: none"> турини кўпайтириш * Янги хизмат турларига талабни ошириш * Янги бозорларга чиқиш * Рекламани кучайтириш 	<ul style="list-style-type: none"> бўлиши * Туристларнинг талаб ва дидларининг ўзгариши * Малакали кадр ва мутахасисларнинг етишмаслиги
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Кучли ва кучсиз томонлар, истиқбол, яъни келажакдаги кутиладиган ходисалар матрицасида эса имкониятлар ва хавфлар кўрсаткичлари берилади. Биз бу кўрсаткичларга тегишли балл бериб, уларнинг профилини ҳосил қиламиз. Профилга қараб, «Афросиёб – Палас» меҳмонхонаси фаолиятининг хизматлар самарадорлиги қай даражада ривожланаётганини, унинг қўллаган стратегияси аниқ мўлжалга олиб борадими ёки йўқми билиб олса бўлади.

**Туристтик фирманинг кучли ва кучсиз томонларини ифодаловчи
профил**





3-БОБ. САМАРҚАНД ШАҲРИДАГИ МЕҲМОНХОНАЛАРДА ХИЗМАТЛАР СИФАТИ ВА САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ

3.1. Меҳмонхона хизматларининг сифати ва сервис даражасини ошириш

«Хизматнинг сифати» тушунчасини талқин қилишга нисбатан ҳар хил ёндашувлар мавжуд. ИСО 8402-94 «Сифатни бошқариш ва таъминлаш. Луғат» халқаро стандартида берилган таъриф айниқса кўп қўлланади:

«**Хизматнинг сифати** – хизматнинг белгиланган ёки тахмин қилинган эҳтиёжларни қондириш қобилиятини таъминловчи хусусиятлари мажмуи».

ИСО 8402-94 халқаро стандартида «хизмат кўрсатиш сифати» атамаси ҳам қабул қилинган бўлиб, унга истемолчининг аниқланган ёки тахмин қилинган эҳтиёжларини қондириш имконини берувчи хизмат кўрсатиш жараёнининг ўзига хос хусусиятлари ва шартлари мажмуи деб қаралади.

Хизматнинг муайян эҳтиёжларни қондириш қобилиятини таъминловчи энг муҳим *хусусиятларига* қуйидагилар киради:

- ишонарлилик;
- жонкуярлик;
- ишончлилик;
- тезкорлик;
- коммуникативлик;
- серилтифотлик.

Ишонарлилик деганда ходимларнинг ваъда қилинган хизматни аниқ кўрсатиш қобилияти тушунилади. Сифатли хизмат кўрсатиш дастурини ишлаб чиқиш ишонарлиликни таъминлашдан бошланиши лозим. Хизмат кўрсатувчи ходимлар касбий лаёқати даражасининг юқорилиги ишонарлиликни таъминлаш учун асос бўлиб хизмат қилади. Ходимларнинг лаёқатизлиги натижасида меҳмонхона обрўсига етган путурни меҳмонхона

биносини реконструкция қилиш ва қайта жиҳозлашга сарфланган катта ҳаражатлар ҳам, миждозга дўстона ва хушмуомала муносабат ҳам силлиқлай олмайди.

Жонкуярлик - миждозга ёрдам бериш ва зудлик билан хизмат кўрсатишга тайёрлик. Хизмат кўрсатиш вақтида кўпинча фавқулодда ҳолатлар рўй беради ёки миждозлар кутилмаган илтимослар (масалан, номерга оқ роял ёки каттароқ каравот қўйиш ва ҳ.к.) билан муружаат этади. Бундай ҳолларда корхонанинг юзага келган муаммонинг оқилона йечимини топиш қобилиятига баҳо берилади. Хизматлар, хусусан, меҳмонхона хизматлари кўрсатиш соҳасидаги корхоналар фаолиятининг ўзига хослиги шундан иборатки, бу ерда доим фавқулодда ҳолатлар рўй берган ва рўй бераверади. Шу боис бундай муаммоларни ҳал қилиш ёлларини олдиндан режалаштириш ва ўз иш принципларини ишлаб чиқиш зарур. Бундай ҳолларда ходимлар сифатли ишлашлари, юзага келган муаммоларга зудлик билан эътибор беришлари, ҳар бир корхонанинг талабчан ва жанжалкаш миждозлар билан ишлаш принципларига риоя қилишлари лозим (Парето қондасига биноан, миждозларнинг 20% муаммоларнинг 80% ни вужудга келтиришини тахмин қилиш мумкин). Меҳмонхона корхоналарида ўтказилган тадқиқотлар низоли вазиятларда хизмат кўрсатувчи ходимларнинг аксарияти ўзини ҳимоя қилишга, муаммонинг юзага келишига сабабчи эмаслигини исботлашга ҳаракат қилишини кўрсатади. Бу ҳолат хизматчилар раҳбарият миждозларнинг талабларини қондириш ҳақида ғамхўрлик қилишни қўллаб-қувватлашига ишончи комил эмаслигидан далолат беради. Акс ҳолда улар низони янада кучайтириш ва ўзининг ҳақлигини исботлаш ўрнига энг аввало муаммони ҳал қилишга ҳаракат қилган бўлардилар. Миждоз амалда доим ҳам ҳақ бўлавермайди. Бироқ, миждознинг ҳақ эмаслигини исботлаш билан меҳмонхона ҳеч қандай наф кўрмайди. Аксинча, у миждозни ёқотади, янгимиждозни жалб қилиш янада оғирлашади ва қимматлашади. Миждозларга хизмат кўрсатиш халқаро

уюшмаси ўтказган тадқиқотлар янгимижозни жалб қилиш ҳаражатлари эски мижозни сақлашдан беш баравар қимматроқ эканлигини кўрсатди. Техник ёрдам кўрсатиш бўйича тадқиқот дастурлари институти ўтказган бошқа бир тадқиқот эса ўзига кўрсатилган хизматлардан норози бўлган мижозларнинг 91% бу корхонага бошқа ҳеч қачон мурожаат этмаслигидан ва уларнинг ҳар бири ўз муаммолари ҳақида бошқа мижозларнинг камида тўққизтаси билан ўртоқлашишидан далолат беради. Бироқ, қилган шикоятлари қаноатлантирилган тақдирда, бундай мижозларнинг 54-70% ўзларини «хафа қилган» корхона хизматларидан яна фойдаланади. Агар мижозлар юзага келган муаммолар жуда тез ҳал қилинганлигини кўрсалар, бу рақам 95% етади.

Ишончлилик – ходимларнинг ўзига нисбатан ишонч уйғота олиш қобилияти. Ўзаро ишонч муносабатлари юзага келиши учун истеъмолчилар кўпроқ ишонадиган ташқи белгиларга эътибор бериш жуда муҳимдир. Меҳмонхона холли, номерлари, ресторанининг яхши ташкил этилган интерери, хоналар, ёйлақларнинг тозалиги, серилтифот хизматчиларнинг ораста кўриниши – буларнинг барчаси хизмат кўрсатиш сифатининг ташқи мезонлари бўлиб, мижозлар муайян корхонада ҳамма нарса жойидалиги ва унга ишониш мумкинлиги ҳақида шуларга қараб хулоса чиқаради.

Тезкорлик – хизмат кўрсатувчи ходимлар билан алоқа боғлашнинг осонлиги. Мисол учун, агар меҳмон номерга чопарни чақирган бўлса, у бир неча соат ичида эмас, балки санокли дақиқаларда йетиб келиши лозим.

Коммуникативлик – мижозларга зарур ахборотни ўз вақтида ва уларнинг кўшимча талабисиз тақдим этиш ҳисобига ходимлар билан мижозлар ўртасида англашилмовчиликлар чиқишини истисно қиладиган хизмат кўрсатишни таъминлаш.

Серилтифотлик – мижозга алоҳида эътибор бериш ва унга индивидуал хизмат кўрсатиш. Ҳар бир мижознинг ўз муайян эҳтиёжлари бўлади. Мижоз корхонага содиқ қолишини таъминлаш учун хизматлар кўрсатиш чоғида

муайян мижоз корхона учун алоҳида аҳамиятга эга эканлиги, унинг индивидуал эҳтиёжлари ҳисобга олинишини кўрсатиш лозим.

Хизмат кўрсатиш сифатининг модели. Меҳмонхона хизматлари сифатини бошқариш амалиётида беш босқичли ёки концептуал модел номи билан машҳур бўлган хизмат кўрсатиш сифати модели кенг қўлланилади . У мижоз умидининг оқланиши нуқтаи назаридан хизмат кўрсатиш сифатини белгилайди. Модел муаллифларининг сўзларига қараганда, мижоз нимага умид қилишини ва мижознинг умидларини меҳмонхона қандай қилиб оқлаши мумкинлигини билиш хизмат кўрсатиш жараёнининг биринчи босқичидир.

Биринчи босқич: Истеъмолчининг умидлари ва меҳмонхона раҳбариятининг муносабати.

Бу босқичда меҳмонхона раҳбарияти ўз мижозлари нимани хоҳлашини тушунмайди. У ўз мижозларининг эҳтиёжларини билмайди. Аксарият меҳмонхоналар бозор талабини аниқлаш учун тадқиқотлар ўтказди, бироқ кейин раҳбарият фирманинг ички муаммоларига чалғиб, мижозларнинг талаблари ўзгаришини ёддан чиқаради.

Агар мижоз хизматнинг муайян хоссаси ўзгартирилишини хоҳласа-ю, у ўзгартирилмаса, маркетинг-микс бутун бозор учун ўз жозибадорлигини ёёқотади ва мижознинг умидворлик даражаси ортади.

Агар корхона маркетинг соҳасида иш олиб бормаса, мижоз унинг хизматлари ҳақида ҳеч нарса билмаслиги мумкин. Менежерлар пухта ўйлаб иш тутишлари ва меҳмонлар билан гаплашганда тескари алоқага киришишлари лозим. Бунинг учун маркетинг ахборот тизимларидан ҳам фойдаланиш зарур.

Мисол учун, қабул қилиш ва жойлаштириш хизматининг раҳбари меҳмонларни 15 минут ичида қабул қилиш тизимини ишлаб чиқди. Бироқ, меҳмонлар орадан 10 минут ўтмасидан безовта бўла бошладилар. Мижозлар

билан гаплашгач, менежер улар учун кутишнинг критик вақти 15 минутни эмас, балки 10 минутни ташкил этишини тушунди.

Иккинчи босқич: Хизмат кўрсатиш сифати хусусиятининг раҳбарият томонидан қабул қилиниши.

Менежерлар ўз мижозлари нимани хоҳлашларини биладилар, бироқ уларни қаноатлантириш имконини берувчи тизимларни ривожлантиришга қодир бўлмайдилар ёки бундай қилишни истамайдилар. Бунинг бир неча сабаблари мавжуд:

- хизмат кўрсатиш сифатига лозим даражада эътибор бермаслик;
- сифатни таъминлаш имкониятини яхши тушунмаслик;
- вазифанинг мувофиқ тарзда стандартлаштирилмаганлиги;
- мақсаднинг ёқлиги.

Айрим меҳмонхоналар тез даромад олишга ҳаракат қиладилар ва ўз ходимларига ёки меҳмонхонани жиҳозлашга маблағ жойлаштиришни истамайдилар. Бунда муқаррар тарзда хизмат кўрсатишнинг сифати билан боғлиқ муаммолар юзага келади. Айланма капитални йетарли даражада таъминлашдан бош тортган меҳмонхоналарнинг раҳбарлари 2-босқичда хатога ёл кўйишлари мумкин.

Масалан, хизмат кўрсатишни ташкил этиш чоғида чойшаблар, сочиқлар, халатлар ва ҳ.к.нинг тақчиллиги юзага келиши мумкин. Бу ҳолат ортиқча муаммолар туғдиради, хизмат кўрсатишдан олинган ижобий таассуротни камайтиради, меҳмонхона хизматчиларининг мижоз олдидаги маънавий масъулиятини сусайтиради.

Баъзан меҳмонхона корхоналарнинг раҳбарлари айна шароитда мавжуд муаммони ҳал қилишнинг иложи ёқ деб ўйлайдилар. Мисол учун, меҳмонхоналар хизматидан фойдаланувчи ишбилармон одамларнинг аксарияти ундан нонуштадан кейин жўнаб кетишни хоҳлайдилар. Меҳмонхона раҳбарлари ҳар куни эрталаб ресторандаги узун навбат билан боғлиқ вазиятни кўрадилар, лекин муаммони ҳал қилишга уринмайдилар,

чунки бу қизғин пайтда ёрдам учун қўшимча хизматчилар ёллашни хоҳламайдилар.

Ниҳоят, мақсадлар меҳмонхона ходимлари томонидан қўллаб-қувватланиши лозим. Раҳбарият қўл остидаги ходимлар ишининг натижаларига лозим даражада баҳо бериш, улар билан муттасил алоқа қилиш ва яхши ишлаган ходимларни рағбатлантириш ёъли билан уларни қўллаб-қувватлашлари керак.

Учинчи босқич: Хизмат кўрсатиш сифатининг раҳбарият томонидан қабул қилиниши.

Мазкур босқич раҳбарият мижозларнинг эҳтиёжларини ва уларга хизмат кўрсатиш сифати даражасини тушунган, аммо хизматчилар бундай даражада хизмат кўрсатишга қодир бўлмаган ёки буни истамаган ҳолда юзага келади.

Тўртинчи босқич: Хизматлар кўрсатиш ва мажбуриятлар.

Ушбу босқич меҳмонхона ўз имконияти даражасидан ортиқ нарсаларни ваъда қилганида юзага келади. Мисол учун, реклама брошюрасида меҳмонхона номерлари деразасидан денгиз манзараси кўриниши ҳақида маълумот берилган эди. Бироқ, амалда деразадан фақат шаҳар манзараси кўринади, денгиз эса узоқда, уфқ чизигида кўзга ташланади. Маркетинг бўйича мутахассислар ваъда қилган хизматларини амалда кўрсата олишларига ишонч ҳосил қилишлари керак.

Бешинчи босқич: Кутилган хизмат кўрсатиш сифати ва амалда кўрсатилган хизматга муносабат.

Бу босқич олдинги босқичлардан бевосита келиб чиқади. Кутилган сифат мижоз меҳмонхонада олишни умид қилган сифатдир. Кўрсатилган хизмат деганда мижоз амалда олган сифат тушунилади. Агар меҳмон ўзи кутганидан камроқ олган бўлса, кўрсатилган хизматлардан қаноатланмайди ва бошқа ҳеч қачон бу меҳмонхонага қадам босмайди.

Хизмат кўрсатиш сифатини таҳлил қилишнинг беш босқичли модели меҳмондўстлик саноатида сифатли хизмат кўрсатилишини лозим даражада

тушуниш имконини беради. Уни ўрганиш орқали биз сифатли хизмат кўрсатишни ташкил этишнинг потенциал муаммоларини тушуниб йетишимиз мумкин.

Бу бизга ишлаб чиқариш ва хизматлар кўрсатишнинг ҳар бир босқичида юзага келиши мумкин бўлган ҳар қандай муаммоларни ҳал қилишга ёрдам беради.

3.2. Меҳмонхона хизматлари сифатини меҳмонлар томонидан қабул қилиниши ва баҳоланиши

Хизматлар бозорида сифат деганда мўлжал қилинган истеъмолчинимани тушуниши меҳмондўстлик корхоналари учун муҳим аҳамиятга эга, яъни «сифат» тушунчасини муҳокама қилишда истеъмолчининг шахсияти диққат марказида туради.

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

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

этибор бера бошлайдилар, уларда овқатланиш сифатига қизиқиш ортади ва ҳ.к.) киради.

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

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

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

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

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

- меҳмонхонага жойлашишда тоза чойшаб, ёстиқ жилди ва сочиқларнинг мавжудлиги;
- меҳмонхона номерининг ҳар куни тозаланиши;

- телевизор ҳамда номерда мавжуд бошқа аппаратуранинг бузилмай ишлаш кафолати;
- меҳмон билан якуний ҳисоб-китобда хато қилмаслик ва ҳ.к.

Хизматнинг асосий сифатини таъминлаш корхонадан бу ёъналишда муттасил иш олиб бориш ва ҳаражатлар қилишни тақозо этиши мумкин. Хизматнинг асосий сифатига лозим даражада эътибор бермаслик корхона обрўсига путур йетиши ва мижозлар ёъқолишига олиб келади.

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

Хоҳланган сифат – истеъмолчи хизматнинг мавжудлиги ҳақида фақат орзу қилиши мумкин бўлган сифати. Сифатнинг хоҳланган кўрсаткичлари хусусияти шундаки, уларни истеъмолчи ўзи ўйлаб топмаслиги керак. Истеъмолчи, қоида тариқасида, мазкур сифат кўрсаткичларини талаб қилмайди, аммо ўзига таклиф этилган хизмат таркибида уларнинг мавжудлигини юксак баҳолайди. Хоҳланган сифатли меҳмонхона хизматларига қуйидагилар мисол бўлади: номерларда ёълдошли ва кабелли телевиденийенинг мавжудлиги; мижозга меҳмонхонадан хотира сифатида фен, зонт, пардоз анжомлари ва ҳ.к.ни таклиф қилиш; кечки овқатга бепул шампан виноси тақдим этиш ва ш.к. Агар хоҳланган сифатни ўз ичига олган хизмат яхши кўрсатилган бўлса, у мижознинг ўзига кўрсатилган

хизматлардан қониқиш даражасини ошириши, ишлаб чиқарувчи учун бозор секторини янада кенгайтириши мумкин.

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

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

Критик элементлар меҳмондўстлик саноатининг моҳиятини ташкил этади. Улар истеъмолчининг хулқ-атвориغا бевосита таъсир кўрсатувчи асосий омиллардир. Мазкур элементлар биринчи навбатда мавжуд бўлиши керак, чунки улар истеъмолчилар учун зарур стандартлар минимумига асосланади. Агар корхоналар рақобат кураши шароитида яшаб қолишни истасалар, улар айнан мана шу хизмат кўрсатиш элементларини таклиф қилиш учун қўлларидан келганча ҳаракат қилишлари лозим. Меҳмонхона номерлари, жамоат жойларининг тозалиги, хавфсизлик, соғлом овқат мана шундай элементлар жумласидан. Мазкур минимал стандартларга эришилган-эришилмаганлигига қараб миждозларда ижобий ёки салбий муносабат уйғотганлиги учун ушбу элементлар критик элементлар деб аталади. Меҳмондўстлик саноати корхоналарида мазкур элементларнинг мавжуд эмаслиги фақат фавқулодда ҳолларда ўринли деб топилиши мумкин.

Нейтрал элементлар корхона фаолиятига бевосита таъсир кўрсатмайди. Мазкур элементларга хизмат кўрсатувчи ходимлар униформасининг ранги, бино интерерининг тузилиши, автомобиллар турар жойининг жойлашишини киритиш мумкин. Бу элементлар миждозларнинг хизматлардан

қаноатланганлик даражасига кам таъсир кўрсатади, шу боис бошқарув фаолиятида уларга катта эътибор бериш шарт эмас.

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

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

Маълумки, меҳмонхона хизмати кўрсатиш сифатини истеъмолчилар томонидан қабул қилиниши – бу меҳмонларни хизматлардан кутгани ва амалда олган хизматлари ўртасидаги фарқни англашда намоён бўлади. Яхши хизматлар олиш ниятида келган меҳмонлар кутилганидек хизматлар ололмаса уларда меҳмонхона ҳақидаги тасаввурлар ўзгаради. Кучли ижобий кайфият – юқори даражада қониқиш, юқори сифат. Юқори даражада қониқмаслик, паст сифат. Булар кайфиятнинг миқдорий характеристикаси сифат баҳоси ҳисобланади.

Мутлақо равшанки, меҳмонхона эгалари, раҳбарлари, хизмат кўрсатувчи ходимларининг меҳмонларга таклиф қилган хизматларидан кутган тасаввурлари ўзларига хос. Улар реклама орқали, катологлар, тўғридан-тўғри мижозлар билан алоқаларда аниқ сифатли танланган хизматлар кўрсатилишига уларни ишонтиради. Демак, меҳмонларга кўрсатиладиган хизмат ҳам шунга мувофиқ бўлиши лозим. Бу қуйидагиларни англантиши зарур.

Биринчидан, меҳмонхоналар эгалари ва раҳбарлари конкрет ҳар бир меҳмонхонанинг қайси хизмат туридан нимани кутаётганини аниқ билиши шарт. Бу хизмат кўрсатадиган ҳар бир ходимга мажбурий қоида сифатида тушунтирилиши керак. Иккинчидан, меҳмонхона барча ходимлари ўзлари учун белгиланган тартибга кўра хизмат вазифасини сидқидилдан адо этиши керак: бармен ўз бурчини, хизматчи ўз бурчини, эшик оғаси ўз вазифасини ва ҳ.к.

Афсуски, шундай холлар бўладики, ходим раҳбарлар томонидан юкланган вазифасини бажармайди, ишдаги талабларга риоя этмайди. Бу эса меҳмонларга кўрсатиладиган хизматлар сифатига салбий таъсир қилади ва мижозларда эътироз уйғотади.

Ташқи норматив ҳужжатлар, уларда мажбурий талаблар белгиланган ва инструкциялар, стандартлар, ходимнинг ишига талаблар техник ҳужжатларида тартиби белгилаб қўйилади.

Шубҳа йўқки, ушбу «кутилаётган тўқнашувлар» замирида меҳмонларнинг ижобий ҳиссиётлари кузатилади ва улар сифатга максимал баҳо беришади. Яъни, агар:

Хизмат кўрсатиш жараёнига дахлдор кутгани ҳамма томондан оқланса -мижоз, ходим, корхона эгаси, раҳбари кутганлари бир-бирига мос келса;

Кутилганларни тўлиқ бир-бирига мувофиқ келиши ходим томонидан хизмат кўрсатилиши билан таъминланади.

Меҳмонхона хизматлари сифатига истеъмолчи баҳоси унинг қабул қилишларига асосланади ва меҳмонхона корхонасига нисбатан салбий ёки ижобий фикрдалиги билан шаклланади. Истеъмолчи кутганидай хизматларни олганда берган баҳоси меҳмонхона умумий хизмат кўрсатиш даражасини характерлайди.

Ушбу ҳиссий кайфият миқдорий характеристикаси – унинг кучи, маълум шкалага мувофиқ ижобий ёки салбий сонда акс этади – анна шу меҳмон олган хизмат сифатининг баҳосидир. Хизмат кўрсатиш сифатининг ушбу баҳоси меҳмон меҳмонхонага келганидан тартиб бўлган пайти давомида жами олган хизматларининг, жараённинг алоҳида элементларига тааллуқлидир. Хизмат кўрсатиш сифатининг қабул қилиниши ва баҳоланиши – ягона жараён. Олинган хизмат кўрсатиш сифатининг қабул қилиниши ва сифати баҳоси меҳмон томонидан хизмат кўрсатиш жараёни элементларининг биргаликдаги қабул қилиниши ва сифати баҳоси ҳисобланади. Бунда хизмат кўрсатиш сифатининг бирламчи жараёни қабул қилиниши барча элементлар бажарилиши ўхшашлиги бўйича баҳоланади.

Хизмат кўрсатиш элементларини танлаш типологияси ушбу типология модели қабул қилиниши ва баҳоланишига мувофиқ меҳмон томонидан конструкциясини аниқлайди ва меҳмон олган хизматлар сифатини баҳолашга имкон беради. Бундай модел мавжудлиги келгусида янги ташкил этиладиган меҳмонноввозлик маҳсулотлари сифатини оширишга, меҳмонхона билан меҳмон ўртасида, раҳбарият билан ходимлар ўртасида муносабатларни мустаҳкамлашга, кўрсатиладиган хизматлар хиллари ва сифатини яхшилашга, истиқбол режаларини тузишга имкон туғдиради. Бу билан манфаатдор томонларнинг сифат функцияси яқинлигини баҳолаш амалга оширилади.

Хизмат кўрсатиш элементларининг Кедотта-Тержена типологияси хизмат кўрсатишнинг қабул қилиш ва сифатини баҳоланишнинг кўргазмали модели ва уни анчайин сода кўриш имконини беради. Типология меҳмоннинг

хизмат кўрсатилишида оладиган ҳар бир элементи бўйича алоҳида қабул қилиш ва баҳолашнинг меъёрий сифатланишига («қониқарли», «бетараф қабул қилиш», «хафсаласи пир бўлиш» тушунчаларида) қурилган. Чунки хизмат кўрсатиш элементидан қониқиш ёки хафсала пир бўлиши даражаси ушбу типологиянинг классификацияси мезони ҳисобланади, бошқача маънода, уни кутилаётганига мувофиқлигининг ўлчовидир. Қониқиш ёки хафсала пир бўлиши даражасини миқдорий баҳолаш учун плюс ёки минус белги билан балли баҳолашдан фойдаланиш кифоя. Баҳолаш шкаласи барча элементлар учун ягона сифатида ҳам, бирлари учун турлича ҳам бўлиши мумкин, мисол учун, 3 баллик бошқалар учун эса каттароқ элементларда – 10 баллик. Шкалани танлаш масаласини корхонанинг ўз хизмат кўрсатиш талаблари ва сифатини белгилашда ўзи қал қилади. Хизмат кўрсатишнинг алоҳида элементлари қабул қилинишига қараб, ўхшашликлар ўзида алгебраик суммани (плюс ёки минус белгиси ҳисобга олинган ҳолда) ифода этади.

Меҳмонхона хизматлари сифат функциясини структурлаштириш учун ушбу моделдан фойдаланиш қуйида ушбу вазифани нисбатан содда ечими сифатида қараб чиқилади.

Хизмат кўрсатиш элементларида фойдаланиладиган МЗВ типологияси хизмат кўрсатишни қабул қилиш ва сифатини баҳолашда тузилиши жиҳатидан анча мураккаб модель, аммо сифат функциясини тасаввур этишда сезиларли катта имкон беради. Хизмат кўрсатиш элементининг конкрет сифатини қабул қилиш, ҳуди Кедотта-Тержен типологияси асосидаги сифат моделидагидай ушбу элемент бўйича меҳмоннинг ҳиссий кайфияти йўналиши ва кучини характерлайди ва ижобий (позитив қабул қилиш - қониқиш) ёки салбий (негатив қабул қилиш – хафсала пир бўлиш) сони билан баҳоланади.

Ушбу хизмат кўрсатиш элементини қабул қилиниш сифати характеристикаси деб атаймиз (ВКЭ). Хизмат кўрсатиш элементларини қабул

қилиш сифати ўхшашлиги алгебраик (тегишли белгилар ҳисобга олинган ҳолда) суммада ифодаланади:

$$\mathbf{BKЭ1 + BKЭ2 + BKЭ3 + \dots + BKЭN}$$

Ҳар бир алоҳида олинган хизмат кўрсатишнинг мультипликатив элементи сифатини қабул қилиш оширилган ($\square 1$) ёки камайтирилган ($\square 1$) сифатни қабул қилиш коэффиценти кўринишида хизмат кўрсатиш элементи ўхшашлигига мувофиқ тасаввур қилиниши мумкин.

Битта ва ўша боғлиқ ўхшашликларга эга элементларнинг хизмат кўрсатиш бир неча мультипликатив элементлари сифатини қабул қилиш амалга оширилган коэффицентларда ҳар бир мультипликатив элементга мувофиқ ифодаланади.

Мисол учун, агар, меҳмонлар берган буюртма таркибида икки мультипликатив элемент N гуруҳидаги умумий боғлиқ элементларга эга бўлса, уларнинг сифатини қабул қилиш қуйидаги тарзда ифодаланади:

$$\mathbf{(BKЭ1 + BKЭ2 + BKЭ3 + \dots + BKЭN) \cdot KB1 \cdot KB2}$$

Шундай қилиб, олинган хизмат кўрсатишни қабул қилиш ва сифатини баҳолаш умумий натижаси ўзида хусусий натижаларнинг алгебраик суммасини намоён этади – яъни алоҳида, элементлар сифатини қабул қилиш натижалари. Улар тегишли мультипликатив элементлар ҳаракатига тузатиш билан олингандир.

3.3. Самарқанд шаҳридаги меҳмонхоналарда хизматлар самарадорлигини ошириш истиқболлари

Мамлакатимизга амалга оширилаётган ислохотларни янада чуқурлаштириш ва аҳолининг бандлик масаласини ҳал қилиш каби муҳим тадбирлардан бири хизмат соҳасини ривожлантиришдир. Бу борада Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2009 йил 12 февралдаги мажлисининг «2008 йилда республикани ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ҳамда 2009 йилда иқтисодий ислохотларни

чуқурлаштиришнинг энг муҳим устувор йўналишлари тўғрисида»ги қарорида яна бир бор таъкидланди. Мазкур қарорда «Хизматлар кўрсатиш соҳасининг ривожланиш даражаси ва сифати аҳолининг ортиб бораётган талабига мувофиқ эмас»лиги аҳолида кўрсатиб ўтилган.

Хизмат кўрсатишга қаратилган эътибор фақат бутун пайдо бўлиш эмас. Маълумки, 2006 йил 17 апрелда Президентимизнинг «Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарори қабул қилинган эди. Бу қарор олдин олиб борилган ишларни янада аниқлаштириш ва мамлакатда ислохотларни чуқурлаштиришга қаратилган тадбирлардан бири эди. Мазкур қарорга асосан 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлатириш давлат Дастури қабул қилинган эди.

Мазкур қарорнинг 2006 йилларда бажарилиши кўрсатдики, аҳолига кўрсатилган пуллик хизмат 27,2% га ўсди, хизматларнинг ялпи ички маҳсулотдаги улуши 2005 йилда 38,3 фоизни ташкил қилди. 2006 йилда ушбу кўрсаткич 39,5%ни ташкил қилди. Ваҳоланки, дунёнинг ривожланган мамлакатларида хизматларнинг ялпи ички маҳсулотлардаги улуши 60-80 фоизни ташкил этди. Ушбу мамлакатларда иқтисодиётда банд бўлган аҳолининг 70 фоизи шу хизмат кўрсатиш соҳасида фаолият кўрсатади. Бизда эса мазкур кўрсаткич 58,0 фоизни ташкил қилади. Кўриниб турибдики, ҳали жаҳондаги ўртача даражага етиш учун ҳам хизмат кўрсатиш, соҳасини анча ривожлантириш лозим.

Мамлакатимизда хизмат ва сервис соҳасининг ўзоқ йиллар орқада қолиб кетишига сабаб режали иқтисодиёт шароитида ушбу соҳага иккинчи даражали соҳа сифатида қаралиб келинганлигидир. Бундай ҳолат аҳолининг истеъмол харажатларн таркибига ҳам таъсир қилади. Мамлакатимиз, аҳолисининг истеъмол харажатлари таркибида хизматларнинг улуши бор –

йўғи 15,4 фоизга тенг. Ваҳоланки, ушбу кўрсаткичнинг миқдори ривожланган мамлакатларда 50-60 фоизни ташкил этади".

Шу туфайли мамлакатимиз Президенти «... республикада хизмат кўрсатиш соҳасининг сифати ва савияси бугунги кун талабларига, жавоб бермайди, десак, айти ҳақиқатни айтган бўламиз», деб таъкидлади. Чунки борадаги барча имкониятлар ишга солинмасдан кетмоқда. Шу туфайли Президентимиз 2006 йил 17 апрель куни «Ўзбекистон Республикасида 2006-10 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни ташкиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисидаги қарори кўрсатилиш қарорларга янада аниқлик киритиш мақсадида Мамлакатимиз Президенти бу масалага яна бир тўхталиш лозимлигини таъкидлади. Натижада, Вазирлар маҳкамасининг 2007 йил 12 февралдаги қарорида тегишли мутасадди вазирлик, идоралар ва ҳокимликларга «... Икки ой муддатда 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантириш дастурини танқидий кўриб чиқсинлар ва унга тузатишлар киритиш бўйича таклифлар киритсинлар. Дастурда 2007 йилда хизматлар соҳасини жадал ривожлантириб унинг ялпи ички маҳсулотдаги улушини 42-43 фоизга етказиш хизматларнинг янги замонавий турларини кенг жорий этиш ушбу соҳанинг аҳолини, биринчи навбатда, қишлоқ жойларда иш билан банд қилиш муаммоларини ҳал этишдаги ролини ошириш чора-тадбирлар назарда тутилсин»¹⁰⁰, дейилди.

Буларни ишга солиш мақсадида 2007 йил 21 майда Президентимизнинг «Ўзбекистон Республикасида 2010 йилгача бўлган даврда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштиришга оид кўшимча чора-тадбирлар тўғрисидаги яна бир қарори эълон қилинди. Мазкур қарори асосан Ўзбекистон Республикасида 2007-2010 йилларда хизматлар кўрсатиш даражасини ривожлантиришнинг ҳудудлар бўйича янгиланган асосий параметрлари ҳамда «Хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини 2007-2010 йилларда ривожлантириш Дастури»нинг мавжуд эҳтиёжларни ҳисобга олиб

аниқлаштирилган ва тўлдирилган асосий йўналишлари ва тадбирлари ишлаб чиқилди.

Мазкур дастурга асосан хизмат кўрсатиш соҳасининг мамлакат ялпи ички маҳсулотидаги улуши 2007 йилда 42,5 фоизни ташкил қилади. Бу кўрсаткични 2008 йилда 44,7 фоизни, 2009 йилда 47,0 фоизни, 2010 йилда эса 9 фоизга етказиш кўзда тутилган эди. Бу эса хизмат кўрсатиш соҳасининг узлуксиз ўсиб боришини тақозо қилади. 2007 йилда хизмат кўрсатишнинг ўсиш суръатини 117,4 фоизга етказиш кўзда тутилди. Худди шундай ҳолат кейинги йилларда ҳам сақланиб қолди. Чунки 2008 йилда мазкур кўрсаткичнинг даражасини 118,0 фоизга, 2009 йилда 118,9 фоизга, 2010 йилда 121,8 фоизга етказиш вазифаси кўйилди.

Дастурда 9 та асосий хизмат турлари бўйича истиқболлар белгилаб берилган. Буларга қуйидагилар киради:

- савдо ва умумий овқатлаиш хўматлари;
- транспорт хизмати;
- алоқа ва ахборотлаштириш хизмати;
- байк-молия хизматлари;
- туризм ва сайсҳлик хизматлари;
- меҳмонхона хўжалиги хизмати;
- коммунал-маиший хизматлар;
- автомобиль ва бошқа техник воситаларини таъмирлаш хизмати;
- соғломлаштириш ва болалар спортини ривожлантириш хизматлари кабилар.

Хизматдарнинг юқорида келтирилган турларини таҳлил қиладиган бўлсак, уларнинг ҳаммасида ҳам кескин ўсиш кўзда тутилган. Мамлакатимизда ҳозирги пайтда давлат ва нодавлат тузилмалари томонидан хизматлар кўрсатилмоқда. Уларнинг айрим қисми аҳолига, алоҳида қоидаларга, жамоаларга, ҳудудларга, давлатга кўрсатиладиган хизматлар бўлса, айримлари шу субъектларнинг бир-бирига кўрсатадиган

хизматларидир. Биз мавзудан келиб чиққан ҳолда меҳмонхона хўжалиги кўрсаткичларини алоҳида кўриб чиқамиз.

Мамлакатимизда туристик хизматлар энг истиқболли хизмат турларига киради. Унинг барча хизматларидаги ҳиссаси ҳозирги кунда бир мунча кам бўлиши мумкин, аммо унинг ҳиссаси келажакда ошиб бораверади. Бунинг учун шу йиллар мобайнида ҳам уларнинг жадаллик билан ўсиши кўзда тутилган. 2010 йилда 2006 йилга нисбатан мазкур хизматларнинг ҳажми 2,3 марта оширилиши кўзда тутилган. Ушбу хизмат тури 2008 йилда 121,3% оширилиши кўзда тутилган бўлса, 2009 йилда 123,4 ва 2010 йилда ҳам 27,5% ўсиши мўлжалланган эди. Туризмнинг ривожланиши учун мамлакатимизда катта салоҳият мавжуд. Тарихий обидаларга бой Самарқанд Бухоро, Хива каби шаҳарларимиз, мустақиллик иншоотлари билан фахрланиши мумкин бўлган Тошинг шаҳри, гўзал манзаралари билан донг таратган Фарғона водийси ҳамма-ҳаммаси туристларга кўз-кўз қиладиган маскан ва объектлардир.

Катта туристик салоҳиятга эга бўлган мамлакатимизда ушбу соҳа жадал ривожланиши тайин. Чунки ушбу соҳага мамлакатимиз Президенти ва ҳукумати ҳам катта эътибор қаратмоқда. 2007-2010 йилларда хизмат соҳасининг умумий ҳажми 2,0 баравар оширилишига қарамасдан, туризм соҳаси бўйича хизматларнинг ҳажми 23 баробар оширилиши кўзда тутилган. Агар буни ҳудудлар бўйича таҳлил қиладиган бўлсак, шунинг гувоҳи бўламизки, айрим вилоятларда юқори даражадаги ўсиш суръати режалаштирилган. Жумладан, Самарқанд, Қашқадарё, Навоий, Сирдарё, Тошкент вилоятларида ва Тошкент шаҳрида мазкур хизмат турини 2,3 марта ошириш кўзда тутилган. Бу республика даражаси билан тўғри келади.

Бундан шундай хулоса қилиш мумкинки, мазкур вилоятларда туризмни ривожлантириш учун катта салоҳият ва имкониятлар бор. Бироқ шунинг таъкидлаш жоизки, Самарқанд вилоятининг ўзи ишлаб чиққан дастурда мазкур кўрсаткичларни келтирилган параметрларга нисбатан анча ошириб

бажарилишини таъминлаш режалаштирилган. Бунга вилоятда етарли даражада илмий ва амалий салоҳият мавжуд. Самарқанд вилоятида йиллар бўйича алоҳида таҳлил қилганда, қуйидаги ривожланишни кузатиш мумкин. 2007 йилда туристик хизматларнинг ҳажмини вилоятда 118,0% ошириш кўзда тутилган бўлса, 2008 йилда - 122,0%, 2009 йилда - 125,0%, 2010 йилда - 129,0%га кўпайтириш мўлжалланган эди. Бундай жадал ўсиш суръати мамлакатимизнинг айрим вилоятларидагина кузатилган, холос. Умуман олганда, туризмни ривожлантириш учун мамлакатимизда ва унинг ҳар бир ҳудудий бўлинмаларида дастур ишлаб чиқилган ва барча саъй-ҳаракатлар шу дастурларда кўзда тутилган параметрларни бажаришга қаратилган.

Туризмнинг ривожланишида катта омил бўладиган соҳа бу меҳмонхона хизматидир. Бу соҳа ҳозирги пайтда асосан хусусий сектор ҳисобидан тез ривожланиш босқичини кечирмоқда. Бу соҳа яқин истиқболда ҳам тез ривожланиши учун катта кўрсаткичларга эришиш кўзда тутилган. Хусусан, 2010 йилда 2006 йилга нисбатан меҳмонхона хизматини ривожлантириш 2,4 баробарга ўсиши белгиланган эди. Бу соҳа хизматининг ҳар йили ўсиши ҳам белгилаб қўйилган. Масалан, 2007 йилда 125 % ўсиш суръатига эришиш белгиланган. Бу истиқболи соҳанинг ривожланишидаги ўзига хос хусусиятлардан бир шуки, янги қурилаётган меҳмонхоналар жаҳон стандартлари талабларига жавоб берадиган даражада амалга оширилмоқда. Улар юқори сифатлилиги билан бирга, нархи ҳам бир мунча арзонлиги билан фарқ қилади. Бу эса туристларнинг мамлакатимизга жалб қилиниши учун муҳим омиллардан бири бўлиб ҳисобланади. Бу масаланинг халқаро даражага кўтарилишига сабаб, мамлакатимизда ҳам халқаро туризмни ривожлантиришга қаратилгандир.

Меҳмонхона хизматини ривожлантириш фақат туризмни ривожлантириш омили қолмасдан, балки хусусий тадбиркорликни ривожлантириш, сервис ва хизматлар сифатини ошириш, оила хўжаликлари фаровонлигини юксалтириш омиллар ҳамдир. Йирик туризм салоҳиятига эга

бўлган мамлакатимизда меҳмонхона хизматининг жадал ривожланиши кўзда тутилган. 2007-2010 йилларда меҳмонхона хизматининг ривожланиши таъкидланганидек, мамлакатимиз бўйича 2,4 мартани ташкил қилган бир пайтда Самарқанд вилоятида унинг ҳажми 2,5 марта кўпайиши белгиланган.

Аммо вилоятлар ва ҳудудлар бўйича таҳлил қилинганда уларнинг турли йўналишларга эга эканлигини кўрамиз. Жумладан, Тошкент шаҳрида меҳмонхона хизматини ривожлантириш бўйича энг юқори кўрсаткич, яъни 2,6 мартага ошириш белгилаб қўйилган. Сирдарё ва Тошкент вилоятларида мазкур кўрсаткичнинг ўсиш суръати 2,3 мартани ташкил қилади. Қолган вилоятларда анча паст. Масалан, Қорақалпоғистон республикасида мазкур кўрсаткичнинг ўсиш суръати атига 1,5 баробарни ташкил қилади, холос. Бу ҳудудларнинг турли хил туристик салоҳиятга эга эканлиги билан боғлиқдир.

Самарқанд вилоятида йиллар бўйича таҳлил қилганда қуйидагиларни кузатиш мумкин. 2007 йилда меҳмонхона хизматининг ҳажмини вилоятда 117,5% ошириш кўзда тутилган. 2008 йилда 123,6%, 2009 йилда - 127,0%, 2010 йилда - 134% ошириш мўлжалланган. Бундай жадал ўсиш суръати мамлакатимизнинг бирорта ҳудудида кўзга ташланмайди. Самарқанд «Шарқ тароналари» халқаро мусиқа фестивалининг ўтказилиши ҳам ўсишга хизмат қилмоқда.

3.4. Меҳмонхона ҳўжалигида ҳаёт фаолияти хавфсизлигини таъминлаш чора тадбирлари

1. Меҳмонхона персоналининг меҳнат шароитини яхшилаш чора тадбирлари. Меҳнат муҳофазаси ва ҳимоясининг умумий қоида, ва кўрсатмалардан ташқари, ҳар бир хизмат ва иш лавозимнинг ўзига қаратилган инструкцияси бўлиши керак.

Меҳмонхона ходимлари ҳаммаси тиббий кўрикдан ўтишлари ва иш жойи инструктажини олишлари лозим.

Биз қуйида меҳмонхона айрим хизматлари ходимларига меҳнат муҳофазаси ва хавфсизлиги бўйича бериладиган тавсиялар ва кўрсатмаларни келтирамиз.

Администратор, ҳисоб-китоб оператори ва порте, маиший хизмат электр асбоблари билан хавфсиз ишлаш тартиби ва қондасини, ёриткичлар ўчиркичларининг жойлашишини, ёнғин хавфсизлик қондасини билиши; ёнғинга қарши воситалар қўллаш олишни, уларнинг қаерда жойлаштирилганини билиш; қўл остидаги хизматчилар навбатидан олдин мунтазам равишда инстуктаж ўтказилиши керак.

Ишнинг тугаши билан навбатчилигини топшириш ва бу ҳақда ката администратор ёки корпус мудирига ёки директорига бериши лозим.

Катта горничний ишнинг бошланишидан олдин электр жихозлар ва приборларнинг, очилиб-ёпилувчи норвончаларнинг, қўлқоп, кўзойнак ва барча иш воситаларини текшириб кўриб созлигига ишонч ҳосил қилиш керак. Ювиш кимёвий воситаларни тўғри қўллаш, дарз кетган ойна ва сиртларни қўли жароҳат олмаслиги учун ишқалаб тозаланмаслиги керак. Ҳар бир машина воситани ишлатганда албатта унинг кучланиши тармоқ кучланишини текшириш керак. Асбоб-ускуналарни, машиналари қўллаш вақтида кепик, аҳамитсиз носозлик бўлганда ҳам, ишни тўхтатиб мутахасисга мурожат этиш лозим.

Иш вақтида ҳар қандай кучланишда бўлган электр кабеллар хавфли ҳисобланади, шунинг учун унинг устида турмаслик, электр тармоқдан ажратилгандан сўнг йиғиштириш тавсия этилади. Чанг юткичнинг исиб кетиши, товушининг дағаллаши филтърнинг тўлиб қолиши ва бошқа ҳ.к. йўл қўймаслик зарур.

- совуткичдан ташқари электро жихозларни ишлатиб қаровсиз қолдириш;

- носозлик электр жихозларини ўтказкичларини қўллаш;

- ишлаб турган электрочайникни ва электр самоворни сув билан тўлғазиш;

- розеткадан вилка шнуридан тортиб олиш;

- пахтақоғозли филтрсиз чангютгични ишлатиш;

- чанг ютгич режими бузиш режими бўйича ҳар 45 минутда 20 мин дам бериш керак.

- чангютгични шуниридан тортиб юргизиш.

Санузелларни тозалашда албатта кўлқоп ва оид резинали фартукдан фойдаланиш керак. Раквина, ванна кафелларни ювиб тозалашда меҳнат хавфсизлик қоидасига риоя этиш лозим.

Ишнинг охирида қўлланилган жихозларни тозалаб сақлаш жойига кўйиш, уларнинг носозликлари тўғрисида қайта горничнийга хабар бериш керак.

Меҳмонхона фарроши ишни бошлашдан олдин махсус формада 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 ката билан ортиш, кимёвий воситалар қўлланишда резинали кўлқоплар, деворларни артишда щеткалар, мебелларни тозалашда чиқиб турган шуруплар, дағир-буғирлардан эҳтиёт бўлиши керак.

Трубали ўтказгичларни кўрсатиладиган норвонлар билан артиш, ахлат карзиналарни кўл билан бўшатиш тақиқланади. Худди шундай электр жихозлар, электр аппаратларни техник персоналларсиз артиш, тозалаш, тўсиқларни олиниш, электр токи бор ўтказгичлар, ишлаётган насосларни хавфсизлик мақсадида артиб тозалаш ҳам ман этилади.

Ишдан сўнг барча иш жихозлари белгиланган жойда қўйилиши керак.

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 ҳимоя тўсиқ билан тўсилгани, олинадиган 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 хавфсизлиги бўйича инстуктаж олиши керак.

Улар доимо иш жойида бўлиши, ёнғин хавфсизлик қоидасини 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 кўшишда олдин майдончасини кўздан кечириши, эшикларнинг ойналарнинг тозалагичига, уларнинг кўлининг 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.

2. Меҳмонхоналарда ёнғин ва электр хавфсизлигини таъминлаш.

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 заҳарлайди, 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 олдидан 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.

Хулоса ва таклифлар

Туризмнинг ривожланиши бевосита бу мажмуага алоқадор соҳаларнинг, жумладан меҳмонхона хўжалигининг самарадорлигини ва сифатини ошириш билан боғлиқ. Бой туристик ресурсларга эга бўлишига қарамай, Ўзбекистонда мавжуд имкониятдан фойдаланиш даражаси талаб қилинган ҳолатдан анча кам. Туризм кўламининг кенгайиши билан хизмат кўрсатиш корхоналарининг, жумладан меҳмонхоналар сони ҳам ошиб бораверади. Умуман 2009 йилда 2006 йилдагига қараганда вилоятимизда туристик харажатлар ҳажми тахминан 7 баробар ошган. Самарқанд Республикамининг туристик ва хизмат кўрсатиш соҳасида энг етакчи худудларидан бири ҳисобланади.

«Ўзбектуризм» миллий компаниясининг туристик хизматларини сотиш ҳажми режа буйича 17 мартаба ошди ва 2009 йилга келиб жами туристик хизматлар ҳажми 93 млрд. сўмдан ошиб кетди. Режалаштирилаётган тадбирларни амалга оширилиши натижасида туризмдан олинadиган халқ хўжалиги тушумлари 1,5 млрд АҚШ долларини ташкил килади. Самарқандга етиб келувчи туристик саёҳатларни ўсишига салбий таъсир этувчи бир қатор салбий ҳолатлар, жумладан, кўпгина меҳмонхоналарда таомларнинг замонавий талабларга жавоб бермаслиги, Ўзбекистон ичидаги меҳмонхона хизматлари нархларининг асосий рақобатчиларимизга нисбатан қимматлиги, транспорт нархларининг юқорилиги, туризм инфратузилмани такомиллаштириш ва янгиларини яратиш учун хусусий соҳа вакилларида маблағларнинг етишмаслиги, тарғибот масалаларига етарлича эътибор берилмаганлиги туфайли хорижий фуқароларнинг аксариятида Ўзбекистон тўғрисида ҳеч қандай маълумотнинг йўқлиги, Ўзбекистондаги жорий нархларнинг қимматлигидан ташқари, баъзи ҳолларда, таклиф этилаётган товар ва хизматлар сифатининг шу нархга мос эмаслиги кузатилади. Мазкур

муаммоларни ҳал этиш меҳмонхона хизматлари кўрсатиш самарадорлигини ошириш ва сифатини таъминлаш билан боғлиқ.

Хизмат кўрсатишда ҳам сифат масаласи, унинг муттасил ошиб бориши тадбиркорлар фаолиятида устувор бўлиши лозим экан. Аммо хизмат кўрсатиш соҳасида сифатни баҳолаш масаласи бироз мураккаб бўлиб, бевосита унинг хусусиятидан келиб чиқади.

Туризм инфратузилмаларида меҳмондорчилик хизматлари турмахсулотнинг ишлаб чиқарилишида умумий шарт-шароитларни, моддий-номоддий товар ва хизматларни ўз ичига олади. Яъни турмахсулотда меҳмондўстлик инфратузилмалари ва сифатли хизматларни режалаштириш ва таклиф қилишга асосланган. Шунинг учун ҳам туризмда меҳмонхоналар инфратузилмалари меҳмондорчилик тарғиботи ва меҳмондорчиликнинг миллий-маҳаллий хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда яратилишини талаб қилади.

Лекин аксарият ҳолларда туризм инфратузилмалари туризм хизматлари соҳаси ёки тармоғидаги асосий хизматлар ва қўшимча хизматларни ҳисобга олмаган ҳолатларда умумийликка асосланган талаблар асосида ҳам яратилмоқда. Замонавий туризмда хизматлар кўрсатиш соҳаларидаги талабларни ҳисобга олган ҳолда яратиладиган инфратузилмаларни технологик жиҳатдан самарали бошқариш масалалари тобора муҳим ўринни эгаллаб бормоқда. Яъни, ҳар бир хизматлар кўрсатиш тармоқларидаги кўрсатиладиган хизматларнинг самарадорлиги ва юқори сифатга эгаллиги айнан ана шу янгидан яратилаётган инфратузилмаларнинг замонавий технологиялар билан жиҳозланганлиги ва шароитларнинг яратилганлигига боғлиқ эканлиги туризм ривожига ҳаётий заруриятлардан келиб чиқмоқда.

Шунингдек, туризмда меҳмондорчилик хизматларининг самарадорлигини оширишда меҳмонхоналарнинг хизматлар кўрсатишда сифат даражаларига эътибор берган ҳолат-талабларни ҳам ҳисобга олиш, яъни туристларнинг талаб-эҳтиёжларидаги баҳо-нархга катта эътибор бериш

ёки хизматлар сифатини баҳо-нарх даражаларига мослаштириш усуллари ҳам ишлаб чиқилмоқда. Масалан, хизматлар сифатини яхшилаш ва самарадорлигини оширишда халқаро талаблар, давлатлардаги талаблар ва баъзида туристик минтақалардаги туристик талаблар ҳам қаттиқ ҳисобга олишни зарурий қилиб қўяди. Яъни, баъзи бир туристик минтақаларда тайёрланган махсус инфратузилмалар ва бу инфратузилмаларда ишлаб чиқилган сифатли хизматлар ушбу минтақага келадиган туристларнинг талаб эҳтиёжларидан ёки баланд ёки паст бўлиши мумкин.

Шунинг учун ҳам туризм ривожланишида меҳмондорчилик хизматларини кўрсатиш инфратузилмалари ушбу регионга, минтақага кўплаб туристик оқимни ташкил қиладиган давлатлардаги туристларнинг ҳаёт кечириш тарзи, қайси давлатлар табиатига, халқлари ҳаётига қизиқиши ва ҳоказоларни ҳисобга олишни талаб қилади.

Тадқиқотлармиз натижасида қуйидаги таклифларни ишлаб чиқдик:

1. меҳмонхоналар инфраструктурасини замон талаби даражасида ташкил этиш ва мавжудларини такомиллаштириш;
2. Меҳмонхона хизматлари самарадорлигини оширишда хизматлар сифатини истеъмолчи нуқтаи назаридан ўрганиш бўйича маркетинг тадқиқотларни олиб боришни ташкил этиш ҳамда хорижий тажрибалардаги кенг фойдаланиш лозим.
3. меҳмонхоналар ходимларининг малакасини замон талаби даражасида ошириб бориш;
4. Меҳмонхона хизматлари самарадорлигини оширишда меҳнат унумдорлигини, шикоят ва таклифларни таҳлил қилиш, мижозларни ўрганиш, уларга кўрсатилган хизматлардан қаноатланганлик даражасини назорат қилиш керак
5. меҳмонхоналарга туристларни кўпроқ жалб қилиш механизминини ишлаб чиқиш ва амалиётга татбиқ этиш;

6. Самарқанд шаҳридаги меҳмонхоналарда хизматлар ассортиментини кўпайтириш;
7. Меҳмонхонада хизмат кўрсатиш сифатини ошириш дастурини ишлаб чиқиш ва уни жорий этиш яхши натижаларга олиб келади. Чунки дастурда белгиланган вазифаларни амалга оширишга орқали янги натижаларга эришилади.
8. Меҳмонхоналарда турли хил миллий ўйинларни ташкил қилиш;
9. 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
10. Меҳмонхоналарда кўшимча хизматларга алоҳида эътибор қаратиш.
11. Меҳмонхоналарда рақобатбардошлигини таъминлаш мақсадида тез-тез самарадорлик кўрсаткичларини таҳлил қилиб бориш ва тегишли чора тадбирлар ишлаб чиқиш.

Меҳмонхоналар индустриясининг ривожланишида меҳмондўстлик, меҳмонларни кутиб олиш ва кузатиб қўйиш хизматларининг самарадорлигини оширишда биринчи навбатда жойлаштириш инфратузилмаларини замонавий технологиялар талаблари асосида яратишни зарурий шарт қилиб қўймоқда.

Булардан шундай хулоса қилиш мумкинки, шаҳримизда туристик-меҳмонхона мажмуаларида молиявий-хўжалик фаолиятини тубдан яхшилаш, уларнинг иқтисодий самарадорлигини кескин оширишга эришиш лозим. Бунга, асосан, хорижий туристлар ва маҳаллий туристлар оқимини кўпайтириш, уларга кўрсатиладиган хизматлар сифатини янада ошириш эвазига эришиш мумкин

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

I. Ўзбекистон Республикаси қонунлари

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. -Т.: "Ўзбекистон", 2003.
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. “Туристтик 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. Барча режа ва дастурларимиз ватанимиз тарақиётини юксалтириш, халқимиз фаровонлигини оширишга хизмат қилад. ”Халқ сўзи”, 2011 йил 22 январь.
4. И.Каримов.Мамлакатимиз тарақиётининг қонуний асосларини мустаҳкамлаш фаолиятимиз мезони бўлиши даркор. //Халқсўзи, 2006,25-февраль.
5. И.Каримов. Эришилган ютуқларни мустаҳкамлаб, янги марралар сари изчил ҳаракат қилишимиз лозим.//Халқсўзи, 2006. 11-февраль
6. И.Каримов. Инсон, унинг ҳуқуқи ва эркинликлари ҳамда манфаатлари – энг олий қадрият. //Халқ сўзи, 2005. 8 декабр
7. И.Каримов. Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлактни модернизация ва ислоҳ этишдир. –Т.:Ўзбекистон. 2005 й.
8. И.Каримов. Биз танлаган йўл демократик тарақиёт ва маърифий дунё билан ҳамкорлик йўли. –Т: Ўзбекистон. 2003. -318 б.
9. И.Каримов. Ўзбекистон ХХІ асрга интилмоқда. –Т.:Ўзбекистон, 2000 й.
10. 2012 йил ватанимиз тарақиётини янги босқичга кўтарадиган йил бўлади. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислон 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.

V. Ўзбекистонлик ва хорижий олимларнинг адабиётлари

1. Балабанов И.Т., Балабанов.А.И. «Экономика туризма»- М.: Финансы и статистика, 2004 й.
2. Кабушкин.Н.Н. Менежмент туризма. -М.: Новое знание 2005 г.
3. Чудновский А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство М.: ЮРКИНГА. 2005 й.

4. Яковлев.Г.А Экономика и статистика туризма. Учебное пособие. М.: Изд. 2005 й.
5. Квартальнов В.А. Туризм. – М., Финансы и статистика 2004 й.
6. Мирзаев М.А. «Туризм асослари». Маърузаларматни Т.: 2005 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. Алиева М.Т., Умаржонов А. Туристик мамлакатлар иқтисодиёти.-Т.: Молия 2005 й.
10. Тухлиев И.С., Кудратов Ғ.Х., Пардаев М.К. Туризмни режалаштириш.Т.: “ИQTISOD-MOLIYA” 2010 й.
11. Тухлиев И.С. Туризм асослари. Услубий қўлланма. Самарқанд.: СамИСИ, 2008 й.
12. Тухлиев И.С, Кудратов Ғ.Х. Туризм иқтисодиёти. –С.: СамИСИ., 2007 й.
13. Тухлиев И.С. ва бошқалар. “Ўзбекистонда туризм хизмат бозорини ривожлантиришнинг ижтимоий – иқтисодий муаммолари” номли монография. Т.: “Иқтисодиёт” 2012 й.
14. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. «Формальности в системе туризма Республики Узбекистан» - Т: «O'zbekistonmilliyensiklopediyasi», 2007 й.
15. Тухлиев Н., Таксанов А. Экономика большого туризма. – Т.: “Ўзбекистан Миллий Энциклопедияси”, 2001й.
16. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Национальные модели развития туризма –Т.: Ўзбекистон Миллий Энциклопедияси, 2006 й.
17. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Экологический туризм: сущность, тенденции и стратегия развития. –Т.: Ўзбекистон Миллий Энциклопедияси, 2006 й.
18. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Основы безопасности в туризме. –Т.: Ўзбекистон Миллий Энциклопедияси, 2008 й.
19. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Менеджмент и организация бизнеса в туризме Узбекистана. – Т.:Ўзбекистан Миллий Энциклопедияси, 2006 й.

20. Холикулов А.Н. “Меҳмонхоналарда сервис сифати ва самарадорлигини ошириш имкониятлари (Самарқанд меҳмонхоналари мисолида)” номзодлик диссертация. Самарқанд 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 ВТО
5. <http://www.tourism.uz/>
6. <http://www.tour.uz/>