

Қ.А. АЛИМОВ, Ф.С. ҚУТЛИМУРОТОВ

**СЕРВИС СОХАСИ
ОБЪЕКТЛАРИ
ИҚТИСОДИЁТИ**

ТОШКЕНТ – 2006

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС
ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ

Алимов Қ.А., Кутлимуротов Ф.С.

“СЕРВИС СОҲАСИ ОБЪЕКТЛАРИ ИҚТИСОДИЁТИ”

Ўқув қўлланма

ТОШКЕНТ -2006

337.48/071
А-50

Алимов Қ.А., Қутлимуротов Ф.С., Сервис соҳаси объектлари

иқтисодиёти /акад. С.С. Ғуломов таҳрири остида/

Т. ТДИУ, 2006 й. - 122 б.

Мазкур ўқув қўлланма туризмда сервис соҳаси объектлари иқтисодиётини ўрганиш, таҳлил қилиш ва унинг шаклланишида асосий жараёнларни ҳамда ривожланиш босқичларини аниқлашга бағишланган.

Ўқув қўлланма олий ўқув юр்தларининг иқтисодий мутахассисликлари бўйича билим олаётган талабалар, тадқиқотчилар, профессор-ўқитувчилар, туризм касб-хунар коллежлари ўқувчилари ҳамда туризм соҳаси билан шуғулланаётган барча ходимларга мўлжалланган. Ўқув қўлланма айрим камчиликлардан холи бўлмаслиги мумкин. Китобхонларнинг бу борадаги барча фикр-мулоҳазалари ва таклифлари муаллифлар томонидан миннатдорчилик билан қабул қилинади.

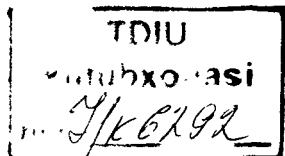
Тақризчилар:

Иқтисод фанлари доктори, профессор Салимов Б.Т.

Иқтисод фанлари номзоди, доцент Ахмедов Х.И.

Ўзбекистон Республикаси олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги томонидан олий ўқув юр்தлари “Иқтисодиёт” таълим йўналиши бўйича бакалавр талабалари учун ўқув қўлланма сифатида тасдиқланган.

© Алимов Қ.А., Қутлимуротов Ф.С. Тошкент давлат иқтисодиёт университети, Тошкент 2006 й.



Кириш..... 4

1-боб. Меҳмонхона ва ресторанлар фаолиятининг ташкилий асослари

1.1. Сервис соҳаси объектлари иқтисодиётининг услуги.....5
 1.2. Меҳмонхона ва ресторанлар бозорининг мустақил хўжалик субъектлари..... 10
 1.3. Меҳмонхона ва ресторанларни ташкилий-ҳуқуқий шакллантириш ва жойларни танлашни иқтисодий асослари..... 19
 1.4. Меҳмонхона ва ресторан фаолиятини ташкил қилишни педагогик технологиялар ёрдамида ўтиш.....26
 1.5. Меҳмонхона ва ресторанларда хизмат кўрсатиш тизимини ахборот технологиялар ёрдамида ўтиш..... 31
 1.6. Меҳмонхона ва ресторанлар мулкни ўрганишда ахборот технологияларни қўллаш.....37

2-боб. Меҳмонхона ва ресторанлар фаолиятини иқтисодиёти

2.1. Меҳмонхона ва ресторанлар хўжалик фаолиятини ривожлантиришда инвестицияларнинг роли.....45
 2.2. Меҳмонхона ва ресторанлар фаолияти маркетинги.....49
 2.3. Меҳмонхона ва ресторанларни бошқариш..... 59
 2.4. Меҳмонхона ва ресторан фаолиятини режалаштиришни педагогик технологиялар ёрдамида ўтиш.....65
 2.5. Меҳмонхона ва ресторанларда меҳнатга ҳақ тўлаш..... 72
 2.6. Меҳмонхона ва ресторанларда хавфсизликни сақлаш ва уларга қўйиладиган санитар талаблар.....77
 2.7. Меҳмонхона ва ресторанлар фаолияти самарадорлигини иқтисодий баҳолашни педагогик технологиялар ёрдамида ўтиш83
 Хулоса 89
 Фан учун атамалар луғати.....90
 Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.....91
 Иловалар:
 Илова 1. Янги педагогик технологиялар.....95
 Илова 2. Ахборот технологиялари.....97
 Илова 3. Мазкур фан бўйича адабиётлар таҳлили.....99
 Илова 4. Ишчи дастур.....102

КИРИШ

Бугунги бозор муносабатлари шароитида туризм иқтисодийнинг энг динамик соҳаларидан бири ҳисобланади. Унинг тез суръатларда ўсиши, катта ҳажмдаги валюта тушумлари иқтисодийнинг турли соҳаларига фаол таъсир кўрсатади. Бу эса туризм саноати шаклланишига имкон беради. Туризм соҳаси ҳисобига жаҳон ялпи маҳсулотининг 6%, инвестицияларнинг 7%, ҳар 16 иш ўрнининг биттаси тўғри келади.

Мамлакатимизда туризм ишига мустақилликнинг дастлабки вақтлариданоқ асосий давлат сиёсати даражасида қаралди. Соҳа ривожини учун барча зарур ташкилий - ҳуқуқий механизм вужудга келтирилиб, муҳим меъёрий ҳужжатлар қабул қилинди ва бу иш ҳозирда ҳам давом этмоқда. Мамлакатимизда туризмнинг равнақи, уни янги погоналарга кўтариш, юртимизни жаҳон туризм марказларидан бирига айлантириш учун аввало ҳуқуқий замин яратиш лозим эди. Шу боис, Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг мазкур йўналишга таълуқли қонун ва кодекслари, Ўзбекистон Республикаси Президентининг туризмга оид қатор Фармонлари, Республика Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари, Адлия вазирлигининг ва бошқа мутасадди давлат идораларининг йўриқнома, кўрсатма ва тартиблари ишлаб чиқилиб, ҳаётга тадбиқ этилди. Ушбу соҳа бўйича адабиётлар орасида хорижий айниқса Россия муаллифларининг ишлари кўпчиликни ташкил этади. Ҳарб давлатларида меҳмонхона хўжалиklarини бошқариш бўйича кўп йиллик тажриба йиғилган. Меҳмонхона саноати корхоналари фаолиятида хориж тажрибасини ўрганиш, шубҳасиз, меҳмонларга хизмат кўрсатиш сифатини яхшилашда катта роль ўйнайди. Хизматчилар меҳмонлар томонидан замонавий хизмат даражасига қандай талаб қўйилиши ҳақида тасаввурга эга бўлмаса улардан миқдорларга юқори даражада хизмат кўрсатишларини талаб қилиш мураккабдир. Аммо Ўзбекистондаги туризм саноати ўзига хос шароитларда фаолият кўрсатаётганлигини эътиборга олиш керак. Бугунги кунда бизга жаҳон талабларига жавоб берувчи туризм саноатини ривожлантиришнинг миллий моделини яратиш бўйича таклифлар киритилган изланишлар керак.

Ушбу соҳанинг долзарблиги ҳозирги бозор иқтисодиётига ўтиш шароитларида туризм саноати соҳасида энг яхши бошқарув қарорларини қабул қилиш, бошқарувни такомиллаштириш зарурияти билан боғлиқдир. Меҳмонхона хизматлари сифатига таъсир кўрсатувчи иқтисодий омиллар самарадорлигини оширишга йўналтирилган. Бозор муносабатларининг ривожланиши янги вазифаларни юзага келтиради, бу эса иқтисодий бошқарувини такомиллаштириш заруриятини тугдиради. Меҳмонхоналар раҳбарларининг доимий равишда хизмат кўрсатиш сифатини бошқаришни яхшилаш, уни кенгайтиришга эътиборни қаратиш, биноларни реконструкция қилиш, янги технологияларни киритиш ва бошқаларни тушунишлари муҳим аҳамиятга эга.

1-БОБ. МЕҲМОНХОНА ВА РЕСТОРАНЛАР ФАОЛИЯТИНИНГ ТАШКИЛИЙ АСОСЛАРИ

1.1. Сервис соҳаси объектлари иқтисодиётининг услуги

1. Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш истикболлари ва муаммолари.
2. Туризм индустриясини ривожлантиришда меҳмонхона ва ресторан тадбиркорлиги.

1. Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш истикболлари ва муаммолари

Иқтисодиётнинг ривожланиш истикболи туризм индустрияси тараққиёти билан жумладан, меҳмонхона индустрияси ва сервис билан ўзаро боғлиқдир. Ўзбекистон жуда юқори туристик потенциал имкониятга эга, аммо дунё туристик оқимида унчалик аҳамиятга эга ўринни эгалламайди. Жаҳон туристик тизимида охириги беш йил давомида тахминан аҳолининг туристик саёҳатга сарфлайдиган харажатлари 1,5 марта, туризм соҳасида фаолият кўрсатаётган ходимларнинг сони тахминан икки марта кўпайиши кутилмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президенти И.Каримовнинг 1992 йилги “Туризм индустриясини ривожлантириш ҳақида”ги Фармони тармоқларда тубдан ўзгартириш киритишга йўл очиб берди. Туризмни ривожлантириш давлат дастурида туризм миллий маданиятнинг ва иқтисодиётнинг ривожланишига асосий омил бўлиб у туристик фаолият учун зарур шарт шaroитлар яратиб бериши кўрсатилди. Туризм соҳасида давлат сиёсатининг асосий йўналиши қуйидагича:[5]

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

Республикадаги аксарият туристик ташкилотлар давлат тасарруфидан чиқарилган. Ҳозирги кунда асосан акционерлик жамияти ва масъулияти чекланган жамиятларга айлантирилган. Республика ҳукумати туристик тармоқларда хусусийлаштириш фаолиятларига турли рағбатлантиришларни амалга оширмоқда. Бундан ташқари туризм

индустриясидаги чет эл инвестицияларига имтиёзлар белгиланган ва бу Ўзбекистон Республикасининг солиқ қонунларида баён этилган.

Туристик бизнеснинг ривожланишида фискаль (яъни давлат томонидан) рағбатлантиришдан ташқари, миқдори камайтирилган имтиёзли кредитлар бериш орқали молиявий рағбатлантиришлар қўлланилади. Туризмнинг янги объектларини барпо этиш учун ссудалар берилди. Таъкидлаш жонзки туризм соҳасининг ривожланиши учун давлат ажратган маблағ асосий захира манбаи ҳисобланади. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантириш учун давлат томонидан кенг имкониятлар яратилган. Ўзбекистондаги Тошкент, Бухоро, Хива ва Самарқанд шаҳарларидаги тарихий ва архитектура обидаларини тиклашга улкан инвестиция йиғиндиси жорий этилган. Шунини алоҳида таъкидлаб ўтиш кераки, Республика ҳукумати мамлакатимизда туризм инфраструктурасини ривожлантиришга интиломда. Бу борада алоҳида Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан қарорлар қабул қилинган.

Халқаро туризм нисбатан қисқа вақт ичида ўзининг ривожланишида “аристократик” даврдан: XIX аср ва XX асрнинг бошларида, яъни туристик сайёҳатлар яққа таркибидаги гуруҳларнинг намоёндалари тарафидан амалга оширилган даврдан то XX асрнинг охиридаги “ёппасига” туризм пағонасигача бўлган оралиқни босиб ўтди.

XX асрнинг 60-90 йилларида сайёҳлик фаолиятида вужудга келган қарама-қаршиликларни алоҳида ўрганиб чиқиш, халқаро сайёҳлик алмашуви характерида фойдали таъсир кўрсатадиган омилларни 3 та асосий гуруҳга ажратишга имкон беради:

-ижтимоий - иқтисодий;

-сиёсий;

-демографик.

Халқаро сайёҳликнинг ривожланишида ижтимоий-иқтисодий омилларнинг аҳамияти доимо ўсиб бормоқда. Халқаро меҳнат тақсими асосида давлатлар ўртасидаги иқтисодий муносабатларни фаоллаштириш жуда катта рол ўйнайди.

XX асрнинг иккинчи ярмида инсоният ҳаётининг стереотипи яъни ўзгармасдан такрорланиш ўзгарди. Йиллар давомида аҳолининг асосий қисми ўз уйлари тарқатмаган ҳолда ҳаётини статик деб характерланса, унинг ўрнига янги ҳаётнинг динамик стереотипи, яъни замонавий шароитдаги қизғин шаҳар ритмидаги ҳаётни ўзгартириб туриш зарурияти бўлган ҳаёт кириб келди. Халқаро туризмнинг ривожланишига сайёҳларнинг ижтимоий таркибининг кенгайиши жуда яхши таъсир кўрсатди. Сайёҳларнинг ижтимоий таркибининг кенгайиши эса иш ҳақи шароитининг яхшиланиши, тўловли таътилларнинг узайтирилиши, қорхона ва қасаба уюшма ҳисобига турли хил ижтимоий кафолатлар ишчи ва хизматчиларга берилиши асосида амалга оширилди.

Халқаро туристик алоқаларнинг кенгайишига фаол таъсир кўрсатувчи сиёсий гуруҳдаги омилларга келсак, энг аввало, чет элик меҳмонларни қабул қилувчи давлатнинг ички сиёсий барқарорлигини таъминловчи омилни таъминлаш зарурдир. Иқтисодий савдо-сотиқ, илмий-техник ва маданий алоқа алоқалар, сайёҳлик ва алмашувлар соҳасидаги давлатларро ва бошқарув органлариаро муносабатлар битимлари яъни шартномаларининг мавжудлиги муҳим сиёсий омил ҳисобланади. Вақт ўтиши билан туризм интеграцион жараёнларига имкон туғдириши мумкин. Ҳозирги кунда Осиё давлатлари “Буюк Ипак Йўли” маркали ягона турмахсулотини ташқи бозорларда сотиши мумкин. Бунда Ўзбекистон, Туркменистон, Қозоғистон бўйлаб йўналишлардан фойдаланиш мумкин. Баъзи экспертларнинг фикрича, Афғонистон ва Тожикистонни минтақавий туризмга жалб қилиш, бу давлатларда сиёсий ва иқтисодий ҳолатларнинг барқарорлашувига ёрдам бериши мумкин.

Туристлик алоқалар турли хил мамлакатларро сиёсий ва иқтисодий, маданий ва ижтимоий алоқаларни яхшилашда катта аҳамиятига эга. Шундай қилиб 1925 йилда туризм ассоцияцияларини ташвиқот қиладиган расмий конгресс тузилди, 1927 йилда расмий туристик ташкилотлар халқаро конгресси, 1930 йилда халқаро туристик ташкилотларни ташвиқот қиладиган иттифок тузилди¹.

1950-1970 йилларда халқаро турмуш даражасининг ўсиши 50- йилда халқаро туризм ҳажмининг ошиш даври эди. 1960 йилга келиб, сайёҳлар сони 71 млнга етди. 1961 йилдан 70 йилгача бўлган давр туристик бизнеснинг ривожланиш даври бўлиб ҳисобланади. 1971 йилга келиб хорижий сайёҳларнинг сони 168,4 млн кишига етган. Бу даврдаги тез ривожланишга авваламбор дунёдаги сиёсий муҳитнинг ўзгариши ва халқаро иқтисодий муносабатларнинг ривожланиши сабаб бўлган. 1985-1992 йиллар оралиғида халқаро туризмнинг янги босқичи бошланди. Бу даврга келиб туризм бутун дунёда ўз ривожини топган эди. 80-йилларда Европа ҳамда Шимолий Америка чет эл сайёҳларини қабул қилишда биринчи ўринларни эгаллаб турди.

Халқаро туристик айрбошлашнинг замонавий ҳолатига назар ташласак, 1995 йилга келиб халқаро сайёҳлар сони 600 млн кишини ташкил этган. Ижтимоий – иқтисодий алоқалар интернационализациясида халқаро туризм катта аҳамиятга эга бўлди. Европадаги халқаро туризм асосан Европа ҳалқлари ўртасидаги туристик алмашув ҳиссасига чет эл туризмининг 90% тўғри келди. Туризм секин-аста мустақил хўжалик ва саноатга айланди. У кўпгина мамлакатларнинг иқтисодиётида катта роль ўйнайди. Халқаро сайёҳликнинг ривожланишида муҳим таъсир этувчи

¹ Information and Documentation Resource Centres For Tourism WTO.2004

демографик омилларни ҳам эътиборга олиш лозимдир. Ер шаримиздаги халқлар аҳолисининг ўсиши натижасида жаҳон туристик потенциали кенгайди, туристик фаолиятга янги инсоний ресурслар жалб қилинади.

Халқаро туризмнинг ривожланишидаги ижтимоий-иқтисодий омилларни таҳлил қилишда унинг ўсишини ушлаб турувчи омилларга ҳам тўхтаб ўтиш лозимдир. Бу муаммога туризм бўйича Умумжаҳон Конференциясида (Манила, 1980 й) алоҳида эътибор қаратилди. Маърузада шуни таъкидлаб ўтилдики, яъни циклик ва структуравий инкирозлар, инфляция, ишсизлар сонининг ўсиши, товар алмашуви шартларининг бўзилиши, шунингдек табиий ва меҳнат ресурслари режасининг йўқлиги, халқаро туристик алмашувнинг ўсишига негатив таъсир кўрсатувчи, тўхтатиб қўювчи омиллар ҳисобланади. Бу сабаблардан ташқари, қуйидаги туризм учун негатив таъсир кўрсатувчи сиёсий тартибдаги омилларни ҳам таъкидлаб ўтиш зарурдир:

- мамлакатда ёки минтақада алоқа, ички сиёсий беқарорлик;
- давлатлараро дўстона қўшничилик муносабатларининг йўқлиги, ҳарбий келишмовчиликлар ва ҳоказо.

2. Туризм индустриясини ривожлантиришда меҳмонхона ва ресторан тadbиркорлиги

Ўзбекистон Евроосиё минтақасида геополитик жойлашуви, туристлар учун янги ҳудудлиги, халқаро ва маҳаллий туризмни ривожлантириш имкониятлари билан муҳим аҳамиятга эга. Бой табиий, хом ашё потенциали, меҳнат ресурсларининг мавжудлиги, сиёсий барқарорлик ҳамда халқаро авиалиниялар ва алоқалар тармогининг мавжудлиги бу ўлкада туризмнинг ҳамма қўринишларини ривожлантиришга имкон яратади. Ранг-баранг табиий-климатик шароитлар, ландшафтлар ва иссиқ иқлим туристларни йил давомида қабул қилиш имконини беради. Бу каби қулай имкониятларга қарамай Ўзбекистонда туризм ҳозирги пайтда жуда мувозанатсиз ривожланмоқда. Ташқи туризм ҳажми ички ва маҳаллий туризм ҳажмидан сезиларли даражада юқоридир. Бу эса мамлакатга кираётган туристларга нисбатан четга чиқаётган туристлар сонининг кўплигини билдиради. Бундай ҳолат мамлакат иқтисодиётига салбий таъсир кўрсатмоқда.

Ўзбекистон Республикаси давлат мустақиллигига эришганидан кейин ижтимоий-иқтисодий қайта қуриш йўлидан мустақкам бормоқда. Бундай қайта қуришлар Ўзбекистоннинг халқаро меҳнат тақсимоотида ўз ўрнини эгаллашини таъминлашга қаратилган. Ҳозирги жаҳонда гуркираб ривожланаётган соҳалардан бири – туризмдир. Бунга Ўзбекистон Республикасида 1999 йил 20 августда қабул қилинган “Туризм тўғрисида”ги қонун, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2003 йил 11 ноябрдаги №497 сонли фармони ва Ўзбекистон Республикаси

Адлия Вазирлиги томонидан 2004 йил 3 ноябрда республикага туристларнинг кириши ва чиқиши рўйхати бўйича 1421 сонли низом гувоҳдир [2,3,4]. Тажрибалар шуни кўрсатмоқдаки, туризм ўзига жалб этилган барча инсонларнинг маданий-техник савиясини оширади, маҳаллий коммунал, пуллик хизматларнинг ривожланишига олиб келади, халқ хунармандчилиги, чакана савдо, транспорт, қурилиш, қишлоқ хўжалиги соҳаларини ривожлантиради. Ўз навбатида, туризмнинг ривожланишига сиёсий - ҳуқуқий, ижтимоий - демографик, табиий, иқтисодий, диний каби бир қатор омиллар таъсир этишади.

Меҳмонхона ва ресторан бизнеси – туризмнинг асоси бўлиб хизмат қила олади. Меҳмонхона ва ресторанлар тадбиркорлик тузилмалари сифатида мижозларга хизмат кўрсатишади, улар фаолиятининг асосий мақсади мижозларнинг эҳтиёжларини қондирган ҳолда фойда-даромад олиш бўлади.

Ҳар бир корхона ўзининг хизмат кўрсатиш стратегиясини ишлаб чиқади – бу унинг тегишли бозор муҳитида қандай рақобат қилишини аниқлайдиган ҳаракатлар режасидир. Хизмат кўрсатиш стратегияси шу соҳанинг исталган тадбиркорлигига тегишли учта асосий компонентга тўхталиб ўтади²:

1. Мижозлар эҳтиёжлари.
2. Компаниянинг бу эҳтиёжларни қондириш қобилияти.
3. Компаниянинг узоқ муддатли фойдаси.

Ҳар бир туристик корхона менежерлари ўз иш фаолияти режасини тузишда қуйидаги саволларни эътибордан четта қолдирмаслиги лозимдир; Истеъмолчиларнинг қандай эҳтиёжларига ва ҳаражатларига хизмат қиламиз?

Бошқаларга нисбатан яхши хизмат кўрсатиш учун: етарли билим ва малакага эгамизми?

Қўйилган капиталга мос фойда олиш ва узоқ муддатга рақобатбардош бўлиш имкониятини берадиган даромад олиш учун биз қандай хизмат кўрсатишимиз лозим?

Бу саволларга бериладиган ижобий жавоблар туроператорлик компаниясининг хизмат кўрсатиш менежменти бўлган хизмат кўрсатиш стратегиясининг асоси ҳисобланади.

Хизмат кўрсатиш стратегияси – туроператорнинг ижобий имиджи, доимий мижозлари ва бозорда мустақкам молиявий ўрнининг шаклланишига роль ўйнайдиган хизмат кўрсатиш стратегияси мақсадларини аниқлайдиган ҳаракатларнинг бош режасидир. Бу ерда туроператор иши устунлигини таъминлайдиган туристларга хизмат кўрсатиш менежментини ташкил этувчиларга эътибор бериш зарур.

² Зайцева Н.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме 2003

Хулоса

Ҳозирги вақтда меҳмонхона индустриясининг ривожланиши дунё туризм иқтисодиётида борган сари салмоқли ўринни эгаллаб бормоқда. Туристик даромад индустрияларидан давлат бюджетига тушумлар дунёнинг кўпгина мамлакатларида миллий даромаднинг энг салмоқли моддаларидан бирига айланган. Туристик алоқалар дунё мамлакатлари ўртасидаги ҳамкорликни мустаҳкамлашда алоҳидада касб этмоқда. Туризм халқаро аҳволни нормаллаштириш, дунё халқлари ўртасидаги тинчлик, ўзаро тушуниш, дўстлик ва ҳамкорликни мустаҳкамлашнинг муҳим воситаси ҳисобланади. Ўзбекистонда ҳам халқаро туризмнинг асосий негизи бўлган меҳмонхона индустрияларини ривожлантириш стратегияси давлат томонидан халқ қилинган қарорлар томонидан ва илмий назарияларга асосланган ҳолда амалга оширилади. Республикамизда туризми ривожлантириш стратегияси ҳозирги кунда халқ қилинган туризм қонунига ва халқаро туризми 2005 йилгача ривожлантириш мақсадида халқ қилинган расмий ҳужжатлардан келиб чиқадиган ижтимоий ҳимояга ва бозор муносабатларига асосланган стратегияга эга. Республикамизда туризм тараққиётининг истиқболлари ҳукумат қарорларида, фармонларида ва қонунларида ўз аксини топмоқда. Ҳозирги пайтда республикамизда туризмнинг асосий тармоқларидан бири бўлган меҳмонхона индустрияларини ривожлантириш муҳим омиллардан бири ҳисобланмоқда.

Назорат саволлари:

1. Ўзбекистонда туризмнинг ўрни қандай?
2. Ўзбекистонда туризми ривожлантириш муаммолари нимадан иборат?
3. Ўзбекистонда туризмнинг ривожлантириш истиқболлари нималардан иборат?
4. Меҳмонхона бизнесини ривожланиш тенденциялари нимада?
5. Ресторан бизнесини ривожланиш тенденциялари нимада?
6. Туризм саноатининг бош омили нимадан иборат?
7. Ўзбекистонда маҳаллий туризмнинг ривожлантириш истиқболларини айтинг?

1.2. Меҳмонхона ва ресторанлар бозорининг мустақил хўжалик субъектлари

1. Меҳмонхона ва ресторанларнинг ҳуқуқий таснифи.
2. Меҳмонхона ва ресторанлар турлари.
3. Меҳмонхона ва ресторанларнинг фаолиятини лицензиялаш.
4. Меҳмонхона ва ресторанларнинг ташкилий шакллари.

1. Мехмонхона ва ресторанларнинг ҳуқуқий таснифи

Мехмонхоналар жамоавий жойлаштирув воситалари каторига киришади. Мехмонхоналар қуйидаги белгиларга эга³:

- ягона бошқаруви, миқдори аниқ бир кўрсаткичдан юқори бўлган хоналардан иборат;
- ҳар куни ётоқларни тузатиш, хона ва санўзелни тозалашдан ташқари, хилма-хил мехмонхона хизматларини кўрсатишади;
- кўрсатадиган хизматлари ва мавжуд ускуналаридан келиб чиққан ҳолда гуруҳ ва даражаларга ажратилади;
- ихтисослашган корхоналар рўйхатига киришмайди.

Мехмонхоналар бир-биридан хоналари ва ўринлари сони билан фарқланишади.[12] Хоналар бир, икки, уч кишилик бўлиши мумкин. Жойлаштирув воситалари, алоқа, ўринлар сони, даражаси, тўлиқлик даражаси, хизматлар таркиби ва нархлари билан фарқланишади. Катта ва кичик мехмонхоналар ҳам бир биридан хизмат кўрсатиш турларига қараб фарқланишади. ЖТТ таърифича, 30 дан кам ўринга эга бўлган мехмонхоналар кичикдир. Бошқа нуқтаи назарга кўра, кичик мехмонхона – бир оила аъзолар томонидан бошқариладиган ва хизмат кўрсатиладиган мехмонхонадир. Кўпинча, кичик мехмонхоналар мустақил бўлишиб, ҳеч бир мехмонхона занжирига киришмайди. Мехмонхона турлари қуйидагича бўлиши мумкин: юқори даражали, ўрта даражали, эконом даражали, апартамент.

Юқори даражали шаҳар мехмонхонасида ходимлар сони кўп, хизмат кўрсатиш даражаси юқори бўлади. Унда ходимларнинг савияси юқори, безаклар қимматбаҳо, техника ва ускуналар юқори сифатли бўлади. Улар асосан, бошқарув компаниялари томонидан бошқарилади. Уларнинг мижозлари – бизнесменлар, конференция-симпозиум катнашчилари ва яқка тартибдаги туристлардир.

Ўрта даражали мехмонхонада хизматлар хилма хил, нархлар эса, худуддаги ўртача нархлардан паст бўлади.

Эконом даражали мехмонхонада хизмат сони чегараланган, шаҳар четида, транспорт магистраллари ёнида, шаҳар марказига осонроқ элтувчи йўл бўйида жойлашади, нархлари шу худуддаги нархлардан 25-50 %гача арзон бўлади, овқатланишдан фақатгина нонушта таклиф этилади. Улар ўртача даражадаги туристларга мўлжалланган бўлишади.

Апартамент-квартира турида бўлади. У жихозланган ошхона, идиш товоқ ва турли ускуналар билан таъминланган бўлади. Мехмонхоналарни категориялар бўйича таснифлаш қуйидаги талабларга асосланади:

- моддий-техник база билан таъминланганлиги;
- хизмат турлари ва сифатли хизматлар кўрсатиш;

³ Гостиничное и ресторанное дело в гуризме Сборник нормативных документов 2004 г

- хизмат кўрсатиш даражаси.

Категориялар “*” юлдуз белгилар орқали таснифланади. Хизматлар даражаси қанчалик юқори эканлигини юлдузлар сони кўплиги билан аниқланади. Меҳмонхоналар 5 та тоифага бўлинади. Олий даражали меҳмонхоналар 5 та “*****” юлдуз билан белгиланади. Энг паст даражали меҳмонхона “*” 1 та юлдуз билан белгиланади. Меҳмонхоналарда қуйидаги минимал даражадаги стандарт талаблар белгиланган:

1. Ҳар қандай даражадаги меҳмонхоналар қуйидагиларга эга бўлиши керак: қулай юриш йўлаклари, йўлакларга белгилар қўйилган бўлиши, барча ерлар етарли ёриткичлар билан таъминланган бўлиши, тоифаси кўрсатилган ва меҳмонхона номлари мавжуд “вивеска”ларга эга бўлиши керак. Меҳмонхона бинонинг бир қисмини эгаллаган бўлса алоҳида кириш йўллари бўлиши шарт.
2. Бинонинг қурилиш элементлари ва архитектура-режалаштириш қарорлари, ҳамда фойдаланаётган техник воситалар қурилиш меъёрларига жавоб бериши зарур.
3. Меҳмонхонанинг экологик жиҳатдан жойлашуви яшовчиларга қулай бўлиши керак.
4. Меҳмонхона шароитлари яшаш учун беҳатар, меҳмонларнинг сақлини ва соғликлари таъминлашга жавоб бера олиши керак. Бинонинг фавкулдадаги вазиятларда чиқиш йўллари, зиналари ва кўрсаткич белгилари авария ҳолатида ҳам оддий ҳолатда ҳам аниқ кўрсатилиши зарур.
5. Меҳмонхона ёнғинга қарши ҳимоя воситалари билан таъминланган бўлиши керак.
6. Меҳмонхонада санитар-эпидемиология назорати томонидан ўрнатилган санитар-гигиена меъёри ва қонунларига риоя қилиниши зарур.
7. Меҳмонхона иссиқ ва совуқ сувлар захираси билан таъминланган бўлиши, қувурлар (канализация), иситкичлар, совуткичлар, ҳавони тозаловчи жихозлар билан таъминланган бўлиши керак.

Ҳар бир номерда радио, телевизор ва телефон алоқалари билан таъминланган бўлиши зарур. Табиий ва сунъий ёритилиш меъёрларига жавоб бериши шарт. Номер фонди бир ва иккиталик ўринлар билан таъминланган номерлар 60 фоиз бир “*” юлдузли меҳмонхоналар, 80 фоиз икки “**” юлдузли ва 100 фоиз уч “***”, турт “****” ва беш “*****” юлдузли меҳмонхоналарга хос. Кўп хонали номерлар (апартамент) уч ва ундан ортиқ юлдузли меҳмонхоналарда мужассамлангандир. Меҳмонхона хоналарининг майдони қуйидагича бўлиши керак:

- 1 хонали 1 ўринли 8 кв.м. бир ёки икки юлдузли, 10 кв.м. икки юлдузли, 12 кв.м. уч юлдузли, 16 кв.м. турт юлдузли, 18 кв.м. беш юлдузли меҳмонхоналар учун;

- 1 хонали 2 ўринли номер 12 кв.м. бир ёки икки юлдузли, 14 кв.м. уч юлдузли, 20-25 кв.м. турт юлдузли ва беш юлдузли меҳмонхоналарга хос;
- 4 юлдузли ва 5 юлдузли меҳмонхоналарда тренажёр заллари, бассейнлар, сауна, дўкон ва маиший сотув шахобчаларида ҳам хизмат кўрсатилади;
- 2 ва ундан ортиқ юлдузли меҳмонхоналарда овқатлантириш хизматлари кўрсатилади, 2 юлдузли меҳмонхоналар кафе ёки ресторанга эга бўлади, 3 юлдузли меҳмонхоналар ресторан ва бар, 4 ва 5 юлдузли меҳмонхоналарда рестораннынг бир неча заллари, алоҳида хоналари, банкет заллари, конференция заллари, тунги клубларга эга бўлади.

Меҳмонхоналарда харидорларга таклиф қилинаётган таомлар вариантини танлаш имкони берилади (нонушта, 2 марталик, 3 марталик). 4 ва 5 юлдузли меҳмонхоналарнинг бар ва кафетериясида ва номерларида кеча-кундуз истаган вақтда хизмат кўрсатилади. Меҳмонхона ходимлари белгиланган талабларни, ишлаш ҳуқуқларини ва мажбуриятларини яхши билишлари, хизмат даражалари жаҳон стандартига жавоб бериши зарур. Раҳбарлар ва ходимлар касбий тайёргарликдан ўтган бўлиши шарт. Энг асосий талаб – чет тилини билиш. Здан 5 юлдузгача бўлган меҳмонхоналарда ходим бирон бир чет тилида бемалол гаплаша олиши керак, хизмат даврида 2-3та чет тилига таржима қилиши ҳам зарур бўлади.

Хозирги кунда меҳмонхоналарда 30 хилдан ортиқ классификация тизими мавжуд. Булардан кенг тарқалгани қуйидагилар⁴:

- Юлдуз тизими (1дан 5гача) асосидаги француз классификацияси;
- Ҳарф тизими (А-В-С-Д) (асосан Грецияда қўлланилади);
- Балл тизимдаги (Хиндистон);
- Разряд тизимдаги (АҚШ);
- Тож тизимдаги (Буюк Британия).

Юлдуз тизими.

Европа тип. Француз тизими асосида классификацияланади. У меҳмонхоналар учун 5 даража ва мотеллар учун 3 даража белгиланади. Асосан Франция, Австрия, Венгрия, Бельгия, Голландия, Миср Араб Республикаси ва Россия давлатларида қўлланилади. Меҳмонхоналарда уларни керакли жихозлар билан таъминланиши сифатига, қулайлилик жиҳатига боғлиқ ҳолда 1дан 5га қадар кўпайиб боради. Мотелларга эса 1дан 3га қадар белгиланади.

Хинд тип. Меҳмонхона 1дан 5гача бўлган даражада белгиланади. Махсус комиссия асосида балл берилади. Қандай даражага эга бўлишидан қатъий назар минимал балл йиғиндисини олиши зарур, чунки ҳар бир пункт учун 50 фоиздан кам балл олмаслиги керак.

⁴ Гостиничное и ресторанное дело в туризме Сборник нормативных документов 2004 г.

Тож тизими.

Listed-турар жой билан таъминланади, аммо хизмат кўрсатиш чегараланган.

Бир тожли -- қўл ювиш жихози ва телефон ҳар бир хонада бўлади.

Икки тожли – эрталаб чой берилади, рангли телевизорлар мавжуд бўлади. Хонанинг 5дан бир қисмида алоҳида хожатхона, ҳаммом ёки душ билан таъминланган бўлиб, кечкурун иссиқ овқат олиши мумкин бўлади.

3-4 тожли -- 90 фоиз хоналар алоҳида хожатхона, ҳаммом ёки душ, рангли телевизор, радио, телефон, кир ювиш хизматлари, исталган вақтда хонага буюртма бериш мумкин.

5-гожли – ҳар бир номерда ҳамма қулайликлар бор, хона йиғиштириш қўшимча пул тўлаб кир юндириш ҳам мумкин. Мехмонлар кеча-ю кундуз қабул қилинади. Нонушта, тушлик ва кечки овқат учун турли хил таом ва ичимликларни меҳмонхона ресторанида истеъмол қилиш мумкин.

Бошқа белгилар тизими.

“Калит” белгили – фақат яшаш учун номер билан таъминланади. Овқатланишни ҳар бир мижоз ўзи ташкил қилади. Калитлар қанчалик кўп бўлса хизматлар даражаси шунчалик кўп бўлади.

“В” белгили – қарават ва нонушта билан таъминланади. Одатда бу хусусий уй ҳисобланади, хона бронлаш шарт эмас.

“Ой” белгили – тунаш учун жой. Авто йўлдаги бошпана ҳисобланади. Қанчалик ой кўп бўлса шунчалик қулайлиги юқори бўлади.

2. Меҳмонхона ва ресторанлар турлари

Ҳозирги замон меҳмонхоналари ўзининг катта-кичиклиги, баланд-пастиги, конструкция типини, шинамлилик даражасини, ишлаш тартибини (доимий, мавсумий), жойлашган жойини (шаҳар, курорт, қишлоқ), функционал мақсадини, овқатлантириш билан таъминланганлигини, яшашнинг давомийлигини, баҳоларнинг даражасини билан фарқланади. Меҳмонхоналар жойлашган майдонларга қараб қуйидагиларга бўлинади:

- шаҳар майдонида жойлашган;
- қишлоқ жойда жойлашган.

Меҳмонхоналарнинг катта-кичиклиги уларда мавжуд бўлган ётоқ жойлари билан аниқланади. Ҳар бир давлатда бу кўрсаткич ҳар хил қабул қилинган. Масалан Швейцария ва Австрияда меҳмонхоналар 100 ўриндан кам бўлса бундай меҳмонхоналар кичик, 100-200 ўринлик – ўрта, 200 ўриндан ортиқ бўлса катта ҳисобланади. Чехияда 120 ўриндан кам бўлса кичик, 500гача – ўрта 500дан ортиғи – катта, АҚШда 100гача – кичик, 500гача – ўрта ва 500дан ортиғи катта⁵.

⁵ Гостиничное и ресторанное дело в туризме. Сборник нормативных документов. 2004 г.

Шахарда хоналар фондини аксарияти ўрта ва кичик меҳмонхоналарда жойлашган. Кейинги пайтларда туризмнинг ўсиши билан катта меҳмонхоналарни кўпайиши кўзга ташланмоқда. Катта меҳмонхоналарнинг қурилишининг асосий сабабларидан бири бу иқтисодий манфаатдорликдир. Агар бир хил даражадаги қулайликка (комфорт) эга бўлган меҳмонxonани 3,3 баробар кўпайтирсак (132 ўриндан 440 ўрингача) бунда бир ўринга кетадиган қурилиш харажатлари тахминан 27 фоизга камаяди, ammo лекин 100тадан 400 (яъни 4 баробар) хонагача кўпайтирсак, у ҳолда ошхона майдони 2 баробар ва ёрдамчи хўжалик хоналари 50 фоизга ошиши мумкин. Яна яхши томони катта меҳмонхоналарда хизмат кўрсатувчи ходимлар ишидан унумли фойдаланишга эришиш; административ ходимларнинг қисқариши, айниқса катта иш ҳақи олувчилар; миқозларга турли хил хизматларни таклиф этиш мумкин. Баҳолар даражасига қараб меҳмонхоналар қуйидагиларга бўлинади:

- бюджетли (25-35 АҚШ доллари);
- иқтисодий (35-55 АҚШ доллари);
- ўртача (55-95 АҚШ доллари);
- биринчи класс (95-195 АҚШ доллари);
- апартамент-отели (65-125 АҚШ доллари);
- люкс-отели (125-525 АҚШ доллари).

Миқозларнинг яшаш давомийлигига қараб меҳмонхоналар қуйидагича фарқланади:

- узок муддатга келувчилар учун;
- қисқа муддатга келувчилар учун.

Йил давомида фаолият кўрсатишига қараб меҳмонхоналар қуйидагича бўлинади:

- йил давомида доимий ишлаб турувчи;
- мавсумда ишлаб турувчи (ёз, қиш).

Овқатлантириш билан таъминланиши бўйича меҳмонхоналар қуйидагиларга бўлинади:

- тўлиқ овқатлантириш;
- фақат нонушта билан таъминлаш;
- овқатлантириш таклиф этилмайди (овқатлантириш корхоналари мавжуд эмас).

Меҳмонхоналар биноси баланд-пастлигига қараб қуйидаги гуруҳларга бўлинади:

- кичик қаватли (1-2 қават);
- ўрта қаватли (2-5 қават);
- кўтарилган қаватли (6-9 қават);
- кўп қаватли (1 категория – 10-16 қават, 2 категория – 17-25 қават, 3 категория – 26-40 қават);
- баланд бино – 40 қаватдан ортиқ.

Янги қурилаётган меҳмонхоналарда қаватлилик кенг тарқалганлари асосан:

Россияда – 5-16 қават; Чехияда – 8-14 қават; Венгрияда кичик шаҳарларда – 4-5 қават, катта шаҳар ва курортларда – 6-11 қават; Германияда – 8-10 қават ва Англияда – 10-15 қават.

Шу билан бирга туристларга хизмат кўрсатишда меҳмонхоналарнинг вазибаларини бажара оладиган баъзи муассасалар ҳам мавжуддир. Булар; Мотел – автотуристлар учун меҳмонхона. қулай номерлардан ташқари туристларга автомашиналарини турар жойлари билан ҳам таъминланади. Одатда мотелларда ресторан, бар, кино-видеофильмлар кўриш, конференция заллари, спорт билан шуғулланиш ва ўйин майдонлари, бассейн, теннис кортлари ҳам хизмат кўрсатади.

Кемпинг – одатда шаҳар чеккасида мотелдан узоқ бўлмаган ерда жойлашган бўлади. Автотуристлар, мототуристлар ва велотуристлар учун қулайлик яратилган бўлади. Туристларга ётиш учун хона берилади, кўпинча палатка ёки ёзги уйчалар ва баъзи қулайликлари билан жиҳозланган ошхоналарда махсус таомларни тайёрлаш мумкин.

“Ротель” – ҳаракатланувчи меҳмонхона, вагон кўринишидаги 1 ёки 2 ўринли номерга эга бўлган, кийиниш хонаси, умумий овқатланиш, умумий хожатхонага эга бўлган меҳмонхона.

Флотель – сўзиб юрувчи меҳмонхона кемаси. Сувдаги улкан отел, махсус жиҳозланган бўлади. Қулай номерлардан ташқари, яхши дам олиш учун қулайлик яратилган, вақтинчалик офисдан фойдаланиш, оператив восита алоқалари: телефон, ксерокс, факс ва бошқа хизматлар кўрсатилади.

Ўотель – унчалик катта бўлмаган сувдаги меҳмонхона. Жиҳозланган қулайликларга эга бўлган кема.

Туристик база – бу туристик мажмуа бўлиб унинг таркибига туристларни қабул қилиш ва жойлаштириш биноси ҳамда фаол дам олишни таъминловчи хизматлар киради. Туристик базалар асосан фаол туризм билан шуғулланувчи туристларни қабул қилади. Уларга алпинистлар, сув, чанги спорти билан шуғулланувчилар ва бошқалар киради.

Туристик уй – фаол ҳаракатдаги туристларни қисқа муддат дам олиши учун мўлжалланган бош панадир. Булар асосан тоғ ён бағрида жойлашган бўлиб шарт-шароитлари минимал даражада бўлади.[23]

3. Меҳмонхона ва ресторанларнинг фаолиятини лицензиялаш

Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг 1999-йил 20-августда қабул қилинган "Туризм тўғрисида"ги қонунига кўра туристик бизнес билан фаолият олиб бормокчи бўлган объектларга бир қанча йўриқлар батафсил баён этилган. Ушбу қонуннинг мақсади туризм соҳасидаги муносабатларни ҳуқуқий жиҳатдан тартибга солиш, туристик хизматлар бозорини ривожлантириш, шунингдек, туристлар ва туристик фаолият субъектларининг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларини ҳимоя қилишдан

иборатдир.

Туристтик фаолият субъектлари - белгиланган тартибда рўйхатга олинган ва туристик хизматлар кўрсатиш билан боғлиқ фаолиятни амалга ошириш учун лицензияси бўлган корхоналар, муассасалар, ташкилотлардир.

Ушбу қонуннинг 8-моддасига асосан туристик фаолият лицензия асосида амалга оширилади. Туристтик фаолиятни лицензиялаш тартиби Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан белгиланади.

Меҳмонхона ёки ресторан бизнеси ҳам лицензиялаш механизми орқали бошқарилади. Лицензия - давлат органи томонидан жисмоний ва ҳуқуқий шахсларга маълум муддатда қатор шартларни бажарган ҳолда меҳмонхона ёки ресторан фаолиятини юритиш учун берилувчи рухсатномадир. Меҳмонхона фаолиятини юритиш лицензиясида хизматлар сертификати бўлиши талаб этилади. Меҳмонхона ва ресторан бизнеси ҳуқуқий шахс ёки ҳуқуқий шахс бўлмаган ҳолда жисмоний шахс томонидан юритилиши мумкин.

Ресторанлар бир бирдан ўзининг ихтисослашганлиги ёки ихтисослашмаганлиги билан фарқланади. Масалан, ихтисослашган меҳмонхоналар қаторига тез хизмат кўрсатилувчи ресторанлар, миллий ресторанлар, фақатгина тушлик хизматини кўрсатувчи ресторанлар, алоҳида тадбирлар юритиш учун мўлжалланган ресторанлар. Ихтисослашмаган ресторанда камида 15 хил овқат таклиф этилади, барча таомлар шу ернинг ўзида тайёрланган бўлади. Бундай ресторанлар бир бирдан нархлари, менюси ва муҳити билан фарқланишади. [32]

Ресторанларда пишириладиган овқатлар ўзининг юқори сифатлилиги билан ажралиб туришади. Ҳозирда ресторан соҳасидаги рақобат шундай кучайиб кетганки, баъзи бир ресторанлар етарлича фойда нормасига эга бўлмаганлиги учун ёпилиб кетишяпти.

4. Меҳмонхона ва ресторанларнинг ташкилий шакллари

Меҳмонхона ва ресторан бизнеси турлича ташкилий – ҳуқуқий шаклларда юритилиши мумкин. Тадбиркорлик фаолиятининг ташкилий – ҳуқуқий шаклини танлаш учун мавжуд моддий ва пул воситалари, фаолият соҳаси, лойиҳалаштирилаётган ишлар кўлами, бозор ўлчамлари ва шароитлари инобатга олинади, борилаётган таваккал баҳоланади. Мабодо, инсон лойиҳани амалга ошириш учун етарли воситаларга эга бўлса, қарорларни ўзи қабул қилишга мойил бўлса ҳамда ўз тижорат фаолияти учун моддий ва ҳуқуқий жавобгарликни ўз бўйнига олиш истагида бўлса, у яқка тартибдаги тадбиркорлик шаклини танлаши мумкин. Мабодо, лойиҳани амалга ошириш учун йирик миқдордаги молиявий воситалар зарур бўлса, ҳамда, моддий жавобгарлик кўлами ва таваккалчилик юқори даражада бўладиган бўлса, тадбиркорликнинг шерикчилик ёки жамоа шакллари танланади.

Тўлиқ шерикчилик бир неча жисмоний ёки ҳуқуқий шахслар томонидан ўзаро ишончга асосланган битим орқали ҳамкорликда фаолият юритиш учун тузилади. Шерикчиликнинг маблағи таъсисчиларнинг қўшган воситаларидан ташкил этилади ва шериклар барча молиявий натижалар учун чекланмаган миқдордаги жавобгарликка эга бўлишади. Бунда четдан маблағ жалб этиш имкониятининг йўқлиги ва низом фондига давлат органларига қўйилган талабларнинг юқорилиги туфайли, Ўзбекистонда бундай шаклдаги тадбиркорлик кенг тарқалмаган.[12]

Масъулияти чекланган жамият – иштироқчиларнинг қўшган хиссалари асосида ташкил этилади, бироқ, иштироқчилар тижорат фаолиятининг натижалари учун ҳеч қандай мажбуриятга эга бўлишмайди, улар фақатгина ўзи қўшган хиссаларидангина маҳрум бўлишлари мумкин. Масъулияти чекланган жамиятга қўшган хиссасини тасдиқловчи ҳужжат акция сифатида тан олинмайди ҳамда эркин савдога чиқарилмайди. Хиссадорлик жамиятларида пайчилар мажбуриятлар олдида жавобгарликка эга бўлишмайди. Пайчилар ўз акцияларини шерикларининг рухсатсиз сотиш ҳуқуқига эга бўлишса, бу жамият очик турга эга бўлади. Ёпик турдаги хиссадорлик жамиятида акциялар таъсисчилар орасидагина тарқатилади ва уларнинг сони чегараланган бўлади. Хиссадорлик жамиятининг низом фонди акцияларнинг номинал қиймати билан баробар бўлади ва унинг энг кам қиймати қонун билан белгиланган бўлади. Бундай жамият хиссадорларнинг умумий йиғилиши томонидан назорат этилади ва у томонидан белгиланган кенгаш орқали бошқарилади. Хиссадорлик жамиятининг афзалликлари шундаки, акция чиқариш орқали чекланмаган миқдордаги маблағларни жалб этиш мумкин; хиссадорларнинг таваккали сотиб олган акциялари миқдори билан баробар бўлади; таъсисчиларнинг миқдори иш фаолиятига таъсир этмайди; хўжалик қарорларини қабул қилиш мутахассилар томонидан амалга оширилади; хиссадорлар қаторидан чиқиб ниҳоятда осон. Бундай афзалликлар хиссадорлик жамиятларини узок муддатли мақсадларга эга бўлган йирик бизнесга жалб этишади.

Хулоса

Ҳозирги кунга келиб Ўзбекистонда бир қанча жаҳон андозлари талабларига жавоб берадиган мехмонхоналар қурилди. Буларга мисол қилиб «Интер - Континентал», «Шератон», «Шодлик - Палас», «Афросиёб» ва бошқа мехмонхоналарни киритиш мумкин. Ҳозирги вақтда ушбу мехмонхоналарда турли хилдаги учрашувлар, конференциялар ва семинарлар ташкил қилинмоқда. Хорижий туристларни қабул қилиш учун етарли шарт-шароитлар ва хизмат турлари яхши йўлга қўйилган. Шу билан бирга республикамизда халқаро туризмни ва мехмонхона

индустриясини ривожлантиришнинг минтақавий хусусиятлари қуйидагилардан иборат;

1. Республикамизда халқаро туризм ва меҳмонхона ҳўжалиги хорижий туристларнинг Ўзбекистонда бўлиш талаблари юқорилиги ва минтақада мавжуд имкониятларга қарамай жуда паст ривожланган.
2. Хаво йўллари орқали ташиниладиган халқаро рейслар фақат ҳамдўстлик республикалар орқали амалга оширилмасдан балки Шарқ ва ғарб мамлакатларидан ҳам амалга оширилиши мумкин яъни халқаро туризми ривожлантириш мақсадида шарқ дарвозаси очиш мумкин.
3. Ўзбекистонда туристларнинг дам олишлари ва кўнгилли ҳордиқ чиқаришлари учун меҳмонхона индустриялари билан бирга, мотель, кемпинг ва бошқа янги объектларни қуриш лозим.
4. Мавжуд меҳмонхоналарда қўшимча хизмат турларини кўпайтириш ва уларни жаҳон стандартлари даражасига етказиш керак.
5. Меҳмонхоналардаги ходимларнинг билим ва малакаларига алоҳида эътибор бериш лозим.

Назорат саволлари:

1. Туризм индустриясининг “жойлаштириш” секторида тадбиркорлик фаолиятининг мақсади нима?
2. Меҳмонхоналарни таснифлаш ва жойлаштириш қандай амалга оширилади?
3. Ресторанларни таснифлаш ва жойлаштириш қандай амалга оширилади?
4. Меҳмонхона ва ресторанларда маркетинг хизматилари нима?
5. Меҳмонхона ва ресторанлар ўртасида рақобат қандай вужудга келади?
6. Меҳмонхона ва ресторанларда хизмат кўрсатиш турлари нима?
7. Меҳмонхоналарга жойлаштириш услубларига нималар қиради?
8. Ресторанларни жойлаштириш услубларига нималар қиради?
9. Ривожланган давлатларда хизмат кўрсатиш усуллари қандай амалга оширилади?
10. Миллий бозорда меҳмонхона ва ресторанлар фаолиятида рақобатбардошликни ошириш чора-тадбирлари қандай белгиланади?

1.3. Меҳмонхона ва ресторанларни ташкилий-ҳуқуқий шакллантириш ва жойларий танлашнинг иқтисодий асослари

1. Меҳмонхона ва ресторанларнинг ташкилий – ҳуқуқий шакллари танлаш омиллари ва босқичлари.
2. Меҳмонхона ва ресторанларнинг жойларини танлашнинг омиллари ва мезонлари.
3. Ўзбекистон меҳмонхоналари ва уларнинг туристик индустриядаги аҳамияти.

1. Меҳмонхона ва ресторанларнинг ташкилий – ҳуқуқий шакллари танлаш омиллари ва босқичлари

Тадбиркорлик фаолиятининг ташкилий – ҳуқуқий шаклини танлаш кўпгина омилларга боғлиқ: тадбиркорда пул ва моддий воситаларнинг мавжудлиги, ундаги ташкилий қобилият ва тажрибанинг мавжудлиги, фаолият соҳасининг ўзишга хосликликлари, тадбиркорлик лойиҳасининг катта-кичиклиги ва бозор шароитлари. Бунга дуч келинаётган таваккал даражасига берилган баҳо ҳам таъсир этади.

Тадбиркор тадбиркорлик лойиҳасини амалга ошириш учун етарли воситаларга эга бўлса, қарорларни ўзи қабул қилишга мойил бўлса, ҳамда, ўз тижорат фаолияти учун моддий ва ҳуқуқий жавобгарликни ўз бўйнига олиш истагида бўлса, яқка тартибдаги тадбиркорлик шаклини танлаши мумкин. Лойиҳани амалга ошириш учун йирик миқдордаги молиявий воситалар зарур бўлса, ҳамда, моддий жавобгарлик кўлами ва таваккалчилик юқори даражада бўладиган бўлса, тадбиркорликнинг церикчилик ёки жамоа шакллари танланади. [12]

Меҳмонхоналарнинг ташкилий тизими дунё меҳмонхона индустриясида 50-йиллардан бошлаб меҳмонхона ишини ташкил қилиш ва жойлаштиришнинг бир нечта моделини ўз ичига олган⁶.

Биринчи модел – Ритц модели швейцар тадбиркори Цезарь Ритц номи билан боғлиқ. Бу меҳмонхоналарда асосий эътибор европача дид-фаросат ва аристократчиликка қаратилган. Жаҳондаги кўпгина нуфузли отеллар унинг номини олган. Масалан Париждаги “Ритц” отели.

Иккинчи модел - америкалик тадбиркор Кеманси Уильсон номи билан боғланган (“Ҳолидей Инн” меҳмонхоналар занжири). Ушбу моделда меҳмонхоналарга хизмат кўрсатиш ва уларни талабларини қондириш жуда катта чаққонликни ва юқори даражадаги хизмат стандартларини ушлаб туришга йўналтирилган. Энг асосий эътибор меҳмонхона интерьерига қаратилади. Бу модель асосида ташкил этилган меҳмонхона тизимининг асосий талаблари қуйидагича:

- стилнинг ягоналиги (архитектура, интерьер);
- кенг ва функционал ҳолат, мижозларни қайд қилиш тезлиги;
- номернинг доимий мижозлар учун тайёрлиги;
- нонушта “швед столи”;
- конференц-холлни тайёрлаш;
- таъриф тизимининг ўзгарувчанлиги;
- маркетинг ва коммуникация хизматининг ягона бошқаруви.

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

⁶ Гостиничное и ресторанное дело в туризме. Сборник нормативных документов М 2004 г

Учинчи модель – “ихтиёрий меҳмонхона тизими” туридаги Бест Вестон, Романтик Хотел. Бундай ҳолатда меҳмонхоналарни ягона бир савдо маркаси бирлаштиради, улар умумий фондга тўлов тўлашади, маркетинг ва реклама фаолиятига биргаликда харажат қилишади. Бунда уларнинг молиявий-иқтисодий ва бошқарув мустақиллиги бутунлай сақланиб қолади. Бу тизимнинг моҳияти ягона бирлашган шартнома асосидаги ассоциациясидир. Иккинчи модель билан учинчи моделнинг бирлашган бўлиши мумкин. Бунга масалан “Аккор” меҳмонхона тизими мисол бўла олади. Бу Европадаги энг катта меҳмонхона занжирини ташкил этади. У турли синфдаги меҳмонхоналарни тақдим этиб бозорда ҳар хил маркалар билан чиқади. Масалан “Пульман”, “Софител”, “Новотел” – бу олий синфдаги меҳмонхоналардир. “Алтеа-Меркур” – ўрта синфдаги меҳмонхона. Занжирга киришда меҳмонхона унинг мулкига айланиши жуда шарт эмас. Қуйидаги жадвалда жаҳондаги асосий ўнта меҳмонхоналар занжири келтирилган.

Жадвал 1.

Асосий ўнта халқаро меҳмонхоналар занжири

Бош ҳолдинг номи	Штаб-квартира жойлашган мамлакат	Номерлар сони
“Hospitaliti Franchise Sistem Blanstone Part.”	АҚШ	490000
“Holiday Inn World Wide”	Англия	386323
“Best Western International”	АҚШ	295305
“Accor”	Франция	279145
“Choice Hotel International”	АҚШ	271812
“Marriot International”	АҚШ	251425
“ITT Sheraton Corp.”	АҚШ	130528
“Promus Corp.”	АҚШ	105930
“Hilton Hotel Corp.”	АҚШ	101000
“Carlson Hospitaliti World Wide”	АҚШ	91177

Манба: www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация

Бундай шароитда йирик меҳмонхоналар занжири билан тузилган шартномага асосан (франшизотелини) ва ушбу занжирга мустақил қирган меҳмонхонага тижорий мақсадлар учун занжирнинг фирма белгисидан фойдаланиш ҳуқуқи, техник ва тижорат маълумотлари, брэнлаш тизимининг маълумотлари, техник ёрдам, ходимларни ўқитиш ҳуқуқи ва бошқалар бериледи. Франшиз корхона булар учун шартномада кўрсатилган бадалларни тўлайдилар.

Дунёда меҳмонхона индустриясининг ривожланиши меҳмонхоналарнинг кўпайиши ва уларнинг ихтисослаштириш йўли билан бормоқда. Бунда чекланмаган ва чекланган хизматлар кўрсатадиган

анъанавий меҳмонхоналар, ихтисослаштирилган (конгресс марказлар, курорт типдаги отеллар, гольф отел ва бошқалар) меҳмонхоналар тақдим этилмоқда. Бу борада маркетингнинг асосий шартлари маҳаллий жойларни, шароитларини ҳисобга олиш, хизмат кўрсатиш ва сотиш сиёсатини аниқлаш, даромадларни бошқариш стратегиясини ва баҳолар сиёсатини ишлаб чиқиш ҳамда хизмат кўрсатишни яхшилаш тизимини ўрнатишдир. Бундан ташқари меҳмонхона хизматларини ўрганиш, сотилган хизматлар ҳажмини таҳлил қилиш, хизмат кўрсатиш бозорларини ўрганиш ва бошқалар қиради. Буларни умумлаштириб кўрадиган бўлсак 3 та асосий кўрсаткичларни ажратишимиз мумкин: талаб, таклиф ва ишлар якуни. Талаб – бозорни баҳолаш, келажақда унинг ўсиши ва тизимини ўз ичига олади. Таклиф – меҳмонхоналар ва номерлар сони, уларнинг келажақдаги ўсишини ўз ичига олади. Ишлар якуни – меҳмонхонанинг бандлик коэффициенти ва ялпи фойда ўлчамини ўз ичига олади.

Охириги вақтларда дунёда кенг тарқалаётган нотижорий жойлаштиришлар – яъни қариндош уруғлар, дўстлар ва танишларникига жойлашиш тус олмақда. Нотижорий вақтинча жойлашишлар амалиёти ёшлар ташкилоти мавжуд мамлакатлар, ўқув даргоҳларида таътил вақтида амалга оширилиб, у ёшларга арзон харажатлар билан дунёни бир қанча минтақаларига боришга имкон беради.

Туристларга хизмат кўрсатиш дастурида кўпинча овқатлантириш ҳам қиради. Бунда учта асосий хизмат кўрсатиш усулини ажратишимиз мумкин: овқатланиш турист томонидан тўланган, овқатланиш турпакет баҳосига кирмаган ва кўшимча ҳақ ҳисобига тақдим этилиши ҳамда ўз-ўзига хизмат қилиш. Овқатланишга тўланганлик – бу овқатланишга кетган барча харажатлар меҳмонхона номери таннарига ёки турга киритилганлигини англатади. Ўз-ўзига хизмат қилиш бу туристларнинг ўзи овқатни тайёрлаши ёки бўлмаса ресторан, кафе ва бошқа овқатланиш корхоналарида оддий мижозлар каби овқатланишдир.

Овқатланиш тизимида туристларга тез ва аниқ хизмат кўрсатишга катта аҳамият берилмоқда. Жойларга келган туристик гуруҳларга тақдим этилган меню тушунарли бўлиши ва баҳолари мамлакат валютасида кўрсатилиши керак. Овқатланиш сарф қилинган харажатга мос келиши ва туристлар саломатлигига зарар келтириши керак эмас.

2. Меҳмонхона ва ресторанларнинг жойларини танлаш омиллари ва мезонлари

Ҳар бир соҳада, бизнеснинг жойлашуви тадбиркорликнинг якуний натижаларига кучли таъсир этади. Жой танлаш тўғрисидаги қарор стратегикдир, шу сабабли, унга етарли даражада эътибор бериш керак. [13]

Жой танлаш шунинг учун зарурки, макон ичидаги жойлар ўзларинг табиий-иқтисодий турли-туманликларига эга. Иқтисодий турли-туманликни:

- товар ва хизматлар истеъмолининг турлича интенсивлиги,
- зарурий ресурсларнинг турлича тақсимланганлиги,
- ишлаб чиқариш омилларининг нотўлиқ мобиллиги (хом ашё, сув, меҳнат ресурслари, мулк),
- хом ашёни келтириш ва тайёр маҳсулотни истимолчиларга тарқатиш ҳаражатларининг хар хиллиги,
- маҳаллий қонунчиликнинг турличалиги (солиқлар, чекловлар, куллаб-кувватлаш ва бошқалар),
- табиий ва инфратузилмавий фарқлар таъминлаб беришади.

Жойлаштириш масаласи уч хил вазиятда юзага келади:

1. Янги тижорат ташкилотининг яратилиши.
2. У ёки бу сабабларга биноан фирмани кўчириш зарурати туғилганда.
3. Корхонанинг алоҳида таркибий бўлимларини яратганда ва кўчирганда.

Янги корхона (меҳмонхона ва ресторан)ни яратаётганда, қарор қабул шуниси билан мураккабки, жой тўғрисидаги бошланғич маълумотлар ҳамма вақт ҳам етарлича тўлиқ бўлавермайди; тадбиркор жойда бевосита фаолият юрита бошлаганидан сўнг, кўпгина қўшимча маълумотларни қўлга киритади.

Кўчириш тўғрисидаги қарор эски жойнинг аниқланган камчиликлари ва янчисининг афзалликларидан келиб чиқиб белгиланади. Бунда эски алоқаларнинг ўзилиши ва янгиларининг ҳали ўрнатилмаганлиги бир қатор таваккални дуч келтиради.

Меҳмонхона ва ресторанларнинг фаолият юритаётган бўлимларини кўчириш истеъмоличини жалб этиш учун янги жойнинг ўзига хос афзалликларидан фойдаланиш зарурати ҳал қилувчи бўлади. Масалан, харидорларга яқинроқ ерда янги филиал очилади ёки меҳнатталаб цехлар ишчи кучи арзонроқ турадиган жойга кўчирилади, ҳукумат томонидан алоҳида хуудларда бериладиган субсидиялардан фойдаланиш мақсади бўлади.

Шундай қилиб, аввал танланган жойда минтақа баҳоланади, сўнг унда жойлашиш кўзланаётган нуқта баҳоланади. Энг самарали жойни танлаш учун бирварақайига бир нечта алтернатив жойлар баҳоланади, шуларнинг орасидан мақсадларга эришишнинг энг яхши имкониятларини берувчи жой танлаб олинади. Жой танланаётганда унинг иқтисодий муҳитга яқинлиги, максимал даражаги фойда олишни таъминлаши, капитал айланишини ошириши, бозордаги ҳиссани ўстириши, сиёсий-иқтисодий-ижтимоий барқарорлиги, хууддаги барқарор иқтисодий ўсишнинг кузатилаётганлиги, олиб борилаётган илмий-техник сиёсат, иқтисодий мустақилликнинг сақлаб қолиниши ва жойнинг нуфузига ҳам эътибор бериш маъқул бўлади.

Рестораннинг жойлашган ери хизмат кўрсатувчи бозор қисми вакилларига ёқиши керак. Сўзсизки, яхши жойда жойлашиш учун тўланадиган ижара пули кабилар юкори бўлади, бу эса корхона

белгилаётган нархларнинг ўсишига олиб келади. Ресторан учун жой танлаганда худудда қанча одам яшаши; бу ердаги инсонларнинг даромадлари даражаси ўсаётганлиги ёки пасаяётганлиги; бу ерда қандай ресторанлар борлиги; сув-оқава тузилмасининг аҳволи; одамларга ресторанга етиб келишнинг қулайлиги; ресторанини қуриш йўловчиларга қанчалик осонлиги; автотурагоҳнинг зарурлиги, зарур бўлса, қанча қатталиқдалиги; яқин атрофдан ўтиб кетаётган автйўловчилар учун қанчалик жозибадор бўлиши чамалаб кўрилиши керак.

Ресторан учун энг қулай шароит қуйидагича: ресторан жойда яқка ўзи жойлашгани; ресторанининг бир қатор жойлашган ресторанлар орасида ўрин олганлиги; савдо марказида жойлашганлиги; шаҳар марказида жойлашгани; шаҳарнинг бойлар истикомат қиладиган бурчагида жойлашгани.

3. Ўзбекистон меҳмонхоналари ва уларнинг туристик индустриядаги аҳамияти

Ўзбекистонда туризм соҳасини янги босқичга кўтаришда Республика Президентининг 1999-йил 15-апрелдаги "2005 - йилгача бўлган даврда Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш Давлат дастури тўғрисида"ги Фармони алоҳида аҳамиятга эгадир. Ушбу Фармон миллатлараро алоқаларни кенгайтириш ва мустаҳкамлашга кўмаклашиш ҳамда халқаро туризм бозорига узвий қўшилиш, Ўзбекистоннинг маданий-тарихий ва маънавий меросини жаҳон ҳамжамиятига тарғиб қилиш, шунингдек, туристларга хизмат кўрсатиш сифатини халқаро андозалар даражасига кўтариш мақсадида қабул қилиниб, 2005 - йилгача бўлган даврда Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш Давлат дастури ва уни амалга ошириш бўйича Мувофиқлаштирувчи Кенгаш таркиби тасдиқланди. Фармонда мулкчилик шаклидан қатъий назар, туристик ташкилотлар хориждан келтириладиган технология ва меҳмонхона ускуналари, туризм мақсадларига мўлжалланган транспорт воситалари учун божхона поштиналари тўлашдан уч йил муддатга озод қилиниши кўрсатиб ўтилди. Шунингдек, "Ўзбектуризм" МК тизимидаги корхоналарга хорижий туристларга эркин айирбошланадиган валюта ҳисобидан туристик хизмат ва қўшимча хизмат кўрсатиш ҳуқуқи берилиб, бунинг учун махсус кассалар очилишига ружсат берилди. Туристик меҳмонхоналар хизмат кўрсатиш қондаларининг бажарилишига қараб таснифланади. Умуман бугунги кунда меҳмонхоналарни таснифлашнинг умумий мезони мавжуд эмас. Ҳар бир давлатнинг меҳмонхоналар бўйича ўз таснифи мавжуд. Ҳар қандай ҳолда ҳам меҳмонхоналарнинг категорияси (класси) хоналардаги ускуналар ва бинонинг техник таъминоти даражасига боғлиқ бўлган ҳамда кўрсатилаётган хизматларнинг турига кўра белгиланади. Турли давлатлардаги меҳмонхона хизматлари стандартларига қандайдир ўхшашлик киритиш учун Жаҳон туризм ташкилотининг котибияти

“Меҳмонхоналарни таснифлаш критерияларини халқаро мослаштириш бўйича маслаҳатлар” ишлаб чиққан. Унда бино, хоналар, жихозлар, мебеллар, энергия ва сув таъминоти, иситиш, санитария, хавфсизлик, алоқа, ошхона, меҳмонхона хизматлари ва хизмат кўрсатувчи персонал бўйича минимал талаблар кўрсатилган. Меҳмонхоналар классификациясидаги фарқни белгилаш учун (*) (юлдуз) белгисидан фойдаланилади. Меҳмонхоналар учун бир юлдуздан (энг паст) беш юлдузгача (энг юқори) категориялар белгиланган. Турли категориядаги меҳмонхоналарга кўйилган минимал талаблар мавжуд.

1998 йилдан бошлаб Ўзбекистонда кичик ва оилавий корхоналар шаклидаги хусусий меҳмонхоналар (B&B - инглиз тилида “кровать ва нонушта” сўзини англатади) кенг тарқала бошлади. Уларнинг хизматида туристлар билан бир қаторда халқаро ташкилотларнинг вакиллари ҳам фойдаланмоқдалар.[9] Оддий хусусий меҳмонхона кўпинча миллий шаклдаги ҳовлиси бўлган катта бир ёки икки қаватли уйдан иборат. Бундай меҳмонхоналарда хоналарнинг сони 10-20 атрофида бўлади⁷.

Ўзбекистон Республикаси ҳам Марказий Осиёдаги туристик минтақа бўлиб, бугунги кунда етарли миқдорда халқаро стандартларга жавоб берадиган меҳмонхоналарга эга. Ўзбекистонда 130 яқин меҳмонхона рўйхатга олинган (2004). Улардан халқаро классдаги 4-5 категорияли 15 меҳмонхона мажмуи мавжуд. Улар хорижий инвесторлар иштироки билан қурилган ва баъзилари реконструкция қилинган.

Intercontinental (Тошкент). Беш юлдузли меҳмонхона, шаҳарнинг марказида жойлашган. Хоналар сони 246та. Жумладан президент апартаменти, 6 та King Size шаклидаги хоналар. Хизмат кўрсатиш объектлари: 4 ресторан, банкет заллари, кафе, иккита бар, сауна, очик ва ёпик бассейнлар бўлган фитнес марказ, гўзаллик салони, бизнес марказ, 500 кишига мўлжалланган конференц зал транспорт ва х.к.

Sheraton (Тошкент) - беш юлдузли меҳмонхона. Шаҳарнинг марказида жойлашган. Хоналар сони 251та. Стандарт номердан президент апартаментигача 6 хилдаги хоналарни таклиф этади. Хизмат кўрсатиш объектлари: 3 ресторан, банкет заллари, кафе, иккита бар, сауна, бассейн, гўзаллик салони, бизнес марказ, кутубхона, совғалар дўкони, спорт зали, теннис корти, конференц зал транспорт ва х.к.

Афросиёб (Самарқанд) - тўрт юлдузли меҳмонхона. Самарқанд шаҳрининг марказида жойлашган. Хоналар сони 278та. Стандарт номердан президент апартаментигача 6 хилдаги хоналарни таклиф этади. Хизмат кўрсатиш объектлари: ресторанлар, банкет заллари, кафе, барлар, бассейн, гўзаллик салони, бизнес марказ, совғалар дўкони, 300 кишига мўлжалланган конференц зал, транспорт.

⁷ Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства (отели и рестораны) М. ОАО НПО Издательство “Экономика”. 2002.

Bumi International (Тошкент) - турт юлдузли меҳмонхона. Шахарнинг марказида жойлашган. Хоналар сони 190та. Бир ёки икки хонали стандарт люкс номерлар. Хизмат кўрсатиш объектлари: ресторанлар, банкет заллари, кафе, барлар, бассейн, гўзаллик салони, бизнес марказ, совғалар дўксни, бадий галерея, 600 кишига мўлжалланган конференц зал, экскурсиялар ташкил этиш, транспорт.

Умуман Ўзбекистоннинг бугунги меҳмонхоналари туризм индустриясини ривожлантиришда ва иқтисодий-ижтимоий ривожлантиришда катта аҳамият касб этади.

Хулоса

Бугунги кунда ҳар бир соҳа бозор шароитига мослашиб бораётган вақтда меҳмонхона ва ресторанларни тадқиқот-ҳуқуқий шаклланиши ва жойларни оптимал танлашга кенг эътибор бериш зарур.

Жойларни танлашда бошланғич маълумотларни тўлиқ йиғиш, вақт ҳам етарли бўлишини ҳисобга олиш лозим. Албатта жой танлаётганда унинг иқтисодий муҳитга яқинлиги, максимал даражада фойда олишни таъминлаш, капитал қўйилмаларни ошириш, сиёсий иқтисодий-ижтимоий барқарорлиги, иқтисодий мустақиллигининг сақланиб қолиши, жойнинг ҳар томонлама қулайлиги каби омилларга ҳам эътибор бериш маъқулдир. Шунини таъкидлаш лозимки, Ўзбекистонни бугунги меҳмонхоналари туризм индустриясининг ривожланишида катта аҳамият касб этади.

Назорат саволлари:

1. Нима учун ресторан аниқ бир бозорга йўналтирилган бўлиши лозим?
2. Ресторанларни қандай жиҳатлари билан фарқлаш мумкин?
3. Ресторан жойлашган жой қандай хусусиятларга эга бўлиши лозим?
4. Жойлаштириш воситаларига изох беринг?
5. Жойлаштириш воситалари қандай туркумларга бўлинади?
6. Меҳмонхона туркуми нима?
7. Ресторан турларига тасниф беринг?
8. Меҳмонхона ва ресторан ташкилий ҳуқуқий шакллари нима?
9. Ресторанларнинг ташкилий шаклларининг хусусиятларига нималар қиради?
10. Меҳмонхонанинг ташкилий шаклларининг хусусиятлари қандай?

1.4. Меҳмонхона ва ресторан фаолиятининг ташкилий асослари

1. Меҳмонхона ва ресторан хўжалигини ташкил этиш модели.
2. Меҳмонхона ва ресторанларнинг хизмат кўрсатиш тизимлари.
3. Ресторанларда хизмат кўрсатишнинг такомиллаштириш муаммолари.

1. Меҳмонхона ва ресторан хўжалигини ташкил этиш модели

Ўзбек давлат стандартлаштириш, метрология ва сертификатлаштириш марказининг 1998-йил 31-декабрда рўйхатдан ўтказган "Меҳмонхоналар классификацияси"га кўра "Ўзбекистуризм" МК томонидан вазирликлар, корхоналар, ташкилотларнинг таклиф ва мулохазаларини инобатга олган ҳолда ишлаб чиқилди ва Ўзбек Давлат стандартлаштириш, метрология ва сертификатлаштириш марказига киритилди. Мазкур стандарт камида 10 номерга эга бўлган меҳмонхоналар, мотеллар, кемпинглар, туристик базалар, шунингдек, Ўзбекистон Республикасига келаётган туристлар ва фуқароларнинг бошқа вақтинча яшаб туриш жойларининг классификациясини белгилайди. Унда, шунингдек, ишлатиладиган асосий терминларнинг шарҳи, меҳмонхоналарга қўйиладиган умумий талаблар, уларнинг жавобгарлиги, турли тоифадаги меҳмонхоналарга қўйиладиган талаблар ҳақида батафсил маълумотлар берилган. Айниқса, турли тоифадаги меҳмонхоналарга қўйиладиган талабларда: бино ва унга тегишли ҳудуд, техник жиҳозлар, номерлар фонди, техник таъминот, мебель ва бошқа жиҳозлар таъминоти, жиҳозлаш ва номерлардаги санитария-гигиена буюмлари, умумий фойдаланиш санитария объектлари, жамоат жойлари, овқатланиш хизматлари кўрсатиш жойлари, хизматлар, овқатланиш хизматлари, хизматчилар ва уларни тайёрлашга бўлган талаблар ҳақида 1-5 юлдузли меҳмонхоналарга хос конкрет вазифалар берилган.

1950-йиллардан буён, меҳмонхона ишини ташкил этишнинг икки модели қарор топган. Биринчиси – Цезарь Ритц моделидир. Бунда меҳмонхоналар европача дид билан аристократия руҳида қурилади. Масалан: Плясь-Отель (Москва). Иккинчиси – Америка тадбиркори Кемон Уилсон билан боғлиқ ("Ҳолидий ИНР" меҳмонхонаси). Шу моделда мижознинг эҳтиёжларини меҳмонхона қайси мамлакатда жойлашганига қарамай, юқори даражадаги сервис хизмати орқали қондириш кўзда тутилади⁸.

Ҳозирда пайдо бўлган учинчи турдаги модел "Эркин меҳмонхоналар занжири" масалан Баст Вестон, Романтик Хотера – Унда бир неча меҳмонхоналар қандайдир бир ягона жиҳатларидан келиб чиққан ҳолда ягона савдо маркаси остида бирлашган бўлиб, улар ягона маркетинг ва реклама сиёсатини илгари суриш учун ягона фондга аъзо бўлиб, бадалларини тўлаб туришади.

Ресторанлар эса, потенциал истеъмолчиларни ҳисобга олиб ташкил этилади. Ресторан ўз мижозлари ва ходимларининг ўртасида муомала қиладиган, қонларни жунбўшга келтирадиган жой бўлиши керак. Ресторан учун жой тўғри танланиб, овқатлар яхши тайёрланса, ижобий атмосфера

⁸ Зайцева Н А Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме 2003

яратилса ва ажойиб ходимлар танланиб, ишлар аъло даражада ташкил этилса, потенциал бозорнинг диққати тез жалб этилиб, қилинган инвестициялар тезда юқори фойда бера бошлайди.

Рестораннинг обрўйини унинг концепцияси яъни: кундалик, расмий, болалар учун, фақатгина катталар учун, миллий ва бошқа бозор талабларига мос келувчи шароитларини белгилаб боради. Меню ва ташқи кўриниш концепцияга, концепция эса маҳаллий бозорга таъйини керак.

2. Меҳмонхона ва ресторанларнинг хизмат кўрсатиш тизимлари

Меҳмонхоналарнинг хизмат кўрсатиш тизимлари уларнинг жойлашуви, меҳмонларнинг ўзига хос томонлари ва бошқа омиллардан келиб чиқиб ташкил этилади. У ҳар бир хизматчига юқланган вақолат ва мажбуриятларни ақс эттиради. Ҳар бир меҳмонхонадаги хизматларни хоналар фондини бошқариш хизмати, маъмурият, овқатлантириш, техник, тижорат, ёрдамчи ва тўлдирувчи хизматларга ажратиш мумкин.

Хоналар фондини бошқариш хизмати хоналарни бандлаш, туристларни қабул қилиш, қайд этиш ва уарни хоналарга жойлаштириш, туристларни ўз уйига ёки бошқа туристик манзилларга жўнатиш, уларга хоналарда хизмат кўрсатиш, хоналарнинг санитария-гигиена талабларига жавоб беришни таъминлаш ва яшаш жойларидаги шинамлик даражасини таъминлаб туриш билан шуғулланади. [20]

Маъмурият хизмати туристик комплекснинг барча хизматларини бошқаради, молиявий, кадр масалаларини ҳал этади, меҳмонхона ходимлари учун иш шароитларини яратиб беради, меҳнатни муҳофаза қилиш ва хавфсизликни таъминлаш билан шуғулланади.

Умумий овқатланиш хизмати меҳмонларга ресторан, кафе ва барларда хизмат кўрсатади, банкет ва презентацияларни ўтказишга ёрдам беради.

Тижорат хизмати оператив ва стратегик режалаштириш билан шуғулланади, ҳўжалик ва молиявий фаолиятни таҳлил этади. Инженер-техник хизмати ҳаво айланиши, иссиқлик билан таъминлаш, санитария ва электр ускуналарининг ишлаши, қурилиш ва таъмирлаш ишлари, телевидение ва алоқани таъминлаш билан шуғулланади. Ёрдамчи хизматлар кир ювиш, кийим гиқиш, бинони тозалаш, омборда сақлаш қабилардан иборат. Тўлдирувчи хизматлар сартарошхона, бассейн, солярий, аэроарий, спорт ускуналари каби пуллик хизматлардан иборат.

Ҳозирги кунда меҳмондорчиликда рақобатбардошликка эришиш учун бошқарув тизими оддий ва эгишувчан бўлиши мақсадга мувофиқ бўлади: бошқарув пўғоналарининг сони иложи борича кичик; бўлинмалар кам сонли, бироқ малакали ходимлардан иборат бўлиши; барча фаолият истеъмолчи-меҳмонларга йўналтирилиши керак. Ҳар бир ходим ўзининг бошқарув иерархиясидаги ўрнини, вақолаглари ва мажбуриятларини аниқ билиши лозим. Бошқарувчилар мақсадларни ва вазибаларни белгилашади,

улар тўғрисида бошқаларга хабар беришади; вазиятни баҳолаб, ташкилий қарорлар қабул қилишади; ходимлар билан алоқа қилиб, уларни меҳнатга рағбатлантириб туришади; ходимларнинг ишини назорат этишади; ўзларининг ва ходимларининг хизмат поғонаси бўйича ўсишни қўллаб қувватлашади.

Юқори поғона раҳбарлари кўпроқ стратегик масалалар билан шуғулланишса, куйроқ поғонадагилари асосан тактик масалалар устида бош қоғиришади. Ходимлар ўз меҳнатлари билан корхонанинг кўрсатадиган хизматларини амалга оширишади.

3. Ресторанларда хизмат кўрсатишни такомиллаштириш муаммолари

Ресторан менежментини ривожлантириш, уни Ўзбекистон иқтисодиёти учун зарурлиги, унинг имкониятларидан келиб чиқиб аҳолининг моддий фаровонлигини яхшилаш, уларни иш билан таъминлаш имкониятлари янада юқори бўлишига эришиш мумкин. Бу мақсадга етишиш учун ҳали амалга ошириладиган ишлар қўлами жуда кенг. Шунини қайд қилиш лозимки, ресторан менежменти муаммолари энг кам ўрганилган йўналиш бўлиб, бу соҳанинг қай турларига эътибор бериш, саёҳат қилувчилар учун уларнинг хоҳиш-иродасини билиш, энг фойдали ва қулай сафарларга чорлаш, хавфсизликни таъминлаш, овқатлантириш фаолиятини ўрганиш, айниқса миллий таомлар рекламасини амалга ошириш ва ахборотлар маълумотларига эга бўлиш жуда муҳимдир.

Ўзбекистонда сайёхликнинг ривожланиши, унга бўлган муносабатнинг йилдан-йилга ортиб бориши билан белгиланади. Айниқса ўрта ва хусусий тадбиркорларни шакллантиришда сайёхликнинг имкониятлари жуда каттадир. Чунки Ўзбекистон шароитида ҳозирги иқтисодий барқарорликнинг мавжуд бўлиши бу соҳанинг ҳам жадал суръатлар билан ривожлантириш имкониятини туғдирмоқда. Тарихдан маълумки ҳар бир давлатнинг тараққиётида энг асосий омил, бу ижтимоий адóлат, инсонпарварлик ва осойишталикдир. Мана шундай вазият Ўзбекистон ҳудудида мавжуд бўлиб, у Ўрта Осиё минтақасида энг сулҳпарвар, осойишта, тадбиркор ва сайёхларни ўзига чорловчи макон ҳисобланади. Шуларни ҳисобга олиб Ўзбекистонда ресторан хўжалигини такомиллаштиришни ўрганиш, ундан жaxon бозорлари учун йўл топиш жуда муҳимдир. Саёҳатчиларга хизмат кўрсатишнинг ғарбдаги замонавий андозаларини ҳам, Шарқдаги меҳмондўстлик анъаналарини ҳам бирлаштирадиган туризмнинг миллий моделини шакллантириш учун янада кенг имкониятлар очилади.

Ўзбекистон Республикаси ҳам бошқа ҳамдўстлик мамлакатлари қатори халқаро туризмни ривожлантириш чора-тадбирларини кўриб ўзининг миллий моделига асосланган туризмни шакллантириш учун ҳаракат қилмоқда. Бу модел ички имкониятларга, ўзбек ҳалқи менталитетига ва жaxon стандартларига мос келадиган талабларни ҳисобга

олган ҳолда амалга оширилиши лозимлиги таъкидланмоқда. Агар Ўзбекистоннинг туризм соҳасидаги салоҳиятини тахлил қиладиган бўлсак, у Марказий Осиё мамлакатлари ичида энг катта имкониятларга эга эканлигининг гувоҳи бўламиз. Бу ҳақда, масалан, республика ҳудудида мавжуд бўлган 4 мингдан ортиқ меъморчилик, монументал санъат, қадимий ёдгорликлар далолат бериб турибди. Ўзбекистонда халқаро туризм имкониятларини ўрганган ПРООНнинг экспертлари маълумотига кўра 2010 йилга келиб, республикага хориждан 1 млн.дан ортиқ, сайёҳатчи келиши мўлжалланган, улардан келадиغان даромад эса 1 млрд. америка долларидан ортиб кетади. Халқаро туризмнинг бундай даражада ривожланиши, уни энг даромадли валюта тушумлари келадиغان тармоқга айлантиради, ҳатто пахта-толасини ёки олтинни сотишга қараганда ҳам даромадлироқ ҳисобланиши мумкин. Келажакда туризмни энг катта фойда келтирувчи тармоқ деб қарашга жажон тажрибаси аниқ мисол бўла олади. Масалан, охириги 30 йил давомида Австрияда туризмдан келадиغان даромад 2,1 млрд. шиллингдан 110,1 млрд. шиллингга етди, ёки 55 мартага кўпайди. Халқаро туризмда хизмат кўрсатиш ва сервис таъкидлаганимиздек жуда катта салоҳиятга эга. Аммо бу салоҳиятдан фойдаланиш самараси жуда ҳам кам десак муболаға бўлмайди.

Хулоса

Сайёҳликда ресторан хўжалиги муаммолари энг кам ўрганилган йўналиш бўлиб, бу соҳанинг қайси турларига эътибор бериш, сайёҳат қилувчиларнинг хоҳиш-иродасини билиш, уларни энг фойдали ва қулай ошхоналарга чорлаш, уларнинг хавфсизлигини таъминлаш, уларнинг талабини кондиритиш ва яна бошқа кўплаб турларини билиш сервис хизмати функциясига киради. Ўзбекистонда ресторан хўжалигини ўрганиш, ундан жажон бозорлари учун йўл топиш жуда муҳимдир. Тарихий шаҳарларимиз – Самарқанд, Бухоро, Хива, Тошкент ва бошқа кўплаб тарихий обидаларимиз халқаро сайёҳларни бу ерларга жалб этади ва шу орқали уларни овқатлантириш ва сервис хизматини ривожлантириш кенг имкониятларни юзага келтиради.

Назорат саволлари:

1. Рақобатбардорликка эришиш учун қандай бошқарув тузилмасига эга бўлиш?
2. Маъқулроқ?
3. Корхонанинг иш фаолиятида ходимларнинг ўрни қандай?
4. Меҳмонхона ва ресторанлар фаолиятини ташкил этиш нимада?
5. Хизмат кўрсатиш тизими нималардан иборат?
6. Хизмат кўрсатиш тизимини хусусиятлари нимада?
7. Меҳмонхонада хизмат кўрсатишнинг қандай турлари мавжуд?
8. Ресторанларда хизмат кўрсатишнинг қандай турлари мавжуд?
9. Меҳмонхона фаолиятини ташкил қилиш элементлари нимадан иборат?
10. Ресторан фаолиятини ташкил қилиш элементлари нимадан иборат?

1.5. Меҳмонхона ва ресторанларда хизмат кўрсатиш тизими

1. Меҳмонхона ва ресторан хизматларини стандартлаштириш.
2. Меҳмонхона ва ресторан хизматларини сертификатлаштириш.
3. Меҳмонхона ва ресторанлар фаолиятини ташкил этиш асослари.

1. Меҳмонхона ва ресторан хизматларини стандартлаштириш

Ўзбекистонда туризм соҳасини янги bosқичга кўтаришда Республика Президентининг 1999-йил 15-апрелдаги "2005 - йилгача бўлган даврда Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш Давлат дастури тўғрисида"ги Фармони алоҳида аҳамиятга эгадир. Ушбу фармоннинг 4-бўлими "Туристларга хизмат кўрсатишни халқаро андозалар даражасига кўтариш, туризм инфратузилмасини ҳар томонлама ривожлантириш", -деб номланиб, унда Тошкент, Самарқанд, Бухоро ва Хива шаҳарларидаги туристларни ижарага автомобиль воситалари билан таъминлаш; Марказий Осиё республикалари учун мутахассисларни тайёрлаш мақсадида Тошкент шаҳрида ЖТТнинг малака ошириш институтини ташкил этиш; ЖТТ орқали туризм бўйича халқаро марказларда (Америка, Европа ва Осиё мамлакатлари) "Ўзбектуризм" МК ходимларини, туризм ва гид-таржимонлик бўйича мутахассисларни ўқитиш, тайёрлаш ва қайта тайёрлаш; Маданий-тарихий иншоотларда халқ ижоди ва хунармандлик маҳсулотлари сотиш учун киоскалар ташкил этиш, Туризм объектларида миллий урф-одатлар ва анъаналарни намойиш этиш; Мулкчилик шаклидан қатъий назар туризм ташкилотлари фаолиятини мувофиқлаштириш ва уларнинг раҳбарларини аттестациядан ўтказиш; туристик хизмат кўрсатиш андозаларига мувофиқликни назорат қилиб бориш масалаларига асосий эътибор қаратилди. Мазкур бўлимда белгилаб берилган вазифалар ҳам амалга оширилиб борилмоқда.

Туристтик стандарт шундай белгиланадики, у Ўзбекистонда амалга ошириляётган стандартлаштириш жараёнига мос келиши, маҳсулотнинг рақобардошлигини таъминлаши, ишлаб чиқаришдаги тўсиқларни енгиб ўтиши, ресурсларнинг тежалишини таъминлаши ва ишлаб чиқаришнинг иқтисодий кўрсаткичларининг яхшиланишига хизмат қилиши даркор. Стандарт миллий халқаро қонунларни инкор этмаслиги лозим. Стандартга биноан, хизматлар моддий ва ижтимоий-маданий каби икки қисмга ажратилишади.

Туризмда стандартлаштириш – қуйидаги ишларни таъминлаш учун меъёр, қонда ва тавсифларни белгилаш фаолиятидир:

- маҳсулот, хизматнинг атроф-муҳит, ҳаёт ва соғлиқ, ҳамда мол-мулк учун хавфсиз бўлиши,
- маҳсулот, хизмат сифатининг илм-фан ривожланиши даражаси ўлчамларига мослиги,
- барча ресурсларнинг тежалиши,
- объектларнинг хавфсизлиги ва мамлакатнинг ҳимояга қодирлиги.

Булардан ташқари, стандартлаштириш – бошқаришнинг меъёрий услуби ҳамда инженерлик - ишлаб чиқарувчилик – иқтисодий жараёнларни рационаллаштириш усулидир.

Моддий хизмат янги маҳсулотларни тайёрлаб бериш ва уларнинг истеъмол хусусиятларини яхшилаб бериш, истеъмол учун шароит яратиб бериш кабиларни (журилиш, таъмирлаш, коммунал хизматлар, овқатлантириш, транспорт) ўз ичига олади. Ижтимоий-маданий хизмат деганда истеъмолчининг рухий, интеллектуал эҳтиёжларини қондириб бериш ва унинг нормал ҳаёт фаолиятини таъминлаб бериш кабилар (тиббий, маданият, туризм, таълим) тушунилади.

2. Меҳмонхона ва ресторан хизматларини сертификатлаштириш

Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг 1999-йил 20-августда қабул қилинган "Туризм тўғрисида"ги қонунининг 10-моддаси "Турист хизматларни сертификатлаштириш" деб номланади. Унга кўра; туристик хизматлар мажбурий сертификатлаштирилиши лозим. Турист хизматларни сертификатлаштириш ва сертификат бериш қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда амалга оширилади.

Турист фаолият субъектларининг туристик хизматларни мажбурий сертификатлаштиришдан бош тортиши, туристик хизматларни сертификатлаштиришнинг натижаси салбий бўлиши, шунингдек, сертификатнинг амал қилишини бекор қилиш туристик фаолиятни амалга ошириш учун берилган лицензиянинг амал қилишини тўхтатиб қўйишга ёки лицензиядан маҳрум қилишга сабаб бўлади.

Сертификатлаштириш – у ёки бу объект (хизмат)нинг қўйилган (белгиланган) талабларга мос келишини тан олиш бўйича ҳаракатлардир.

Сертификатлаш куйидаги мақсадларда амалга оширилади: корхоналар учун ягона бозорда фаолият юритишлари ва шароит яратиб бериш учун; истеъмолчиларга керакли маҳсулотни танлашга ёрдамлашиш; истеъмолчини инсофсиз сотувчидан ҳимоялаш; маҳсулот ёки хизматнинг атроф-муҳит, ҳаёт, соғлик ва мол-мулкка хавфсизлигини назорат этиш; маҳсулот ёки хизмат сифатининг ишлаб чиқарувчи томонидан даъво этилаётган кўрсаткичларга мос эканлигини тасдиқлаш. Сертификатлаш кўнгилли ҳамда мажбурий бўлиши мумкин. Сертификатланиши мажбурий деб эътироф этилмаган маҳсулотларни сертификатлаш ҳуқуқий ва жисмоний шахсларнинг истакларига биноан кўнгилли равишда ўтказилади⁹.

Мослик сертификати – сертификатлаш қоидаларига биноан сертификатланган маҳсулотнинг қўйилган талабларга мос келишини тасдиқлаш учун берилган ҳужжатдир. Сертификатлаш тизимига сертификатлаш тўғрисидаги қонун бўйича белгиланган қоидаларга биноан

⁹ Десять Г. М. Лицензирование и сертификация в туризме М. Финансы и статистика, 2003 г.

сертификатлашни амалга оширувчи барча мулкчилик шаклидаги ташкилот ва уюшмалар кириши мумкин.

Мослик белгиси – у билан белгиланган маҳсулотнинг кўйилган талабаларга мослигини тасдиқловчи, сертификатлаш қоидаларига биноан қайд этилган белги. Сертификатлаш маҳсулот ва хизматларни баҳолашга ягона ёндашувни таъминлаб беради; у истеъмолчилар учун йўлланма сифати хизмат қилса, сотувчилар учун унинг маҳсулот хизматининг рақобатбардошлигини тасдиқлайди. Сертификатлашиш стандартлашиш билан узвий боғлиқ. Шу жиҳатдан агар сертификатлашиш ҳаракатсиз ва қаттиқ кўл стандартлашиш тизимига таянса, у Ўзбекистон корхоналари рақобатбардошлик даражасини ўстириш даражасини самарали амалга оширолмайди.

Чет элда мажбурий сертификатлаштириш янада кенгайтирилмоқда, бу ўз навбатида хавфсизлик соғлиқни сақлаш ва атроф муҳит талаблари билан боғлиқ. Жаҳон ҳамжамияти халқаро стандартларда (ХС) умумлаштирилган фан ва техниканинг турли тармоқларида катта амалий малакани тўпладилар. Бугунги кунда ХС ёки ХС га асосланган импорт қилувчи мамлакатлар талабларини инобатга олмаган ҳолда жаҳон бозорига товар, хизмат ва технологиялар билан чиқиш янада қийин бўлмоқда. Сертификатланган ва сертификатланмаган маҳсулот ва хизмат нархлари ўртасидаги фарқ 20 % дан бир неча мартагача тебраниб туради. Ўзбекистонда маҳсулотни унинг сертификатлаштириш предметига текшириш ва синовдан ўтказиш сезиларли чегараларда тебранади: ўртача 50 АҚШ долларидан 1000 АҚШ долларигача.

Халқаро майдонда тан олинган Ллойд Регистри, СЖС, сифат тизимини сертификатлаш бўйича Германия жамияти каби ташкилотларнинг бу каби хизматлари турли ҳолларда 50 000 млн. АҚШ долларидан бошлаб баҳоланади. Германияда 1та ДИН стандартини ишлаб чиқиш 100 000 марка атрофида баҳоланади. Шунга қарамай сертификатлаш бўйича хизматлар қийматининг сертификатланган маҳсулот савдоларидаги улуши одатда сезиларсиз ва ўнлик фонзни ташкил этади, импорт қилинадиган товарлар учун эса (Ўзбекистонга олиб кирилганда) – уларнинг божхона қийматидан 0,01% ни ташкил этади. Туристик хизматларни мажбурий сертификатлашда қўлланиладиган схемалар тур хизматларни амалга оширишдаги хусусиятларни инобатга олган ҳолда сертификатлаш бўйича муассаса томонидан белгиланади.

Сертификатлаш жадвали.

Схема номери	Ижро махоратини баҳолаш	Хизмат кўрсатиш жараёнини баҳолаш	Корхона аттестацияси	Сифат тизими сертификацияси	Хизмат натижасини текшириш. (танлама)	Сертификатланган хизмат устидан назорат
1.	+	-	-	-	+	+
2.	-	+	-	-	+	+
3.	-	-	+	-	+	+
4.	-	-	-	+	-	+

+ жараён ўтказилади.

Хизмат натижасини текшириш экспортли ёки ижтимоий баҳолаш йўли билан 4 хил схемада ўтказилади.

1. Хизмат кўрсатувчи махорати, технологик ва меъёрий хужжатлаштириш, хизмат кўрсатиш қондаларини билиши, хизмат натижасининг танланма текширувчи билан бир қаторда ижтимоий (экспортли) баҳолаш йўли орқали кейинчалик хизмат сифагининг тафтиш назоратини инобатга олади.

2. Йўлланмани сотиш ва гуруҳни шакллантиришдан бошлаб турнинг тугашигача бўлган хизмат кўрсатиш жараёнини баҳолашни кўзда тутати, шу билан бирга сифат тизими элементларини ҳам ўз ичига олади; Истеомолчи талаблари билан туристик хизмат кўрсатувчи ташкилот имкониятлари ўртасидаги тафовутни солиштириш мақсадида кўрсатиладиган туристик хизматлар тўғрисидаги ахборотлаш тадбири (йўлланма сотиб олиншидан олдин).

Шартнома тузиш жараёнини (туристик хизматлар кўрсатишда иштираётган этувчи ташкилотлар: меҳмонхона, транспорт ташкилотлари, суғурта компаниялари, умумий овқатланиш муассасалари ва бошқалар билан шартнома тузаётганда талабларни аниқлаш).

Хизмат таклиф қилишда катнашувчи ходимлар бўлган талабни аниқлаш, талабга жавоб берувчи ходимларни танлаш бўйича жараён. Белгиланган талабларга мувофиқлигини тасдиқлаш мақсадида хизмат кўрсатиш жараёнида ёзув олиб бориш жараёни.

Кўрсатилаётган хизмат сифатининг белгиланган талабларга жавоб беришини тасдиқлаш мақсадида маъмурият томонидан анашу ўтказиш хизмат сифати талабга жавоб бермаслиги аниқланганда қарорлар қабул қилиш, аниқланган номувофиқликлар бўйича қарорлар ва енгиллаш бўйича қарорлар қабул қилиш.

3. Туристик корхоналарнинг тафтиш назорати билан давом этадиган хизмат натижасининг танлама текшируви аттестациясини назарда тутати. Бу схема бўйича сертификатланганда корхонага ГОСТ 28681. 4 – 95 га

мувофиқ маълум бир категория (юлдуз) берилади. Меҳмонхона, ётоқхона (мотель) ва оромгоҳлар учун тақлиф этилади.

Меҳмонхоналарни сертификатлашнинг зарурий шарти бўлиб ўз ваколати доирасида хавфсизлик назоратини амалга оширувчи тегишли давлат хизматларининг (ёнгин хавфсизлиги, санитар, техник ва бошқа назорат органлари) хужжатли тасдиғи (хулоса) ҳисобланади. Меҳмонхоналар таркибидаги (хўзуридаги) овқатланиш ташкилотлари хавфсизлик талабларига мувофиқлик тўғрисидаги сертификатга эга бўлиши лозим.

Схема 4. Сифат тизимининг унинг кейинчалик фаолияти барқарорлиги устидан назорат билан сертификациясини назарда тутати. Барча турдаги туристик корхоналар ва меҳмонхоналар учун тақлиф этилади. Бу схема туристик бюрольар учун янада қулай бўлиб ҳисобланади.

Берилган хизматларнинг сифатини текшириш учун технологик жараёнлар ва хизмат кўрсатиш жараёнини баҳолаш, ижрочилар маҳорати, синов ва социологик суровлар натижаси каби назорат услублари қўлланилади.

Асосий талаблар халқаро, давлатлараро стандартлар ва Ўзбекистон Республикаси давлат стандартларига асосланади.

3. Ўзбекистонда туристларга ресторан хизмат кўрсатишни такомиллаштириш

Халқаро туризм бозорини ривожлантиришда овқатлантириш комплекслари билан биргаликда, ресторан ҳисобланмаган, аммо унинг вазифасини бажарадиган объектлардан ҳам кенг фойдаланиш мақсадга мувофиқдир. Сайёҳларни овқатлантиришда одатда бундай объектлар жуда қулай ва содда бўлиб, уларнинг самарадорлиги юқоридир. Чойхоналар, шахсий ошхоналар ва ҳақозолар сайёҳлар учун жуда қулай бўлган овқатланиш масканларидир. Сайёҳликда буларнинг ичида Ўзбекистонда энг кенг тарқалгани ва арзони миллий чойхоналардир. Лекин Ўзбекистон шароитида миллий чойхоналарни ривожланиши учун кенг имкониятлар, шарт-шароитлар мавжуд бўлсада, аммо уларни қуриш, фойдаланиш ишига катта аҳамият берилмаяпти. Ваҳоланки халқаро туризм йўналиши бўйича ташриф буюрадиган туристларнинг чойхона каби масканлардан фойдаланиши улар учун жуда қулайлик туғдиради. Айниқса ҳозирги бозор иқтисодиёти шароитида мавжуд бўлган иқтисодий қийинчиликлар даврида ички сайёҳларимиз учун бундай масканлардан фойдаланиш арзон ва қулайдир. Бундай масканларда одатда одамлар гавжум, фақат халқаро сайёҳлар эмас, балки Ўзбекистон фуқаролари бўлган сайёҳларнинг тез-тез ташриф буюрадиган жойларида қурилиши ва фойдаланишини мақсадга мувофиқ деб ўйламыш. Ёз ойларида бундай чойхоналар жуда ҳам салобатли тус олади ва бу ерга кўплаб дам олувчи сайёҳларнинг овқатланиш мақсадида ташриф буюриши жуда катта самара беради. Аммо замонавий

арзон ресторанларнинг камлиги ҳариддан ташриф буюрадиган туристлар учун йўл берк эканлигидан далолат беради. Ваҳоланки Ўзбекистонда миллий таомларга бўлган талаб орқали валюта ишлаш имкони юқоридир. Лекин бу масалага чуқур ёндашмаслик, Ваган ишқи билан ёнмаслик, тадбиркорликнинг бу соҳасига бепарволиги жамият аъзолари учун катта қимматга тушмоқда. Ўзбекистонга асосан чет эллик саёҳлар ташриф буюради. Улар учун кўп ҳолларда етарли сервис билан таъминланмаганлик ҳолатлари тез-тез учраб туради.

Ҳақиқатдан ҳам сайёҳлик бу мамлакат иқтисодиётига валюта тушумлари олиб келиши билан ўзининг салмоқли ҳиссасини кўшиши мумкин. Бизнинг фикримизча, ресторанлардан унумли фойдаланиш учун улардаги нархларни қайта кўриб чиқиш, уни жаҳон андозаларидан ўрнак олган ҳолда ташкил қилишимиз керак. Бундан ташқари Ўзбекистоннинг саёҳларни ўзига жалб қиладиган шаҳарларида кичик ошхоналардан ҳатто 10-15 киши учун мўлжалланган чойхоналардан фойдаланиш ҳам мақсадга мувофиқдир. Бу ерда биринчи навбатда юқори сифатли хизмат кўрсатишни йўлга қўйиш ва унинг ўлчамларини жаҳон андозалари даражасига етказиб, аниқ мақсадли бозор учун интилиш ҳозирги куннинг муҳим белгисидир. Чет эллик сайёҳларни анъанавий бўлиб қолган миллий таомлардан ташқари яна янги таомларни тайёрлашни ўзлаштириш ва шу орқали унинг хизмат турини кенгайтириш зарурдир.

Халқаро туристларни овқатлантиришга бўлган талабини ўрганишда у ёки бу халқнинг урф одати, самимийлиги, турмуш тарзи, меҳмондўстлиги ва яна бошқа шу каби кўплаб омиллари ҳам муҳим роль ўйнайди. Ўзбекистон диёрига бир марта келган сайёҳлар қандай йўналиш бўйича бўлмасин, ўзбек халқи учун муқаддас ҳисобланган меҳмондўстлиги туфайли яна бир бор бу диёрга ташриф буюришни орзу қилар экан. Аммо туризм билан боғлиқ сервис хизматини кўрсатиш борасида ғалати ҳолатга дуч келишини баён қилдилар. Шунини қайд қилиш керакки, сайёҳларнинг харажатларидан энг кўп қисмини овқатланиш харажати ташкил этади. Ўзбекистон ошхоналарида ва ресторанларида овқат турини кўпайтириш, унинг сифатини ошириш учун катта имкониятлар мавжуд. Лекин бу имкониятлардан ҳар доим ҳам самарали фойдаланилмайди. Ҳозирги пайтда ресторан хўжалигининг ривожланиши учун мавжуд имкониятларни тўлиқ ишга солиш жуда ўринлидир. Ер юзи бўйлаб сафарга оғланаётган 900 млн. га яқин сайёҳнинг жуда ҳам озчилик қисми Ўзбекистон, умуман Марказий Осиё давлатлари ҳақида кам тасаввурга эга. Мамлакатларнинг оддий фуқаролари у ёқда турсин, ҳатто мамлакатимизга ташриф буюраётган кўплаб машхур давлат, жамоат, адабиёт ва санъат намоёндалари ҳам Ўзбекистонни аста-секин энди кашф эта бошлашди. Уларни кенг кўламда миллий таомларга қизиқтириш орқали янада жалб қилиш ўринлидир.

Хулоса

Ҳозирда ресторан менежменти жуда кам ўрганилган соҳадир. Ресторан хўжаликлари инсонларнинг овқатланиш эҳтиёжларини қаршилайдиган муассаса бўлгани учун ушбу тармоққа катта эътибор бериш лозим. Ҳозирда Республикамизда туристик ресторанлар санокли даражада бўлса ҳам уларнинг сифат даражасини юқори деб бўлмайди. Туристларнинг овқатланишлари учун фақат ресторанлардан эмас, миллий чойхоналардан ҳам фойдалантириш мумкин. Чунки туристларнинг овқатланиш давомида миллий таомларимиз билан ҳам танишишларига имкон бўлади. Ҳозирги пайтда овқатланиш тармоқлари кўпроқ хусусий тадбиркорлар томонидан қурилмоқда. Агар туристик ресторанлар кўпроқ қурилса чет эл таомлари билан бирга миллий таомларимизни ҳам туристларга тақдим қилсак, уларга миллий овқатларимизни ҳам танитиш мумкин, бу эса овқатланишдан келадиган даромадни оширади ва миллий компания бюджетига ижобий таъсир кўрсатади.

Назорат саволлари:

1. Стандартлаш дегани нима ва унинг моҳияти нимада?
2. Стандартларнинг қандай хусусиятлари улардан амалиётда фойдаланишни тақозо этади?
3. Туристик хизмат кўрсатиш хизматлар хилма-хиллиги орасида қандай ўрин эгаллайди?
4. Мехмонхона мижозларининг қандай турларини биласиз?
5. VIP-мижозларнинг асосий хусусиятлари нималардан иборат?
6. Сертификатлаштиришнинг қандай хусусиятларини биласиз?
7. Мехмонхона ва ресторанлар хизматларини сертификациялаш асослари нимадан иборат?
8. Мехмонхона хизматларининг стандартлаштиришнинг қандай категориялари мавжуд?
9. Ресторанлар хизматларининг стандартлаштиришнинг қандай категориялари мавжуд?
10. Маъмурий сертификация талаблари нимадан иборат?

1.6. Мехмонхона ва ресторанлар мулки

1. Мехмонхона ва ресторанлар мулкларининг таснифи.
2. Мехмонхона ва ресторанларнинг асосий воситалари ва активларининг амортизациясини баҳолаш.
3. Мехмонхона ва ресторанларнинг айланма активлари ва улардан фойдаланишни баҳолаш.

1. Меҳмонхона ва ресторанлар мулкларининг тавсифи

Ўзбекистон фуқаролик кодексига биноан, меҳмонхона ва ресторанлар мулк деб тан олинган. Меҳмонхона ва ресторанларнинг мулки каторига уларнинг фаолиятини юритиш учун мўлжалланган барча нарсас, шу жумладан, ер участкаси, бинолари, иншоотлари, ускуналари, инвентари, хом ашёлари, талаб этиладиган маҳсулотлари, қарзлари ва корхона-маҳсулот-хизматларини индивидуаллаштирувчи бошқа ҳуқуқлари киради. Мулк кўчмас ва кўчириладиганларга ажратилади.

Кўчмас мулк – ер, қазилма бойликлари, сув манбаи, ўрмонлар, экинлар, бино ва иншоотлар, хуллас, ер билан боғлиқ бўлган ва уларнинг кўчирилиши кагга зарар келтириши мумкин бўлган объектлар киради. Пул, қимматбаҳо қоғозлар қабилар кўчириладиган мулк саналади. Корхона мулк куйидаги турларга бўлинади¹⁰:

- капитал қўйилмалар ва молиявий қўйилмалар,
- асосий воситалар ва номоддий активлар,
- хом ашё, материаллар, тайёр маҳсулот ва товарлар,
- тугалланмаган ишлаб чиқариш ва келгуси давр харажатлари,
- капитал ва резервлар,
- дебиторлар ва кредиторлар билан ҳисоб – китоб,
- фойда (зарар).

Капитал қўйилмаларга корхонанинг асосий воситаларини яхшилаш ва янгиларини ишлаб чиқаришга сарфланган харажатлар киради. Капитал қўйилмалар қз молиявий ресурслари ва резервлари, қарзга олинган молиявий воситалар, жалб қилинган молиявий воситалар (акция согуви), давлат бюджетидан қайтариш ёки қайтармаслик шартлари билан олинган молиявий воситалар ва хорижий инвесторлардан олинган маблағлар ҳисобига амалга оширилиши мумкин. Капитал қўйилмалар ҳажмига барча молиялаштириш манбаларидаги қуйидаги ишларга йўналтиришга олинган харажатлар киради:

- қурилиш монтаж ишлари, капитал ишлар ва харажатлар (лойиха, геологоразведка ишлари)га;
- таъмирлаш (реконструкция), техник қайта жихозлари, амалдаги корхоналар қувватларини кенгайтиришга;
- янги объектлар қуришга; жихозлар, ускуна, инвентар, транспорт воситаларини олишга ва бошқа ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш асосий воситаларига.

Янги қурилишларга – янги қуриладиган корхоналарнинг ноишлаб чиқариш, ёрдамчи, асосий объектлар қўтариш, қурилиш битгандан сўнг мустақил балансда фаолият юритувчи ишлаб чиқариш ва филиаллар киради. Бошқа капитал ишлар таркибига капитал қўйилмалар ҳисобига

¹⁰ www.peugeotufa.ru – цены услуг

амалга ошириладиган лойиха тадқиқот ишлари, ва қурилаётган корхоналар дирекциясига сарфланадиган харажатлар, ишчи ҳсдимлар олишга йўналтирилган харажатлар ҳамда эркин қурилиш лойихасида қўзда тутилган бошқа харажатлар қиради. Молиялаштириш манбалари бўйича қуйидаги капитал қўйилмалари мавжуд:

- хусусий молия ресурслари ва ички хўжалик ресурслар (корхона фойдаси, чегирмалар, авария ҳолатида сарфланадиган воситалар);
- заём молиявий воситалар;
- жалб қилинган молиявий воситалар (акция воситалари, меҳнат жамоа аъзолари, фуқаро, юридик шахсларни пай ва бошқа бадаллари);
- қайтарилувчи ва қайтарилмас бюджет воситалари;
- хорижий инвесторлар воситалари.

Молиявий қўйилмалар инвестицион капитал қўпайтирувчи ёки бошқа фойдани олиш учун низоми капитални инвестицияси шаклида ёки корхоналарнинг қимматбаҳо қоғозлари, давлат заёмлари, облигациялари, бошқа юридик шахслари, депозит сертификатларга эга активлар. Узок муддатли молиявий қурилмалар – корхонада бир йилдан ортиқ фойдаланиш имкониятига эга қўйилмалардир. Қисқа муддатли молиявий қўйилмалар бир йилга етмаган муддатда тугатиладиган облигациялар, депозит сертификатлар ва эркин пул воситалардир.

Молиявий қўйилмаларга эга бўлишда сотилиши билан боғлиқ бўлган барча харажатларни ўз ичига олган баҳода нархланади (брокер, банк хизматлари муқофотлари). Эга бўлган вақтдан олдин ҳисобланган фоидалар, дивидендлар, молиявий қўйилмалар сотувчига тўланган фоидага камайтирилган нархда сотиш ҳисобида акс эттирилади. Қисқа муддатли молиявий қурилмалар бухгалтерия балансида, кундалик баҳода ва энг паст нархда сотилиш ва кундалик баҳода ҳисобга олинади. Агар қисқа муддатли қурилмалар энг паст нархда сотилса ва кундалик баҳода ҳисобга олинса баланс баҳоси умумий портфель (ҳалта) асосида ёки қўйилмалар турлари, ёки бўлак қўйилма асосида аниқланади. Қисқа муддатли қурилмалар кундалик нархининг ўзгаришидан олинadиган зарар ёки фойда қайси даврда бўлган бўлса шу давр ҳисоботида акс эттирилади.

2. Меҳмонхона ва ресторанларнинг асосий воситалари ва активларининг амортизациясини баҳолаш

Асосий воситаларга хизмат муддати бир йилдан ортиқ бўлган, ишлаб чиқариш жараёнида кўп марта натурал шаклда фойдаланиладиган воситалар қиради. Асосий воситаларни қуйидагича таснифлаш мумкин:

- бинолар,
- иншотлар,
- ўзатувчи қурилмалар,
- машина ва ускуналар,
- асбоблар,

- ҳисоблаш техникаси воситалари,
- транспорт воситалари
- ишлаб чиқариш ва хўжалик инвентари,
- подалар,
- кўп йиллик экинлар
- ерни яхшилаш учун қилинган капитал қўйилмалар,
- бошқа асосий воситалар.

Асосий воситалар бошланғич, тикланган ва қолдиқ қийматлари бўйича баҳоланади. [13]

Бошланғич нарх – асосий воситани сотиб олишга қилинган ҳақиқий харажатлар, шу жумладан, бундан тўланган солиқлар ва йиғимлар, транспорт харажатлари, монтаж, ўрнатиш ва созлаш сарфлари, мўлжал бўйича фойдаланиш учун асосий воситани иш ҳолатига келтириш учун бевосита сарфланган барча харажатлардир. Бошланган нарх бухгалтерия ҳисоби учун асосий воситалар ҳаракатини назорат қилиш, амортизация ажратмаларини ҳисоблаш ва эскиришнинг қийматини аниқлашга асос бўлади.

Тикланган қиймат – асосий фондларни ишлаб чиқариш, яъни куриш ёки жорий бозор нархларида сотиб олиш қийматидир. Тикланган қийматдан асосий фондни сотиб олиш шarti билан ижарага бераётганда ва хиссадорлик жамятининг қиймати аниқланаётганда фойдаланилади.

Қолдиқ қиймати – асосий воситаларнинг сақланиб қолган қийматидир, яъни, бунда бошланғич қийматдан эскириш қиймати айириб ташланади.

Эскириш асосий фонднинг ишлатилиши натижасида юз берадиган бўлса, бу – фойдаланиш эскириш деб аталди. Ёғингарчилик, ҳарорат, намлик, атроф-муҳит таъсиридаги эскириш табиий эскириш дейилади. Янги инновацияларнинг пайдо бўлиши натижасида эски асосий фонднинг қадрсизланиши – маънавий эскириш деб аталади.

Амортизация ажратмаларнинг маҳсулот қийматига қўшилиши асосий фондларнинг айланма фондларга ўтиши сингари тушунилади. Буни амалга ошириш учун дастлаб амортизация нормаси ва суммаси нималигини тушуниб олиш керак:

Амортизация нормаси – эскиришнинг асосий фондларни бошланғич қийматига нисбатан фоиздаги ифодасидир.

Амортизация суммаси – асосий воситанинг белгиланган ишлаш муддати (жараёни)да ишлаб чиқарилган маҳсулот таннархига эскиришнинг амортизация қийматини тизимли равишда киритиб бориш қийматидир. Амортизация суммаси қуйидагича ҳисобланади:

Ҳисобот давр бошидаги асосий фондларнинг қиймати ҳисоблаб топилади, ҳисобот даврида ишга туширилувчи асосий воситаларнинг қиймати аниқланади, ишдан чиқувчи асосий воситаларнинг ўртача йиллик қиймати аниқланади, амортизацияланадиган асосий воситаларнинг ўртача йиллик қиймати аниқланади. Ишга туширилаётган асосий воситаларнинг

қийматини аниқлаш учун бу асосий воситаларнинг ўртача йиллик қиймати 12 га бўлинади ва ишланадиган тўлиқ ойлар сонига кўпайтирилади. Ишдан чиққан асосий воситаларнинг ўртача йиллик қиймати ҳам шу тариқа ҳисобланади.

Асосий фондлар комиссия тузилиб, тегишли хужжатлар (паспорт, бухгалтерия, ва бошқалар) кўриб чиқилиб, баҳоланади. Асосий фондлар уларнинг ишга ярамай қолганлиги тўғрисидаги актларини имзоламай туриб бўзиш мумкин эмас. Асосий фонд бузилгани (демонтаж)дан сўнг, унинг ишга яроқли қисмлари бухгалтерия хужжатларида кирим этилади. Асосий фондларнинг ҳақиқатда мавжудлиги, уларнинг сифати қандайлиги, хужжатларда кўрсатилганига тўғри келишлигини текшириш мақсадида инвентаризация ўтказилиши мумкин.

Номоддий активлар қаторига ноу-хаулар, патентлар, муаллифлик ҳуқуқлари, электрон дастурлар қабилар қиради. Улар сотиб олиш нархи, тури, хўжалик фаолиятидаги ўрнидан келиб чиқиб баҳолаш мумкин. Номоддий активлар ҳам амортизацияланади. Уларнинг эскириш нормаси бошлангич баҳо ва улардан фойдали фойдаланиш муддатидан келиб чиқиб ҳисобланади. Улардан фойдали фойдаланиш муддати аниқлашнинг иложи бўлмай қоладиган бўлса, эскириш нормаси энг кўпи билан 5 йил муддатга асосланиб ҳисобланади.

3. Мехмонхона ва ресторанларнинг айланма активлари ва улардан фойдаланишни баҳолаш

Хом ашё ва материаллар, тайёр маҳсулот ва товарлар, тугалланмаган ишлаб чиқариш ва келгуси давр харажатлари, пул воситалари ва банк ҳисобидаги маблағлар корхонанинг айланма воситаларини ташкил этишади.

Айланма воситаларни – пул воситаларининг тўхтовсиз айланишини таъминлаб берувчи айланма ишлаб чиқариш фондлари ва айланма фондларини ташкил этиш учун авансланган пул воситалари сифатида тушуниш мумкин. Айланма ишлаб чиқариш фондлари – ишлаб чиқариш жараёнида фойдаланиладиган меҳнат предметларидир. Уларнинг қиймати тайёрланувчи маҳсулот нархига ўтказилади. Булар: хом ашё, асосий материаллар ва ярим тайёр маҳсулотлар, ёрдамчи материаллар, ёқилғи, ёнилғи, идишлар, эхтиёт қисмлар, кам қийматли ва тез эскирувчи материаллар, тугалланмаган ишлаб чиқариш ва келгуси давр харажатларидир.

Айланма фондларга – корхонанинг тайёр маҳсулотнинг захираларига, юкланган товарларга қилинган, ҳали ҳаққи олинмаган харажатлари қиради; айланма фондларга бу харажатлардан ташқари, банк ҳисобидаги ва кассадаги пул маблағлари ҳам қиради.

Мехмонхоналар ишлаб чиқариш жараёнига нисбатан харажатларига қараб, яъни мехмонхона маҳсулотлари ва хизматлари билан боғлиқ

харажатларга қараб тавсифланади, булар туризм маҳсулотини ҳаракатга келтириш ва сотиш билан боғлиқ харажатлардир. Меҳмонхона ташкилотининг ишлаб чиқариш харажатлари, ўз навбатида куйидагиларга бўлинади¹¹:

- меҳмонхона маҳсулотини ишлаб чиқариш чоғида фойдаланиладиган бошқа ташкилот маҳсулотига ҳуқуқий мақомни сотиб олиш харажатлари. Бунга жойлаштириш ва яшаш бўйича, транспорт хизмати (ташиш) ва овқатланиш бўйича, экскурсия хизмати бўйича, тиббий хизмат кўрсатиш бўйича, касалликларни даволаш ва уларнинг олдини олиш бўйича, виза хизматини кўрсатиш бўйича кетган харажатлар (жумладан, туристик сафарни расмийлаштириш билан боғлиқ харажатлар), маданий-маърифий, маданий томоша ва спорт тусидаги хизматлар бўйича харажатлар, бахтсиз ходисалардан, касалликлардан ихтиёрий суғурта, туристик сафар чоғида тиббий суғурта харажатлари, таржимон-гидларга ва кузатиб боровчиларга хизмати бўйича харажатлар, меҳмонхона маҳсулотини ишлаб чиқиш чоғида фойдаланиладиган бошқа хизматлардаги харажатлар қиради.

- ишлаб чиқариш ходимларининг фаолияти билан боғлиқ харажатлар меҳмонхона маҳсулотларини ишлаб чиқаришда бевосита банд бўлган, штатда турган, шунингдек фуқаролик-ҳуқуқий тусдаги шартнома асосида ишларни бажараётган ходимлар ишлаб чиқариш ходимлари ҳисобланади. Бу турдаги харажатларга ишлаб чиқариш ходимларига тўланадиган меҳнат ҳақи: ижтимоий эҳтиёжларга ажратмалар, ишлаб чиқариш ходимларининг хизмат сафарлари билан боғлиқ харажатлар қиради.

- туризм ташкилотининг туристик маҳсулотни ишлаб чиқаришда қатнашаётган бўлинмаларининг харажатлари. Бу бўлинмаларга меҳмонхоналар, дам олиш уйлари, мотеллар, кемпинглар, спорт иншоотлари, махсус туристик транспорт қиради.

- устама харажатлар. Бунга туристик маҳсулотни ишлаб чиқаришни ташкил этиш билан боғлиқ харажатлар (бошқарув ходимларининг меҳнатига тўланган ҳақ, махсус эҳтиёжларга ажратмалар билан бирга, хизмат сафари харажатлари), жумладан туризм ташкилоти ходимларига хорижий паспортни ва бошқа ҳужжатларни расмийлаштириш харажатлари, маъмурий биноларнинг ижара ҳақи, уларни сақлаш ва фойдаланиш харажатлари, шу жумладан коммунал хизматлар, таъмирлаш ва техник хизмат кўрсатиш харажатлари, туризм ташкилоти ходимларига транспорт хизмати харажатлари, ҳисоблаш техникаси ва ташкилий техникани сақлаш ва ундан фойдаланиш харажатлари, жумладан уларни таъмирлаш ва фойдаланиш, техник хизмат кўрсатиш харажатлари, барча турдаги мулк амортизацияси, туристлар борадиган мамлакатларда янги йўналишларни ўзлаштириш билан боғлиқ харажатлар (туристлар борадиган мамлакатлар-

¹¹ Жукова М. А. Индустрия туризма менеджмент организации М. Финансы и статистика 2003г

да ходимларни тил ўрганиш бўйича стажировкаси харажатлари), алоқа хизматига тўловлар (телефон, факсимилия, пейжер, уяли, телеграф, почта ва бошқа алоқаларга тўловлар), махсус бланкалар (сток-чипталар, туризм йўлланмаси бланкалари, ваучерлар, ҳисобот бланкалари), ёзув-чизув буюмлари сотиб олиш харажатлари, кредит бўйича фоиз тўловлари, ахборот, аудиторлик ва консултация хизматларига тўловлар, кадрларни тайёрлаш ва қайта тайёрлаш харажатлари, меҳмонхона мулкани мажбурий ва ихтиёрий сугурталаш харажатлари, қонунда рухсат этилган захираларни барпо этишга ажратмалар, тармоқ ва тармоқлараро бюджетдан ташқари махсус фондларга ажратмалар, таннархга киритиладиган солиқлар, йиғимлар, тўловлар ва бошқа мажбурий ажратмалар, хусусан, туристлар хизматларининг бир қисмидан фойдаланмаганидан (уларга ҳуқуқ туркум, блок ва бошқа ажралмас комплекс билан туризм маҳсулоти ишлаб чиқариш учун, хусусан транспорт воситасини тўла ёки бир қисмини ижарага олиш хизмати ҳуқуқи сотиб олинади) технологик йўқотиш билан боғлиқ чиқимлар, юк ташувчилардан ва бошқа чартер дастури ташкилотчиларидан мунтазам қатнайдиغان транспорт воситасидаги жойлар блоқини (блок-чартер) сотиб олиш харажатлари киради. Реклама (туризм маҳсулотларини сотиш, уларни бозорга чиқариш мақсадида истеъмолчига таъсир ўтказишга қаратилган ахборот) харажатлари реклама буюмлари (расмлар, суратлар билан безатилган каталоглар, рисоалар, альбомлар, проспектлар, проқатлар, афишалар, реклама хатлари ва очик хатлари ва шу кабилар)ни ишлаб чиқиш ва нашр қилиш, янги фирма пакетларининг эскизларини, этикеткаларини, намуналарини ишлаб чиқиш ва тайёрлаш, реклама совғалари, оммавий ахборот воситалари орқали (матбуотда эълон бериш, радио ва телевидениеда эшиттириш каби) реклама тадбирлари, ёруғлик рекламалари ва бошқа ташқи рекламалар харажатлари; реклама тахталар, кўрсаткичларни сотиб олиш, нусха кўчириб кўпайтириш, такрорлаш ва намойиш қилиш, уларни сақлаш ва келтириш, реклама материалларини боғжонада расмийлаштириш, туризм маҳсулотларини тарғиб қиладиган ўзга реклама тадбирларини ўтказиш, кўргазмалар ташкил қилиш ва иштирок этиш харажатлари.

Хулоса

Меҳмонхона ва ресторанларнинг мулки қаторига уларнинг фаолиятини юритиш учун мўлжалланган барча нарса, шу жумладан, ер участкаси, бинолари, иншоотлари, усқуналари, инвентари, хом ашёлари, талаб этиладиган маҳсулотлари, қарзлари ва қорхона-маҳсулот-хизматларини индивидуаллаштирувчи бошқа ҳуқуқлари киради. Мулк кўчмас ва кўчириладиган бўлиши мумкин. Кўчмас мулк – ер, қазилма бойликлари, сув манбаи, ўрмонлар, экинлар, бино ва иншоотлар, ҳуллас, ер билан боғлиқ бўлган ва уларнинг кўчирилиши қатта зарар келтириши

мумкин бўлган объектлардир. Пул, қимматбаҳо қоғозлар кабилар кўчириладиган мулк саналади.

Назорат саволлари:

1. Корхона мулки деганда нимани тушунаимиз?
2. Корхона мулкининг қандай турларини биласиз?
3. Узоқ муддатли молиявий кўйилмаларга таъриф беринг?
4. Молиявий кўникмалар дегани нима?
5. Молиявий кўникмаларнинг қандай турларини биласиз?
6. Амортизациялашга тушунча беринг?
7. Меҳмонхона асосий воситаларини қандай амортизация қилинади?
8. Ресторанлар асосий воситаларини қандай амортизация қилинади?
9. Меҳмонхона ва ресторанларни айланма активларидан қандай фойдаланилади?
10. Меҳмонхона ва ресторанлар мулкни солиққа тортилиши қоидалари?

2-БОБ. МЕҲМОНХОНА ВА РЕСТОРАНЛАР ФАОЛИЯТИНИ ИҚТИСОДИЁТИ

2.1. Меҳмонхона ва ресторанлар хўжалик фаолиятини ривожлантиришда инвестицияларнинг роли

1. Меҳмонхона ва ресторан тадбиркорлигини ривожлантиришга ажратиладиган инвестициялар ва уларнинг манбалари.
2. Инвестицияларнинг иқтисодий самарадорлигини баҳолаш услублари.
3. Меҳмонхона ва ресторанларни ривожлантиришга инвестиция ажратишдаги таваккал омилини баҳолаш.

1. Меҳмонхона ва ресторан тадбиркорлигини ривожлантиришга ажратиладиган инвестициялар ва уларнинг манбалари

Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг 1999-йил 20-августда қабул қилинган "Туризм тўғрисида"ги қонуннинг 9-моддаси "Туристлик фаолиятни молиялаш манбалари" тўғрисида бўлиб, унга кўра туристик фаолият:

- туристик фаолият субъектларининг ўз маблағлари;
- юридик ва жисмоний шахсларнинг пул бадаллари;
- заём маблағлари (облигация заёмлари ва бошқа заёмлар, банк кредитлари ва бошқа кредитлар);
- чет эл инвестициялари;
- қонун ҳужжатларида тақиқланмаган бошқа манбалар ҳисобидан амалга оширилади.

Ўзбекистонда туризм соҳасини янги босқичга кўтаришда Республика Президентининг 1999-йил 15-апрелдаги "2005 - йилгача бўлган даврда Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш Давлат дастури тўғрисида"ги Фармоннинг 2-бўлими "Ўзбектуризм" МКнинг 1999-2005 йиллардаги инвестиция сиёсати",-деб номланиб, ушбу бўлимда белгилаб берилган вазифалардан асосийлари амалга оширилди. Шунингдек, бошқа вилоятлардаги вазифалар ҳам амалга оширилмоқда.

Меҳмонхона ва ресторанлар хўжалик фаолиятларининг энг муҳим томонларидан бири – ўзининг ишлаб чиқариш салоҳиятини сақлаб қолиш ва ривожлантиришдир. Бундай йўналишда иш юритиш инвестицион фаолият деб аталади. Инвестициялар – капиталларни сақлаб қолиш за кўпайтириш мақсадида уларнинг иқтисодийётнинг турли соҳаларига қилинадиган узоқ муддатли қўйилмаларидир.

Реал (капитал ҳосил қилувчи) инвестициялар – мавжуд корхона, ишлаб чиқаришларни қайта қуриш ёки қайта қурулантириш учун, янгиларини ташкил этишга қилинадиган қўйилмалар, давлатнинг, хусусий корхоналарнинг, инвестиция фондларнинг акциялари ва қимматбаҳо коғозларини сотиб олишга қилинган молиявий (портфел) қўйилмаларидир.

Биринчи ҳолатда – восита киритаётган инвестор-корхона ўзининг асосий ишлаб чиқариш фондлари ва зарур бўлган айланма воситаларини ёки ишлаб чиқариш капиталини кўпайтиради.

Иккинчи ҳолатда инвестор-корхона кимматбаҳо қоғозлардан фойда, дивидендлар олиб ўзининг молиявий капиталини кўпайтиради. Ишлаб чиқаришга пул маблағларини жалб қилишнинг бу ҳолатида инвестицион лойиҳаларни амалга оширишга қаратилган молиявий воситаларни жалб қилишга акциялар чиқарган ташкилот ва корхоналар амалга оширади.

Инвестициялар жалб қилишнинг бошқа шакллари куйидагилар: ер участкаларини, саноат мол-мулкидан фойдаланиш ҳуқуқини, патент, лицензия, ноу-хаулар, товар белгилари, савдо белгилари, маҳсулот ва ишлаб чиқариш технологиялари, ердан узоқ муддат фойдаланиш ҳуқуқлари, сертификатлар кабиларни сотиб олиш қиради.

Инвестицион лойиҳа – капитални кўпайтириш мақсадида иқтисодиётнинг турли соҳалари ва тармоқларига капитални кўйиш бўйича режалаштирилаётган ва амалга ошириладиган тadbирлар мажмуасидир. Барча инвестициялар ички ва ташқи манбалар ҳисобига амалга оширилади. Ички инвестиция манбаларига куйидагилар қиради¹²:

- ишлаб турган асосий капиталга амортизация ҳисоби натижасида хусусий молиявий воситалар, инвестиция эҳтиёжига фойдадан ажратилган, суғурта компаниялари ва корхона томонидан турли табиат офатларидан келган зарарни қоплаш ҳисобига тўланган маблағдан шакланган ички молиявий воситалар;

- турли активлар (асосий фондлар, ер участкалари, патентлар, дастурий маҳсулотлар, савдо марказлари ва ҳоказолар);

- корхона томонидан чиқарилган акциялар ва сотиш натижасида жалб қилинган воситалар;

- қайтарилмаслик шarti асосида саноат молия бўлимлари ва юқори ҳолдинг компаниялар томонидан ажратиладиган воситалар;

- кўнгилли равишдаги ва бошқа бадаллар.

Инвестицияларнинг ташқи манбалари қаторига куйидагилар қиради:

- федерал, регионал ва маҳаллий бюджетдан, турли фондлардан, тadbиркорликни қувватлашдан қайтарилмаслик шarti билан қилинадиган ассегнациялар;

- хорижий жисмоний шахслар, халқаро ташкилотлар ва молиявий институтлар, ташкилотлар ва давлат органларининг бевосита пуллик қўйилмалари;

- давлат, банклар, фондлардан қайтариш шarti билан олинадиган кредитлар, векселлар ва бошқалар қиради.

¹² Индустрия туризма, менежмент организацион Жукова М.А. М, Финансы и статистика 2003г

Ички воситалар таркибида инвестициялашнинг асосий манбайи амортизациядир. Унинг улуши 70%ни ташкил этади.

Меҳмонхона ва ресторанларни инвестициянинг жалб қилиш фаоллигини оширувчи восита тезлаштирилган амортизациядир. Молиявий воситалар танқис шароитида инвестиция мақсадига йўналтирилган инвестицион фаолиятнинг фаоллигини оширувчи воситалардан бири лизингдир.

2. Инвестицияларнинг иқтисодий самарадорлигини баҳолаш услублари.

Инвестицион лойиҳаларнинг самарадорлиги натижалари учун жавобгарлик масъулиятини ўз бўйига олувчи инвесторлар (ёки уларнинг топшириқларига биноан махсус консалтинг фирмалари, марказлари) томонидан амалга оширилади.

Ўзбекистонда инвестицион лойиҳаларни баҳолаш услубиёти. Молия вазирлиги томонидан берилган тавсиялар асосида амалга оширилади. Инвестицион лойиҳалар самарадорлигини баҳолашда: молиявий самарадорлик (лойиҳанинг молиявий натижалари), бюджет самарадорлиги (давлат бюджети учун келтирадиган наф), иқтисодий самарадорлик (лойиҳанинг молиявий манфаатларидан бошқа келтирадиган қиймат) кабилар ҳисобланади. Уларнинг барчасининг асосида – қилинган харажатларнинг қопланиши ётади.

3. Меҳмонхона ва ресторанларни ривожлантиришга инвестиция ажратишдаги таваккал омилини баҳолаш

Ҳар бир инвестицион лойиҳанинг амалга оширилишида кутилаётган натижаларга эриша олишнинг ноаниқлиги ва эриша олмаслик хавфи ётади. Бу ҳисобга олинаётган маълумотларнинг етишмаслиги, нотўғрилиги, инвестиция амалга ошириш жараёнида бозор конъюнктурасининг тезлик билан ўзгариб кетиши ва бошқаларга боғлиқ бўлади. Инвестицион лойиҳаларни амалга оширишдаги ноаниқлик ва таваккалчиликнинг энг муҳим сабаблари ва турлари қуйидагилар бўлиши мумкин.¹³

- иқтисодий қонунчиликнинг беқарорлиги,
- жорий иқтисодий вазиятнинг беқарорлиги,
- савдо операцияларига турли чегараларнинг қўйилиши, чегараларнинг ёпилиши,
- ҳудуддаги, мамлакатдаги, минтақадаги сиёсий беқарорлик,
- нарх динамикаси ва техника ва технология тўғрисидаги маълумотларнинг нотўғрилиги ёки нотўғрилиги,
- валюта курсларининг ўзгариши,

¹³ Дурович А.П. Маркетинг в туризме Учебное пособие, М. 2004 г

- кредит бериш шартларинг ўзгариши,
- ишлаб чиқариш - технологик таваккал (ускуналарнинг ишдан чиқиши, азариялар, ишлаб чиқариш браклари),
- табиий офатлар эхтимоли,
- иштирокчиларнинг мақсадларининг ноаниқлиги,
- иштирокчи корхоналарнинг молиявий ҳолати, обрўи тўғрисидаги маълумотларнинг нотўлиқлиги ва нотўғрилиги.

Инвестицион лойихани амалга ошириш жараёнида таваккални камайтириш чораларини кўриш керак. Бунинг учун моддий ва молиявий захиралар яратиб қўйиш, технологияни такомиллаштириш ёки ўзгартириш кабиларни қилиш мумкин. Инвестицион лойихада иш қоидаларининг сценарийсининг ўзгариши кабиларни ҳам инобатга олиш мақсадга мувофиқ бўлади. [29]

Хулоса

Туризмнинг асосий негизи бўлган меҳмонхона хўжалигини республикада ривожлантириш жуда муҳим аҳамиятга эгадир. Чунки туристларнинг асосий талабини меҳмонхоналар қондиради. Республикада ушбу хўжаликни ривожлантиришга катта эътибор берилмоқда. Кўпинча чет эл сармояси ҳисобига янги меҳмонхоналар қурилмоқда, мавжудлари эса қайтадан таъмирланмоқда. Шундай бўлса ҳам кўпчилик меҳмонхоналарда хизмат кўрсатиш даражаси пастроқ, нархлар юқори, туристларнинг дам олишлари учун шароитлар кам. Шунинг учун давлат тасарруфидаги меҳмонхоналар акционерлик жамиятларига айлантирилса бизнингча мақсадга мувофиқ бўларди. Чунки меҳмонхоналарга менежер-кадрларни танлашда ва туристларни ўзларига жалб қилишда кўпроқ нарсаларга эътибор қаратган бўлардилар. Ҳозирда мамлакатимизга ташриф буюраётган туристлар сони йилдан йилга ошмоқда. Бу янада меҳмонхона хўжалигига бўлган эҳтиёжни кўпайтиради. Тадбиркорлик соҳасида муваффақиятга эришиш учун ҳар бир корхона маркетинг ва сотувлар борасида фикр юритиш керак. Маркетингни меҳмонхона ва ресторанлар тадбиркорлиги соҳасида Ўзбекистонга келаётган туристларни эҳтиёжларини тўғри аниқлаб юқори сифатли жозибдор туристик маҳсулот яратиш ва потенциал туристларга ўзига мос келадиған туристик маҳсулот билан таништирди.

Албатта шуни таъкидлаш лозимки, бугунги бозор иқтисодиёти шароитида бозорни тадқиқ этиб, бозор имкониятларини ўрганиб натижада корхона мақсадларига эришишга олиб келувчи маркетинг фаолиятларини режалаштириш ва амалга ошириш лозим.

Шуни айтиш мумкинки, бугунги кунда туризм тармоғи корхоналари хаваскорлар бошқарадиған даврлар ўтди. Энди ва яқин келажакда фақат профессионаллар Ушбу соҳада ишлаб кетиши мақсадга мувофиқдир.

Назорат саволлари:

1. Инвестиция деганда нимани тушунасиз?
2. Инвестицион лойиха тушунчасига таъриф беринг?
3. Инвестицияларнинг ички манбааларини санаб беринг?
4. Инвестицияларнинг ташқи манбааларини санаб беринг?
5. Инвестицион лойихалар самарадорлигини қандай бахоланади?
6. Молиявий муносабатлар деганда нимани тушунасиз?
7. Меҳмонхона ва ресторанлар фаолиятидаги молиявий муносабатлар нимадан иборат?
8. Меҳмонхоналарда тадбиркорликни ривожлантиришда инвесторлар роли қандай?
9. Ресторанларда тадбиркорликни ривожлантиришда инвесторлар роли қандай?
10. Инвестицион лойихаларни амалга оширишдаги таваккалчилик мезонларини тушунтиринг?

2.2. Меҳмонхона ва ресторанлар фаолияти маркетинги

1. Меҳмонхона ва ресторан тадбиркорлиги маркетингининг ижтимоий-иқтисодий моҳияти ва таркиби.
2. Маркетинг тамойиллари ва муҳити.
3. Меҳмонхона ва ресторанларда хизмат кўрсатиш ва сотиш сиёсатини асослаш.
4. Меҳмонхона ва ресторанларнинг нарх сиёсати.
5. Мижозларга доимий хизмат кўрсатиш сиёсати.
6. Ўзбекистон меҳмонхоналарида хизмат кўрсатиш истиқболлари.

1. Меҳмонхона ва ресторан тадбиркорлиги маркетингининг ижтимоий-иқтисодий моҳияти ва таркиби

Тижорат муваффақиятига эришиш учун ҳар бир корхона маркетинг ва сотувлар тўғрисида қайғуриши лозим. Маркетинг тамойили – мижозларга рақобатчиларга нисбатан хизмат кўрсатишни қондиришга интилаётган ташкилотларнинг мижозларга томон йўналтирилган бутун бир фалсафасидир.

Маркетинг туристларнинг эҳтиёжларини тўғри аниқлаб, жозибадор туристик маҳсулот яратиш, потенциал туристларга уларга мос келадиган туристик маҳсулот билан таништириш учун ёрдам беради. Бунинг учун бозорни тадқиқ этиб, бозор имкониятларини ўрганиб, корхона мақсадларини эришишга олиб келувчи маркетинг фаолиятларини режалаштириш ва лозим даражада амалга ошириш лозим. Маркетинг хатти ҳаракатлари ва ресурсларни тўғри йўналтиришдан ташқари, бозор сегментациясини ҳам амалга ошириш керак. Шуниси аниқки, туристларнинг ҳаммаси ҳам бир хил бўлавермай, улар ўз одатлари, ҳаёт тарзлари, дунёқарашлари кабилар билан фарқланади. Бу фарқлар асосида

бозор сегментлари аниқланади ва бу сегментлар уларнинг иқтисодий аҳамияти, турли хизматларга бўлган талаблари асосида корхона мақсадларининг эришилишига кўпроқ мос келувчилари танлаб олинади. [17]

Маркетинг дастури меҳмондорчилик корхонасининг бозордаги талаб ва бошқа омилларнинг ўзгаришига дарҳол мослашиш имконини беради. Маркетингни истеъмолчига йўналтириш учун қуйидагиларга эътибор бериш керак¹⁴:

- истеъмолчининг эҳтиёжлари энг биринчи ўринда туради;
- миқозларнинг қанча кўп эҳтиёжлари қондирилса, унинг корхона миқозига айланиш эҳтимоли шунчалик кўп бўлади;
- истеъмолчининг эҳтиёжлари тўғрисида доимий қайғуриш лозим, илмий тадқиқотлар ҳам шунга йўналтирилиши керак;
- истеъмолчи тўғрисида қанчалик кўп билинса, унинг эҳтиёжларини шунчалик кўпроқ қондириш мумкин;
- маркетинг тадқиқотларини доимий равишда олиб бориш керак;
- истеъмолчиларнинг эҳтиёжларидаги барча ўзгаришлар тезда қайд этилиб, уларга мослашаш керак;
- бозорда пайдо бўлаётган янги маҳсулотларнинг ҳаммаси тўғрисида билиб бориш керак;
- корхонанинг кучли ва кучсиз томонларини тез-тез баҳолаб туриш керак.

Аниқланган афзалликлар кучайтирилиб, камчиликлар бартараф этилиши керак. Маркетинг қарорларини қабул қилишдан олдин умумий иқтисодий вазиятга баҳо бериш керак. Бу маркетинг муҳити таҳлил дейилади.

2. Маркетинг тамойиллари ва муҳити

Маркетингни бошқариш – бу таҳлил қилиш, режалаштириш, ижро этиш, мувофиқлаштириш, маркетинг мажмуининг барча унсурлари – элементлари (концепция, нарх шаклланиши, маҳсулотлар ҳамда хизматларни жўнатиш ва тақсимлаш)ни ўз ичига оладиган назорат дастури, ташкилотнинг мақсадига эришиш учун маҳсулотни сотиш бозорида наф келтирадиган айирбош қилиш операцияларини бажариш жараёнидир.

Маркетинг концепцияси замонавий маркетинг менежментининг асосидир. Бу миқозга қаратилган ва миқозларга рақобатчиларга нисбатан яхшироқ хизмат қилишга ҳаракат қилишнинг бутун бир фалсафасидир. Меҳмонхона индустриясида маркетинг туристларнинг эҳтиёжларини аниқлаши, жозибали туристик хизматларни йўлга қўйиши, бўлажак туристларни улар фойдалана оладиган туризм маҳсулотлари билан

¹⁴ Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Учебное пособие, М «Новое знание», 2004 г

таништириш, уларга бу хизматларни қаердан олишини тушунтиришдан иборат, бошқача айтганда, маркетингнинг вазифаси бозорни ўрганиш, махсулотни режалаштириш, уни реклама қилиш ва ҳаракатга келтириш, тақсимлаш каналларини кўрсатишдан иборат. Шуларнинг ҳаммасига риоя қилгандан сўнг меҳмондўстлик индустриясидаги ташкилот фойда олишга, ўз мақсадларига эришишга умид қилиши мумкин.

Меҳмондўстлик индустриясида маркетингни бошқариш – бу куйидаги маркетинг мақсадларига эришишдан иборат: бозор имкониятларини ва компаниянинг ресурсларини аниқлаш ҳамда компания мақсадларига эришиш учун талаб қилинадиган маркетинг фаолиятини режалаштириш ва бажариш. Маркетинг тадқиқотлари компанияларга ўз маркетинг мажмуини барпо этишга, маркетинг амалларидан ва ресурсларидан самарали фойдаланишга ҳамда ўз бозорини тақсимлаб олишга ёрдам беради. Бозорни сегментлаш-тақсимлаш концепцияси аввало мижозлар турлича бўлишига асосланади ва бозор турли тавсифлар бўйича сегментланиши мумкин. Сўнгра сегментлар уларнинг иқтисодий аҳамиятига, турли хизматларга, талабларга қараб ўрни белгиланади. Мақсадга мувофиқ бозор аниқлангандан сўнг компаниянинг маркетинг мажмуини аниқлаш навбатдаги қадам бўлади. Маркетинг мажмуининг унсурлари-элементлари мижозларнинг одатларини, рақобат муҳитидаги ўзгаришларни, иқтисодий шароитни ва сиёсий вазиятни ҳисобга олишга асосланади.

Корхонага умумий иқтисодий муҳит ва бевосита иқтисодий муҳитлар таъсир этади. Масалан, мамлакатда миллий валюта курсининг кўтарилиши шу мамлакатга келувчи хорижий туристлар сонини камайтиради. Жамиятдаги ижтимоий ўзгаришлар; инсонларнинг икки жойда ишлаши кўпаяётганлиги, соғлом турмуш тарзининг шухрат топаяётганлиги; демографик ўзгаришлар: инсонлар маълумотлари ошаётганлиги, даромадлари даражасининг ўзгараётганлиги; сиёсий ўзгаришлар: чекувчиларга қарши курашнинг кўпаяётганлиги, терроризмга қарши кураш аҳамиятининг ошаётганлиги; технологик омиллар: янги техниканинг иш шароитларининг яхшилаётганлиги кабилар туристик бизнесга ўз таъсири ўтказмай қолмайди. Шу сабабли, рақобатли курашда мағлубиятга учрамаслик учун доимий равишда макро ва микромуҳит омилларини кузатиб бориш тавсия этилади. Маркетинг муҳитларини кузатаётганда:

- бозорни баҳолаш,
- талабни ҳисоблаш,
- рақобатчиларнинг имкониятларини ўрганиш,
- истеъмолчилар онгидаги эгаллаб турилган ўрин кабиларга эътибор бериш керак.

3. Меҳмонхона ва ресторанларда хизмат кўрсатиш ва сотиш сиёсатини асослаш

Сотувлар маркетингнинг муҳим қисмидир. Сотув билан маркетингнинг асосий фарқи шундаки, сотув деганда сотилаётган маҳсулот ёки хизмат тушунилса, маркетингда шу маҳсулот ёки хизматни истеъмол этувчи истеъмолчи тушунилади. Сотувда кўпроқ маҳсулотнинг истеъмолчига етиб боришига эътибор берилади, маркетингда истеъмолчининг қондирилишига кўпроқ эътибор берилади. Истеъмолчининг қондирилишига эътибор бераётган, унинг онгида корхонанинг (унинг маҳсулот ва хизматларининг) эгаллаган ўзига хос ўрнини эгаллаш керак. Яъни, истеъмолчи корхонага барча рақобатчилар орасида қандай ўрин бераётгани, лозим бўлса бу ўринда янада чуқурак ўрнашиб олишга ҳаракат қилиш ёки тезда бошқа хил ўрин эгаллашга ҳаракат қилиш керак бўлади. Бу позициялаш ўрнашиш деб аталади. Бунинг учун рақобатчиларни таҳлил қилиш ҳам фойда бериши мумкин. Рақобатчилар қаерда жойлашганидан катъи назар уларни ўрганиш лозим. Чунки, рақобатчиларнинг бирининг муваффақиятга эришаётгани аниқланса, бунинг асосий сабабларини билиб олиш, корхонага ҳам унинг бундай муваффақиятли тадбирдан фойда олиш имконини бериши мумкин. Ёки, рақобатчиларнинг инқирози сабабини билиб, ўз корхонамизнинг келгусидаги ҳағоларининг олдини олишга ёрдам бериши мумкин. Ёки, рақобатчилардан бирортаси бозорда ўз сегментини эгаллаб олиб, истеъмолчилар онгида чуқур ўрнашиб олишга улгурса, бизнинг корхонамизнинг бу бозорга кириши ва унда ўз муваффақиятига эришиши учун анча катта харажатлар қилишга тўғри келиши мумкин. Рақобатчилар бизнинг сегментимизга суқилиб кириб, бизнинг ўрнимизни эгаллаётган бўлиши ҳам мумкин. Буларнинг барчасини рақобатчилар таҳлили аниқлаб беради.

Рақобатчиларни таҳлил қилиш натижасида бозордаги янги, ҳали эгаллаб олинмаган, биринчи бўлиб эгалланиши осонроқ бўлган жой сегментларни аниқлаб олиш мумкин бўладики, бу келгусида корхонанинг муваффақиятини янада кучайтириши мумкин бўлади. [12,13]

4. Меҳмонхона ва ресторанларнинг нарх сиёсати

Ҳаммамизга маълумки маҳсулотни харид қилишда энг кўп таъсир этувчи омил бу нархдир. Туристик маҳсулот истеъмолчиларнинг аксарияти нарх сиёсатиға жуда ҳам эътибор билан қарашади. Баъзи бирлари нисбатан арзонроқ туристик маҳсулотга интилишса, бошқалари қимматроқ, аммо юқори даражадаги маҳсулотга қизиқишади, айримлари эса ўртача сифатдаги маҳсулотни ўртача нархда харид қилишга интилади. Шундай бўлсада, нархларнинг арзонлашиши туристик маҳсулот истеъмолчиларининг аксарияти томонидан ижобий қабул қилинади.

Америка маколида таъкидланишича 25 центни тарози палласида босиб кетадиган содиклик йўқ албатта, яъни кучанинг нариги томонида 25% га арзон нархда гамбургерларни таклиф килувчи шаҳобча энг содик мижозни ҳам ўзига оғдириб олади. Демак, қимматбало сўзи бизнинг онгимизда нарх билан чамбарчас боғлиқ. Ҳалқ маҳсулот ёки хизмат кўрсатиш қийматига ҳақиқий нархига келишилади ва ҳарид қилинади. Белгиланаётган нарх маҳсулотнинг қийматига қанчалик яқин бўлса, унинг ўз харидорини топиш шунчалик осон бўлади. Истеъмолчи маҳсулотни харид этаётганда шунга ўхшаш маҳсулот учун рақобатчилар қандай нарх бераётганлигини ҳам инобат олади. Шу сифатдаги рақобатчининг маҳсулоти сезиларли даражада арзон бўлса, ёки рақобатчининг шу нархдаги маҳсулоти нинг сифати ва кўшимча хизматлари анча устун бўладиган бўлса, истеъмолчиларнинг аксарияти рақобатчи корхонанинг мижозига айланиб қолиши мумкин. Нарх белгилашда икки йўналиш мавжуд:

1. Қиёсий (қ).

2. Харажат.

Қиёсий йўналиш шунга ўхшаш маҳсулотта сўралаётган нарх таққослаш билан асосланади. Харажатлар (қ) йўналиши барча харажатларга ҳаракатлар устидаги фоиз ҳисобидан фойда олишга асосланади. Кўриниб турибдики иккала йўналиш ҳам ўз афзал томонларига эга.

5. Мижозларга доимий хизмат кўрсатиш сиёсати.

Меҳмонхоналарда истеъмолчига доимий равишда хизмат кўрсатишни яхшилаш, уни кенгайтиришга эътибор қаратиш, биноларни реконструкция қилиш, янги технологияларни киритишга эътибор бериш керак. Мижознинг талаби - энг устивор вазифа. Қанча кўп мижозларнинг талабларини қондирилса, шунча сизнинг мижозингизга айланиб қолиш эҳтимоли бор. Мижознинг талабини қондириш – барча бўлим, менежерлар ва ҳамма ишчи жамоанинг ягона мақсадидир. Мижознинг талаби – доимий қайғуриш объекти ва илмий тадқиқотлар предмети. Мижознинг талабларини ўзгаришлари мунтазам равишда эътиборга олинishi ва қайд қилиниши лозим.

Янги маҳсулотларни ва янги хизмат турларини ишлаб чиқариш зарурлиги ўз вақтида сезилиши лозим. Мунтазам равишда корхонанинг бўш ва кучли томонларини қиёсий таҳлил қилиш лозим: Кучли томонлари эътиборга олиниб қайд қилинади, бўш томонларини эса йўқотилишга ҳаракат қилинади. Мижознинг талабини ўзгаришини олдиндан кўра билиш ва барча маркетинг имкониятларини амалга ошириш лозим. Корхона фаолиятига мижоз томондан берилган баҳо барча ходимларга маълум қилиниши керак. Маҳсулот, хизмат кўрсатиш даражаси ва реклама мижоз томондан берилган баҳо асосида ривожланиб боради. Корхона бўлимлари

орасидаги ахиллик, ҳамкорлик юқори баҳоланади. Ҳамкорлик кенгайган сари, хизмат кўрсатиш даражаси шунча юқори бўлади ва миқдори талаби тўлиқ қондирилади.

Туризм индустрияси томонидан таклиф этиладиган товар номоддий характерга эга бўлгани учун, уни ишлаб чиқаришда қатнашувчи меҳнат ресурслари яъни инсонлар катта роль ўйнайди. Кўп ҳолларда бир меҳмонхона ёки ресторан бир-бирига ташқи томондан жуда ўхшаш аммо ходимларни касбий маҳорати билан фарқ қилади. Ҳеч қандай индустрия туризм индустриясидан кўп ходимларга эга эмас ва ўз маҳсулоти истеъмолчилари билан яқин алоқада эмас. Шу нуқтаи назардан инсон ресурслари туризм индустриясининг асосий элементларининг биридир. [32]

Инсоннинг ҳулқини, унинг хоҳишини аниқлайдиган куч - бу унинг маданияти. Маданият жамиятда яшайдиган инсоннинг хоҳиши, хусусиятлари, асосий бойликларини ўз ичига олади. Маданият бир қатор онгли равишда сезиладиган ва туртга асосий категориялар билан аниқланади: таом, яшаш жойи, кийим, санъат. Маданият биз нима истеъмол қилишимиз, қаерга боришимиз, қаерда йўлда тўхташимизни белгилаб беради. Маданият – динамик ҳосса: у атроф муҳит ўзгаришига қараб ўзгариб боради.

Шаклландувчи бозор баҳолай оладиган янги маҳсулот ва хизмат кўрсатиш турларини ишлаб чиқиш учун маркетинг мутахассислари мунгазам инсон маданиятидаги ўзгаришлар тенденцияларини аниқлашга ҳаракат қилишади. Масалан, Америка маданиятига хос соғлом турмуш тарзига интилиш баландлиги меҳмонхоналарда турли спорт клублар ва спорт заллари кўпайишига олиб келди. Бундай спорт клублар ва спорт заллар куриш имконига эга эмас меҳмонхоналар маҳаллий спорт клублар билан спорт билан шуғулланишга шартнома тузишни йўлга қўймоқди. Америкаликларнинг энгил соғлом таомларга интилиши ресторанлардаги менюни ҳам ўзгаришига олиб келди. Аста-секин инсонлар яшайдиган уйлари хоналарини очиқ рангларга бўяшни афзал кўрмоқдалар ва арзон оддий меҳнат ҳарид қилишмоқда. Шуларнинг ҳаммаси меҳмонхона ва ресторанларни дизайнида ҳам ўз аксини топмоқда. Аммо шундай истеъмолчилар гуруҳи учрайдикки, улар ўта ширин, нархи юқори таомларни истайди. Баъзи ресторанларда хўррандалар қайнатилган балик ва салатлар билан тушлик қилиб, десерт дастурхонига катта порция ёғлик музжаймоқ буюришади.

Истеъмолчиларнинг ҳатти ҳаракатларини тушуниш ниҳоятда мураккаб. Чунки, туризм соҳасидаги истеъмолчилар турли мамлакатлардан тариф буюришади, турли мамлакатларда инсонларнинг ҳаётини қадриятлари, ҳарид вақтидаги ҳатти-ҳаракатлари турлича бўлади.

Маркетинг мутахассислари ўз корхоналари маҳсулотларини турли талабларга қанчалик даражада мослаштириш лозимлигини аниқлашлари

лозим. Мабодо, бир варакайига ҳамма мижозларга ёқишга интилинса, товар ўзининг индивидуаллигини йўқотиб, ҳеч бир аниқ истеъмолчи талабига мос келмай қолиши мумкин. Шунинг учун, товар-хизматини янги ўзгараётган талабга мослаштиришда, қанчалик миқдорда фойда олиниши, бу ишнинг асосий мақсадларга эришилишига таъсири қандай бўлиши, мавжуд истеъмолчиларга қандай таъсир этиши мумкинлиги қабллар инobatта олиниши лозим. Янги талаб учун янги маҳсулот ишлаб чиқариб, товар хизматлар дифференциациясини йўлга қўйиш мумкин, бироқ, шунда ҳам бу ишнинг барча афзалликлари ва камчиликларини ўрганиб чиқиш тавсия этилади. Нима бўлса ҳам, истеъмолчиларнинг талаблари вақт ўтиши билан ўзгариши мумкин. Истеъмолчиларнинг даромадларининг ўзгариши, талабларининг ўзгариши ёки ҳар доим бир хил маҳсулот истеъмол этишдан зерикашлари мумкин. Шунда маҳсулотларни ўзгариб бораётган талаб-эҳтиёжларга мослаштириб, такомиллаштириб бориш, шунингдек, эҳтиёжларнинг келажакдаги ўзгаришларини олдиндан чамалаб, уларга тайёр бўлиб бориш ҳам келажакда катта манфаатлар келтириши мумкин.

Сервис маркетингини ўзгаришда инсон ўсган муҳитидаги маданиятини бозорга таъсирини тушириш лозим. Кўп қўшимча маҳсулотлар бозорнинг асосий сегментини ташкил этади, мутахассислар кўп ҳолларда шу сегментни эгаллашга қаратилган маркетинг дастурларини ишлаб чиқишга ҳаракат қилишади. Ҳар қандай жамият у ёки бу синфий таркибга эга. Аммо ҳар қандай жамиятда инсонлар асосий урф-удумларга таянади. Масалан, кўпчилик америкаликлар ҳаётда – тўғри сўз, меҳнатсевар, яхши оилали бўлиш ҳамда меҳр-муруватни аямаслик асосий деб билишади. Бу маданиятнинг асоси деб ҳисоблашади, чунки маданиятни бошқа элементлари унинг мевасидир. Улар фарзандларига ота-оналаридан ўтади, давлат муассалари томондан ташвиқот сифатида берилади, мактабларда, мадрасаларда, маркетинг муҳитини таҳлилида, маълумотни ҳаётий циклида, компиляцияларда, маркетинг мақсадларида, бозорни баҳолашда, маркетинг режаларида, бозор талабида, иқтисодий омилларда намоён бўлади.

6. Ўзбекистон меҳмонхоналарида хизмат кўрсатиш истикболлари

Меҳмонхоналарда истеъмолчи ва корхона ўртасидаги алоқани ўрганиш лозим, ҳамда хизмат кўрсатиш стратегияси ишлаб чиқиш керак. Хизмат кўрсатиш стратегияси - мижозларнинг эҳтиёжларини қондиришдан келадиган фойдали бизнесга йўналтирувчи “моёк”дир. Бу корхона ва мижоз ўртасидаги бозорга муносабатлар учун асосдир. “Сифатли хизмат кўрсатишдан” ташқи у ёки бу стратегия керакми, йўқми? Сифатли хизмат кўрсатиш кўп таркибий элементлардан ташкил топганлиги учун ва кишилар оммасига боғлиқ бўлганлиги учун бундай катта ҳўжалиқда стратегияни четлаб ўтиб бўлмайди.

Хизмат кўрсатиш стратегиясини ташкил қилиш учун корхона раҳбари энг аввало тикламоқчи бўл аётган бозор шароитининг моҳиятини англаб етиши ва бу шароитда корхона қандай ўрин тутишини англамоғи лозим?

Яхши ишлаб чиқилган стратегия шунингдек, қуйидаги саволларга жавоб бериш лозим:

-биз мижозларни қандай эҳтиёжларини қондира оламиз?

-кимдан-дир яхшироқ хизмат кўрсатиш учун, биз етарлича билим ва тажрибага эгамизми - йўқми?

-узок вақт давомида рақобатбардош бўлиш учун ва қўйилган капиталдан етарлича фойда олиш учун биз қандай хизмат кўрсатиш имомиз лозим?

Дам олувчиларни фойдасига маданий-оммавий ва ёрдамчи бўлимлар шугулланади. Пансионатнинг маданий дастури тўла ва турли хилдир: Киноконцерт залига ҳар куни турли хил турдаги тadbирлар ўтказилади. Бу турли хил солистлар ва жамоаларнинг концертли чиқишлари ва шунингдек маданият бўлими томонидан ўйлаб чиқилган ва ташкил қилинган дастурлардир. Шу дам олувчиларнинг ўзлари ўйлаб топган чиқишлар ҳам ўта қизиқдир: “Бир кўришда севги”, “Муסיқани топ”, “Мисс Черноморочка”, “Нептун куни”, ғолибларни турли хил совғалар кутади. Кечки кафе ва барлар, шунингдек тунги дискотека кун давомида дам ола олмаганларнинг ҳаммасини қабул қилади. Чўмилиш жойларига боришни ташкиллаштириш билан ёрдамчи бўлим шугулланади. Дам олувчиларга денгиз атрибутикаси, бурортмага яхта, скутер, “банан”, винсерфинг, кайиклар ва катамаранлардан фойдаланиш имкони яратилади. Пляжда ичимликлар ва мўзқаймоқ солувчи кафе ва киоскалар мавжуддир. Балиқчилар ҳар доим пляжда инги дудланган балиқларни сотишади. Сауналар кун-тун давомида ишланади. Хизмат кўрсатиш стратегияси бу соҳада ҳар қандай ишбилармонларга 3 та асосий қонпонентни:

-мижозларнинг эҳтиёжлари;

-бу эҳтиёжларни қондиришда компаниянинг қобилиятлари;

-компаниянинг узок муддат давомида фойдани ушлаб туриши.

Меҳмондустлик индустрияси бозорни хусусий талабларига мос келиши учун ўз хизмат кўрсатиш стратегияларини ташкил қилишлари лозим. Хизмат кўрсатиш стратегиясини ишлаб чиқишга киришишдан олдин энг аввало бошқарув органи ўзларига энг муҳим саволлардан бирига жавоб беришлари лозим: “Меҳмонхонанинг ишларини қандай йўналишда олиб боришнинг турини танлаш, талабгорнинг қўлолдида афзалликка эга эканлигини аниқлашдан иборатдир?”.

Курорт туридаги меҳмонхона корхонасининг хизмат кўрсатиш спецификасини қараб чиқамиз. Курортларнинг ривожланиш учун ёрдам берувчи 3 та омилни курорт корхоналарининг бошқаруви тасдиқлашади:

-курортнинг репутацияси;

-қизиқишлар объектлари;

-спорт билан шугулланиш учун шароит.

Бу омиллар маркетинг ва бошқарувни, бино ва иншоотлар архитектурасига бўлган махсус талаблар, меҳмонлар учун хоналарни, спорт майдончаларини, магазинлар, медицина иншоотларини, дам олиш жойларини қулай жойлашувини эътиборга олади. Ҳар қандай турдаги меҳмонхона учун меҳмонларни такрорий келиши зарур бўлганлиги учун, умуман олганда курортли меҳмонхоналарнинг ишлаб туриши учун заминдир. Ҳозирги кунда курортли меҳмонхоналарни раҳбарияти хусусий маркетинг анжомлари ва реклама усуллари билан яхши таниш бўлимлари лозим, чунки мижознинг ташлаши учун кўпгина дам олиш жойлари мавжуд.

Охирги йилларда кўпгина курортлар ўз эътиборларини конгресс ва ишчи туризмга қаратмоқда. Меҳмонларни асосий вазифаси юқори сифатли хизмат кўрсатувчи корхона деган репутацияга эга бўлишга интилишдир. Меҳмонхоналар гуруҳли буюртмаларни қабул қилиш учун рекламага маълум миқдордаги маблағни сарф қилиши мумкин ёки 1 ёки 2та конгрессни муваффақиятли ўтказилса, бундан мижозларнинг хурсанд бўлишининг ўзигина муваффақиятли рекламадир. Конгресс туризм яна қайта келувчилар учун яхши имкониятлар яратади, чунки меҳмонхона билан таниқли, хизмат кўрсатиш кишилар сони ортиб боради. Агарда улар яхши қабул қилинган бўлса ва уларнинг эҳтиёжлари қондирилган бўлса, улар эртами кечми яна шу меҳмонхонага қайтиб келишади. Курортли меҳмонхоналарни раҳбарияти актив фойдаланадиган бозорнинг бошқа сегменти бу интенсив-туризмдир.

Курортли районлардаги туризм бизнеси билан боғлиқликда туристик оқимнинг ҳаракати 2та йўналишда ташкил этилади: келиш вақтининг кўпайтирилиши ва дам олиш мақсадида қайта келишларни стимуллаштириш.

Шаҳарлардаги меҳмонхоналар кўпинча туристик активлик пасайиб кетган даврда курортлик концепциядан фойдаланади, бунда улар “мини дам олиш” деб аталувчи хизмат кўрсатишни махсус комплексини тақлиф қилишади. Махсус тематик турларда мавсумлар ўртасида одамлар сонини кўпайтириш маркетинг анжомининг унумдорлиги ҳисобланади.

Дам олиш учун шароит яратишга жуда катта эътибор қаратилалади. Қониқарли дам олишни ташкил этиш учун атроф-муҳитни ва хизматларни тақлиф этади. Ҳозирги кунда 1 ёки 2та бинодан иборат меҳмонхоналар жуда кам, рақобатлар шунга олиб келадикки, бундай турдаги меҳмонхоналар ўртасида нормаллари бу теннис учун столлари бўлган, отда юриш учун майдонча яхши жихозланган спорт заллари, бассейнлар, гольф ўйнаш учун майдончалар, теннис кортлари. Онлавий дам олишга махсуслаштирилган кўпгина курортлар, болалар учун махсус дастурлар тайёрлаб, ота-оналар учун қулай имкониятлар яратишади.

Маълум курорт районларини нуқтан-назарича, казино кун-тун давомида туристик оқимни таъминлашнинг деярли зарурий элементи

хисобланади. Хизмат кўрсатишни зарурий элементлари бўлиб ҳушмуомалалик ва унумдорлик хисобланади. Индивидуал хизмат кўрсатиш давомида меҳмонлар ва курорт меҳмонхоналари ишчи - хизматчилари, ўртасида янада яқинроқ муносабатлар юзага келади, бу эса маъмурият томонидан актив тақдирланади. Охир оқибатда бу мижозларнинг яна қайта ташрифи ва стабиллашувиغا олиб келади Яхши курортлар “уй ўчоғини” ташкил қилишга интилади, чунки меҳмонлар бу ерга “катта оиллага” йиғилгандай келишади ва хизматчиларни ўзларининг эски дустлари каби қабул қилишади. Курорт корхоналарида ҳар бир хизматчи меҳмондустликни фалсафий тарзда амалга ошириб, инсонларнинг муносабатларини яхшилашга имкон яратиши керак.

Меҳмондўстлик индустрияси корхона ва ташкилотларни ҳаваскорлар бошқарадиган даврлар ўтиб кетди. Ҳозир бозор у вақтдагидай эмас, балки ҳозир ва келажакда фақат профессионаллар ишлаб кетиши мумкин. [27]

Хулоса

Тадбиркорлик соҳасида муваффақиятга эришиш учун ҳар бир корхона маркетинг ва соғувлар борасида фикр юритиш керак. Маркетингни меҳмонхона ва ресторанлар тадбиркорлиги соҳасида Ўзбекистонга келаятган туристларни эҳтиёжларини тўғри аниқлаб юқори сифатли жозибатор туристик маҳсулот яратиш ва потенциал туристларга ўзи та мос келадиган туристик маҳсулот билан таништирди.

Албатта шуни таъкидлаш лозимки, бугунги бозор иқтисодиёти шароитида бозорни тадқиқ этиб, бозор имкониятларини ўрганиб натижада корхона мақсадларига эришишга олиб келувчи маркетинг фаолиятларини режалаштириш ва амалга ошириш лозим.

Шуни айтиш мумкинки, бугунги кунда туризм тармоғи корхоналари ҳаваскорлар бошқарадиган даврлар ўтди. Энди ва яқин келажакда фақат профессионаллар Ушбу соҳада ишлаб кетиши мақсадга мувофиқдир.

Назорат саволлари:

1. Маркетинг деганда нимани тушунасиз?
2. Меҳмонхона ва ресторанлар тадбиркорлик фаолиятида маркетингни мазмуни ва ижтимоий - иқтисодий моҳиятини тушунтиринг?
3. Маркетинг тамойилларини санаб беринг?
4. Ўзбекистон меҳмонхоналарида мижозларга хизмат кўрсатиш истқболлари қандай?
5. Меҳмонхона ва ресторанларда хизмат кўрсатиш ва сотиш сиёсати нималардан иборат?
6. Хизматлар маркетингининг ўзига хос жиҳатлари нимада?
7. Хизмат кўрсатишни доимий яхшилаб бориш маданияти деганда нимани тушунасиз?
8. Мижозларга доимий хизмат кўрсатиш талаблари нимада?

9. Меҳмонхона ва ресторанларда ракобат хусусиятларини аниқланг?

2.3. Меҳмонхона ва ресторанларни бошқариш

1. Меҳмонхона ва ресторанлар бошқарувини ташкил этиш
2. Меҳмонхона ва ресторанларда маркетингни бошқариш.
3. Меҳмонхона ва ресторан ходимларини бошқариш.

1. Меҳмонхона ва ресторанлар бошқарувини ташкил этиш

Меҳмонхона ҳўжалигида ишларни бажариш ва бошқарув жараёни ташкилий тузилма бўйича кечади. Тузилма – ходимларнинг вазифалари ўртасидаги муносабатлар моделидир. Тузилма меҳмонхонанинг фаолияти режалаштириладиган, ташкил этиладиган, йўналтириладиган ва назорат этиладиган буйруқлар схемасини белгилаб беради. Хуллас, тузилма корхонага шакл ва ишларнинг бажарилиши учун асос яратиб беради. [20] Тузилманинг мақсади: меҳнатни тақсимлаш, вазифалар ва муносабатларни белгилаб бериш, алоқа каналларини белгилаш.

Қадимда меҳмонхоналар метрдотел ва шеф-повардан иборат бўлган икки поғонали бошқарув тузилмаси кенг тарқалган бўлган. Ҳозирги замонда баъзи бир кичикроқ меҳмонхоналар бир оила аъзолари томонидан вазифалари катъий белгиланган ёки белгиланмаган муносабатлар асосида бошқарилмоқда.

Меҳмонхонанинг ташкилий тузилмаси қандай тузилганидан катъий назар, у корхонанинг асосий хизматлари – хавфсиз шинам тураргоҳни турли мазали таом ва ичимликлар билан таъминлаган ҳолда соғишни ташкил этишга қаратилган бўлади. Меҳмонхонанинг мана шу хизматларни амалга оширувчи бўлинмаларига асосий урғу берилади, қолган бўлинмалар урғу берилаётган бўлинмаларга ўз фаолиятларини юритишда ёрдам беришади. Яхши ташкилий тузилманинг мавжудлиги меҳмонхонада ишлар яхши юритилаётганидан далолат бермасида, нотўғри ташкил этилган тузилма яхши бошқарувчиларнинг ишларини бекорга чиқариб қўйиши мумкин. Хуллас, тузилмани такомиллаштирган ҳолда, ишларнинг бажарилишини яхшилаш мумкин бўлади.

Замонавий отелларнинг ташкилий тузилмасида иккита операция бўлинмаси – жойлаштириш хизмати ва таомлар ва ичимликлар ишлаб чиқариш хизмати ажралиб туради. Бу асосан отеллар меҳмонларга икки муҳим хизматни – хоналардаги ўринларни сотиб, хавфсиз яшашни ва турли таомлар ва ичимликлар билан яхши овқатланишни таклиф қилиши билан боғлиқ. Бошқа бўлинмаларга отелнинг асосий фаолиятини қўллаб-қувватлаш қолади. Меҳмондўстлик индустрияси компанияларида қўйилган мақсадлар ва вазифаларга эришиш учун ўзил-кесил ташкилий тузилма ишлаб чиқилиши, ундаги ишлар эса барча ходимлар ўртасида тақсимланиши лозим. Ходимларнинг асосий вазифаларини самарали қайта

ташкил этиш, уларнинг кимга бўйсунганини белгилаш, ходимлар етарлича куч-гайрат сарфлашларини таъминлаш учун ҳам ташкилий тузилма зарур.

Ташкилий тузилмани оқилона ишлаб чиқиш – бу ташкилий жиҳатдан самарали қайта тузишнинг асосий кўрсаткичидир. Яхши ташкилий тузилма ўзидан ўзи яхши ҳаракат қилмаслиги равшан. Лекин ёмон ташкилий тузилма менежерлар савиясининг даражасидан қатъи назар яхши ишни ҳам йўққа чиқаради. Демак, ташкилий тузилмани яхшилаб, ижрони ҳам такомиллаштириш мумкин. Меҳмондўстлик индустрияси компаниясининг ташкилий тузилмаси унинг иқтисодий самарадорлигинингина эмас, ходимларнинг маънавий қониқишларини, меҳнатдан мамнунлигини ҳам билдиради. Менежерлар ташкилий тузилманинг ва ишни ташкил этишнинг компания ходимларининг сай-ҳаракатларига ва фаолиятига таъсирини аниқлашлари зарур. Ташкилий тузилмани ишлаб чиқиш чоғида мутахассислар ташкилот мақсади билан боғлиқ фаолият ҳамда унинг унсурлари (элементлари) фаолиятига асосланадилар. Биринчиси – бу ташкилотнинг асосий фаолияти бўлиб, у ишлаб чиқариш жараёнини таъминлайди ва провард охириги маҳсулотга қаратилади. Бу фаолият маҳсулотни яратиш, уни тақлиф қилиш, маркетинг ва ташкилотни молиялаштиришни ўз ичига олади.

Фаолият унсурлари (элементлари) менежмент жараёнининг асосий қисмидир. Бу провард маҳсулотга қаратилмаган, балки асосий мақсадга доир фаолиятни ташкиллаштирувчи фаолият ёки ҳаракат бўлиб, у маъмурий йўл билан амалга оширишни, режалаштиришни ва сифат назоратини ўз ичига олади. Хорижий олимларнинг айтишларича, компаниянинг юқори раҳбарияти компаниянинг ташкилий тузилмасини ишлаб чиқиш чоғида беш йўналиш бўйича борадилар¹⁵. Бу йўналишлар қуйидагича:

- ишни ихтисослаш;
- департаментларни белгилаш;
- вақолатларни аниқлаш;
- назорат вазифаларининг ҳажми;
- мувофиқлаштириш усуллари.

2. Меҳмонхона ва ресторанларда маркетингни бошқариш

Маркетингни бошқариш – маркетинг комплексининг барча элементларини (маҳсулот, нарх, жой, рағбатлантириш) корxonанинг мақсадларига эришиш мақсадида таҳлил этиш, режалаштириш, амалга ошириш, йўналтириш ва назорат этиш; сотувлар бозори билан алоқа манфаатли алмашинув операциялар қилиш жараёнидир. Замонавий маркетинг бошқаруви учун маркетинг концепцияси асос бўлиб хизмат

¹⁵ Дурович А П Маркетинг в туризме Учебное пособие. М «Новое знание», 2004 г

килади. Бу мижозларга рақобатчиларга нисбатан яхшироқ хизмат кўрсатишга йўналтирилган бутун бир фалсафадир.

Маркетинг туристларнинг эҳтиёжларини тўғри аниқлаб, жозибадор туристик маҳсулот яратиш, потенциал туристларга уларга мос келадиган туристик маҳсулот билан таништириш учун ёрдам беради. Бунинг учун бозорни тадқиқ этиб, бозор имкониятларини ўрганиб, корхона мақсадларини эришишга олиб келувчи маркетинг фаолиятларини режалаштириш ва лозим даражада амалга ошириш керак.

Маркетинг тадқиқотлари туристик корхоналарга ўз маркетинг комплексларини яратиш, маркетинг ўринишлари ва ресурсларидан янада самаралироқ фойдаланиш ҳамда ўз бозорларини аниқ сегментлаш имкониятини беради. Сегментлаш концепция шундан иборатки, бозорда мижозлар турлича бўлишади ва у ҳар хил мезонлар билан қисмларга ажратилиши мумкин. Ҳар бир қисм сегмент ўзининг иктисодий аҳамияти, талаби бўйича даражаси белгиланади. Сўнг, мақсадли бозор танлаб олинади ва унга мос келувчи, унга йўналтирилган, унинг одатлар ва бoshқа ўзига хос томонлари инobatта олинган маркетинг комплекси ишлаб чиқилади.

Меҳмондўстлик индустриясида маркетинг стратегик дастури бозордаги талабни ва аниқ вазиятни акс эттириш ва улар ўзгарган тақдирда дарҳол шунга мувофиқ чора кўриш лозим. Компания маркетингининг стратегик дастурини ишлаб чиқиш чоғида компания менежерлари олдида уч гуруҳ вазибалар туради:

- бозор улушини, сотиладиган хизмат ҳажминини ва келадиган фойдани аниқлаш лозим;
- мақсад йўлидаги бозорда энг кўп мижозларни жалб этиб, рақобат афзаллигига эришиш зарур;
- стратегик мақсадга етиш учун маркетингининг тўғри тактик дастури ишлаб чиқилиши ва амалга оширилиши лозим;

Хизмат кўрсатиш саҳасида самарали маркетинг ечимлари хизматни ишлаб чиқариш операцияларини бошқариш ҳамда ходимлар ва молияни бошқариш билан мувофиқлаштирилиши, уйғунлаштирилиши даркор. Меҳмондўстлик индустрияси корхонасининг маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш чоғида қуйидаги муҳим жиҳатлар ҳисобга олиниши лозим:

- бизнес мақсадларини аниқлаш;
- бизнеснинг ички ва ташки муҳитини ўрганиш;
- бизнесни юритиш учун имкониятларни ва мавжуд ресурсларни аниқлаш;
- маркетинг мақсадларини шакллантириш;
- шу мақсадларга эришиш учун стратегияни ишлаб чиқиш;
- ахборот тизимини ва маълумотлар базасини ташкил қилиш.

Меҳмондўстлик индустриясида стратегияни шакллантиришга ёндашиш рақобат, сегментлар, бозор, қўлланиладиган технология даражаси, корхонадаги хулқ-атвор ва шахслараро муаммолар каби кўп

омилларга боғлиқ бўлганлиги сабабли олдидан белгиланган амаллар содда механик кулланиш ва бошқа кўп нарсалар ҳам қийинлашади.

Меҳмондўстлик индустриясининг стратегияси иқтисодийётдаги икки муҳим кўрсаткич - миқозларнинг омилкор фаоллиги, миқозлар дам олиш учун ажратадиган даромади ҳажмига боғлиқ. Хорижий олимлар 5 қондани ажратиб кўрсатишади, фирмалар уларнинг ёрдамида ўз маркетинг стратегиясини шакллантиришлари мумкин:

- ташкилотлардаги стратегия марказларини идентификациялаш мумкин ва уларни бизнеснинг стратегик бирлик сифатида аниқласа бўлади;
- стратегияни шакллантириш жараёни маълумотлар базасига асосланади;
- фаолият турини тахминан танланмайди, унинг муваффақияти бозор талабларини ҳисобга олишга боғлиқ,
- стратегик муқобиллар чекланган. Маркетингга қараб иш тутиш мумкин;
- ишлаб чиқариш ёки тақсимлаш;
- ташки омилларнинг аҳамияти катта.

Меҳмондўстлик индустриясида стратегияни шакллантириш жараёни бир томондан истеъмолчи ва маҳсулот ўртасидаги, иккинчи томондан савдо рақобати муҳитлари ўртасидаги ўзаро муносабатни таҳлил қилишдан бошланади. Стратегияни шакллантиришнинг навбатдаги босқичи фойданинг кўпайиши имкониятларини ўрганишдир. Олинадиган фойдани уйда ҳам, хорижда ҳам компания хизматидан фойдаланувчилар сафини кенгайтириш, эгалланган бозорларда савдо ҳажмини ошириш, ишлаб чиқариш ва савдо чиқимларини камайтириш ёрдамида унумдорликни ошириш, бозордаги улушини кенгайтириш орқали сотиш ҳажмини ошириш билан кўпайтирилади.

Маҳсулотнинг ўрнини аниқлаш стратегияни шакллантириш жараёнининг тамал тоши деб ҳисоблаш мумкин. Бу масалада ғарб олими Девис меҳмонхона бизнеси маҳсулотининг ўрнини аниқлаш миқозларнинг талаб ва истакларига, компаниянинг обрўсига, ваъда қиладиган нафларига, унинг хусусиятлари рақобатчидан ажралиб туришига боғлиқ деб ҳисоблайди.

3. Меҳмонхона ва ресторан ходимларини бошқариш

Ходимларни бошқариш – коллективга алоҳида олинган ишчиларнинг корхона мақсадларини эришишга йўналтирилган ижодий, ташаббусли, онгли меҳнат қилиши учун оптимал шароитларни яратиб беришга мўлжалланган комплекс таъсирдир. Корхонанинг энг асосий ресурслари бу унинг ишчи кучи ҳисобланиб, уларнинг меҳнати билан корхонанинг маҳсулот ва хизматлари яратилади. Ходимларнинг самарали ишлашларига эришиш учун уларнинг эҳтиёжларини инобатга олиш керак.

Туристлик маҳсулот жуда ҳам кичик, майда хизматлар орқали яратилади. Бу кичик амалга оширувчиларнинг аксарияти - корхонанинг оддий ходимлари ҳисобланишади, айнан шу ходимлар истеъмолчиларнинг

коникиш даражаларини белгилаб беришади. Бу ходимларнинг ишларини доимий равишда назорат этиб боришнинг иложи йўқ, шу сабабли, маъмурият асосан ходимларга рағбатлантириш, мотивлаштириш, жазолаш, мукофотлаш, малакасини ошириб бориш каби услублар билан таъсир эта олади, ҳолос.

Мотивлаштириш – ходимларни корхонанинг асосий мақсадларини амалга ошириш учун ижодий ва самарали меҳнат қилишга жалб этишдир.

Бошқарувчи кадрлар оддий ходимларни бошқариш давомида уларни фақатгина “мажбурлашлари” эмас, уларни ҳар томонлама ривожлантириб, ишни ўз ташаббуси билан аъло даражада бажарадиган қилишлари устида бош қотиришлари керак.

Туристик бизнеснинг томонларидан бири – унинг кўпчилик ҳолларда мавсумийлигидир. Туристик маҳсулотга бўлган талабнинг мавсумий равишда ўзгариб туриши кадрлар миқдорига бўлган талабни ҳам ўзгартириб туради. Шу сабабли келгусида ходимларга бўладиган талабни эконометрик усулларда аниқлаб, унга ғайёрланиб бориш керак.

Профессional ривожланиш ходимларнинг ўзларига ҳам ижобий таъсир қилади. Улар малакасини ошириб, янги билимларни ўрганиб ва янги кўникмалар ҳосил қилиб, меҳнат бозорига янада рақобатбардошли бўладилар ва ўз корхоналарида ҳамда ундан ташқарида ҳам профессионал ўқиш учун кўшимча имконият оладилар. Профессионал тайёргарлик жараёнида олинган янги билимлар инсоннинг умумий интеллектуал ўсишига кўмаклашади, унинг дунёқарашини ва муомала доирасини кенгайтиради, ўзига ишончини мустаҳкамлайди. Ўз фирмасида профессионал ўсишни ходимлар юқори баҳолайдилар ва улар қабул қилган у ёки бу ташкилотда ишлаш қарорига катта таъсир ўтказди, профессионал ўсишга капитал сарфлаш эса қулай муҳитни вужудга келтиради, ходимларнинг яхши ишлаш истагини ва ташкилотга содиқлигини оширади. Фирманинг ўзида профессионал ўсишдан ходимлар ва умуман жамият ютади, чунки жамият янада малакалироқ ишчи кучини олади, кўшимча харажатларсиз янада юқори унумдорликни таъминлайди.

Бозорга кириб бориш иқтисодий механизмнинг ўзгариши ва бозор муносабатларига мослашуви билангина боғлиқ эмас. Бозордан ўз жойини эгаллаш кўпроқ кадрларнинг тайёрлигига боғлиқ. Инсон ташкилий-иқтисодий механизми ўзгартириб, ўзи ҳам ўзгаради. Шу сабабли меҳнат жараёнларини интенсивлаш билан бир вақтда биргаликда меҳнат қилиш жараёнида шахснинг ҳатти-ҳаракатлари ва фаолиятини белгилайдиган омилларни ўрганишга алоҳида эътибор бериш зарур.

Адабиётда ва амалий фаолиятда ходимларнинг профессионал ўсиши жараёнининг, кадрларни жойлаштиришнинг ва уларни қайта тайёрлаш ҳамда ўқитишнинг, малакасини оширишнинг, кадрлар захирасининг ва лавозимларни тартибга солишнинг бир қанча талқинларини топиш

мумкин. Буларнинг ҳаммаси озми-кўпми ўқитиш, яъни профессионал тайёргарлик билан боғлиқ.

Профессионал тайёргарлик маълум мақсадни кўзлаб, ўқитишнинг аниқ йўналиши бўлиб, унинг пировард мақсади корxonани профессионал хусусиятлари корxonанинг ишлаб чиқариш-тижорат мақсадларига тўла мос келадиган етарли миқдордаги ходимлар билан таъминлашдан иборат. Ўқитиш дастури ходимлар таркибининг аниқ хусусиятларини ва ҳар бир корxonани (ёки бўлинма, филиални) ривожлантиришнинг долзарб вазифаларини ҳисобга олиб тузилиши лозим¹⁶. Куйидаги ҳолларда ходимларни ўқитиш талаб қилинади:

- ходим корхонага келганда;

- ходим янги лавозимга тайинланганда ёки унга янги ишни топширишганда;

- ходимга ўз ишини бажариш учун кўникмалари етишмаганда;

- корхона иктисодиётида ва муҳитда жиддий ўзгаришлар юз берганда.

Расмий жиҳатдан профессионал ривожланиш профессионал таълимни ҳам ўз ичига олади. Бироқ ҳаётда уларнинг ўртасидаги тафовут шартли бўлиб, унча муҳим ҳам эмас, чунки профессионал ривожланиш ва ўқитиш бир мақсадга – фирма ходимларини фирма олдида турган вазифаларни муваффақиятли бажаришга тайёрлашга хизмат қилади. Бу амаллар натижада ходим хизмат лавозими кўтарилади. Шу боисдан фирма учун ҳам, ходимлари учун ҳам қайта тайёрлаш мақсадларини аниқлаб олиш муҳимдир.

Қайта тайёрлашнинг мақсадлари – бу ходимларнинг фақат эҳтиёжларини, қизиқишлари ва манфаатларини акс эттириш эмас. Бу курашни, талабларни, атрофдаги ҳаёт шaroитларини ҳам акс эттиришдир. Атроф муҳитдаги, жамиятдаги, иктисодиётдаги, ўқитиш фалсафасидаги ўзгаришлар ўз-ўзидан қайта тайёрлаш мақсади тўғрисидаги тасаввурни ўзгарттиради. Шу муносабат билан қайта тайёрлаш асосий ва қўшимча мақсадларини шакллантиришда муҳимдир.

Қайта тайёрлаш жараёнида мақсадларни белгилаш чоғида турли сабаблардан фойдаланиш зарур. Мақсадларни режалаштириш ва қўйишни кадрлар малакасини оширишнинг стратегик яхлит тизими деб қарамоқ лозим.

Хулоса

Ҳозирги кунда меҳмонхона ва ресторан хўжалиги энг даромадли соҳалардан бири ҳисобланади. Чунки булар туристларнинг асосий эҳтиёжларини қондирувчи муассасалардир. Меҳмонхона хўжалигида ишларни бажариш ва бошқариш жараёни ташкилий тузилма бўйича кечади. Тузилма меҳмонхона ва ресторанларнинг фаолиятини

¹⁶ Биряков М.Б. Введение в туризм. СПб: Издательский Торговый Дом «Герда», 2004

режалаштиради, ташкил этади, йўналтиради ва назорат этади. Шу билан бирга меҳмонхона ва ресторанларни бошқаришда кадрларнинг билим ва тажриба имкониятлари ҳам муҳимдир. Бу эса ушбу муассасаларда бошқарув ва хизмат кўрсатиш сифатининг ошишига сабаб бўлади.

Назорат саволлари:

1. Меҳмонхона ва ресторан индустриясини бошқарув деганда нимани тушунасан?
2. Меҳмонхона ва ресторанларни бошқарув тузилмаси қандай бўлиши мақсадга мувофиқ?
3. Меҳмонхона ва ресторан индустриясида маркетингни бошқаришнинг аҳамияти қандай?
4. Меҳмонхона ва ресторан ходимларини қандай бошқариш услублари мавжуд?
5. Меҳмонхона ва ресторанлар ходимларини бошқариш усуллари қандай?
6. Меҳмонхона ва ресторанларда меҳнат шартномалари қандай тузилади?
7. Меҳмонхона менежментини назарий асосларига тушунча беринг?
8. Меҳмонхоналарда хизмат кўрсатиш сифатини қандай бошқарилади?
9. Меҳмонхона хўжалигида қўшимча хизматларни қандай ташкил қилинади?
10. Ўзбекистонда меҳмонхона менежментини ривожлантириш услублари нималардан иборат?

2.4. Меҳмонхона ва ресторан фаолиятини режалаштириш

1. Меҳмонхона ва ресторан фаолиятида режалаштириш турлари.
2. Меҳмонхона ва ресторан фаолиятини стратегик режалаштириш.
3. Меҳмонхона ва ресторан фаолиятида бизнес режалаштириш.
4. Меҳмонхона ва ресторанлар бизнесини ташкил қилиш ва хизмат кўрсатишни замонавийлаштириш.

1. Меҳмонхона ва ресторан фаолиятини режалаштириш турлари

Бир неча йиллар аввал макродаражада ёки бирор корхона миқёсида режалаштириш бошқаришнинг марказий бўлини ҳисобланар эди. Ҳалқ хўжалигини барча бошқариш даражаларини ўз ичига олган режалаштиришнинг иерархик тизими ишлаб чиқилган эди. Ҳозир эса кўпгина корхоналар қандайдир ахборот вакумига тушиб қолишган: яъни биринчидан ташқи нотартиб маълумотларнинг ҳаддан ташқари кўпайганлиги, иккинчидан ривожлантиришнинг истиқболдаги йўналишларини танлашда тизимли кўрсатмаларнинг йўқлиги. Марказлаштирилган бошқарувдан турли даражадаги корхоналарнинг воз кечганлиги, 90 йилларда фаолият кўрсатган кўпгина корхоналарнинг иқтисодий шароитини ёмонлашганлиги билан кузатилди. [13]

Кўпинча корхоналар режа бўйича фаолият кўрсатмай, ўз моддий муаммосини ҳал қилиш мақсадида ҳар қандай буюртмачининг ишнини

бажаришга ҳаракат қилишди. Шу билан бир қаторда ҳар қандай корхона учун узоқ муддатли мақсади, мақсадли ривожланишнинг режаси асосий эканлигига тушуниш ўсиб бормоқда. Аммо корхонанинг бугунги кунда ўз стратегиясини ишлаб чиқиш жараёни, бир вақтлар қабул қилинган режалаштириш тизимидан жуда фарқ қилади. Бозор шароитида амалда меҳмонхоналарни ривожлантиришни режалаштиришнинг йўналишлари ишлаб чиқилган ва муваффақиятли амалга оширилмоқда. Режалаштиришнинг бу тизими конкрет режаларда ўз ривожланишини ақс эттирган фирма, компаниялар стратегик режаларига асосланади.

Меҳмонхона ва ресторан хўжалиқлари нуқтаи назаридан келиб чиқиладиган бўлса, бозор муҳитида фаолият юритувчи корхоналар куйидаги турдаги режаларни қабул қилиши мумкин¹⁷.

А) стратегик режалаштириш – 10-15 йил учун корхонанинг асосий мақсадлари, бу мақсадларга эришиш лозим бўладиган вазифа ва ресурсларни ўз ичига олади.

Б) узоқ муддатли режалаштириш – меҳмонхона ва ресторанининг алоҳида стратегияларидан бири учун махсус тузиладиган бир неча йиллик режа, у стратегик режанинг бир қисми сифатида тузилиши керак.

В) жорий режалаштириш – жорий молиявий йил учун корхона фаолиятининг барча йўналишларини (ишлаб чиқариш, сотувлар, тадқиқотлар, таъминот, маркетинг, ходимларни ривожлантириш, молиявий натижалар кабилар) қамраб оладиган режа.

Г) оператив режалаштириш – қисқа муддат ичида корхона фаолиятининг аниқ масалаларини ҳал этишга қаратилади; жуда ҳам тор йўналишга юқори даражали аниқликка эга, турли усул ва услублар қўлланиши билан характерланади.

Д) инвестицион лойиҳа – янги ишлаб чиқариш қувватларини яратишга йўналтирилган узоқ муддатли капитал қўйилмалар режаси.

Е) бизнес-режа - янги меҳмонхона ва ресторан куриш, бозорга чиқиш ва хўжалик фаолиятида фойдани оширишни таъминлаш режаси.

2. Меҳмонхона ва ресторан фаолиятини стратегик режалаштириш

Стратегик режалаштириш алоқа боғланган учта вазифани ичига олади: корхонанинг асосий вазифасини белгилаш; асосий вазифани бажариш учун узоқ муддатли мақсад ва қисқа муддатли вазифаларни белгилаш; қўйилган мақсадларга эришиш стратегияни ишлаб чиқиш.

Стратегик режа;

- бу қандай корхона,

- у нима билан шуғулланади, қайси соҳада иш юритади,

¹⁷ Волошин Н.И., Исасева Н.В., Ильина Е.Н. Менеджмент туризма. Туризм как объект управления. Учебник М.: 2004 г.

- корхона қандай қилиб ривожланмокчи қаби саволарга жавоб бериши керак.

Мехмонхона ва рестораннынг асосий вазифасини белгилаш рахбарият томонидан белгиланади, уни иложи борича аниқ рақамларда акс эттириш ва ҳар бир бўлинманинг олдига, умумий вазифасига мос келувчи аниқ мақсадлар белгилаб берилиши керак. [22]

Мақсаднинг қўйилиши умумий қабул қилинган услубиятларга нисбатан санъатга асослангани муносабати билан стратегияни ишлаб чиқишда юқори даражада ишлаб чиқилган механизм қўлланилади. Тармокни таҳлил қилишда қуйидаги масалаларни ечишни кўзда тутилади:

- тармокнинг бош иктисодий таснифини аниқлаш;
- тармокни ривожлантиришга таъсир этувчи кучларни аниқлаш;
- рақобатбардошлик кучларини баҳолаш;
- тармоқда корхонанинг рақобатбардошлик кучларини баҳолаш;
- яқин рақобат корхоналарининг эҳтимол ҳаракатларини аниқлаш;
- муваффақиятли таянч омилларини аниқлаш;
- тармокни истикболда ривожланишини баҳолаш.

Корхонанинг ҳолатини таҳлил қилиш қуйидаги муамоларни ечишга йўналтирилган:

- мавжуд корхона стратегияси ўз позициясини юксалтиришга ишлаётганини баҳолаш;
- SWOT таҳлилинини ўтказиш (корхонанинг кучли ва бўш томонларини, ташқи муҳит ўзгариши билан боғлиқ, хавф ва имкониятлари);
- корхонанинг рақобатбардошлик ҳолатининг қиёсий баҳолаш;
- рақобатчилар ва корхонанинг харажат таркибини қиёсий баҳолаш;
- корхонанинг стратегик альтернативини аниқлашда иккита таянч муаммолари мавжуд:

1. Стратегияни ўзгартириш учун реал имкониятларни аниқлаш;

- қабул қилинган стратегияни яхшилашда чегаранинг мавжудлиги.

2. Рақобатнинг афзалликларини яратиш имконини берувчи стратегия ўзгаришининг йўналишларини аниқлаш.

3. Мехмонхона ва ресторан фаолиятини бизнес режалаштириш

Бизнес режа - мехмонхона ва ресторанларнинг келгусида фаолиятида барқарор ўсишини асословчи корхонада дуч келиши мумкин бўлган барча таваккал омилларни таҳлил этувчи кўрсаткичлар тизими ва муаммоларни ҳал этиш йўлларини аниқловчи ҳужжат. Бизнес режани қуйидаги вақтларда тузиш тавсия этилади:

- мехмонхона ва ресторанлар учун янги умумий ривожланиш концепциясини ишлаб чиқаётганда;
- мехмонхона ва ресторан фаолиятининг ривожланиш жараёнини баҳолаётганда;
- четдан молиявий маблағларни жалб этишда;

- ўз ривожланиш режаларини амалга оширишда хиссаларини кўшиш имконияти бор корхоналар ҳамкорларни ўз жалб этишда;
- меҳмонхона ва ресторанларни молиявий соғломлаштираётганда.

Бизнес режа тайёрлашда кенг ва тўғри маълумот талаб этилади. Тадбиркорлик фаолияти ривожланган сари ушбу маълумотлар мунтазам кўпайиб боради. Шу нуқтаи назардан баъзи мутахассилар бизнес режани икки турини тузишни тавсия этишади:

- инвестор, ҳамкор, акционерларга такдим этиладиган расмий бизнес режа ва корхона раҳбарияти, ходимларига такдим этиладиган ишчи бизнес режа. Бир хил номда, шу тартибда тузилган ишчи бизнес режа расмий бизнес режа қарори: тадбиркорлик фаолиятини бошлашдан олдин қилинадиган ишлар дастурини тузиб олиш, юзага келаётган муаммоларнинг имконий вариантларини кўриб чиқиш, ички ва ташқи таваккалларни баҳолаб олишлари, микро ва макро муҳитдаги ўзгаришларни мунтазам назорат этиб бориш имконларини беради. Бизнес-режага қўйиладиган талаблар:

- ахборот аниқ, кўп ҳажмли ва ўз навбатида қисқа;

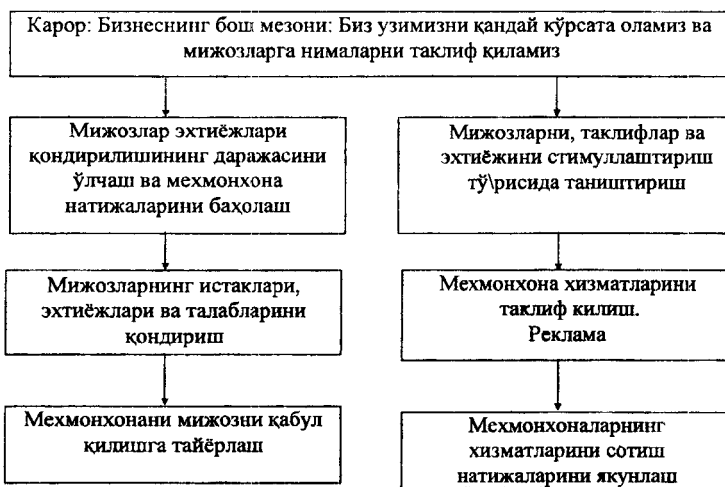
- бизнес режа такдим қилинадиган муассаса ва ходимлари талаб ва стандартларини ҳисобга олган ҳолда тайёрлаш керак;

Бизнес режани 2-5 йилга тузиш, унда уни тузувчи муаллифнинг розилигисиз маълумотларни тарқатиш мумкин эмаслиги қабилар кўрсатиш мақсадга мувофиқ бўлади. Бизнес режа расмийлаштирилган бўлиб, титул варағи, лойиханинг номи мундарижаси ва йўналтирувчи хат билан такдим этилади.

4. Меҳмонхона ва ресторанлар бизнесини ташкил қилиш ва хизмат кўрсатишни замонавийлаштириш

Туризм индустриясида ривожланиш асосий ўринни меҳмонхонага ва ресторанлар фаолияти ва улар томонидан ташкил қилинадиган бизнесни эгаллайди. Бизнеснинг асосий вазифаси шундан иборатки, яъни миқознинг эътиборини жалб қилиш ва уни имкон борича узоқ вақт ушлаб қолишдир. Бундан кейингилари келиб чиқади: миқозларни жалб этишда турли муаммолар келиб чиқади; агарда инвестицион капиталдан фойда олинмаса ва бу фойдани миқозларни талаб ва эҳтиёжларини қондириш учун яна қайтадан ишлатилмаса миқозларни ушлаб қолиш мураккаблашади. Бизнес ўзинга хос босқичларда олиб борилади¹⁸.

¹⁸ Биржаков Б. Никифоров В. И. Индустрия туризма. М. «Дом Герда» 2003 г.



1-босқич Карор: Биз ўзимизни қандай кўрсата оламиз ва мижозларга нималарни таклиф қиламиз. Биринчи босқич шундан иборатки, яъни корхона ўзи қандай ва у мижозларга нимани таклиф қила олишини аниқлаш. Бу меҳмонхона - санаторий, конгресси меҳмонхона, одатдаги ва ҳ.к. бўлиши мумкин. Бу илик ва дўстона жой бўла оладими, оилавий учоғ, расмий учрашувлар учун жой бўла оладими йўқми? Бошлиқлар ҳам, хизматчилар ҳам меҳмонхона нимани аниқлади ва у нимани таклиф қила олиши тўғрисида яққол тасаввурга эга бўлиши керак.

2-босқич. Мижозларга нима кераклигини аниқлаш ва унинг талабларини стимуллаштириш. Бу маркетинг бўлимининг ағъанавий роли: реклама қилиш, сотиш ва сотувни стимуллаштириш. Одамлар нимани кўра ўшани сотиб олиш олмаслигини аниқлаб олиш учун ташкил қилинган рекламалар ёрдам беради.

3-босқич. Меҳмонхонанинг хизматларини таклиф қилиш. Талаб стимуллаштирилгандан сўнг, “Мижозларга меҳмонхона хизматларини қандай таклиф қилиш керак?”, “Мижозларга меҳмонхонадаги хоналарнинг турлари тушунарлими, йўқми?” деган саволга жавоб топиш лозим. Инвентаризацион ёзув, брон қилиш системаларининг компоненти бўлиб қолмасдан, аҳамиятга эга бўлиши лозим. Агентлар меҳмонхона нималарни таклиф қилиши мумкинлиги тўғрисида етарлича маълумотга эгами, йўқми? Корхонанинг қизиқишларни аниқлаш хизмат кўрсатиш бўлимининг мижозларга нимани таклиф этаётганлиги кузатиб бориш зарур.

4-босқич. Кўрсатилган хизматлар ҳисобини олиб бориш. Меҳмонхонанинг хизматларини так иф қилиш ва кўрсатилган хизматларнинг ҳисобини олиб бориш 2 та турли хил нарсадир. Бу эса кўпгина англашмовчиликларга олиб келади. Хизматни таъминлашнинг ҳамма дастурлари кўрсатилган хизматларни ҳисобга олишда янгиликлар киритилишига қаратилган. Аммо кўрсатилган хизматларнинг кўпгина қисми савдо агентлари эмас, балки жойларни аввалдан банд қилиш бюросида, маъмуриятнинг столида олиб борилади.

Кўрсатилган хизматларни ҳисобга олиш, жойларни банд қилиш бўйича агентларни ва шу қаватдаги хизматчилар орқали амалга оширилади. Маъмурият столи атрофида ва ресторанларда сотув дастури қиримларни кўпайтириш учун ва хизматчиларга, улар мижозларга хизмат кўрсатишда бевосита қатнашаётганида муҳим роль ўйнашини англаб етишга имкон беради.

5-босқич. Меҳмонхонани тайёрлаш. Кўрсатилган хизматлар натижасини олиб боргандан сўнг, меҳмонхоналарни тайёрлашни олиб бориш лозим. Прогнозлаштириш-бу маркетинг жараёнининг бир бўлагидир. Кўпгина меҳмонхоналарда, бу хоналарга хизмат қилиш бўлимининг вазифасига қиради.

Сонли прогноз қаби сифатли прогноз ҳам муҳим аҳамиятга эга, яъни нафақат меҳмонхонада тўхтаган кишиларни сонини билан балки уларнинг қимлигини ва улар қандай хизматни қутаётганлигини аниқлаш. Балки булар съезд делегатларидир ёки меҳмонхонанинг мижози бир неча соатлик йўлни босиб келгандир ёки бир қанча янги уйланганлардир? Бу масалалар маркетингнинг ажралмас қисмидир.

6-босқич. Эҳтиёжлар, талаб ва таклифларни қондириш. Энди эса мижозларнинг эҳтиёжларини қондириш жараёнига ўтиш мумкин, яъни иш бошланди. Меҳмонларни кутиб олиш, уларни хоналарга жойлаштириш, мижозлар ухлайдиган, ейдиган ва дам оладиган нарсаларни яхши ҳолда саклаш буларнинг ҳаммаси механизмнинг бўлаклари бўлиб, маркетинг жараёнида ўз ролини ўйнайди. Жумладан, уларнинг роли жуда катта, чунки ҳозир меҳмонхонада яшаётган кишилар келажакда фойда келтириши мумкин. Хизматчилар меҳмонлар билан ва меҳмонларга кўрсатилаётган хизматларни нафақат яхши бажара олишлари, балки улар нима учун мижозлар нималарни қутаяпти ёки талаб қилаётганлиги тўғрисида ўзига ҳисобот бериш ва англаб етмоғи зарур. Агарда хизматчилар ўзларини маркетинг жараёнининг булагига эканликларини англаб етсагина, улар мижозларнинг қим эканликларини ва қандай эҳтиёжлари борлигини билиб олади. Қачонки улар мижозлар билан қизиқишса ва уларга ҳамдардлик билдиришса, у ҳолда мижозларни доимий кишига айлантиришга бўлган имконият юқори баҳоланади.

Яхши бошқарувчилар буларнинг ҳаммасини билишади. Хизматчи тўғрисида қайғуриш ғамхўрлик қилиш зарур, чунки хизматчи ўз навбатида мижоз тўғрисида ғамхўрлик қилади. Аммо маркетинг бўлимининг бу жараёндаги имкониятларидан камдан-кам ҳолда бош менежерлар фойдаланишади. Маркетинг бўлими ходимларидан хизматчилар мажлисларида реклама-пропаганда масалаларини муҳокама қилишда катнашишни илтимос қилиш керак, улар билан рақобат муаммоларини ўрганиш натижаларини бозорларни ўрганиш масалаларини муҳокама қилиш, уларни меҳмонхона ишлари тўғрисида гапирганда рағбатлантириш лозим. Ҳар бир ишчига нафақат у ёки бу ишни бажарибгина қолмасдан, уларни маркетинг жараёнининг бўлаги бўлиш ҳуқуқини бериш лозим.

7-босқич. Мижозларнинг эҳтиёжларни қондириш даражасини ўлчаш ва фаолият натижасини баҳолаш. Ҳар бир корхонага баҳоловчи ведомостлар зарур бўлиб: булар нафақат молиявий ҳисоботлар бўлибгина қолмасдан, балки мижозларнинг талаб ва эҳтиёжларини қондириш учун қандай ишлар олиб борилганлиги тўғрисидаги объектив баҳодир. Бундай баҳоларнинг кўпгина усуллари мавжуд: шарҳлар, талаблар карточкаси, таклифлар карточкаси ва ҳ.к. Яхши томонга бўлган ўзгаришларнинг кузатиб борилиши, рағбатлантирилиши, таҳлил қилиб борилиши ва ўзгартишлар киритиш ва фаолият натижаларини яхшилаши лозим. Бундай таҳлилнинг мохияти шундаки, ҳеч бир нарса ўзгармасдан қолмайди. Талаб, таклифлар, кутишлар ривожланиб боради ва ўзгаради. Бозорлар ўз мавсумига қараб ўзгаради. Рақобатланиш шароити ҳамма вақт ўзгаради. Фаолият натижаларини ўлчашнинг ҳақиқий баҳоси, кейинги сафар қандай бўлиш ва нимани таклифлар қилишдадир. Бошқача қилиб айтганда хизмат кўрсатиш жараёни тўғри чизиқли характерга эга эмас, балки доирасимон, тугалланмас жараён бўлиб, қайта ва қайта такрорланиб келади.

Шундай бизнес ташкил қилиш керакки, меҳмонхона ўз хизматчилари томонидан қўллаб-қувватланаётганини ва мижозларнинг улардан кўнгли тўқлигини сақлаб туриш керак. Бундай унумдорликни ва хизматчилар ва мижозлар ўртасидаги бизнес маданиятнинг ялпи фойдаси таъсири жуда каттадир.

Хулоса

Республикамизда туризм соҳасини ривожлантиришда асосий ўринни меҳмонхона ва ресторанлар фаолияти ва албатта улар томонидан ташкил қилинадиган бизнес эгаллаш лозим. Шундай бизнес ташкил қилиш кераки, меҳмонхона ўз хизматлари томонидан қўллаб қувватланаётган ва мижозларини улардан кўнгли тўқлигини сақлаб туриш керак. Бундай йўналишда, хизматлар ва мижозлар ўртасидаги бизнес маданиятини ялпи фойдаланиш таъсири жуда катта.

Бошқа сўзлар билан айтганда хизмат кўрсатиш жараёни тўғри чизиқли характерга эга эмас, балки доирасимон, тўланмаган жараён бўлиб, қайта ва қайта давом этаверади.

Назорат саволлари:

1. Меҳмонхона ва ресторанларда режалаштиришнинг қандай турларини биласиз?
2. Хўжалик фаолиятини режалаштириш услублари нималардан иборат?
3. Меҳмонхона ва ресторанлар фаолиятини стратегик режалаштириш услублари?
4. Янги туристик маҳсулотни режалаштиришда нималарга эътибор бериш керак?
5. Меҳмонхона ва ресторанларни бизнес режалаштириш қандай амалга оширилади?
6. Бизнес режанинг қайси қисмини асосий деб баҳолаш мумкин?
7. Меҳмонхона ва ресторанлар фаолиятини қандай молиявий - иқтисодий режалаштирилади?
8. Меҳмонхона ва ресторанлар фаолиятида инновацион лойиҳаларни қандай амалга оширилади?
9. Меҳмонхона ва ресторан бизнесини қандай ташкил қилинади?
10. Меҳмонхона ва ресторанларда хизмат кўрсатиш самарадорлигини қандай ошириш мумкин?

2.5. Меҳмонхона ва ресторанларда меҳнатга ҳақ тўлаш

1. Меҳнатга ҳақ тўлаш тўғрисидаги низом.
2. Меҳнатга ҳақ тўлаш тизими ва шакли.
3. Меҳнатга ҳақ тўлашнинг тарифсиз тури.
4. Меҳнатни мотивлаштириш.

1. Меҳнатга ҳақ тўлаш тўғрисидаги низом

Республикада иш ҳақи тўлашнинг ҳуқуқий асослари Ўзбекистон Конституцияси, Меҳнат Кодекси, Фуқаролик кодекси кабиларда белгилаб берилган. Конституцияга биноан ҳар бир инсон ўзининг қобилиятларидан тadbиркорлик ва бошқа қонун билан таъқиқланмаган фаолиятлардан фойдаланиш ҳуқуқига эга.

Ҳар ким ишлаш, касб ва соҳа танлаш ҳуқуқига эга. Мажбурий меҳнат қилиш таъқиқланган. Ишлаш учун хавфсиз ва зарарсиз шароитлар яратиб берилган бўлиши, иш ҳақи тўлашда камситилишга йўл қўйилмаслиги, иш ҳақи белгиланган миқдордан кам бўлмаслиги, иш кунининг давомийлиги белгиланган чегарада ошмаслиги, дам олиш олиш кунларида, байрамларда ва таътил давомида дам олиш шароитлари яратиб берилган бўлиши керак.

Инсон ёши етиши билан, касалланиши, ногиронлиги, боқувчисини йўқотиши, болаларини тарбиялаши кабилар учун қонунда белгиланган

тартибда ижтимоий ҳимояга олинади. Ишчиларнинг меҳнат муносабатларини ҳимоялаш, уларнинг меҳнат қилиш ҳуқуқларини тартибга солувчи ва ҳимояловчи Меҳнат кодекси 1996 йил 1 апрелидан ишга туширилган бўлиб, у 16 боб ва 294 моддадан иборат. [13]

1 боб. Асосий ҳолатлар (1-13 банди).

2 боб. Меҳнат муносабатлари субъектлари (14-20 банди).

3 боб. Иш берувчи ва ишчилар вақолатхонаси (21-28 банди).

4 боб. Жамоа шартнома битимлари (21-28 банди)

5 боб. Ишга жойлаштириш (29-56 банди).

6 боб. Меҳнат шартномаси (72-113 банди).

7 боб. Иш вақти (114-125 банди).

8 боб. Дам олиш вақти (126-152 банди).

9 боб. Меҳнатга ҳақ тўлаш (153-164 банди).

2. Меҳнатга ҳақ тўлаш тизими ва шакли

Меҳнат сотилади ва унинг натижасида қўшилган қиймат ҳосил бўлади. Шу сабабли, у баҳоланиши ва унинг учун ҳақ тўланиши зарур. Меҳнатга ҳақ тўлаш тизими деганда ходимларга уларнинг сарфлаган меҳнатлари ёки меҳнатларининг натижалари учун мукофот бериш усуллари тушунилади. [33]

Тадбиркорларнинг ўзлари тариф сеткаларини тузиб чиқишлари ва уларни тасдиқлашлари мумкин. Давлат тариф сеткаси касб, малака, бажариладиган ишларнинг мураккаблиги кабиларга қараб ҳақ тўлаш учун мўлжал сифатида ишлатилади. Тариф тизими ҳар бир ходимнинг бажараётган иши тури, унинг сифатига боғлиқ меҳнат ҳаққи ҳажми ҳақида маълумотни ўз ичига олади ва қуйидагилардан иборат:

- таъриф малакавий луғат (справочник);
- иш меъёри;
- ишчилар тариф сеткаси ва вақт таъриф ставкаси (соатбай, кундузги, ойлик);
- ходимларни лавозим маошлари схемаси (штат жадвали).

Тариф малакавий луғат ўз ичига ходимлар малакасига талаб этиладиган талаблар бўйича ишларнинг асосий турларини кенг таснифини олади. Талаб этиладиган малака бирор иш бажарилаётганда ишчининг разряди билан аниқланади.

Бугунги кунда меҳнатга ҳақ тўлашни дифференциялаштиришда тариф ставкаларини ва маошларини асоси бўлиб республика Вазирлар Маҳкамаси томонидан белгиланган минимал иш ҳақи ҳисобланади (7835 сўм, 2005 йил).

Қонуний тартибда ўрнатилган иш ҳақининг минимал миқдори ва иш кунининг ойлик ўртача узунлиги асосида 0-инчи ва биринчи разряд соатбай тариф ставкалари минимал размери аниқланади. Бу ҳолат шу

билан боғлиқки, ишчи ходим республика қонунчилиги бўйича бир ойда минимал маошдан кам ойлик олиши мумкин эмас.

Минимал иш ҳақини бир ой мобайнида ишлаган соатини сонига бўлиб минимал соатбай тариф ставкаси аниқланади. Масалан бир корхонанинг минимал иш ҳақининг даражаси жамоа шартномасида қайд этилади (аммо давлат томондан белгиланган энг кам иш ҳақидан паст бўлмағлиги керак, ошириш мумкин) ва ходимлар малакаси иш турлари меҳнат оғирлиги ҳисобга олган ҳолда тариф ставкаларини ишлаб чиқишда асос бўлади. Тариф ставка энг кичик нулевой разряддан бошлаб соатбай ва кун тариф ставкалари бўйича кўрсатилган жадвал:

- ҳар бир сеткада вақтбай ва ишбай асосида тўлаш учун тариф ставкалар кўзда тутилган. Тариф ставкалар бир вақт мобайнида турли ишлар бўйича ишчи-ходимларнинг меҳнат ҳақи миқдорини пул шаклида кўрсатади (соат, кун, ой – бажарилдиган ишнинг аниқ турига боғлиқ).

Тариф сеткаси бўйича тўланадиган маош ишчининг малака разряди, ишнинг мураккаблиги ва меҳнат натижаларининг сифати ошиб бориши билан ошиб боради. Ҳар бир разрядга эга бўлиш учун алоҳида талабларга жавоб бериш (билим ва малакага эга бўлиш) талаб этилади. Штат рўйхатидан корхона раҳбарлари, мутахассисларининг иш ҳақини тўлашда фойдаланилади. Бундай ҳақ тўлашда инсоннинг эгаллаб турган лавозимида бажарадиган ишлари ва малакасидан келиб чиқилади.

Корхона умумий айланмаси ёки фойдасидан фонз тўлаш амалиёти ҳам қўлланилиши мумкин. Бундай усулдан фойдаланиш корхона раҳбарияти томондан унинг иқтисодий мақсадга мувофиқлигидан келиб чиқиб қарор қабул қилингандан сўнг амалга оширилади.

3. Меҳнатга ҳақ тўлашнинг тарифсиз тури

Иш ҳақи тўлашнинг тарифсиз тизимида иш ҳақи ходим тааллуқли бўлган коллектив ишининг умумий натижасидан келиб чиқади. Бу тизимни ҳар бир ходим ва жамоанинг ишлашга бўлган қизиқиши ва масъулиятини аниқлаш имконияти бўлган корхоналарда қўллаш тавсия этилади. Тарифсиз ҳақ тўлаш тизимининг тамойили шунингдек, ҳар бир ишчига аниқ малакавий даража белгиланади, ойлик маош ёки тариф ставка ўрнатилмайди. Меҳнатга таърифсиз ҳақ тўлаш тизимининг қуйидаги вариантларини қўллаш мумкин:

- ҳар ой охирида ой давомидаги меҳнатининг натижаларидан келиб чиққан ҳолда келгуси ой учун иш ҳақи белгилаб берилади;
- бўлинмадаги меҳнат унумдорлиги ҳар фонз ўзгариши билан иш ҳақининг миқдори ўзгариб боради;
- корхона даромадидан аниқ белгиланган фонзда маош тўланади.

Бу тизимни йўлга қўйганда молиявий натижалар аниқ ҳисоб китоб қилиниб, улар ходимларнинг диққатига ҳавола этилиши талаб этилади.

4. Мехнатни мотивлаштириш

Бизнес муваффақиятининг муҳим қисмларидан бири – меҳнатни мотивлаштиришдир. Тадбиркорнинг мақсади – меҳнат унумдорлигининг ошиши, маҳсулот сифатининг ошиши, меҳнат самарадорлигининг ошиши ва ишчи ходим мақсадлари шахс сифатида унинг эҳтиёжлари билан бир хил бўлиши мумкин. Тадбиркор бу икки хил мақсадларни бирлаштириб ечиши лозим. Ходимлар ўзларини шахс сифатида тушунишса, корхонанинг ҳаққоний ишлаши, келажақда ҳам барқарор ишлаши кабиларга ишонса, ўз ишларидан маънавий қониқиш хис қила бошлайдилар. Хорижда инсонларга иш ҳақини уч қисмга бўлиб тўланади:

1 – аниқ бир вазифалар учун бошқа корхоналарда тўланадигандек, ҳамма учун бир хил ҳақ.

2 – иш тажрибаси ва инфляция каби вазиятларни инобатга олган кўшимча, бу ҳам кўпчилик учун бир хил.

3 – аввалги кун, ойларда ишлашининг натижаларидан келиб чиқадиган кўшимча.

Бозор шароитида мотивация механизми куйидаги тамойилларга жавоб бериш лозим:

- меҳнат ҳақи иш кучини ишлаб чиқаришни таъминлаш керак. Иш ҳақи ишчини ўзини ва оиласини яшаш даражасини таъминлаши керак;

- иш ҳақи ишчининг иш меҳнати миқдори, сифати ва малақасидан келиб чиқиш керак;

- иш ҳақи ишчи меҳнатининг мазмуни, характери, мураккаблиги, техник бажарувчилар, бошқарувчилар ва мутахассисларни ҳисобга олган ҳолда дифференцияланиши керак;

- айрим хўжаликларга мос меҳнатни ихтисослик хусусиятлари ва умумий талабларни ҳисобга олиш;

- меҳнатга ҳақ тўлаш тизими реал минимал яшаш даражасига таяниш лозим;

- бюджет тармоғи ва хўжалик ҳисобидаги корхоналар, давлат ва хусусий сектор ишчи ходимларини иш ҳақларини тенглаштириш;

- турли даражаларда иш ҳақларини тартибга солиш;

- маънавий ва моддий рағбатлантиришни мувофиқлаштириш;

- корхона фаолиятининг натижаси яхшиланиши ҳисобига иш ҳақини даражасини ошириш.

Корхонанинг асосий вазифаси – меҳнат жамоасини юқори натижаларга эришишни мақсад қилиб олувчи механизмни ишлаб чиқиши лозим. Бу муаммо ҳозирги кунда ўта долзарб ҳисобланади. Бугунги кундаги меҳнатга ҳақ тўлаш тизими қатор камчиликларга эга. Асосийлари куйидагилар: ялли ички маҳсулотда иш ҳақининг салмоғи пасайиши; маҳсулотлар нархи иш ҳақини ошишидан олдинроқ кетяпти; минимал истеъмол бюджети ва минимал иш ҳақи ўртасидаги тафовут ошиб бормоқда; иш ҳақи дастури тариф қисмининг салмоғи пасаймоқда;

мукофот ўз мазмунини йўқотиб бормоқда ва рағбат функция йўқолмоқда. Мукофот тизимини кўпчилик корхоналар қўлламай қўйган.

Хулоса

Конституцияга биноан ҳар бир инсон ўзининг қобилиятларидан тadbиркорлик ва бошқа қонун билан таъқиқланмаган фаолиятларда фойдаланиш ҳуқуқига эга.

Бугунги кунда меҳнатга ҳақ тўлашни дифференциялаштиришда тариф ставкаларини ва маошларини асоси бўлиб республика Вазирлар Маҳкамаси томонидан белгиланган минимал иш ҳақи ҳисобланади (7835 сум, 2005 йил).

Қонуний тартибда ўрнатилган иш ҳаққининг минимал миқдори ва иш кунининг ойлик ўртача узунлиги асосида 0-инчи ва биринчи разряд соатбай тариф ставкалари минимал размери аниқланади. Бу ҳолат шу билан боғлиқки, ишчи ходим республика қонунчилиги бўйича бир ойда минимал маошдан кам ойлик олиши мумкин эмас.

Шуни таъкидлаш лозимки, корхонанинг асосий вазифаси – меҳнат жамоасининг юқори натижаларга эришишни мақсад қилиб олувчи механизмни ишлаб чиқиши лозим.

Бу муаммо ҳозирги кунда ўта долзарб ҳисобланади. Бугунги кундаги меҳнатга ҳақ тўлаш тизими қатор камчиликларга эга.

Ялпи ички маҳсулотда иш ҳаққининг салмоғи пасайиши; маҳсулотлар нархи иш ҳаққини ошишидан олдирак кетяпти; минимал истеъмол бюджети ва минимал иш ҳақи ўртасидаги тафовут ошиб бормоқда; иш ҳақи дастури тариф қисмининг салмоғи пасаймоқда; мукофот ўз мазмунини йўқотиб бормоқда ва рағбат функция йўқолмоқда.

Назорат саволлари:

1. Меҳнатга ҳақ тўлаш тўғрисидаги низом нималардан иборат?
2. Меҳнатга ҳақ тўлашнинг қандай тизими ва шакли мавжуд?
3. Тарифсиз иш ҳақи тўлаш тизими қандай йўлга қўйилади?
4. Меҳнатга рағбатлантиришнинг аҳамияти нимада?
5. Меҳмонхона ва ресторанлар ходимларига ҳақ тўлаш таъриф тизимини тушунтиринг?
6. Меҳмонхона ва ресторанларда меҳнатни меъёрлаштириш усуллари қандай?
7. Мотивация нима?
8. Меҳнатни мотивлаштириш деганда нимани тушунасиш?
9. Тариф ставка деганда нимани тушунасиш?
10. Мукофот тизими деганда нимани тушунасиш?

2.6. Меҳмонхона ва ресторанларда хавфсизликни сақлаш ва уларга қўйиладиган санитар талаблар

1. Меҳмонхона ва ресторанларга қўйиладиган санитария талаблари.
2. Туризмда хавфсизликни таъминлаш.
3. Меҳмонхона ва ресторанларда хавфсизлик тизими.

1. Меҳмонхона ва ресторанларга қўйиладиган санитария талаблари

Ҳар қандай овқатланадиган, ичимликлар истеъмол қиладиган, чекиладиган жамоат жойларида гигиена талабларига амал қилиниши шарт. Меҳмонхона ва ресторанларда бунга риоя қилиш унинг эгалари ва албатта мижозларининг зиммасида ётади. Қонуний тартибда гигиена, санитария ва хавфсизликка бир қатор талаблар ўрнатилган бўлиб, бу талабларга амал қилиниши вақт-вақти билан инспекторлар томонидан назорат қилиб турилиши лозим. Бундай талабларга амал қилинмаётганлиги аниқланган ҳолатларда корхона эгалари оғохлантрилиб, аҳволни тузатиш учун маълум муддат берилади. Муддат тугагандан сўнг камчиликлар тузатилмаса, ресторан ёки меҳмонхона ёпиб қўйиш талаб этилади. Бундай ҳолатларда ҳокимият томонидан ҳам камчиликларни йўқотиш учун ҳаракат қилинади. Умуман ресторан ва меҳмонхоналарга гигиена, санитария ва хавфсизлик бўйича қўйиладиган барча талаблари амал қилиниши мумкин бўлган ва тезда бартараф этиш имконига асосланган. Қонунда кўзда тутилган нарсалардан бири бу ресторан тушетида шундай эълон бўлиши керак: “Ҳар қандай ходим ушбу хонадан чиқаётиб қўлини ювиши шарт”. Бундай эълон мавжуд эмаслиги санитар талабларга риоя қилмаганлиги ҳисобланади, ушбу камчилик учун ресторан ёпилмаса ҳам бўлади.

Инсон учун энг хавфлиси – иситиб бериладиган таомларда бўлади. Баъзи бир микроблар маълум ҳароратда “қайта тирилиб” инсонга хавф сола бошлайдилар. Баъзи бир балиқ турлари нотўғри тозаланиши натижасида уларнинг таркибидаги ботулин кабиларнинг қолиб кетиши инсон ҳаётига раҳна солиши мумкин.

Бошқарувчининг ёрдамчиси қаттиқ чарчаганлигига қарамай, доим ресторандаги стаканлардан тортиб, деворларда осилган суратларни рамаларнинг тозаллигига, тортилган мева ва сабзавотларнинг тозалаб ювилганига, йўлакларнинг тозаллигига катта эътибор бериши лозим. Яхши хид биладиган мижозлар мева ва сабзавотлар ўстиришда қўлланиладиган кимёвий моддалар хидини тезда ажратиб олишади. Хуррандалар дастурхонга тортиладиган қулубнай ёки узумни кучли оқва сувда ювилган бўлишини ишташади. Баъзи вегетарианецлар тайёрланган салатни ҳар бир баргини ювишни, сўнг қуритиб (салатга солинадиган соусни ортиқча сувда эритмаслиги учун) столга тортишни талаб қилишади. Мева ва салат баргларида учрайдиган майда қуртлар ҳеч қандай хавф туғдирмайди, инсон организмда белокларнинг ўрнини коплашда манбаа вазифасини бажаради. [12]

2. Туризмда хавфсизликни таъминлаш

Хавфсизликни таъминлаш - ҳар бир турист учун овқатланиш ва ушлаш каби зарур бўлган муҳим ва азалий тушунчадир. Шу сабабли саёхатлар чоғида туристлар хавфсизлигини таъминлаш туристик фирманинг бош ташвишидир. Туристик ташкилотлар амалга оширадиган чора-тадбирлар бутун бир мажмуи туристлар хавфсизлигини таъминлашга қаратилади. Бунда дам олиш жойларида ёки саёхат қилинаётган жойларда сиёсий вазиятнинг барқарорлиги ва шу жойларнинг экологик ҳолати биринчи даражали аҳамиятга эга бўлади. Ушбу омиллар нормага мувофиқ келмаган тақдирда туризм қийинлашади ва хавфсиз бўлмай қолади.

Мазкур ҳолда туристлар учун саёхатга бориладиган мамлакатдаги (минтақадаги) экологик ва сиёсий ҳолат тўғрисидаги ҳақиқий ва тўлиқ ахборот ниҳоятда муҳим бўлади. Туристик фирма сиёсий жиҳатдан беқарор ёки экологик жиҳатдан нохуш районларга боришдаги хавфсизликка қафолат бера олмаса, бу минтақаларга саёхатга боришлар камайтиради. Бунинг мисоллари кўп. Масалан, Форс кўрфазиди аруш борган пайтида ўша даврда мазкур минтақа мамлакатларига саёхатга боришлар 90 фоиз камайди. Бизнинг давримизда шунга ўхшаш вазият Югославия ва Кавказда ҳам юзага келди. Экологик жиҳатдан нохуш туманларга (Украина, Белоруссиянинг айрим туманлари ва бошқа жойларга) саёхат қилинмайди. Турист ўзига нотаниш жойга, кўпинча ўзга мамлакатга боради. У ўша ерда иқлим қандайлиги, саёхатда қандай буюмлар, химоя воситалари, дори-дармонлар керак бўлиб қолишини ҳақиқат ҳам билмайдими. Унинг жойларда тил фарқлари туфайли мўлжални тўғри ола билиши қийин бўлади. Саёхат чоғида туристга нималар керак бўлиб қолишини олдиндан кўзда тутиб қўйиш ва унга яхши мас.таҳат бериш – туристик фирманинг вазифаси.

“Пепто-Бисмол” турбизнес билан мустақкам алоқада ишлаётган Америка тиббий компаниясининг тажрибасини мисол қилиб олиш мумкин. Унинг “Саёхатчининг маслаҳатчиси” (Travelers Advisory) деб номланган буклети ҳар бир туристга у турни сотиб олаётганида текинга берилади. Ушбу буклетда турли мамлакатларда саёхат қилувчининг ўз саломатлигини сақлаб қолиши юзасидан оддий, лекин жуда зарур маслаҳатлар берилади. Ушбу буклетдаги маслаҳатлар саёхатчининг саломатлик жиҳатидан хавфсизроқ бўлишида туристга ёрдам беради. Аввало, деб маслаҳат берадилар буклет муаллифлари, саёхатга чиқишдан олдин танланган жойнинг иқлим шароитларини билиб олиш зарур. Балки бу шароитлар тиббий кўрсаткичлар (аллергия, юқори қон босими ва ҳокзолар) бўйича сизга тўғри келмас. У ерга бошқа қулайроқ пайтда (мавсумда) борганингиз маъқулдир. Баъзи экватор мамлакатларига бориш учун тахминан 10 йилдан буён ҳукм сураётган сариқ безгакка қарши эмланиш мажбурийдир, лекин бориладиган мамлакатга кириб боришдан

камида 10-15 кун аввал эмланиш лозим. Бошқа тиббий талаблар ҳам қўйилиши мумкин.

Зарурий таблеткалар, дори-дармонларни эҳтиётдан ғамлаб олиш керак, чунки борадиган мамлакатингизда Сизга тўғри келадиган дори ни топа олмаслигингиз мумкин, унга ўхшаш дори эса худди унингдек таъсир этишига ва қўшимча реакцияларни келтириб чиқармаслигига кафолат беролмайди.

Саёҳатга кичикроқ аптечка олиб кетган яхши, унинг таркибига гистаминга, яллиғланишга, қўйганга қарши, ўраб-боғлайдиган ва дезинфекциялайдиган материаллар киритилади.

“Саёҳатчининг маслаҳатчиси” ўзга мамлакатларда нотаниш таомларни ейишда эҳтиёткорлик ва тийилишга амал қилиш зарурлигига, шунингдек ҳам сувни истеъмол қилмаганлик маъқуллигига туристларнинг эътиборини қаратади. Саёҳатда қуёшдан фойдаланиш ва сувда сўзишда меъёрни билиш – саломатликни сақлаб қолиш демак. Тропик мамлакатларда қуёшдан муҳофаза қиладиган кремлар ва кўзойнақдан фойдаланиш муҳимлигини эсда тутиш керак. Сув хавзаларининг махсус белгиланган жойлари ва бассейнларда чўмилган яхшироқ. Нотаниш жойларда “сув ости қутилмаган ҳадялари” га тўқнаш келиш, шунингдек сувнинг ўзи юқумли ёки тери касалликларига олиб келиши мумкин. .

Ўзга мамлакатга саёҳат қилишда малакали шифокорни қандай топиш, ўта муҳим ҳолларда қаерга мурожаат қилишни туристларга тушуштириш зарур. Кўзда тутилмаган ҳолатлар рўй бериши мумкинлиги туфайли саломатликка оид асосий маълумотлар (қон гуруҳи, рўй бериши мумкин бўлган реакциялар, тиббий муаммолар ва тавсиялар) кўрсатилган бланкани йўл ҳужжатларингиз орасида сақлаганингиз маъқул.

Туристтик сафарлар суғуртаси туристлар хавфсизлигини таъминлашда катта роль ўйнайди. Бахтсиз ҳодисалар классик тарздаги суғуртасида мижозга одатда воқеанинг маънавий томони қопланади -- у ўз танасига зарар етказилгани учун моддий тўлов олади. Бу тўлов касаллик варақаси бўйича тўланадиган ҳақдан ташқари берилади. қатор ҳолларда тўловлар суммаси ҳақиқий чиқимдан ошади. Лекин ҳамма нарса суғурта компанияси билан турист ўртасида тузилган суғурта шартномасига боғлиқ бўлади.

Масалан, чет элга борадиган Ўзбекистон туристларини суғурта қилиш билан шуғулланадиган Ингосстрах тиббий ёрдам кўрсатиш пуллик бўлган мамлакатларда (Европада) шошилинч тиббий ёрдам кўрсатилганлиги билан боғлиқ бўлган ҳақиқий сарф-харажатларнигина, лекин 50 минг доллар доирасида қоплайди. Туризм соҳасидаги суғуртанинг қуйидаги турлари мавжуд: турист ва унинг мол-мулки суғуртаси, турфирмаларнинг таваккалчилик хавфи суғуртаси,

туристларнинг чет эл сафарларидаги суғуртаси, чет эл туристлари суғуртаси. Суғурта бадалининг суммаси бир неча сабабга боғлиқ бўлади¹⁹.

Биринчиси-суғурта бадалининг катталигига боғлиқлик (суғурта бадали қанчалик юқори бўлса, суғурта тўловлари суммаси шунчалик кўп бўлади).

Иккинчиси-60 ёшдан ошган кишилар икки ҳисса тариф тўлайдилар.

Учинчиси-оширилган тарифлар, одатда, таваккалчилик хавфи билан боғланган одамлар: учувчилар, денгизчилар, спортчилар, изкуварлар, юк автомобиллари хайдовчилари учун белгиланади.

Болаларга сийловлар одатда кўзда тутилмайди, баъзи компаниялар эса 2-3 ёшдан кичикроқ болаларни умуман суғурта қилмайдилар. Баъзи фирмалар қимматли мол-мулкларни суғурта қиладилар. Катта туристик гуруҳларга суғурта хужжати яқка тартибдаги туристлардагига нисбатан арзонга тушади. Шунинг ҳам билиш керакки, Сиз 30 минг доллардан камроққа суғурта қилинган бўлсангиз, жуда қиммат турадиган даволаниш одат бўлган мамлакатларнинг элчихоналари Сизга виза бермай қоладилар. АКШ, Канада, Япония, Исроил, Германия, Австрияга кириб бораётганингизда ана шундай суғурта хужжатингиз бўлиши керак.

Башарти, ўзга мамлакатдаги саёҳат пайтида турист ё шифокорга мурожаат қилишга, ё багаж йўқолишига олиб келадиган “суғуртали воқеа”га дучор бўлган бўлса, турист суғурта полисида кўрсатилган телефон бўйича қўнғироқ қилиши, унинг рақамини ва ўзи билан боғланиши мумкин бўлган телефон рақамини айтиши ва юзага келган вазиятни тасвирлаб бериши керак бўлади. Фақат шифокор ёзиб берган дориларнинггина ҳаққи тўланиши тўғрисида туристлар огоҳлантирилиши керак. Ўз автомобилда чет элга чиқиш “яшил харита” (Шарқий Европа мамлакатларида – “кўк харита”) деб номланган алоҳида турдаги суғурта хужжати шаклида расмийлаштирилади. Ушбу суғурта хужжати “яшил харита” тўғрисидаги шартномани имзолаган давлатлар ҳудудида амал қилинади. Амалда бу бутун Европа ва бир қатор Шарқ давлатларидир. “Яшил харита”си бўлмаса, турист ушбу мамлакатга киритилмайди. Туризмда хавфсизлик масалаларига қуйидаги жиҳатлар ҳам қиради²⁰:

- туристларнинг тайёрланганлиги йўналишнинг, турнинг тоифасига тўғри келиши (гап спорт турниси, сафар, сарғузашт турнелари тўғрисида бораётган бўлса) қатор йўналишларга туристлар саёҳат қилишларига монелик қиладиган кўрсаткичлар йўқлиги тўғрисида тиббий маълумотномалари бор бўлсагина (масалан, Камчаткадаги тур, “Дзензур вулконида чиқиб бориш”га) қўйиладилар;

¹⁹ Зайтсева Н.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме М. 2003

²⁰ Зайтсева Н.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме М. 2003

- йўналишда туристлар билан бирга борадиган гидлар, туризм бўйича инструкторлар юқори малакали бўлиши (туристлар билан ишлашга тасодифий, тайёрланмаган одамлар кўйилмайди);

- туристлар ўтиб борадиган хавфсиз трассаларнинг, шунингдек улар тўхтаб ўтадиган пунктларнинг кераклича ускуналаб, жиҳозланган бўлиши. Ана шуларнинг барчаси ўз фирмаларининг муваффақиятли ишлаши мақсадида туристик фирмалар ҳал қиладиган жиддий муаммолардир. Туризм соҳасида суғурталаш билан шуғулланадиган компаниялар хавфнинг олдини олиш чора – тадбирларига маблағлар сарфламоқдалар. Масалан, саёҳат йўналишларида туристлар йўқолиб қолишларининг олдини олиш мақсадида туристларни радиостанциялар билан таъминламоқдалар. Лекин ана шу ишларнинг барчаси қутқарувчи ва туристларнинг хавфсизлигини назорат қилувчи хизматларнинг ишлаши заруриятини йўққа чиқармайди. Ўзбекистонда бундай назорат-қутқарув хизматлари барча фаол туризм минтақаларида ҳаракат қилмоқда.

3. Меҳмонхона ва ресторанларда хавфсизлик тизими

Корхоналар хавфсизлигини таъминлаш тармоғи жуда кўп киррали. У ўз ичига корхонанинг бозор шароитида барқарор фаолият кўрсатишини мунолатловчи шундай ҳуқуқий, иқтисодий ва ишлаб чиқариш маюнасабглари, моддий, интеллектуал ва ахборот ресурсларини ҳолатларини ташкил этиш ва қувватлашни олади.

Меҳмонхона ва ресторанларни хавфсизлигини таъминлаш мақсади уларнинг асосий фаолияти билан аниқланади ва меҳнат жамоанинг иқтисодий шароитларига ички ва ташқи хавфни йўқотишга, ривожланишнинг негатив тенденцияларини йўқотишга, корхона низомида тасдиқланган, ўз мақсадига эришиш имконини берувчи шарт-шароитни таъминлашга йўналтирилган. Ушбу тармоқ корхоналарнинг хавфсизлигини таъминлаш мақсадлари қуйидагилар:

- корхонанинг барча бўлимлари, меҳнат жамоалари ва ходимларини давлат структуралари, хорижий ҳамкор ва рақобатчилар ўртасидаги муносабатларда қонуний ҳуқуқларини ҳимоялаш ва ички бошқарувни керакли даражада сақлаш;

- меҳмонхона ва ресторанларни меҳнат жамоаларининг мулкани сақлаш, улардан рационал ва самарали фойдаланиш;

- ички ва ташқи жаҳон бозориди рақобат шароитида бозор конъюктрдан яратишга шарт-шароити, тур маҳсулотлари ва хизмат кўрсатишни рақобатбардошлигини ошириш

- Корхонанинг ички ва ташқи барқарорлигига эришиш, бир томонлама ишончсиз ва тасирий ҳамкорликка йўл қўймастик;

- меҳмонхона ва ресторан жиҳозлари, ускуналари ва биоларнинг хавфини аниқлаш;

- меҳмонхона ва ресторанлар асосий фондларини яроқсиз ҳолатга келишига, инсонларни қурбон бўлиши мумкин фавқулотда ҳолатларга олиб келишига йўл қўймаслик чора-тадбирларини ташкил этиш.

Ҳар бир ҳўжалик фаолият юритувчи объектини химоя қилиши ўз йўналиши ва индивидуаллигига эга. Шу нуқтаи назардан меҳмонхона ва ресторанларни ишончли химоя қилиш, хавфсизликни бошқаришни ташкил этишнинг комплекс ёндошига боғлиқ. Жаҳон амалиётида хавф соладиган турли хил таҳлидларни аниқлаш, йўқотишга қаратилган қонуниятлар, ташкилий, иқтисодий ва техник чора тадбирларни ягона мажмуасидир. Объектларни аюсолот химоя қилиш тизими мавжуд эмас деган ҳолатда, шундай бўлиши мумкинки, бу масалага комплекс ёндошиш химоя қилишни эҳтимолли даражасини қисман таъминлайди.

Ўзбекистон Республикасининг 1999 йил 20 августда №831 сонли қонунига асосан туристик хизматларни барча турларига қуйидаги талаблар мажбурий²¹:

- саломатлик ва яшаш хавфсизлиги;
- сайёҳлар ва туристлар мулкани сақлаш;
- атроф муҳитни сақлаш.

Ушбу қонун аҳолига туристик хизмат кўрсатувчи тадбиркор фуқароларга, соҳа бўйича иш юритувчи корхоналар ташкилий ва ҳуқуқий шаклига, туристик хизматларни мажбурий сертификациялаштирилган туристларни хавфсизлигини таъминлашда асосий ҳужжат бўлиб хизмат қилади.

Хизмат кўрсатиш объектларини ёнгин хавфсизлиги тасдиқланган қондалар ва меъёрий ҳужжатлар талабларига қатъий риоя қилиш билан таъминланади. Биологик хавф солувчи омиллар қуйидагилар: микроорганизмлар, инфекциян касалликларни тарқатувчи, аллергия берувчи, захарли ўсимликлар, ҳайвонлар. қурт-қумирсқалар ва бошқалар. Психофизиологик хавф солувчи омиллар: физик ва асаб-рухий юқламалар. Кимёвий хавф омиллари: токсик, ҳаво захарланиш ва ҳ.к. Туристтик тармоқда ўзига хос хавф солувчи бошқа омиллар қуйидагилар:

- туристик корхона жойлашган жойда ёки йўлда табиий ва техник офатлар юзага келиши;
- фавқулотда ҳолатлар пайдо бўлиши (жамоа тартиб бузилиши ва ҳ.к.).

Хулоса

Туристтик ташкилотлар амалга оширадиган чора-тадбирлар бутун бир мажмуани туристлар хавфсизлигини таъминлашга қаратилади. Бунда дам олиш жойларида ёки саёҳат қилинаётган жойларда сиёсий вазиятнинг барқарорлиги ва шу жойларнинг экологик ҳолати биринчи даражали

²¹ Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисидаги қонуни» Ҳалқ сўзи газетаси 14 09 1999

аҳамиятга эга бўлиши лозим. Ушбу омиллар нормага мувофиқ келмаган тақдирда туризм қийинлашади ва хавфсиз бўлмай қолади.

Туристлар хавфсизлигини таъминлашда туристик сафарлар суғуртаси катта рол ўйнайди. Бахтсиз ҳодисалар классик тарздаги суғуртасида миждозга одатда воқеанинг маънавий томони қопланади – у ўз танасига зарар етказилгани учун моддий тўлов олади. Бу тўлов касаллик варақаси бўйича тўланадиган ҳақдан ташқари берилади. қатор ҳолларда тўловлар суммаси ҳақиқий чиқимдан ошади. Лекин буларнинг барчаси суғурта компанияси билан турист ўртасида суғурта шартномаси ўз вақтида тузилишига боғлиқ.

Объектларни аюсолют ҳимоя қилиш тизими мавжуд эмас деган ҳолатда, шундай бўлиши мумкинки, бу масалага комплекс ёндошиш ҳимоя қилишни эҳтимолли даражасини қисман таъминлайди.

Назорат саволлари:

1. Меҳмонхона ва ресторан хавфсизлигини таъминлашнинг мақсад ва вазифалари нимада?
2. Бахтсиз тасодиф ва ўғирликларнинг олдини олиш йўлларини санаб беринг?
3. Хавфсизликнинг таъминланиши асосан кимнинг вазифаси бўлиб ҳисобланади?
4. Гигиена талабларига фақатгина меҳмонларга хизмат кўрсатувчиларнинг ўзлари амал қилишлари лозимми?
5. Миждозларга қандай санитар талаблар қўйилади?
6. Хорижий давлатларда туристларга қандай талаблар қўйилади?
7. Меҳмонхона ва ресторан фаолиятини қандай суғурталади?
8. Жаҳон амалиётида хавф соладиган таҳдидлар нималар?
9. Ўзбекистонда Республикасида туристик хизматларга қандай талаблар қўйилади?
10. Туристларга хавф солувчи қандай биологик омилларни биласиз?

2.7. Меҳмонхона ва ресторан хўжаликлари фаолияти самарадорлигини иқтисодий баҳолаш

1. Меҳмонхона ва ресторан тадбиркорлиги самарадорлигининг моҳияти ва аҳамияти.
2. Самарадорлик кўрсаткичлари.
3. Сервис ва меҳмонхона индустрияси менежментининг ижтимоий самарадорлиги.

1. Меҳмонхона ва ресторан тадбиркорлиги самарадорлигининг моҳияти ва аҳамияти

Меҳмонхона бизнеси туризм индустриясида энг асосий ўринни эгаллайди ва ўз ичига туризмнинг овқатлантириш, дам олиш, кунгил

ёздириш каби сохаларини камраб олади. Меҳмонхона индустриясидаги самардорлик бошқа ишлаб чиқариш сохалари сингари таклифга эмас, истеъмолчига боғлиқ бўлади. Истеъмолчи ўз пулларини туристик маҳсулотга алмаштиради, унинг бу сарфлайдиган пули соҳада самарадорликка ўз таъсири ўтказмай қолмайди. Самарадорлик бу шундай жараёнки, истеъмолчиларнинг истаклари ва кўтишлари қондирилади, яъни, самарадорликни сифат деб тушунадиган бўлсак, туристга керакли жойда, керакли вақтда керакли маҳсулот хизматни керакли нархда ишлаб чиқариш тушунилади. Иқтисодий самарадорликка эришиш учун унумдорлик, яъни ресурслар сарфининг минималлашиши тушунилади.

Мослашувчанлик – жараёнларнинг келажакда ва ҳозирда туристларнинг талабларидаги ўзгаришларга ва бошқа ўзгаришларга мослаша олишдир. Мослашувчанлик самарали рақобатли курашини олиб боришга ёрдам беради.

Бошқарув нуқтаи назаридан қарасак, самарадорлик қўйилган мақсадларга эришишни англатади. Бошқача қилиб билдирилса, самарадорлик мақсадларнинг натижаларга нисбати; натижаларнинг харажатларга нисбати тушунилади. Хуллас, самарадорликка эришиш учун меҳмонхона индустриясида харажатларни минимал даражага келтириш керак бўлади (бунга маҳсулот сифатининг пасайиши эвазига эришишга йўл қўймаслик керак). Самарадорликнинг асосий вазифалари куйидагилардир²²:

- кўжаликдаги вазиятни баҳолаш,
- юзага келган вазиятнинг сабабларини аниқлаш,
- қабул қилинаётган бошқарувчилик қарорларини тайёрлаш ва асослаш,
- хўжалик фаолиятидаги самарадорликни ошириш захираларини аниқлаш ва уларни йўналтириш.

Меҳмонхона фаолиятининг самарадорлиги харажатлар, фойда, даромад каби турли нуқтаи назарлардан тадқиқ этилиши мумкин. Рентабеллик, таннарх қабиларни аниқлаш умумий иқтисодий самарадорликни ҳисоблашнинг бошлангич босқичи бўлиб ҳисобланади.

Самарадорлик кўрсаткичларининг умумий, меҳнатдан фойдаланиш, асосий фондлардан фойдаланиш, айланма фондлардан фойдаланиш, капитал қўйилмалардан фойдаланиш, моддий ресурслардан фойдаланиш каби гуруҳларга ажратиб ҳисоблаш мумкин. [22]

2. Самарадорлик кўрсаткичлари

Самарадорлик кўрсаткичларини аниқлаш учун қатор коэффецентлардан фойдаланиш мумкин.

Бўғин коэффиценти:

²² Волошин Н.И., Исаева Н.В., Ильина Е.Н. Менеджмент туризма. Туризм как объект управления Учебник 2004 г.

$$K_{\text{буғ}} = P_{\text{бф}} - P_{\text{бo}}$$

Бу ерда: $P_{\text{бф}}$ – мавжуд ташкилий тузилишни бўғинлар сони;

$P_{\text{бo}}$ – мавжуд ташкилий тузилишининг бўғинларининг оптимал сони.

Худудий жойларни коэффиценти:

$$K_{\text{хис к П тф}} = \frac{P}{\text{П}}$$

Бу ерда: $P_{\text{тф}}$ – худудий ташкилотлар сони;

P – худуд юзи.

Бошқарувнинг ташкилий тузилишининг самарадорлик коэффиценти:

$$K_c = P_n - Z_6$$

Бу ерда: P_n – бошқарувнинг ташкилий тузилишини фаолиятдан олинган натижа (самара);

Z_6 – бошқарув харажатлари (иш хақи фонди, воситалар таъмирлаш, сақлаш харажатлари, маълумотларни олиш ва узатиш харажатлар).

Бошқарув самарадорлиги – бошқарув тизими иқтисодининг туристик маҳсулотига бўлган нисбати кўрсатилади.

Бошқарув самарадорлигини куйидаги интеграллашган кўрсаткич орқали ҳисоблаш мумкин:

$$K_{\text{фy}} = \frac{1 \cdot Q_y \cdot z \cdot \Pi}{F_t \cdot E_o \cdot \phi}$$

Бу ерда: $K_{\text{фy}}$ – бошқарув самарадорлиги коэффиценти;

Q_y – бошқарув харажатлари (бир бошқарув ходимига);

$z \cdot \Pi$ – ишчи ходимлар таркибидаги бошқарув ходимлар сони (уд. вес.);

F_t – бир ходимга тўғри келадиган асосий ва айланма воситаларни баҳоси;

$E_o \cdot \phi$ – асосий ва айланма фондга бирлигига тўғри келадиган шартли тоза маҳсулот.

Шуни таъкидлаш лозимки, ҳар қандай бошқарув тузилишни такомиллаштиришда ёки лойиҳалашда ривожланиш миқдорий кўрсаткичларини ҳисобга олиш лозим ва куйидаги талабларга риоя қилиш керак:

- ишдаги бир бирини такрорлаш ва параллелликни тўхтатиш,
- бўлимлар ишини бир-биридан ажратиш,
- бошқарув аппарати ва поғоналарини қисқартириш,
- бошқарув тузилманинг тежамлилиги, барқарорлиги, эгилувчанлиги ва ишончилигини таъминлаш керак.

Шунга эътибор бериш керакки, ҳар бир бошқарувчилик қарори самарали бўлгандагина ундан бирор маъно кўтиш мумкин бўлади. Бирок, бошқарувчилик қарорларининг самарадорлигига объектив ва субъектив омиллар таъсир этишади.

Оптимал қарор иқтисодий-математик усуллардан фойдаланиб қабул қилинади. Шунингдек, бошқарувчининг қарорларини бошқарувчининг шахсий афзалликларидан келиб чиқиб қабул қилиш ҳоллари ҳам учраб туради.

Туризмнинг муҳим унсури (элементи) – меҳмонхона индустриясининг иқтисодий бошқарув соҳасига бошқарадиган таъсир ўтказишнинг моҳияти меҳмонхона фаолиятининг харажатларини энг кам миқдорга келтиришдан иборат. Олдин келишиб олганимиздек, харажатларни аниқлаш туризмда истеъмолни аниқлаш билан узвий боғлиқ. Шунинг учун туризмда истеъмол туристларнинг талабларини кондириш учун зарур товарлар ва хизматлар қиймати сифатида аниқланади. Демак меҳмонхона харажатлари туристнинг сафарга тайёргарлиги, сафари ва мўлжалланган жойда бўлиши вақтидаги истеъмол харажатларининг умумий миқдори сифатида аниқланади. Таътил пайтида қилинадиган саёҳатда харажатлар миқдорини аниқ белгилаш учун қуйидагиларни аниқлаймиз:

Саёҳат оралиғи. Бу, одам маълум вақт ичида ўртача неча марта сафар қилишини кўрсатади.

$Ч_n = \frac{К_n}{Ч_v}$, бунда:

$Ч_v$

$Ч_n$ – саёҳат оралиғи;

$К_n$ – сафар сони;

$Ч_v$ – вақтнинг маълум даври.

Саёҳат интенсивлиги. бу кўрсаткични аниқлаш чоғида алоҳида одам эмас, балки минтақанинг барча аҳолиси эътиборга олинади. Саёҳатлар интенсивлиги ҳалқ ҳўжалигида банд бўлган одамларнинг қандай қисми йил давомида саёҳатга чиққанини кўрсатади. Бу саёҳат қилувчиларнинг минтақа аҳолиси сонига фоизда ифодаланган нисбатидир:

$И_n = \frac{К_t}{Ч_v} \times 100$, бунда:

$Ч_v$

$И_n$ – саёҳатлар интенсивлиги;

$К_t$ – туристлар сони;

$Ч_v$ – аҳоли сони.

Сафарларнинг ўртача давомийлиги. Бу тунаб чиқишнинг умумий миқдорини сафар сонига тақсимлаш йўли билан ҳисобланади. Меҳмонхона харажатларининг хилма-хил турларини уч гуруҳга ажратиш мумкин:

- сафарни тайёрлаш ва амалга ошириш учун зарур дастлабки харажатлар;

- саёҳат чоғида ва саёҳат жойларига борганда бўладиган харажатлар;

- саёҳатчилар жўнаб кетган мамлакатда улар хорижий мамлакатдан қайтгандан сўнг бўладиган харажатлар (масалан, фотоплёнкаларни ёритиш, саёҳат чоғида шикастланган автомобилларни таъмирлаш харажатлари ва бошқалар).

Кўриниб турибдики, турист харажатлари жуда кўп товарлар ва хизматлардан, узоқ муддат фойдаланиладиган товарлардан тортиб, қариндошлар ва яқинларига совға сотиб олиш харажатларидан иборат бўлади.

3. Сервис ва меҳмонхона индустрияси менежментининг ижтимоий самарадорлиги

Иктисодий самарадорликни миқдорий нуктаи назардан ҳисоблаш мумкин, ижтимоий жиҳатдан буни ҳисоблаш ниҳоятда мураккабдир. Масала биринчи навбатда, корхона ходимларининг қониқишлари ҳамда ички – ташқи муҳит омилларига мослаша олишда ётади. Шундай қилиб, корхона ўз ходимларининг ақлий, руҳий фаолиятларидан, корхонага юзага келган ижтимоий иқлим, алоқа ишонч даражасидан меҳнатдан фойдаланиш самарадорлигини ошириш йўлида фойдаланади. Инсоний ресурслардан фойдаланиш самарадорлигини ошириш учун шинам меҳнат шароитларини ва хизмат лавозимида ўсиш имкониятларини яратиб бериш керак бўлади. Шу нуктаи назардан самарали ташкилий структурани шаклланишини икки томондан қараймиз:

- биринчи томондан, меҳмонхона корхоналарни бошқариш ташкилий структурасини самарасини параметрларни аниқлаш бўйича, иккинчи томондан бошқарув қарорларини қабул қилиш самараси бўйича.

Ҳар қандай бошқарув қарор самара бергандагина, ўз маъносига эгадир. Лекин шунга таъкидлаш лозимки, қарорни самарасига ҳам объектив, ҳам субъектив омиллар таъсир этади. Юқори малакали қарорлар қабул қилишда миқдор таҳлили ва маълумотларни электрон қайта ишлаш усулларида фойдаланиш мумкин.

Бошқарув муаммоларини ечишда иктисодий-математик усуллари қўллаш танлаш мезони сифатида максимумига ёки минимумига келтириш учун мақсадли функция қўллаш имконини беради. Бу усулни оптимизация усули дейилади. Фойдани, меҳнат унумдорлигини максималлаштириш мумкин. Харажатлар, ноишлаб чиқариш, йўқотишлар, танаффус вақтлар минималлаштирилади.

Мақсадли функцияни миқдор қийматини барча вариантлар бўйича қиёслаш натижасида оптимал ечим қабул қилинади. Мақсадли мезон энг керакли қийматини таъминловчи ечим самарали ҳисобланади. Ечим танлаш жараёнидан сўнг реализациядан кейинги ҳар томонлама таъсир баҳоланади. Баҳолашда иктисодий, ижтимоий, сиёсий ва корхонанинг ташкилий томонлари ҳисобга олинади лозим.

Туризм ва меҳмонхона фаолияти барча давлатларнинг ижтимоий, маданий, таълим, иктисодий ҳамда халқаро иктисодий муносабатларига таъсир қилувчи фаолиятдир. Меҳмонхона индустрияси туризмнинг ривожланишига ва жамиятга кўрсатаётган таъсири ошиб бориши унинг самарадорлигини ўрганишни тақоза этмоқда. Меҳмонхона индустриясида менежмент самарадорлигини тўғри баҳолаш меҳмонхоналарни ҳолатига, ривожлантириш тизимига таъсир этишига, истикболга башоратлаш ва ривожланиш режаларини ишлаб чиқишга имкон беради. Меҳмонхона хусусиятларидан ҳисобга олган ҳолда самарадорликни ҳисоблаш учун қайси кўрсаткичларни улчаш ёки нималарга эътибор бериш аҳамиятга

эгалигини кўз олдига келтириш лозим. Чунки самарадорлик меҳмонхона индустриясида турист мижозлар сони билан, ёки туристик маҳсулот ишлаб чикувчи корхоналар фаолияти ҳажми билан аниқланади. Умуман меҳмонхона индустриясининг самарадорлиги унинг маҳсулотини истеъмол қилувчига боғлиқ, бу албатта маҳсулотни турига нисбатан кўпроқ истеъмолчининг турига боғлиқ.

Менежмент самарадорлиги инсон фаолиятини турли соҳаларини ўз ичига олади. Масалан, бир ишни самарали юргизиш – фаол ҳаракат бўлиш, яхши натижа олиш, унумдорликни ошириш демакдир. Шундан келиб чикиб самарадорлик – мақсад ва натижани нисбати, ёки натижа ва унга эришиш учун харажатлар нисбати деб тушуниш мумкин. Худди шу тушунчада меҳмонхона харажатларини бошқариш самарадорлиги ҳам тушунилади. Шу нуқтаи назардан менежмент самарадорлиги деганда шундай бошқаришни тушунамизки, у тармоқда ташкилий, хўжалик бўғинлари ривожланишини ва муваффақиятли фаолият юритишни таъминлайди.

Хулоса

Ҳозирда ресторан менежменти жуда кам ўрганилган соҳадир. Ресторан хўжаликлари инсонларнинг овқатланиш эҳтиёжларини қаршилайдиган муассаса бўлгани учун ушбу тармоққа катта эътибор бериш лозим. Ҳозирда Республикамизда туристик ресторанлар санокли даражада бўлса ҳам уларнинг сифат даражасини юқори деб бўлмайди. Туристларнинг овқатланишлари учун фақат ресторанлардан эмас, миллий чойхоналардан ҳам фойдалантириш мумкин. Чунки туристларнинг овқатланиш давомида миллий таомларимиз билан ҳам танишишларига имкон бўлади. Ҳозирги пайтда овқатланиш тармоқлари кўпроқ хусусий тадбиркорлар томонидан қурилмоқда. Агар туристик ресторанлар кўпроқ қурилса чет эл таомлари билан бирга миллий таомларимизни ҳам туристларга тақдим қилсак, уларга миллий овқатларимизни ҳам танитиш мумкин, бу эса овқатланишдан келадиган даромадни оширади ва миллий компания бюджетига ижобий таъсир кўрсатади

Назорат саволлари:

1. Меҳмонхона ва ресторан индустриясида бошқарув самарадорлиги деганда нимани тушунаси?
2. Меҳмонхона ва ресторанлар тадбиркорлини самарадорлиги моҳияти ва аҳамияти нимада?
3. Тўғри самарадорлик нима?
4. Эгри самарадорлик нима?
5. Меҳмонхона ва ресторан индустриясида бошқарувнинг ижтимоий самарадорлигини қандай тасаввур этасиз?
6. Меҳмонхона ва ресторанларда тадбиркорлик фаолияти иқтисодий самарадорлиги қайси кўрсаткичлар билан баҳоланади?

7. Мехмонхона ва ресторанларнинг молиявий ҳолати қайси кўрсаткичлар билан баҳоланади?
8. Мехмонхона ва ресторанларнинг молиявий мустақиллик кўрсаткичлари қайсилар?

ХУЛОСА

Республикаимиз иқтисодийётида келажакда катта салоҳиятга эга бўлган тармоқлардан бири туризмдир. Бу соҳага эътиборнинг қаратилиши Республикаимиз ижтимоий-иқтисодий ривожланишида жуда катта аҳамиятга эга бўлган, туризм орқали дунёни билиш, бошқа мамлакатларнинг фаол аҳолисини бу ерларга жалб қилиш, мамлакат хазинасига валюта тушириш ва шу орқали аҳолининг турмуш фаровонлигини яхшилашда катта имкониятлар туғдиради.

Бозор иқтисодиёти шароитида туризмни ривожланишига давлат сиёсати, реклама, умумий иқтисодий шароитлар, валюта курси, давлатлараро муносабатлар, рақобатбардошлар сони, туристик объектлар сони ва сифати, дам олиш жойларининг хавфсизлиги ва аҳамияти каби муҳим жиҳатларни кўрсатиб ўтишимиз мумкин. Айниқса давлат сиёсати ва улар ўртасидаги муносабатлар ҳалқаро туризмнинг ривожланишида муҳим аҳамиятга эга.

Ўзбекистон Республикаси ҳам туризм орқали ривожланиб кетиши мумкин бўлган давлатлардан биридир. Бунга мисол қилиб республикаимизнинг табиий шароити, иқлими, ҳар хил тарихий обидалари, тоғли худудлари, манзарали жойларини келтиришимиз мумкин. Ваҳоланки, Самарқанд, Бухоро, Хива, Шахрисабз каби шаҳарлардаги тарихий ёдгорликларга бой бўлган мамлакатимизга келишни режалаштириб қўйган кўпгина европаликларнинг сони 20 млн дан ортиқдир. Агар шу соҳани янада яхшироқ йўлга қўйиб, мехмонхоналар сони ва сифатини, миллий ресторанлар ва овқатлар турини кўпайтириб, сифатли хизмат кўрсатиш тўғри йўлга қўйилса, Ўзбекистон келажакда туризм орқали юқори даромад оладиган мамлакатлар сафига қўшилади.

Ҳақиқатдан ҳам туризм инфратузилмасини ривожлантириш, туристик объектларда сервис хизматларини такомиллаштириш мамлакат иқтисодиёти ва маданиятида ғоят муҳим аҳамиятга эга бўлган, уни ўрганиш, изланиш ва ундан самарали фойдаланиш жамият олдидаги зарур бўлган ишлардан биридир. Бу соҳанинг ривожланиши бозор иқтисодиёти шароитида иқтисодиётнинг барча бўғинларига татбиқ қилинаётган ислохотларни қўллаш билан бевосита боғлиқдир.

Иқтисодиётда туризм муаммолари энг кам ўрганилган йўналиш бўлган, бу соҳанинг қай турларига эътибор бериш, саёҳат қилувчилар учун уларнинг хоҳиш-иродасини билиш, энг фойдали ва қўлай ошхоналарга қорлаш, хавфсизлигини таъминлаш, талабларини қондириш ва яна бошқа

кўплаб турларини билиш сервис хизмати вазифасига кириди. Юқорида баён қилинганлардан хулоса қилиб қуйидаги тақлифлар баённи келтирамиз:

-туристик ресурсларнинг самарали ишлатилишини назорат этиш;
- замонавий туристик комплекслар ва объектлар бунёд этиш, уларни халқаро андозаларга мослаш;

- йирик хорижий турфирмалар билан барча туристик хизмат кўрсатишнинг янги шакллари ташкил қилиш;

- жаҳон туристларининг талабини ўрганган ҳолда миллий таомлар тайёрлашни йўлга қуйиш;

- юқори малакали менежер, барменлар ва тадбиркор ходимларни тайёрлаш ва қайта тайёрловни йўлга қўйиш;

-Ўзбекистонда анъаналарни эътиборга олган ҳолда туристик реклама ва тарғибот ишларини яхши йўлга қўйиш ва ҳ.к.

Бизнинг республикада, асосан, туризмнинг ривожланиши марказлашган бошқарув тарафидан олиб борилмоқда. Бозор иқтисодиёти шароитида туризм соҳаси мониторинг бошқариш модели молиялаштиришнинг шаклланишига асосланган. Бундай бошқарув туристик маҳсулотнинг ўсишига олиб келади. Туризм соҳасида марказлашган моделдан бозор монетар моделига ўтиш учун биринчи босқичда ички ва ташқи туризмда тизимлар ёрдамида чуқурлаштириш ва макро даражада ўзгаришлар қилиш керак. Иккинчи босқичда миллий-тарихий объектларни қайта тиклашни, сервис хизматини яхшилашни кўзда тутиш керак.

ФАН УЧУН АТАМАЛАР ЛУҒАТИ

1. Мотел – автотуристлар учун меҳмонхона. қулай номерлардан ташқари туристларга автомашиналарини турар жойлари билан ҳам таъминланади.
2. Кемпинг – одатда шаҳар чеккасида мотелдан узоқ бўлмаган ерда жойлашган бўлади. Автотуристлар, мототуристлар ва велотуристлар учун қулайлик яратилган бўлади.
3. «Ротель» – ҳаракатланувчи меҳмонхона, вагон кўринишидаги 1 ёки 2 ўринли номерга эга бўлган, кийиниш хонаси, умумий овқатланиш, умумий ҳожатхонага эга бўлган меҳмонхона.
4. Флотель – сузиб юрувчи меҳмонхона кемаси. Сувдаги улкан отел, маҳсул жихозланган бўлади. Қулай номерлардан ташқари, яхши дам олиш учун қулайлик яратилган, вақтинчалик офисдан фойдаланиш, оператив восита алоқалари: теллефон, ксерокс, факс ва бошқа хизматлар кўрсатилади.
5. Ботель – унчалик катта бўлмаган сувдаги меҳмонхона. Жихозланган қулайликларга эга бўлган кема.
6. Туристик база – бу туристик мажмуа бўлиб унинг таркибига туристларни қабул қилиш ва жойлаштириш биноси ҳамда фаол дам олишни таъминловчи хизматлар кириди.

7. Туристик уй – фаол ҳаракатдаги туристларни қисқа муддат дам олиши учун мўлжалланган бош панадир. Булар асосан тоғ ён бағрида жойлашган бўлиб шарт-шароитлари минимал даражада бўлади.
8. Археология – халқларнинг ва миллатларнинг сақланиб қолган тарихий ва маданий ёдгорликлари ёрдамида инсон жамиятининг ўтмишини ўрганувчи фан.
9. Инвестициялаш – туристик фаолият объекти ёки тадбиркорлик лойиҳасига маълум шартномада айтиб ўтилган шартларда инвестицияни амалга ошириш.
10. Архитектура – қурилиш санъати, қурилманинг характери ва шакли, бадиий беағи.
11. Ваучер - кўрсатиладиган асосий хизматларнинг (мехмонхонада тўхташ, овқатланиш, транспорт ва б.) ҳаққи тўланганлигини тасдиқловчи ҳужжат
12. Диллер- туристик хизматларнинг олди-соттиси билан шуғулланувчи туристик фирмалар.
13. Инвестиция – даромад олиш мақсадидаги узоқ муддатли капитал қўйилмалар.
14. Ички туризм - бир мамлакат фуқороларининг ўз ҳудудлари чегарасида амалга оширадиган туризми.
15. Имидж – фирманинг бозордаги обрўси
16. Пансионат – бу эркин шаклда, қурилиш пайтида мехмонхона сифатида барпо этилмаган уйлардир. Пансионлар 10-20 кишига мўлжалланади.
17. Турист – ўз қизиқишларини қондириш мақсадида 24 соатдан кам ва 6 ойдан кўп бўлмаган муддатга чегарани кесиб ўтган киши

ҲОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР

1. «Ўзбекистонда туризми ривожлантиришнинг 2005 йилгача бўлган давлат дастури», Ўзбекистон Республикаси Президенти И. А. Каримовнинг 15.04.1999 йилдаги УП-№2286 фармони.
2. Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисидаги қонуни». Халқ сўзи газетаси 14.09.1999.
3. «Ўзбекистонда туризм соҳаси учун малакали кадрлар тайёрлаш тўғрисида», Ўзбекистон Республикаси Президенти И. Каримовнинг 30 июн 1999 йилда ПФ-№2332 фармони.
4. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан №346 от 8 августа 1998 года «О совершенствовании организации деятельности туристических организаций».
5. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 3.06. 1995 г. за №210 «О мерах по созданию современной инфраструктуры международного туризма в Республике Узбекистан».
6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Буюк Ипак йўли” ини қайта тиклашда Ўзбекистон Республикасининг иштирокини авж олдириш

ва республикада халкаро туризмни ривожлантириш борасидаги чора – тадбирлар тўғрисидаги” Фармони.

7. Указ Президента Республики Узбекистан “Об образовании Национальной компании Узбектуризм” за № УП-447 от 27 июля 1992 г.

8. Закон Республики Узбекистан “О туризме”. 1999г.

9. Александров А.Ю. Международный туризм. Уч.пособие для вузов.- М.: Аспект Пресс, 2004.

10. Бекмуродов А., Болтабоев М., Ғойибназаров Б. ва бошқ. Ўзбекистон иқтисодиёти либераллаштириш йилларида. 1-қисм. Макроиқтисодий сиёсат ва иқтисодий ислохотлар. Т.: ТДИУ – 2005

11. Бекмуродов А., Сагаторов С., Тўраев Ж. ва бошқ. Ўзбекистон иқтисодиёти либераллаштириш йилларида. 3-қисм. Кичик бизнес ва тадбиркорлик ривож – давр талаби. Т.: ТДИУ – 2005

12. Бекмуродов А., Тоиров Ш., Махмудов Э. ва бошқ. Ўзбекистон иқтисодиёти либераллаштириш йилларида. 5-қисм. Ташқи иқтисодий сиёсат: савдо ва инвестициялар оқимлари. Т.: ТДИУ - 2005

13. Биржаков М.Б., Никифоров В.И. Большой Глоссарий терминов международного туризма – М.: 2002 год.

14. Биржаков.Б. Никифоров В.И. Индустрия туризма: 2003 г

15. Биржаков М.Б. Введение в туризм. С.Пб.: Издательский Торговый Дом «Герда», 2005

16. Волошин Н.И., Исаева Н.В., Ильина Е.Н. Менеджмент туризма: Туризм как объект управления. Учебник М.: 2004 г.

17. Гайдукевич Л.М. Хомич С.А., Аношко Я.И. География международного туризма: Страны СНГ и Балтики. Учеб пособие. М.: 2004.

18. Гостиничное и ресторанное дело в туризме: Сборник нормативных документов 2004 г.

19. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Учебное пособие, М.: “Новое знание” 2004 г.

20. Дехтярь Г.М. Лицензирование и сертификация в туризме. Учебное пособие: М.: Финансы и статистика, 2003 г.

21. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Учебное пособие 3-е изд., стереотип, (ГРИФ) М.: 2004 г.

22. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Учебное пособие 4-е изд., стереотип, (ГРИФ) М.: 2004 г.

23. Дурович А.П. Реклама в туризме Учебное пособие М.: 2003 г.

24. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе. Учеб. Пособие. М.: КНОРУС, 2005

25. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации. М.: Финансы и статистика 2003г

26. Зайцева Н.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме. Учебное пособие, М.: 2003

27. Зайцева Н.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме. Учебник М.: 2003 г.
28. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма Учебник 3-е изд., М.: 2004 г.
29. Квартальнов В.А. Мировой туризм на пороге 2010 года: прогнозы и реальность. М.: Финансы и статистика 2003.
30. Козурев В.М. Зорин И.В., Сурин А.И. Менеджмент туризма. Учебник (Серия Менеджмент туризма), (ГРИФ) М.: 2004 г.
31. Квартальнов В.А. Менеджмент туризма: Основа менеджмента: Учебник – М.: Финансы и статистика, 2003
32. Кабушкин Н.И., Дурович А.П. Организация туризма Учебное пособие - Мн.: “Новое знание”, 2003.
33. Морозов Н.С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме. Учебник М.: 2003 г.
34. Норчаев. “Испанияда халқаро туризмнинг ривожланиши” номзодлик диссертацияси. Тошкент: ТДИУ, 2004.
35. Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства (отели и ресторану). М.: ОАО НПО Издательство “Экономика”. 2002,
36. Романов А.А. Саакянц Р.Г. Романов А.А. География туризма. М.:2003г.
37. Романов А.А. Зарубежное туристское страноведение. М.: 2001 г.
38. Соколова М.В. История туризма. Учебное пособие. М.: 2002 г.
39. Уокер Д.Р. Введение в гостеприимство Учеб. пособие - 2002.
40. Ушаков Д.С. Прикладной туроперейтинг. Учебное пособие М.: 2004 г.
41. Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и Международный опыт. М.: 2003 г.
42. Tourism: 2020 vision, Madrid, 1997
43. Information and Documentation Resource Centres For Tourism. WTO.2004.
44. Trevel Guide Uzbekistan – Tashkent: National Company Uzbekturizm 2003.
45. Tourism and Poverty Alleviation-Recommendations for Action.WTO.2004.
46. Rural Tourism in Europe: Experiences, Development and Perspectives.WTO.2004.
47. Интернет сайтлари.
www.peugeotufa.ru – цены услуг
www.bashexpo.ru – выставки, конференции
www.interunion.ru – туристские ассоциации
www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация
www.wttc.org – Всемирный Совет по путешествиям и туризму
www.tag-group.com – Консультативная группа по вопросам туризма (TAG)

ЯНГИ ПЕДАГОГИК ТЕХНОЛОГИЯЛАР

Ўқув жараёнини сифатини ошириш учун «Сервис соҳаси объектлар иқтисодиёти» курсини ўтишда янги педагогик технологиялар қўллаш кўзда тутилган. Дарс ўтиш давомида фаол интерактив усуллар, презентация, ақлий ҳужум усуллари қўлланилади. Дарслар ахборот технологиялар ва масофавий ўқитиш маркази компьютер синфларида ўтилиб электрон дарслик, электрон ўқув қўлланма, автоматлаштирилган тест тизимлари, автоматлаштирилган кутубхона тизими, интранет ва интранет технологияларидан фойдаланиш мўлжалланган.

1. Ушбу курсини ўтишда янги педагогик технологиялардан «интерактив усул», «презентация усули» ва «ақлий ҳужум» усули қўлланиши мўлжалланган.

Курснинг «Мехмонхона ва ресторан фаолиятини ташкилий асослари» мавзусида ишчи режада кўрсатилиши бўйича интерактив усули қўлланилади.

Машгулот ишбилармон ўйин асосида ўтказилади. Талабаларга олдиндан мавзунини матни берилади. Гуруҳда бир вақтда барча талабаларга мавзу бўйича таҳлил этиш ва қўйилган вазифани ечиш учун саволлар тақдим этилади. Талабалар ҳар бири тайёргарлигидан қаттиқ назар берилган саволларга жавоб беришлари лозим бўлади. Сўнг ҳар бир савол бўйича қисқа хулоса қилинади. Хулоса балл қўйиш учун асос бўлиб хизмат қилади. Машгулот жараёнида барча талабалар ва ўқитувчи фаол қатнашади. Тайёрланиб келмаган талаба 0 балл олиб ўйинда қатнашмасдан тингловчи бўлиб ўтиради.

Бундай усулда машгулот ўтказиш қуйидаги тартибда амалга оширилади:

- Масала ёки муаммони қўйиш; (топширик)
- Бажариладиган вақти белгилаш;
- Тарқатма материаллар билан таъминлаш;
- Ўтказиш процедураси таништириш;
- Тушунчалар билан таъминлаш;
- Мазмун андозаси ёритиш;
- Натижавий хулосалар (Ўқитувчи талабалар билан ҳамкорликда).

2. Курснинг Мехмонхона ва ресторанлар фаолиятини режалаштириш мавзусида «Презентация усули қўлланилади».

Бу усулда талабалар мустақил олдиндан берилган мавзу бўйича бир киши ёки гуруҳ бўлиб мавзу бўйича турли манбалардан материал йиғиб олинган маълумотлари таҳлил қилишади ва гуруҳ олдидан доклад қилишади. Доклад жараёнида ҳар бир савол бўйича хулоса ва талабаларда савол туғилса унга жавоб беришади. Дарснинг охирида ҳар бир чикиш рейтинг асосида баҳоланади.

Ушбу усулдан фойдаланишда қуйидаги босқичлар амалга оширилади:

1. Берилган мавзу ёки муаммо бўйича турли ноананавий манбаалардан маълумот йиғиш (Оммавий ахборот воситалари, Интернет, махсус адабиётлар).

2. Йиғилган материалларни ўрганиш, таҳлил қилиш ва презентация учун маъруза тайёрлаш.

3. Гуруҳ ва ўқитувчи олдидан маъруза қилиш ва савол жавоб ўтказиш.

4. Йиғилган маълумотлар асосида тақдим этилган маърузаси ўқитувчи ва гуруҳ томонидан қуйидаги мезонлар асосида баҳолаш:

- Маърузада мавзу бўйича маълумотнинг таалуклиги;

- Маълумотларни ҳақиқийлиги;

- Мавзуни долзарблиги;

- Маърузанинг мавзуга боғлиқлик даражаси;

- Талабаларга етказиш даражаси.

3. Курснинг «Мехмонхона ва ресторанлар фаолиятини самарадорлигини иқтисодий баҳолаш» мавзусида ишчи дастурда белгиланган янги педагогик технологиялардан «Ақлий ҳужум усули» қўлланилади.

Бу усулдан фойдаланиш катта аудиторияда ўтказилиб янги ғояларни жамлаш самардорлигини оширишга имкон беради.

Дарс бошлангандан аввал барча талабаларни гуруҳ сонига қараб кичик гуруҳларга ажратилади 3-4 ёки 5-6 талабадан.

Ажратилган ҳар бир гуруҳ белгиланган вақтда 15-20 минут давомида қўйилган мавзу саволларига мустақил биргаликда ақлий ҳужум уюштиради. Шундан сўнг ҳар бир кичик гуруҳ вакили гуруҳда жамланган жавобларни тақдим этади. Сўнг ўқитувчи раҳбарлигида ҳар бир гуруҳни жавоби баҳоланади ва энг оптимал ёки оригинал танланади. Бундай мулоқат тарзда дарс ўтишни хусусияти жамоа бўлиб жавобни ёки ғояни жамлашда қатнашчиларни ижодий салоҳиятини активлаштириш имконини беради. Бундай усулда Машғулот ўтказиш босқичма-босқич олиб борилади.

- Психологик мос, сони бўйича оптимал кичик гуруҳлар шакллантирилади;

- Савол, муаммо ёки ечилиши лозим бўлган масалани аниқланади;

- Ҳар бир кичик гуруҳда жавобларни жамланади;

- Жавоб ва ғояларни таснифлаб, бир тизимга келтирилади;

- Жавоб ёки ғоянинг ҳаётга тадбиқ этилиш даражасини баҳоланади;

- Олинган жавоблардаги танқидий камчиликлар баҳоланади.

Машғулот оптимал ёки самараси юқори ўтиш учун қатнашчиларни гуруҳларга рационал ажратиш лозим, Масалан:

1 – жавоб ва ғояларни жамлаш гуруҳи;

2 – муаммоли ҳолатни таҳлил қилиш ва баҳолаш гуруҳи;

3 – карама-қарши жавоблар ва ғояларни жамлаш гуруҳи.

АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ

Ахборот технологиялари – объект, жараён ёки ходисанинг ҳолати ҳақидаги янги ва сифатли ахборотни олиш учун маълумотларни тўплаш, қайта ишлаш ва узатишнинг восита ва усулларидан фойдаланувчи жараёндир.

Ўқув жараёнини самарасини ошириш асосий воситаси ва ўқитувчи меҳнатини енгиллаштиришга имкон берувчи омил – бу ахборот технологияларни қўллашдир.

Ушбу фанни ўтишда 2-3 мавзуларда ахборот технологияларнинг элементларини қўллаш мулжалланган. «Мехмонхона ва ресторанлар мулки» мавзусини ўтиш жараёнда, Машғулот ахборот технология ва масофавий ўқитиш марказининг компьютер аудиторияларида олиб борилади. Мавзу матни талабага тайёрланиш учун ва презентация шаклида доклад қилиш учун уйга бериб юборилади. Презентация талаба томонидан компьютер орқали амалга оширилади. Презентация жараёнида мавзунинг ҳар бир саволини схемалар ёки жадваллар намойиш этиш билан олиб борилади. Ҳар бир саволдан кейин талабалар томонидан берилган саволларга талаба ўқитувчи билан ҳамкорликда жавоб беради. Тушуниш қийинроқ бўлган баъзи саволлар ёки элементларни компьютер ёрдамида ўша ҳолатга қайтиб яна чуқурроқ тушунтирилади. Маъруза тугаллангандан сўнг талабаларга компьютерда фойдаланилган адабиётлар, журналлар ва бошқа фойдаланилган маълумотлар манбаалари тақдим этилади.

Сўнг ўқитувчи гуруҳ билан биргаликда маъруза қилган талабани ҳамда дарс давомида фаол қатнашган талабаларни баҳолайди ва балл қўйилади.

Ахборот технорлогиялари ёрдамида дарс ўтиш қуйидаги босқичларда олиб борилади:

- ахборот – технологиялар ёрдамида ўтиладиган дарс олдиндан гуруҳга маълум қилинади;
- гуруҳдан икки талабага мавзуга тайёрланиб келиш вазифаси топширилади;
- курс бўйича мавжуд маъруза матни, электрон версияси дарс ўтишга тайёрланиб қўйилади;
- тайёрланиб келган талаба компьютер маъруза матнидан ўз мавзусини очади ва гуруҳга доклад қилади;
- маъруза талабалар ва ўқитувчи томонидан эътибор билан тингланади;
- мулоқат шаклида савол жавоб амалга оширилади;
- натижа бўйича талабалар рейтинг тизими асосида баҳоланадилар.

Ахборот технологиялар ёрдамида дарс ўтказиш учун ўқитувчи томонидан қуйидаги ишлар амалга оширилади:

1. Ҷуқитувчи техник восита ёрдамида талабаларга билимларни етказиш жараёнини ишлаб чиқади. (мавзуга қараб турли усул ва воситалар қўлланилиши мумкин.)

2. Ишлаб чиқилган ахборот технологияларини тадбиқ қилиш жараёнида педагогик технологиялар элементлари билан боғланиб борилишини кетишини таъминлайди.

3. Ахборот технологиялар ёрдамида ўтиладиган дарснинг жойи, техник воситалар турлари, уларнинг тўлиқлигини таъминлайди.

4. Дарс ўтиш жараёнида мавзуга боғлиқ турли кўргазмалар, иллюстратив материаллар қўллашни таъминлайди.

«Мехмонхона ва ресторонларда хизмат кўрсатиш тизими» мавзуси амалий Машғулот компьютер синфида ўтказилиб компьютер технологиялар ёрдамида мехмонхоналарга хизмат кўрсатиш ва сервис даражасини ошириш учун таҳлил ўтказиш борасида ишбилармонликка доир топшириқ бажарилади.

Бунда топшириқда кўрсатилган барча 1-7 гача топшириқлар компьютерга олдиндан жойлаштирилиб қўйилади.

Саволларга компьютер клавиатураси ёрдамида жавоб ёзиб борилади. Саволга жавоб бериш + белгиси баъзиларига ёзма равишда кўрсатилади. Етти саволларга жавоб берилгандан сўнг ўқитувчи билан биргаликда таҳлил этилади ва республикамиздан саёхликка чиқишда қайси омилларга кўпроқ эътибор берилиши аниқланади ва қайси омил юқори фойда олиши ҳисобланади.

Компьютер хонада имкон даражаси мавжуд бўлса, жавоби принтер орқали талабаларга тақдим этилади. Натижа кейинги машғулот ўтказишда маълумот бўлиб хизмат қилади.

Дарснинг охирида талабалар олган натижалари баҳоланади ва балл қўйилади.

Бу усулда машғулот ўтказиш таълим сифатини оширади, Машғулот унумли ва қизиқарли ўтади, ўқитувчи ишини енгиллаштиради, талабаларни компьютерга булган қизиқишини ривожлантиради, компьютер билан ишлаш малакасини оширади ва ўзи олган натижасини баҳолаш имконини беради.

Ундан ташқари бу усулда машғулот ўтказиш:

1. таълим сифатини ва ўзлаштириш самарасини юксалтиради;
2. таълим хизматларига киришни осонлаштиради;
3. керак бўлган ахборотга кириш ва қидиришни тезлаштиради;
4. электрон адабиётлар билан ишлашни ўргатади;
5. Хорижий давлат адабиёт манбааларидан фойдаланиш имконини беради;
6. интернет тармоғидан кенг фойдаланиш имконини яратади.
7. Хориж университетлари ўқув материалларидан, ўқитиш дастурларидан, илмий-тадқиқот ишларидан, кутубхона ва журналларидан фойдаланиш ҳамда масофавий ўқитиш курслари кириб таълим олиш имконини беради.

Ахборот-коммуникациялар технологияларини ўқув жараёнида қўллаш даражасини ошириш ва жохон стандартларига яқинлаштириш куйидаги талабларни бажаришни тақозо этади:

- Университетнинг ахборот инфраструктурасини яратиш;
- АКТ имкониятларидан кенг фойдаланиш;
- Компьютер синфларини замонавий технологик воситалар билан таъминлаш;
- Лицензияланган ва ОЎМТВ томонидан тасдиқланган дастурий махсулотлардан фойдаланиш;
- Ўқитувчилар малакасини доимий ошириш;
- Электрон ўқув адабиётлар ишлаб чиқиш тизимини яратиш.

Интернет ва мультимедиа технологияларининг ўқув жараёнига кириб келиши тарбиялаш воситаси сифатида фойдаланишга имкон бермоқда. Баркамол авлодни, ҳар бир шахсни, етук мутахассисни шакллантиришда ижобий таъсири сезилиб турибди.

Аммо шахсий компьютер ўқитувчининг барча функцияларини ўз зиммасига олади дегани эмас албатта, балки инсоннинг шахсий компьютер билан ўзаро ҳамкорлик қилишини ривожлантириб таълим жараёнини янада самарасини оширишда янада кенг имкониятлар яратади.

Илова 3

МАЗКУР ФАН БЎЙИЧА АДАБИЁТЛАР ТАХЛИЛИ

Кутубхонадаги адабиётлар тахлили шуни курсатмоқдаки туризм соҳасига таалуқли адабиётлар сони 60 дан зиёд, 30 дан ортиги 2001-2004 йилларда нашр этилган булиб Россиядан келтирилган. Кутубхонада мавжуд адабиётлардан «Сервис соҳаси объектлар иктисодиёти» фанини урганишда фойдаланиш мумкин булган китоблар куйидагилардир:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебник. – М.: Аспект Пресс, 2004. -470с.
2. Ахмедов Х.И., Аллаберганов А.А. Туризм фаолиятини ташкил этиш. «Ўзбекистон файласуфлари миллий жамияти» Нашриёти. Т., 2004. – 239 с.
3. Ерохина Л.И., Башмачникова Е.В. Прогнозирование и планирование в сфере сервиса: Учеб.пособ. – М.: КНОРУС, 2004. - 224с.
4. Ефимова О.П., Ефимова Н.А. Экономика гостиниц и ресторанов: Учебное пособ. – М.: ООО «Новое знание», 2004. -392 с.
5. Здоров А.Б. Экономика туризма: Учебник. –М.: ФиС, 2004. - 272с.
6. Жукова М.А. Менеджмент в туристическом бизнесе: учеб. Пособ. – М.: КНОРУС, 2005. - 192с.
7. Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. –М.: ФиС, 2004. - 400с. 2 экз.

8. Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрией туризма: Учебное пособие. –М.: КНОРУС, 2004. - 448с.

Аммо ушбу адабиётларда берилган материаллардан мазкур фанни уқитишда факатгина бир қисми яъни битта ёки иккита параграфлари бизнинг дастуримизга мос келади, чунки Россиядан келтирилган адабиётларда фаннинг намунавий дастурига мос келадиган мавзулар ҳажми 30%дан ошмайди.

Факатгина Здоров А.Б. томонидан яратилган «Экономика туризма» М.: 2004 йил. дарслигида намунавий дастурга мос мавзуларга ёндошган ҳолда ёритилган мавзулар ҳажми 40-50%ни ташкил қилади.

Ақсарият адабиётларда мавзулар Россияда чиқарилган қонушлар ва фармонларга таянган ҳолда ёритилган. Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасига оид хусусиятлари инобатга олинмаган. Шу нуқтаи назардан ушбу фанни уқитишда Россия адабиётларидан қупрок мавзуларнинг назарий томонларини урганишни тавсия қилишимиз мумкин. Амалий мавзуларни ва конкрет сервис соҳасида объектлар иқтисодиёти буйича уқитилиш лозим булган мавзуларни республикамизда фаолият курсатаётган «Ўзбек туризм» миллий компанияси корхоналари, Малика-Тошкент, «Redisson», «Miracle» Sheraton, Le Meredian, Grant Mir Hotel, Dedeman меҳмонхоналари, Баҳор, Барон, Парламент ресторанлари, «Планета-тур», «Ориент-тур», «Равшан-тур» фирмалари ва қатор бошқа туризм соҳасида фаолият курсатаётган корхоналар материаллари асосида машғулотларни олиб бориш талабаларни фаннинг юқори даражада улаштиралишига имкон беради.

Умуман ушбу фанни уқитишда кутубхонада мавжуд адабиётлардан 25-30% дан фойдаланиш мумкин.

Ўзбекистон Республикаси материаллари асосида нашр этилган қуйидаги адабиётлардан фойдаланишни тавсия қилиш мумкин:

1. Аҳмедов Х. Аллаберганов А. Туризм фаолиятини ташкил этиш. Тошкент, 2004й.
2. Комилова Ф.К. Халқаро туризм бозори. Тошкент, ТДИУ 2001й.
3. Комилова Ф.К., Нурмухамедова М.Т. Меҳмонхона ва ресторан хужалиги маркетинги. Тошкент ТДИУ 2002й.
4. Комилова Ф.К. Туризм маркетинги. Тошкент, «Ўзэкспоцентр» 2003 й.
5. Саидов А.Ф. Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш истикболлари, 1998й.
6. Ташмурадов Т.Т., Саидов А.Ф., Умаркулов Э.А. Туризм иқтисодиёти, Тошкент, 2000й.

Мустақил ишлари, курс ишлари, битирув малакавий ишлари ёзишда Россия адабиётларидан мавзуга оид материалларидан тулик фойдаланиш мумкин. Ундан ташқари маъруза матнларида юқорида курсатилган Ўзбекистон республикасида нашр этилган адабиётлардан ташқари

номзодлик, магистрлик диссертацияларидан, бакалавр битирув малакавий ишларидан фойдаланиш юкори самара беради, чунки ушбу илмий ишларда Узбекистон Республикаси материалларидан фойдаланилган.

Маъруза матнларида Узбекистон Республикасининг материаллари асосида химоя қилинган қуйидаги докторлик ва номзодлик диссертациялардан фойдаланиш тавсия этилади:

1. Абдусаломова Н. М. Халқаро туризмда маркетинг жараёнининг ривожланиши («Узбектуризм»МК мисолида) Иқтисод фанлари номзоди даражасини олиш учун диссертация. Тошкент. 2001-156 бет.

2. Норчаев А.Н. Халқаро туризм ривожланишининг иқтисодий узишига таъсири (Испания мисолида) Иқтисод фанлари номзоди даражасини олиш учун диссертация. Тошкент. 2004й. -135 бет.

3. Саидов А. «Организационно-экономический механизм управления туризмом» диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Ташкент 1995г. - 252 с.

4. Файзибаева Н.Т. «Развитие международного туризма в Республике Узбекистан в условиях глобализации межхозяйственных связей» диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Ташкент 2000г.- 148с.

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ

ОЛИЙ ТАЪЛИМНИНГ

5 810300 «Сервис (туризм)» таълим йўналиши талабалари учун

«СЕРВИС СОҲАСИ ОБЪЕКТЛАР ИҚТИСОДИЁТИ»

ИШЧИ ДАСТУР

ТОШКЕНТ – 2006

1. ТАЪЛИМ МАҚСАДИ ВА ВАЗИФАЛАРИ

Ўзбекистон Республикаси давлат мустақиллиги йўлига ўтгач, улкан ижтимоий-иқтисодий ўзгаришларни изчил ва дадил амалга оширмоқда. Республикада мақсадли равишда амалга оширилаётган тузилмавий ўзгаришлар халқаро меҳнат тақсимида тизимида ўзига хос ўрин эгаллашдаги рақобатда Ўзбекистоннинг устунликларидан максимал даражада фойдаланишга асосланади.

Иқтисодий ривожланган мамлакатлар туркираб ривожланаётган постиндустриализм технологияларидан бири халқаро туризмдир. Халқаро тажрибанинг кўрсатишича, туризмнинг ривожланиши бутун иқтисодиётга кукмулятив таъсир этади; унга жалб қилинган ходимларнинг маданий-техник даражасини оширади ва шу орқали коммунал, ижтимоий ва барча пулли хизматларни ривожлантиради; миллий хунарманчилик ва халқ амалий санъатларига «янги ҳаёт» бахш этади; истеъмол товарлари саноати ва ташқи савдо кенгайди; саноат, қурилиш, транспорт ва қишлоқ хўжалиги тузилмаларини такомиллаштиради.

Кейинги йилларда туризмнинг ўрни ва ўсиб бораётган аҳамиятини инобатга олган ҳолда иқтисодиётнинг ушбу тармоғи ва унинг учун кадрлар тайёрлаш масаласига алоҳида эътибор берилмоқда. Туризм соҳасида кадрлар тайёрлаш Олий ўқув юртлири талабаларини туризм иқтисодиёти, маркетинги ва бошқарувини ташкил этиш билан боғлиқ бўлган барча курслар бўйича тизимли ўқитишни талаб этади.

Ушбу курснинг асосий мақсади талабаларда ресторан ва меҳмонхона хўжалиги иқтисодиёти ва уни ташкил этиш соҳасида чуқур билим бериш, уларда фан дастурида кўзда тутилган масалалар бўйича ижодий тафаккурни ривожлантиришдан иборатдир.

1.1. Ўқув юкларининг умумий ҳажми ва машғулот турлари бўйича тақсимланиши

Умумий юклама 108 соатдан иборат. Шу жумладан, аудитория соатлари 72 соат, улардан маърузалар 36 соат, семинарлар 36 соат, аудиториядан ташқаридаги мустақил таълим 36 соат.

№	Мазмуни	маъруза	семинар	Мустақил таълим
1	Сервис соҳа объектлар иқтисодиёти: курснинг предмети, услуби ва масалалари	2	2	2
2	Меҳмонхона ва рестороанлар- бозорининг мустақил хўжалик субъектлари	4	4	4
3	Меҳмонхона ва рестороанларнинг ташкилий- ҳуқуқий шакллантириш ва жойларни танлаш иқтисодий асослари	2	2	2
4	Меҳмонхона ва рестороан фаолиятини ташкилий	2	2	2

	асослари			
5	Меҳмонхона ва ресторанларда хизмат кўрсатиш тизими	4	4	4
6	Меҳмонхона ва ресторанлар мулки	2	2	2
7	Меҳмонхона ва ресторанлар хўжалик фаолиятини ривожлантиришда инвестициялар роли	4	4	4
8	Меҳмонхона ва ресторанлар фаолияти маркетинги	4	4	4
9	Меҳмонхона ва ресторанларни бошқариш	2	2	2
10	Меҳмонхона ва ресторан фаолиятини режалаштириш	4	4	4
11	Меҳмонхона ва ресторанларда меҳнатга ҳақ тўлаш	2	2	2
12	Меҳмонхона ва ресторанларда хавфсизликни сақлаш ва уларга қўйиладиган санитар талаблар	2	2	2
13	Меҳмонхона ва ресторанлар фаолиятини самарадорлигини иқтисодий баҳолаш	2	2	2
	Жами:	36	36	36
	Ҳаммаси	108		

2. ЎҚУВ МАТЕРИАЛЛАРИНИНГ МАЗМУНИ

2.1. Маруза мавзуларининг мазмуни ва соат бўйича тақсимоти

№	Мавзунинг номи	Соат-лар	Мавзудagi саволлар рўйхати*
1.	Сервис соҳа объектлар иқтисодиёти: курснинг предмети, услуби ва масалалари	2	<p>1. Ўзбекистонда туризمنى ривожлантириш истикболлари ва муаммолари</p> <p>2. Туризм индустриясини ривожлантиришда меҳмонхона ва ресторан тадбиркорлиги</p> <p>3. Сервис соҳа объектлар иқтисодиёти: курснинг предмети, услуби ва масалалари</p> <p>4. Курснинг бошқа иқтисодий фанлар билан алоқаси</p>
2.	Меҳмонхона ва ресторанлар-бозорининг мустақил	4	<p>1. Меҳмонхона ва ресторанларнинг ҳуқуқи 1 шахслар сифатидаги тавсифи</p> <p>2. Меҳмонхона ва ресторанлар турлари</p>

* Қалин ҳарифлар билан ёзилган саволлар ТДИУ ва МДХ мамлакатлари ОУЮларидан олинган намунавий мавзулардан. ТДИУ 2005

	хўжалик субъектлари (4 - савол талабаларнинг маъруза-доклад қилишлари учун)		3. Мехмонхона ва ресторанларнинг фаолиятини лицензиялаш 4. Мехмонхона ва ресторанларнинг ташкилий шакллари
3.	Мехмонхона ва ресторанларнинг ташкилий-ҳуқуқий шакллантириш ва жойларни тавлаш иқтисодий асослари	2	1. Мехмонхона ва ресторанларнинг ташкилий – ҳуқуқий шакллари тавлаш омиллари ва босқичлари 2. Мехмонхона ва ресторанларнинг жойларини танлашнинг омиллари ва мезонлари 3. Ўзбекистон мехмонхоналари ва уларнинг туристик индустриядаги аҳамияти
4.	Мехмонхона ва ресторан фаолиятини ташкилий асослари <i>Интерактив усул кулланилади</i> (3- савол талабаларнинг маъруза-доклад қилишлари учун)	2	1. Мехмонхона ва ресторан хужалигини ташкил этиш модели 2. Мехмонхона ва ресторанларнинг хизмат курсатиш тизимлари 3. Ресторанларда хизмат курсатишнинг такомиллаштириш муаммолари
5.	Мехмонхона ва ресторанларда хизмат кўрсатиш тизими. <i>Ахборот технологиялари кулланилади</i>	4	1. Мехмонхона ва ресторан хизматларини стандартлаштириш. 2. Мехмонхона ва ресторан хизматларини сертификатлаштириш. 3. Мехмонхона ва ресторанлар фаолиятини ташкил этиш асослари. 4. Ўзбекистонда туристларга ресторан хизмат курсатишни такомиллаштириш
6.	Мехмонхона ва ресторанлар мулки. <i>Ахборот технологиялари кулланилади</i>	2	1. Мехмонхона ва ресторанлар мулкларининг тавсифи. 2. Мехмонхона ва ресторанларнинг асосий воситалари ва активларининг амортизациясини баҳолаш. 3. Мехмонхона ва ресторанларнинг айланма активлари ва улардан фойдаланишни баҳолаш.
7.	Мехмонхона ва ресторанлар хужалик фаолиятини	4	1. Мехмонхона ва ресторан тадбиркорлигини ривожлантиришга қилинадиган инвестициялар ва уларнинг

	ривожлантиришда инвестициялар роли. (3- саволлар талабаларнинг маъруза-доклад қилишлари учун)		манбалари. 2. Инвестицияларнинг иктисодий самарадорлигини баҳолаш услублари. 3. Мехмонхона ва ресторанлар хизматлари стандартлари категориялари. 4. Мехмонхона ва ресторанларни ривожлантиришга инвестиция қилишдаги таваккал омилини баҳолаш.
8.	Мехмонхона ва ресторанлар фаолияти маркетинги. (3- ва 5- саволлар талабаларнинг маъруза-доклад қилишлари учун)	4	1. Мехмонхона ва ресторан тадбиркорлиги маркетингининг ижтимоий-эктисодий моҳияти ва таркиби. 2. Маркетинг тамойиллари ва муҳити. 3. Мехмонхона ва ресторанларда хизмат курсатиш ва сотиш сиёсатини асослаш. 4. Мехмонхона ва ресторанларнинг нарх сиёсати. 5. Мижозларга доимий хизмат курсатиш сиёсати. 6. Ўзбекистон мехмонхоналарининг хизмат курсатиш истикболлари
9.	Мехмонхона ва ресторанларни бошқариш	2	1. Мехмонхона ва ресторанлар бошқарувини ташкил этиш. 2. Мехмонхона ва ресторанларда маркетингни бошқариш. 3. Мехмонхона ва ресторан ходимларини бошқариш.
10.	Мехмонхона ва ресторан фаолиятини режалаштириш <i>Презентация усули қулланилади, компьютер синфида</i>	4	1. Мехмонхона ва ресторан фаолиятида режалаштириш турлари. 2. Мехмонхона ва ресторан фаолиятини стратегик режалаштириш. 3. Мехмонхона ва ресторан фаолиятида бизнес режалаштириш. 4. Мехмонхона ва ресторанлар бизнесини ташкил қилиш ва хизмат курсатишни замонавийлиги
11.	Мехмонхона ва ресторанларда меҳнатга ҳақ тулаш	2	1. Меҳнатга ҳақ тулаш тугрисидаги низом. 2. Меҳнатга ҳақ тулаш тизими ва шакли. 3. Меҳнатга ҳақ тулашнинг тарифсиз тури. 4. Меҳнатни мотивлаштириш.
12.	Мехмонхона ва ресторанларда хавфсизликни сақлаш ва уларга қўйиладиган санитар талаблар.	2	1. Мехмонхона ва ресторанларга қўйиладиган санитария талаблари. 2. Туризмда хавфсизликни таъминлаш. 3. Мехмонхона ва ресторанларда хавфсизлик тизими.

13.	<p>Мехмонхона ва ресторанлар фаолиятини самарадорлигини иқтисодий баҳолаш.</p> <p><i>Ақлий ҳужум усули кулланилади</i></p>	2	<p>1. Мехмонхона ва ресторан тадбиркорлиги самарадорлигининг моҳияти ва ахамияти.</p> <p>2. Самарадорлик курсаткичлари.</p> <p>3. Сервис ва мехмонхона индустрияси менежментининг ижтимоий самарадорлиги</p>
-----	--	---	--

2.2. Амалий (семинар) машғулотларининг мазмуни

№	Мазсунининг номи	Амрақил тап соатлар	Машғулотда қўрилиши лозим бўлган саволлар
1.	<p>Сервис соҳа объектлар иқтисодиёти: курснинг предмети, услуби ва масалалари</p>	2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ўзбекистонда туризмнинг урни қандай? 2. Ўзбекистонда туризминг ривожлантириш муаммолари нимадан иборат? 3. Ўзбекистонда туризмнинг ривожлантириш истиқболлари нималардан иборат? 4. Мехмонхона бизнесини ривожланиш тенденциялари нимада? 5. Ресторан бизнесини ривожланиш тенденциялари нимада? 6. Туризм салоатининг бош омилли нимадан иборат? 7. Ўзбекистонда маҳаллий туризмнинг ривожлантириш истиқболларини айтинг? 8. Мехмонхона ва ресторан хужалиги иқтисодиёти курсининг предмети ва услуби нимадан иборат? 9. Курсини бошқа иқтисодий фанлар билан алоқалари қандай?
2.	<p>Мехмонхона ва ресторанлар-бозорининг муस्ताкил хўжалик субъектлари</p>	4	<p>I-машғулот</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Туризм индустриясининг «жойлаштириш» секторда тадбиркорлик фаолиятининг мақсади нима? 2. Мехмонхоналарни таснифлаш ва жойлаштириш қандай амалга оширилади? 3. Ресторанларни таснифлаш ва жойлаштириш қандай амалга оширилади? 4. Мехмонхона ва ресторанларда маркетинг хизматлари нима? 5. Мехмонхона ва ресторанлар уртасида рақобат қандай нужудга келади? <p>II-машғулот</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Мехмонхона ва ресторанларда хизмат қуратиш турлари нима? 7. Мехмонхоналарга жойлаштириш услубларига нималар қиради? 8. Ресторанларни жойлаштириш услубларига нималар қиради? 9. Ривожланган давлатларда хизмат қуратиш услулари қандай амалга оширилади? 10. Миллий бозорда мехмонхона ва ресторанлар фаолиятида рақобатбардошликни ошириш чора-тадбирлари қандай белгиланади?
3.	<p>Мехмонхона ва</p>	2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Нима учун ресторан аниқ бир бозорга

	ресторанларнинг ташкилий - ҳуқуқий шакллантириш ва жойларни танлаш иктисодий асослари		<p>йуналиштирилган бўлиши лозим?</p> <p>2 Ресторанларни қандай жиҳатлари билан фарқлаш мумкин?</p> <p>3 Ресторан жойлашган жой қандай хусусиятларга эга бўлиши лозим?</p> <p>4 Жойлаштириш воситаларига изох беринг?</p> <p>5 Жойлаштириш воситалари қандай туркумларга бўлинади?</p> <p>6 Мехмонхона туркими нима?</p> <p>7 Ресторан турларига тасниф беринг?</p> <p>8 Мехмонхона ва ресторан ташкилий ҳуқуқий шакллари нима?</p> <p>9 Ресторанларнинг ташкилий шакллари нима? хусусиятларига нима лар қиради?</p> <p>10. Мехмонхонанинг ташкилий шакллари нима? хусусиятлари қандай?</p>
4.	Мехмонхона ва ресторан фаолиятини ташкилий асослари	2	<p>1. Работбардорликка ориниш учун қандай бошқарув тузилмасига эга бўлиш маъмул?</p> <p>2. Корхонанинг иш фаолиятида ходимларнинг урни қандай?</p> <p>3. Мехмонхона ва ресторани р фаолиятини ташкил этиш нимада?</p> <p>4. Хизмат кўрсатиш тизими нима лардан иборат?</p> <p>5. Хизмат кўрсатиш тизимини хусусиятлари нимада?</p> <p>6. Мехмонхонада хизмат кўрсатишнинг қандай турлари мавжуд?</p> <p>7. Ресторанларда хизмат кўрсатишнинг қандай турлари мавжуд?</p> <p>8. Мехмонхона фаолиятини ташкил қилиш элементлари нимадан иборат?</p> <p>9. Ресторан фаолиятини ташкил қилиш элементлари нимадан иборат?</p> <p>10. Мехмонхона ва ресторани рда тадбиркорларнинг фаолиятини ташкил қилиш услубларини санаб беринг?</p>
5.	Мехмонхона ва ресторани ларда хизмат кўрсатиш тизими.	4	<p>I-машгулот</p> <p>1. Стандартлаш дегани нима ва унинг моҳияти нимада?</p> <p>2. Стандартларнинг қандай хусусиятлари улардан амалиётда фойдаланишга таъсир этади?</p> <p>3. Туристик хизмат кўрсатиш хизматлар хилма-хиллиги орасида қандай урни эгаллайди?</p> <p>4. Мехмонхона миқозларининг қандай турларини биласиз?</p> <p>5. VIP-миқозларнинг асосий хусусиятлари нима лардан иборат?</p> <p>II-машгулот</p> <p>6. Сертификатлаштиришнинг қандай хусусиятларини биласиз?</p> <p>7. Мехмонхона ва ресторани лар хизматларини сертификатциялаш асослари нимадан иборат?</p> <p>8. Мехмонхона хизматларининг стандартлаштиришнинг қандай категориялари мавжуд?</p> <p>9. Ресторани лар хизматларининг стандартлаштиришнинг қандай категориялари мавжуд?</p> <p>10. Маъмурий сертификатция талаблари нимадан иборат?</p>
6.	Мехмонхона ва	2	<p>1 Корхона мулки деганда нима ни тушунамиз?</p> <p>2 Корхона мулкининг қандай турларини биласиз?</p>

	ресторанлар мулки		<ul style="list-style-type: none"> 3. Узок муддатли молиявий куйилмаларга таъриф беринг? 4. Молиявий куйилмалар дегани нима? 5. Молиявий куйилмаларнинг қандай турларини биласиз? 6. Амортизациялашга тушунча беринг? 7. Мехмонхона асосий воситаларини қандай амортизация қилинади? 8. Ресторанлар асосий воситаларини қандай амортизация қилинади? 9. Мехмонхона ва ресторанларни айланма активлардан қандай фойдаланилади? 10. Мехмонхона ва ресторанлар мулкни солиққа тортилиши қандай?
7.	Мехмонхона ва ресторанлар хужалиқ фаолиятини ривожлантиришда инвестициялар роли	4	<p>I-машғулот</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Инвестиция деганда нимани тушунасиз? 2. Инвестицион лойиҳа тушунчасига таъриф беринг? 3. Инвестицияларнинг ички манбаларини санаб беринг? 4. Инвестицияларнинг ташқи манбаларини санаб беринг? 5. Инвестицион лойиҳалар самардорлигини қандай баҳолайди? <p>II-машғулот</p> <ul style="list-style-type: none"> 6. Молиявий муносабатлар деганда нимаки тушунасиз? 7. Мехмонхона ва ресторанлар фаолиятидаги молиявий муносабатлар нимадан иборат? 8. Мехмонхоналарда тадбиркорликни ривожлантиришда инвесторлар роли қандай? 9. Ресторанларда тадбиркорликни ривожлантиришда инвесторлар роли қандай? 10. Инвестицион лойиҳаларни амалга оширишдаги таваккалчилик мезонларини тушунтиринг?
8.	Мехмонхона ва ресторанлар фаолияти маркетинги.	4	<p>I-машғулот</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Маркетинг деганда нимани тушунасиз? 2. Мехмонхона ва ресторанлар тадбиркорлик фаолиятида маркетингги мазмуни ва ижтимоий-иқтисодий моҳиятини тушунтиринг? 3. Маркетинг тамойилларини санаб беринг? 4. Маркетинг муҳити нега таҳлил қилиниши керак? 5. Мехмонхона ва ресторанларда хизмат курсатиш ва сотиш сиёсати нимадан иборат? <p>II-машғулот</p> <ul style="list-style-type: none"> 6. Хизматлар маркетингининг узига хос жиҳатлари нимада? 7. Хизмат курсатишни доимий яхшилаб бориш маданияти деганда нимани тушунасиз? 8. Мижозларга доимий хизмат курсатиш талаблари нимада? 9. Мехмонхона ва ресторанларда рақобат хусусиятларини аниқланг? 10. Ўзбекистон мехмонхоналарида мижозларга хизмат курсатиш истиқболлари қандай?
9.	Мехмонхона ва ресторанларни бошқариш	2	<ul style="list-style-type: none"> 1. Мехмонхона ва ресторан индустриясини бошқарув деганда нимани тушунасиз? 2. Мехмонхона ва ресторанларни бошқарув тузилмаси қандай бўлиши мақсадга мувофиқ? 3. Мехмонхона ва ресторан индустриясида

- Мустақил таълим мавзуларни тайёрлаш, кўриб чиқиш ва тасдиқлашга тақдим этиш;
- Мустақил таълим мавзуларини танлашда талабаларга ёрдам кўрсатиш;
- Иш раҳбарларини тақсимлаш, танлаш ва тасдиқлашга тақдим этиш;
- Мустақил таълим бўйича ишларни тайёрлаш графигини тасдиқлаш ва бажарилишини назорат қилиш;
- Мустақил таълим ишларига тақриз бериш сифатини назорат қилиш.

2.5.2. Илмий раҳбарнинг вазифалари:

Талабанинг илмий раҳбари ишга раҳбарлик қилишда қуйидаги вазифаларни бажариши керак.

- Мустақил таълим ишини бажариш учун талабага топшириқ ишлаб чиқиш;
- Режасини тузишда ҳамда адабиётлар танлашда керакли ёрдам кўрсатиш;
- Тасдиқланган график асосида консултация уюштириш, материал йиғишда, унинг таҳлилида, умумлаштиришда ва қўллашда маслаҳатлар бериш;
- Тасдиқланган график асосида мустақил таълим ишини тайёрлаш жараёнида талабалар билан мунтазам учрашув ва суҳбатлар ўтказиш;
- Мустақил таълим ишини тайёрлаш графикасини бажарилишини ҳамда сифатини назорат қилишни амалга ошириш;
- Мустақил таълим ишини тайёрлаш жараёнида ташкилий ва услубий ёрдам кўрсатиш;
- Тақриз бериш;

2.5.3. Талабалар вазифалари:

Талаба мустақил ишни бажариш жараёнида қуйидагиларни бажариши лозим:

- ишнинг мавзусини кафедранинг талабларидан келиб чиққан ҳолда танлаш;
- илмий раҳбарнинг тузиб берган режаси асосида берилган топшириқларни ўз вақтида бажариши;
- ўрнатилган тартиб бўйича мустақил ишнинг ҳисоботини ўз вақтида кафедрага тақдим этиши керак.

2.5.4. Талабаларнинг билим даражасини текшириб юриш

Талабанинг мустақил ишни бажаришга тайёргарлигини текшириб кўриш учун қуйидаги саволлар берилиши мақсадга мувофиқдир:

1. Ўзбекистонда туризм ва меҳмонхона индустриясининг истиқболлари қандай?

2. Ресторан бизнесига оид «микрорайон» атамаси нимани англатади?
3. Стандартлаштириш деганда нима тушунилади ва у қайси ҳолатларда қўлланилади?
4. Стандартларнинг қайси хусусиятларига кўра унинг амалий фаолиятда қўлланилиши тақозо этилади?
5. Хизмат кўрсатиш сифати деганда нима тушунилади?
6. Сертификация нима ва унинг қўлланилиш ҳолатлари?
7. Жойлаштириш воситалари қандай тоифаларга бўлинади?
8. Меҳмонхонада кўрсатиладиган хизматларнинг асосийларини санаб ўтинг.
9. Дунёда меҳмонхона ишини ташкил этишнинг иккита асосий моделига таъриф беринг.
10. Ҳодимларни ўқитиш шакллари ва мақсадларини тавсифлаб беринг.
11. «Режалаштиришнинг тўлиқ цикли»га таъриф беринг.
12. Туристтик фирманинг ҳаражатлар таркиби қандай?
13. Туристтик хизмат нима?
14. Хизмат кўрсатиш пакетига қайси хизматлар киради?
15. Туристтик индустрия қайси асосий секторлардан иборат?
16. Меҳнатга ҳақ тўлаш тизими деганда нимани тушунаси?
17. Меҳмонхона ва ресторанларда хавфсизликни таъминлаш мақсадлари ва масалалари ҳақида гапириб беринг.
18. «Ёзори баҳолаш» деганда нимани тушунаси?
19. Туристтик меҳмонхоналар турларини санаб ўтинг.
20. Хизмат кўрсатиш соҳасининг асосий хусусиятларини айтинг.
21. Хизмат кўрсатишни бошқариш стратегияси деганда нимани тушунаси?
22. Нима учун меҳмонхона хоналари тез эскирувчи моллар қаторига киради?

2.6. Ишга тайёргарлик

2.6. 1. Адабиётларни танлаш

Мавзу билан боғлиқ мазмунга эга барча манбаалар тўла кўриб чиқилиши лозим.

- махсус
- илмий
- илмий-оммавий
- статистик ва бошқа маълумотлар
- касбий

2.6. 2. Адабиётларни ўрганиш ва мавзу бўйича материал йиғиш

Адабиёт билан ишлашни мустақил таълим ишининг мавзусини танлаш жараёнида бошланг лозим.

Керакли адабиётни талабанинг ўзи мустақил танлайди Илмий раҳбарнинг вазифаси талаба томондан тақдим этилган адабиётларни гуруҳлаб зарурий ўзгартириш киритиш.

Манбааларни танлашда адабиётни напир этган йилга эътибор бериш керак, имкон даржасида энг охириги йил адабиётларни танлаш мақсадга мувофиқдир.

Барча ўрганилган материаллар мустақил таълим ишига киритилиши мажбур эмаслигини ҳисобга олиниши лозим Ишни бажариш учун тадқиқот этилаётган саволни кенгроқ ва тўлиқ ёритиш имконини берувчи асосий ҳолатлар ва кўрсаткичлар ажратиб олиниши керак. Манбааларни кенг ва тўлиқ ўрганиш зарурийлигини ажратиб олишни билиш, турли ахборотларни қиёсий тахлил этиш эса энг асосий кўрсаткич бўлиб талабада адабиёт билан ишлаш кўникмасига эгаллигини кўрсатади.

2.7. «Сервис соҳасида объектлар иқтисодиёти» фанидан ёзма иш саволлари

1. Ўзбекистонда туризм ва меҳмонхона индустриясининг истиқболлари қандай?
2. Ресторан бизнесига оид «микрорайон» атамаси нимани англатади?
3. Нима учун ресторанинг концепциясига унинг жойлашган жойи мувофиқ келиши муҳимлигини тушунтириб беринг.
4. Тушунтириш, нима учун ресторанларнинг ягона туркумий таснифи мавжуд эмас?
5. Стандартлаштириш деганда нима тушунилади ва у қайси ҳолатларда қўлланилади?
6. Стандартларнинг қайси хусусиятларига кўра унинг амалий фаолиятда қўлланилиши тақозо этилади?
7. Хизмат кўрсатиш сифати деганда нима тушунилади?
8. Хизмат кўрсатиш сифати тизими нима?
9. Сертификация нима ва унинг қўлланилиш ҳолатлари?
10. Туристтик хизматларни сертификациялашда қайси сертификациялаш схемалари энг мақбул ҳисобланади?
11. «жойлаштириш воситалари» га таъриф беринг.
12. Жойлаштириш воситалари қандай тоифаларга бўлинади?
13. Меҳмона тоифасини таърифланг?
14. Меҳмонхона тоифалари қандай белги (символ)лар билан кўрсатилади?
15. Меҳмонхонада кўрсатиладиган хизматларнинг асосийларини санаб ўтинг.
16. Меҳмонхона тармоғи деганда нима тушунилади?

17. Дунёда меҳмонхона ишини ташкил этишнинг иккита асосий моделига таъриф беринг.
18. Ташкилот бошқарувининг ташкилий тузилмаси элементларини санаб ўтинг.
19. Ҳодимларни касбий ривожлантириш белгиларини айтиб ўтинг.
20. Ҳодимларни ўқитиш шакллари ва мақсадларини тавсифлаб беринг.
21. «Режалаштиришнинг тўлиқ цикли»га таъриф беринг.
22. Меҳмонхона хўжалигининг ҳисобга олиш таркибида қайси асосий қарорлар тасдиқланади?
23. Туристик фирманинг ҳаражатлар таркиби қандай?
24. Ташкилотда бошқарувчи кадрларнинг асосий роли нимадан иборат?
25. Бозор шароитига ўтишда бошқарувчи кадрларнинг роли қандай ўзгаради?
26. Ҳодимларни бошқариш тизимидаги ўзгаришларни келтириб чиқарувчи омилларни тавсифланг.
27. Иқтисодий менежмент соҳасида бошқарув таъсирининг ўрни нимада?
28. Меҳмондўстлик индустриясида менежментнинг ижтимоий самардорлигини қандай тасаввур этасиз?
29. Туристик маҳсулотга таъриф беринг.
30. Туристик хизмат нима?
31. Хизмат кўрсатиш пакетида қайси хизматлар киради?
32. Сайёҳатнинг асосий мақсади нима?
33. Туристик индустрия қайси асосий секторлардан иборат?
34. Меҳмонхона фаолияти нима?
35. Туристик маҳсулотни ишлаб чиқиш ва амалга оширишдаги инновацион жараён ҳақида гапириб беринг.
36. Меҳнатга ҳақ тўлаш тизими деганда нимани тушунасиз?
37. «Меҳнат қилиш меъёри»га таъриф беринг.
38. Меҳмонхона ва ресторанларда хавфсизликни таъминлаш мақсадлари ва масалалари ҳақида гапириб беринг.
39. «Бозорни баҳолаш» деганда нимани тушунасиз?
40. Маркетинг муҳити нима учун таҳлил қилинади?
41. Маркетинг хизматларининг хусусияти нимадан иборат?
42. Хизмат кўрсатиш сервисини доимий яхшилаш «маданияти»ни қандай тушунасиз?
43. Туристик меҳмонхоналар турларини санаб ўтинг.
44. Корхона шаклини танлашда қандай омиллар ҳисобга олинади?
45. Хизмат кўрсатиш соҳасининг асосий хусусиятларини айтинг.
46. Хизмат кўрсатишни бошқариш стратегияси деганда нимани тушунасиз?
47. Нима учун меҳмонхона хоналари тез эскирувчи моллар каторига киради?

2.8. «Сервис соҳаси объектлар иқтисодийёти» фанидан тест саволлари

1. Туризм сервиси бу - :
 - a) ишлаб чиқариш хизматларини кўрсатиш;
 - b) истеъмолчи ўзига керак товар ёки хизматни танлаш ва ундан самарали фойдаланиш тизими;
 - c) истеъмолчига ахборот хизматини кўрсатиш;
 - d) истеъмолчига техник хизмат кўрсатиш.
2. Сервис, корхонани муваффақиятга етакловчи, муҳим омил бўлиши учун нималар қилиш керак?
 - a) истеъмолчи-корхонага сервис бўйича кафолатлар бериш, сервис соҳасидаги ҳодимлар малакаларини мунтазам равишда ошириб бориш, ҳужжатларни сифатли юритиш;
 - b) истеъмолчиларга сифатли маслаҳатлар бериш;
 - c) истеъмолчи-корхоналарга сифатли ҳужжат тақдим этиш;
 - d) истеъмолчига қўшимча кафолатлар бериш.
3. Оддий сервис қандай амалга оширилади?
 - a) олувчи орқали;
 - b) фирма орқали;
 - c) истеъмолчи юртидаги ҳодимлар орқали;
 - d) улгуржи-даллоллик билан шуғулланувчи фирмалар орқали;
 - e) диллерлар орқали.
4. Мураккаб сервис хизматини кўрсатиш (мураккаб ускуналар, кемадар, самолётлар) кимлар орқали амалга оширилади?
 - a) фирманинг маҳсус бўлимлари орқали;
 - b) етказиб берувчи корхона алоҳида мутахассислари командировкалар орқали;
 - c) диллерлар орқали;
 - d) етказиб берувчилар консорциуми орқали.
5. Сервис хизматининг сифати қандай баҳоланади?
 - a) ускуналарнинг сифатли ишлаш йўли орқали;
 - b) хизмат кўрсатиш стандартлари талабларини ва ишнинг амалдаги ҳолатини қиёслаш йўли орқали;

- c) жихозларнинг ишга яроқлилигини текшириш усули орқали;
 - d) жихозлар мажмуасининг алоҳида элементларини текшириш йўли орқали.
6. Туристик хизмат нима?
- a) мижозларнинг саёҳат қилиш, дам олиш ёки экскурсияга чиқиш каби эҳтиёжларини қондириш учун корхона, ташкилот, муассаса ёки тадбиркорларнинг бажарадиган фаолияти;
 - b) товар ва хизматларнинг рақобатбардошлигини ошириш мақсадидаги операциялар билан боғлиқ ҳаракатлар;
 - c) кишилар талабини тўлароқ қондиришда фойдали самара берувчи истеъмол кийматига қаратилган ҳаракатлар;
 - d) талабни қондиришга, фойда олишга қаратилган сотув объектлари билан амалга ошириладиган фаолият кўриниши.
7. Хизмат кўрсатишни бошқариш стратегияси нима?
- a) бошқаришни такомиллаштириш;
 - b) стратегик режа тузиш;
 - c) алоҳида белгилар асосида рентабелликни ошириш;
 - d) меҳмондўстлик индустрияси соҳасида бизнесни ривожлантириш.
8. Меҳмондўстлик индустрияси нималарни ўз ичига олади?
- a) бозорга таъсир кўрсатувчи маркетинг воситаларини ва товарнинг асосий таркиби;
 - b) қўшимча хизматлар кўрсатиш;
 - c) меҳмонхона хизматини тақдим этиш ва меҳмонхона, кемнинг, ётоқхоналарда қисқа муддатли хизмат кўрсатиш;
 - d) туристларга бир кеча тунаш учун хона ёки бошқа турар жойлар тақдим этиш.
 - e) барча жавоблар тўғри;
 - f) тўғри жавоб йўқ.
9. Меҳмонхона хизматлари маркетинги бу - :
- a) хусусий меҳмонхоналар хизмати;
 - b) туристлар норозилигини аниқлаш;
 - c) талаб, таклиф, нарх-наво омилларини ўрганиш;
 - d) меҳмонхона хизматларига маркетингни муваффақиятли жорий этиш;

- e) ярмаркалар ва кўргазмалар ташкил қилиш.
10. Туризм индустриясининг «Рекреация ва саёҳат-саргузаштли туризм» сектори нималардан иборат?
- a) чанги дам олиш маскани;
 - b) гольф ва теннис объектлари;
 - c) истироҳат боғлари;
 - d) саргузаштли туризм;
 - e) яхта-клублари.
11. Туризм индустриясининг «жойлаштириш» сектори ўз ичига нималарни олади?
- a) балиқчилар чайласи, овчилик уйлари, бунгало ва бошқалар;
 - b) балиқ тутиш, ов қилиш, вақтичоғлик қилиш лагерлари;
 - c) меҳмонхоналар, оромгоҳлар;
 - d) кемпинг ва ёзги лагерлар;
 - e) қўшма мулк объектлари;
 - f) қишлоқ меҳмонхоналари, ётоқхоналар, туристлар уйлари.
12. Туризм индустриясининг «умумовқатланиш» сектори ўз ичига нималарни олади?
- a) ресторанлар, ошхона ва кафелар;
 - b) дўконлар;
 - c) тез овқатланиш шаҳобчалари;
 - d) барлар, тунги клублар ва ш.ў.;
 - e) клублар қошидаги ресторанлар;
 - f) корхоналардаги умумий овқатланиш жойлари;
 - g) умумовқатланишни ташкил қилиш билан шуғулланувчи фирмалар;
 - h) махсус тадбирлар.
13. Туризм индустриясининг «туристик хизматлар» сектори нималардан иборат?
- a) туризм бўйича давлат ташкилотлари;
 - b) ахборот марказлари;
 - c) тадқиқот хизматлари;
 - d) жойларни олдиндан эгаллаб қўйиш хизматлари;

- e) реклама агентлиги, туристик оммавий-ахборот воситалари;
 - f) туризм бўйича ўқитучи ва маслаҳатчилари;
 - g) туристик хизматини кўрсатувчилар;
14. Туризм давлатнинг бошқа қайси иқтисодий ва ижтимоий фаолият секторлари билан боғлиқ?
- a) саноат;
 - b) қишлоқ хўжалиги;
 - c) энергетика;
 - d) ўромн хўжалиги;
 - e) молия;
 - f) ахборот сектори;
 - g) телекоммуникация;
 - h) чакана савдо;
 - i) транспорт.
15. Туризм давлат иқтисодиётига қандай ижобий таъсир кўрсатади?
- a) бандлик;
 - b) иқтисодиёт диверсификацияси;
 - c) ҳудудий ривожланиш;
 - d) валюта тушуми;
 - e) солиқдан тушумлар;
 - f) инфратузилмани ривожланиши.
16. Туризм ижтимоий-маданий ўзгаришларга қандай таъсир кўрсатади?
- a) маданий меросни сақлаш;
 - b) маданият учун ғурурни уйғотиш;
 - c) маданий тажриба алмашиш.
17. Туризм қандай ижобий экологик таъсир кўрсатади?
- a) муҳим табиат ҳудудларини сақлаш;
 - b) археологик ва тарихий объектларни сақлаш;
 - c) атроф муҳитни сифат даражасида яхшилаш;
 - d) инфратузилмани такомиллаштириш;
 - e) экологик тарғибот

18. Туризм қандай салбий экологик оқибатларга олиб келиши мумкин?
- a) сувларнинг ифлосланиши;
 - b) хавонинг ифлосланиши;
 - c) шовқин кўтарилиши;
 - d) чиқиндиларни йўқ қилиш муаммоси;
 - e) экологиянинг бузилиши;
 - f) тарихий ва архитектура ёдгорликларига зарар етиши.
19. Туризм барқарор ривожланишининг асосий тамойиллари қайсылар?
- a) экологик барқарорлик – экологик жараёнлар, биологик хилма-хиллик ва биологик ресурсларнинг қўллаб-қувватлаш билан ривожланишни биргаликда амалга ошишини таъминлайди;
 - b) ижтимоий-маданий барқарорлик; ривожланиш орқали инсонлар ўз ҳаётини яхшироқ режалаштиришади; ривожланиш таъсир этувчи маданият ва инсоният бойликлари билан бир қаторда туриши билан бирга маҳаллий аҳолининг ўзлигини сақлаб, уни мустаҳкамлайди;
 - c) иқтисодий барқарорлик- ресурслар бошқариш ва ривожлантиришда шундай иқтисодий самародорликка эришини таъминлайдики, бунда улар билан келажак авлод ҳам таъминланади.
20. Туризмнинг барқарор ривожланишидан асосий фойда нимада?
- a) мезбон аҳолининг яшаш сифатини яхшилланиши;
 - b) ташриф буюрувчида юқори даражада таъсурот уйғотиш;
 - c) атроф-муҳитни сифатини сақлаш.
21. Алоҳида олинган ҳудудда туризмнинг ривожланишида қайси тарафлар кўпроқ манфаатдор?
- a) маҳаллий аҳоли;
 - b) маҳаллий туристик сектор;
 - c) ҳукумат органлари;
 - d) хорижий меҳмонлар.
3. Фойдаланилган адабиётлар (Ўқув қўлланмада берилган – 91 бет)

АЛИМОВ ҚАҲРАМОН
ҚУТЛИМУРОДОВ ФАЙЗУЛЛА

ЭКОНОМИКА ОБЪЕКТОВ В СФЕРЕ СЕРВИСА

Учебное пособие

Лицензия 10 - 1015 от 1 августа 2005 г.

Редактор: О.Абдуллаев

Корректор: Г. Абдуллаева

Дизайн: Д.Абдуллаев

Компьютер саҳифаловчи: Ш. Дадабоев

Босишга руҳсат этилди 5.05.05 г. Формат 60 × 84 1/16

Ҳажми 7,5. Оффсет қоғози. Адади 499 нусха

Келишилган нарҳда. Гарнигура “Times New Roman”

Заказ № 36

«Фан ва технология» нашриётида чоп этилди.

Тошкент Олмазор кўчаси 171.

