

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY VA O‘RTA MAXSUS TA‘LIM VAZIRLIGI
SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI

Fakultet: Magistratura bo‘limi
Kafedra: Xalqaro turizm va turizm servisi

Qo‘lyozma huquqida

UDK 338.48:64024

Nurullayeva Yulduz Shuxrat qizining

**Mehmonxonalarda taklif etiladigan asosiy va
qo‘shimcha xizmatlarni takomillashtirish
yo‘llari(Samarqand shahri mehmonxonlari misolida)**

Magistr akademik darajasini olish uchun yozilgan

DISSERTATSIYA

Ilmiy rahbar: iqtisodiyot fanlari nomzodi

R.S.Amriddinova

Ilmiy maslahatchi: iqtisodiyot fanlari

doktori, prof. I.S.Tuxliyev

SAMARQAND – 2017

MUNDARIJA

	KIRISH.....	3
1-BOB	Mehmonxonalarda asosiy va qo‘shimcha xizmatlarni takomillashtirishning nazariy asoslari.....	7
1.1.	O‘zbekistonda mehmonxona xizmatlari bozorining holati.....	7
1.2.	Mehmonxonalarda xavfsizlik masalalari va uning huquqiy asoslari.....	13
1.3.	Mehmonxona mijozlarining mamnunligi indeksi.....	18
	I -bob bo‘yicha xulosalar.....	28
2-BOB	Mehmonxonalarda asosiy xizmatlarni takomillashtirish yo‘llari....	30
2.1.	“Yulduz” mehmonxonasi faoliyatining umumiy tavsifi.....	30
2.2.	“Yulduz” mehmonxonasida asosiy va qo‘shimcha xizmatlarni tashkil etish imkoniyatlari.....	35
2.3.	“Yulduz” mehmonxonasining moliyaviy ko‘rsatkichlari tahlili.....	40
	II -bob bo‘yicha xulosalar.....	49
3-BOB	Mehmonxonalarda qo‘shimcha xizmatlarni takomillashtirish yo‘llari.....	50
3.1.	Mehmonxonalarda bolali oilalarga xizmatlar taklif etish.....	50
3.2.	Mehmonxonalarning bayramona takliflarini targ‘ib qilish yo‘llari.....	54
3.3.	Booking.com onlayn bronlashtirish imkoniyatlaridan foydalanish.....	64
	III -bob bo‘yicha xulosalar.....	74
	Xulosa.....	77
	Takliflar.....	78
	Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati.....	81
	Ilovalar	85

KIRISH

Magistrlik dissertatsiyasi mavzusining asoslanishi va uning dolzarbligi.

Mehmonxona xizmatlari turizm industriyasining eng muhim elementlaridan biri hisoblanadi. O'zbekistonda mehmonxona industriyasi faoliyati xalqimiz mehmondo'stligining timsoliga aylanmog'i lozim. Bunda mehmondo'st xalqimizga xos bo'lgan mehmonni hurmat qilish, uni qabul qilib olish va xizmat ko'rsatish kabi qadimiy urf-odatlarining namoyish etilishi maqsadga muvofiqdir. Shu bilan birga mehmonxonalar faoliyati hamda ular tomonidan ko'rsatiladigan joylashtirish xizmatlari sifatini oshirish, bu borada mavjud xorijiy tajribani o'rganish talabini keltirib chiqaradi.

Keyingi yillarda O'zbekiston Respublikasi hududlarida turizm sohasining rivojlanish tendensiyasi kuzatilmoqda. Buni biz Samarqand viloyatida ro'yxatga olingan ommaviy joylashtirish vositalari sonining o'sishi orqali ham kuzatishimiz mumkin. Turizm sohasini jadal rivojlantirish, yurtimizga kelayotgan chet ellik sayyohlar oqimini yanada ko'paytirish, yangi sayyohlik marshrutlari ishlab chiqish, dam olish maskanlarida zamonaviy shart-sharoit yaratish borasida ishlar olib borilmoqda. Bu borada O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016 yil 2 dekabr, PF-4861-sonli faromonida "...respublikaning barcha mintaqalarida zamonaviy jahon standartlariga, turistlarning ehtiyojlari va talablariga javob beradigan turizm industriyasi ob'ektlarini — mehmonxonalarni va joylashtirishning shu kabi vositalarini, umumiy ovqatlanish ob'ektlarini, transport-logistika tuzilmalarini, axborot markazlarini, madaniyat va sport muassasalarini jadal rivojlantirish, asosiy turizm yo'nalishlari bo'yicha yo'l-transport va muhandislik-kommunikatsiya infratuzilmasini, yo'lbo'yi infratuzilmasini jadal qurish va rekonstruksiya qilish, ushbu maqsadlar uchun xorijiy investorlarni keng jalb etish..."¹ kabi masalalar ta'kidlab o'tilgan.

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida»gi PF-4861-son Farmoni. Toshkent sh., 2016 yil 2 dekabr.

O‘zbekistonda turizmning shakllanish va rivojlanishiga e’tibor asosan davlatimiz mustaqillikka erishgandan keyin boshlandi. Hozirgi kunga kelib mamlakatimizda turizm va u bilan bevosita bog‘liq bo‘lgan mehmonxona xo‘jaligi xizmatlarini rivojlantirish iqtisodiy taraqqiyotning ustuvor yo‘nalishi sifatida davlat siyosati darajasiga ko‘tarilgan. Turizmni rivojlantirish uchun zarur tashkiliy, huquqiy, iqtisodiy mexanizmlar yaratilib, hukumatimiz tomonidan tegishli me‘yoriy-huquqiy hujjatlar qabul qilinmoqda.

Tadqiqot ob’ekti – mehmonxonalarda taklif etiladigan asosiy va qo‘shimcha xizmatlar majmui hisoblanadi.

Tadqiqot predmeti – mehmonxonalarda asosiy va qo‘shimcha xizmatlarining nazariyasi, amaliyoti, usullari va takomillashtirish yo‘llari.

Tadqiqot maqsadi – mehmonxonalarda taklif etiladigan asosiy va qo‘shimcha xizmatlarni takomillashtirish bo‘yicha ilmiy uslubiy tavsiyalar tayyorlashdir.

Dissertatsiya ishida belgilangan maqsadga erishish uchun quyidagi **vazifalar** belgilandi va amalga oshirildi:

- O‘zbekistonda mehmonxona xizmatlari bozorining holatini tahlil qilish;
- Mehmonxona mijozlarining mamnunligi indeksini aniqlash;
- Samarqand shahridagi “Yulduz” mehmonxonasi faoliyatini va xizmatlarni tashkil etish imkoniyatlarini tahlil qilish.
- Mehmonxonalarda bolali oilalarga xizmatlar taklif etish imkoniyatni o‘rganish;
- Mehmonxonalarning bayramona takliflarini targ‘ib qilish yo‘llarini ko‘rib chiqish;
- Booking.com onlayn bronlashtirish imkoniyatlaridan foydalanish;

Ilmiy yangiligi iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida mehmonxona xizmatlari bozoridagi raqobat muhitida mehmonxonalarda taklif etiladigan asosiy va qo‘shimcha xizmatlarni takomillashtirish bo‘yicha ilmiy uslubiy tavsiyalarda belgilanadi.

Tadqiqot mavzusi bo'yicha adabiyotlar tahlili. Nazariy jihatdan iqtisodiy fanlarda mehmonxonalardagi asosiy va qo'shimcha xizmatlarni o'rganish masalalarini olimlardan N.I. Ligina, F. Kotler, A.P. Durovich, Stoun M., Vudkok N., Mechtinger L.² o'z ishlarini bag'ishlaganlar.

Mamlakatimizning yetakchi iqtisodchi olimlari ham bu yo'nalishda ilmiy-tadqiqot ishlarini olib borishgan. Jumladan, turizm va mehmonxona xizmatlarini rivojlantirish masalalari I.S.Tuxliyev, N.T.Tuxliyev, M.S.Qosimova, M.A.Yusupova, R.S.Amriddinova³ tadqiqotlarida o'z aksini topgan.

Tadqiqotda qo'llanilgan metodikaning tavsifi. Tadqiqotda iqtisodiy tahlilning ilmiy metodlari asosida, analiz va sintez, tizimli yondashuv, mantiqiy hamda statistik tahlil, guruhlash, qiyoslash, tanlab kuzatish, sotsiologik so'rov, ekspertli baholash usullaridan foydalanildi.

Tadqiqot natijalarining nazariy va amaliy ahamiyati. Dissertatsiya ishining amaliy ahamiyati shundan iboratki, berilgan tavsiyalar majmuasidan yangi va hozirda faoliyat ko'rsatayotgan mehmonxonalar o'zlarining joriy rejalarini ishlab chiqishda qo'llashlari mumkin. Tadqiqotning amaliy xulosalari va tavsiyalaridan yangi tashkil etilgan O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi faoliyatida, mamlakatimiz mehmonxonalarida strategik rejalarini tuzish jarayonida foydalanish mumkin. Tadqiqot natijasida ishlab chiqilgan nazariy va amaliy tavsiyalar "Yulduz" mehmonxonasi faoliyatida (2016 yil 15 yanvardagi dalolatnoma) amaliyotga qo'llash uchun qabul qilingan.

² O.A., Ligina N.I. Marketingoviy issledovaniya rinka: Uchebnik. M.: FORUM: Infra – M, 2005. – 192 s., // Filip Kotler. Marketing po Kotleru. – 2-ye izd. Kak zavoyevat i uderjat rinok. – M., 2005. – 697 s, Marketing gostepriimstvo turizm. Uchebnik. - Moskva.: OOO "YUNITI" 1998, // A.P. Durovich Marketing gostinits i restoranov. Uch. posobiye. - Moskva.: OOO "Novoye zdaniye" 2005, // Stoun M., Vudkok N., Mechtinger L. Marketing, oriyentirovanniy na potrebitelya./per.s.ang. M.Veselkovoy. –M.: Fir-press, 2003. - 479 s.

³ Tuxliyev I.S. va boshqa mualliflar: Turizmda strategik marketing. O'quv qo'llanma. – Samarqand: SamISI 2010. // Tuxliyev N.T. va boshq. Menedjment i organizatsiya biznesa v turizme O'zbekistana. - T.: GNI O'zbekiston milliy ensiklopediyasi, 2006.; // Qosimova M.S. va boshqa mualliflar Yergashxo'jayeva Sh.J., Yuldashev M.M. Marketing. Darslik. – T.: O'zbekiston yozuvchilar uyushmasi, 2005. // Amriddinova R.S. "Mehnat resurslarini boshqarish asosida turizm xizmatlarining raqobatbardoshligini oshirish yo'llari (Samarqand viloyati turizm korxonalari misolida). I.f.n. ilmiy darajasini olish uchun dissertatsiya. - S.: SamISI, 2012.

Mazkur dissertatsiya ishi yuzasidan muallif tomonidan respublika hamda xalqaro miqyosida o'tkazilgan ilmiy-amaliy anjumanlarda ma'ruzalar qilingan.

Magistrlik dissertatsiyasi tuzilmasining tavsifi – kirish, III bob, har bir bobda 3 tadan paragraf, xulosalar, tavsiyalar, ___ jadvallar, ___ rasmlar va ___ foydalanilgan dabiyyotlar ro'yxatidan iborat. Magistrlik dissertatsiyasining hajmi ___ betdan iborat.

I –BOB. MEHMONXONALARDA ASOSIY VA QO‘SHIMCHA XIZMATLARNI TAKOMILLASHTIRISHNING NAZARIY ASOSLARI

1.1. O‘zbekistonda mehmonxona xizmatlari bozorining holati

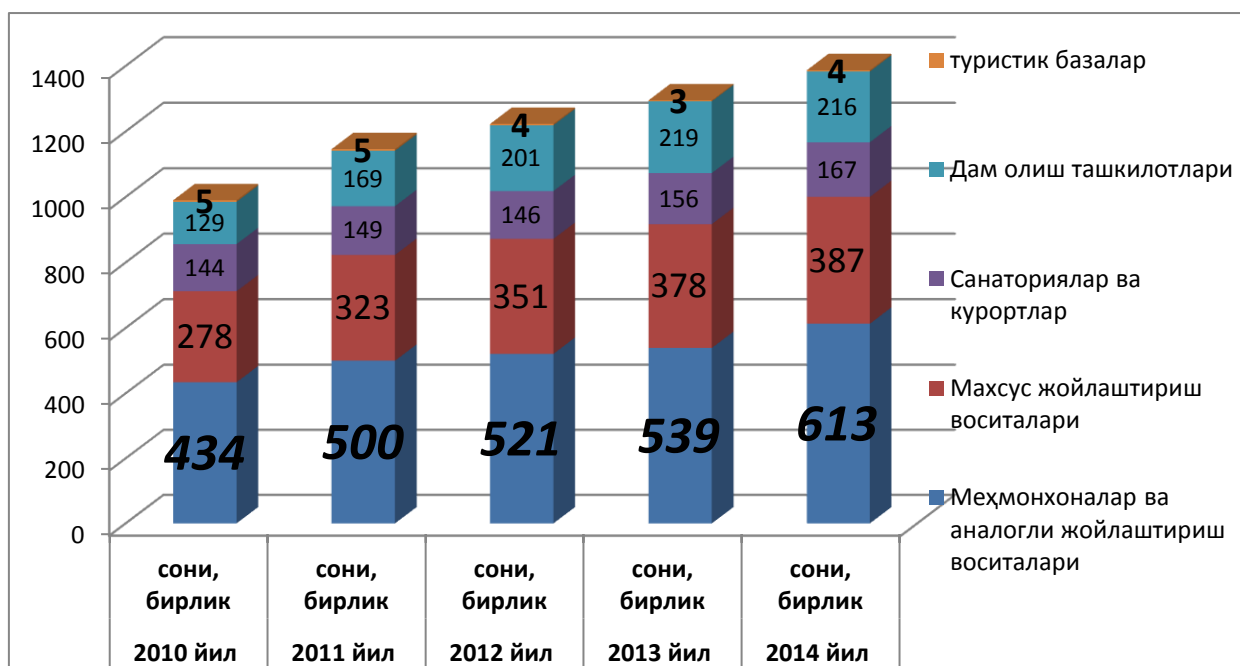
Mamlakat iqtisodiyotining strategik tarmog‘i sifatida turizmni jadal rivojlantirish uchun qulay iqtisodiy va tashkiliy-huquqiy shart-sharoitlar yaratish, hududlarning ulkan turizm salohiyatidan yanada to‘liq va samarali foydalanish, turizm tarmog‘ini boshqarishni tubdan takomillashtirish, milliy turizm mahsulotlarini yaratish va ularni jahon bozorlarida targ‘ibot qilish, turizm sohasida O‘zbekistonning ijobiy qiyofasini shakllantirish zamon talabi bo‘lmoqda.

Mamlakatimizning betakror tarixiy yodgorliklari, qadimiy obidalar, xushmanzara tabiati, betakror madaniyati va an‘analari jahon sayyohlarini o‘ziga tobora jalb etmoqda. Mamlakatimizning barcha shaharlari sayyohlik borasida ulkan salohiyatga ega. Xususan, Samarqand, Buxoro, Xiva qadimdan Yevropa va Osiyo mamlakatlarining o‘zaro aloqalarida o‘ziga xos ko‘prik vazifasini o‘tagan. Shu bois hududda savdo-sotiq, madaniyat qadimdan rivojlangan, karvonsaroy va rabotlar qurilgan.

Turizm sohasida mehmonxona tarmog‘ini rivojlantirish bo‘yicha ayrim muammolar mavjud bo‘lib, uni hal etish borasida bir qator chora-tadbirlar tizimini ishlab chiqish lozimligini talab etmoqda. Xususan farmonda keltirilganidek: “...mehmonxonalarda va joylashtirishning shu kabi vositalarida turizm xizmatlari ko‘rsatish bilan bog‘liq faoliyatni amalga oshirishga litsenziya mavjud bo‘lishi bo‘yicha talabni bekor qilgan holda, turizm faoliyati bilan bog‘liq bo‘lgan sub’ektlar — mehmonxonalar, motellar, kempinglar va joylashtirishning shu kabi vositalari tomonidan ko‘rsatiladigan turizm xizmatlari majburiy sertifikatlanadi. Bunda 2018 yil 1 yanvardan boshlab xorijiy turistlarga xizmat ko‘rsatishga ixtisoslashgan umumiy ovqatlanish korxonalari va avtotransport korxonalarini majburiy sertifikatlash joriy etiladi...”⁴

⁴ PF-4861-son farmondan.

Bugungi kunda respublikamizda 956ta turistik tashkilot, jumladan, 613 ta mehmonxona va shu kabi joylashtirish xizmatlari faoliyat yuritmoqda.



1.1-rasm. 2010-2014 yillarda O‘zbekistonda jamoaviy joylashtirish vositalari sonining o‘zgarish dinamikasi⁵

Turizmni rivojlantirish, sayyohlar oqimini ko‘paytirishda mehmonxona biznesi muhim o‘rin tutadi. Mustaqillik yillarida mamlakatimizda amalga oshirilayotgan ulkan bunyodkorlik ishlari samarasida xorijiy mehmonlar va delegatsiyalarni qabul qilish hamda ularga zamonaviy talablar asosida xizmat ko‘rsatish imkoniyatiga ega o‘nlab mehmonxonalar qad rostladi. Mavjud mehmonxonalar zamonaviy va milliy me‘morlik an‘analari asosida rekonstruksiya qilindi. Xususiy mehmonxona va shu kabi joylashtirish vositalarini ochish niyatida yurgan tadbirkorlar uchun qulay imkoniyatlar yaratilmoqda. Bu masalada ham yuqorida qayd etilgan Prezident farmonida quyidagilar ta’kidlangan: “...yuridik shaxslar belgilangan tartibda sertifikatlangan kamida 4 yulduzli darajadagi mehmonxona va motellarni foydalanishga topshirganda ular yuridik shaxslarning

⁵ O‘zbekiston Respublikasi statistika qo‘mitasi ma’lumotlari asosida tayyorlandi.

foйда solig‘i, yer solig‘i va mol-mulk solig‘idan, shuningdek yagona soliq to‘lovidan 5 yil muddatga ozod qilinsin”.⁶

Istiqlolgacha yurtimizda birorta ham besh yulduzli mehmonxona bo‘lmagan. Bugungi kunda birgina Toshkent shahrida xalqaro standartlar asosidagi muvofiqlik sertifikatiga ega qirqdan ziyod mehmonxona mavjud. Ularning ko‘pchiligi to‘rt va besh yulduzli mehmonxonalardir.

O‘zbekistondagi mavjud mehmonxona infratuzilmasi asosida mehmonxona sohasini rivojlantirish va uni xalqaro bozorga olib chiqish bo‘yicha iqtisodiy rivojlanish rejasini ishlab chiqish mumkin. Mehmonxona sohasini rivojlantirishning makroiqtisodiy maqsadiga muvofiq 2004 yilda 0,8 mln., 2010 yilga kelib esa 1,0 mln. turistga xizmat ko‘rsatish rejalashtirilgan. Lekin, 2013 yil ma‘lumotlariga ko‘ra mamlakatimizda 2 mlnga yaqin turistlarga xizmat ko‘rsatilgan⁷. O‘zbekistonga chet eldan million turist olib kelishni ta‘minlash masalasi mehmonxona infratuzilmasini rivojlantirish, xodimlarni tayyorlash, marketing tadbirlarini o‘tkazish, turistlarga ko‘rsatiladigan xizmat turlarini ko‘paytirish bilan bog‘liqdir (1.1-jadval).

Chet elliklarning O‘zbekistonga kelishlari bilan bog‘liq resurslar va tashkilotlarning mavjudligi ko‘plab omillarga bog‘liq. Masalan, hukumatning turizmni rivojlantirishga bo‘lgan munosabati, davlatning iqtisodiy siyosati, vizalar va boshqa davlatlar bilan iqtisodiy aloqalar. Har bir millat va elatda barcha davrlarda ko‘proq mamlakatlarni ko‘rish ishtiyoqi bo‘lgan odamlar bo‘lgan. Shundan kelib chiqqan holda reklama orqali, viza tartiblarini soddalashtirish orqali, mehmonxona va restoranlarda ko‘rsatiladigan xizmatlar sifatini yaxshilash orqali turistlar soni oshirish ko‘zda tutiladi.

Hozirgi kunda mamlakatimiz turizm inustriyasida mehmonxona xizmatlari katta ulushga ega va yildan yilga ushbu tarmoq rivojlanayotganligini ko‘rishimiz mumkin.

⁶PF-4861-son farmondan.

⁷www.uza.uz

1.1-jadval

2010-2014 yillarda O‘zbekistonda turistik-ekskursion, joylashtirish xizmatlari ko‘rsatuvchi korxonalarning
moliyaviy-xo‘jalik faoliyati⁸

Yillar	Ko‘rsatkichlar	Xizmatlarni sotishdan jami daromad (tushum)					
		Jami	Shu jumladan,				
			turistik xizmatlar	Mehmonxona xizmatlari	Sanatoriya-kurort xizmatlari	Dam olish xizmatlari	Boshqa xizmatlar
2010 yil	Qiymati, mln. So‘m	21996 0,3	45550 ,8	103152,2	53031,9	13109,2	5116,2
	Ulushi, %	100,0	20,7	46,9	24,1	6,0	2,3
2011 yil	Qiymati, mln. So‘m	27971 5,2	60969	121746	69914,6	22919,4	4166,2
	Ulushi, %	100,0	21,8	43,5	25,0	8,2	1,5
2012 yil	Qiymati, mln. So‘m	38014 8,1	74358 ,9	145506,2	124467,2	30008,5	5807,3
	Ulushi, %	100,0	19,6	38,3	32,7	7,9	1,5
2013 yil	Qiymati, mln. So‘m	41022 1,2	69363 ,6	166809,4	118851,7	31491,4	23628,1
	Ulushi, %	100,0	16,9	40,7	29,0	7,7	5,8
2014 yil	Qiymati, mln. So‘m	45115 8,6	76300 ,0	183490,3	130736,9	34640,5	25990,9
	Ulushi, %	100,0	16,9	40,7	29,0	7,7	5,8

⁸ O‘zbekiston Respublikasi Davlat Statistika qo‘mitasi ma’lumotlariga asosan tayyorlandi.

Ushbu tarmoqqa ko‘plab investitsiyalar jalb qilinmoqda va mehmonxonalar qurilmoqda. Mamlakatimizdagi Hotel Grand Mir, Le Grand Plaza, Radisson Sass, Dedeman Silk Road, Miran International kabilar shular jumlasidandir.

Mehmonxonalarda xizmat ko‘rsatishdan olingan daromad 2010 yilda 103,1 mlrd. so‘mni tashkil etgan bo‘lsa, ulushi 46,9%ni tashkil etgan. 2014 yilda bu ko‘rsatkich 40,7%ni tashkil etgan va mehmonxona xizmatlaridan 183,5 mlrd. so‘mlik daromad olingan. 2010 yilga nisbatan 2014 yilda o‘shish 177 foizni tashkil qilgan. 2010-2014 yillarda mehmonxona xizmatlarining daromaddagi ulushining kamayishi turizm sohasida talabning o‘zgarishi, yangi xizmatlar vujudga kelishi bilan bog‘liq.

Ayni vaqtda mehmonxonalarimizda joy bron qilishning yangi tizimi yaratilib, welcomehotels.uz sayti orqali mijozlarga xizmat ko‘rsatish tizimi yo‘lga qo‘yilmoqda. Kelgusida mobil ilovalar yordamida bron qilish va to‘lovni amalga oshirish mexanizmi ham joriy etilishi ko‘zda tutilgan. Milliy portalga joylashtirilgan axborotdan xorij turistik xizmatlarini bron qilish tizimlari ham foydalanishi mumkin.

Mehmon kutish, unga izzat-ikrom ko‘rsatish xalqimizga xos ezgu qadriyatlardan. Buni shahrimizga tashrif buyurgan mehmonlar ham alohida e‘tirof etadi.

Samarqand shahri mehmonxonalari ko‘rkamligi, o‘ziga xos va bir-birini takrorlamaydigan me‘moriy yechimi, yon-atrofidagi bino va inshootlarga uyg‘unligi, qulay joylashgani bilan shaharning umumiy qiyofasida alohida o‘rin tutadi. Mamlakatimiz mehmonxonalarida va, umuman, sayyohlik xizmatlari uchun belgilangan narxlarning nisbatan arzonligi mamlakatimizda sayyohlikni jadal rivojlantirishga xizmat qilmoqda. Bunyodkor, shijoatli va mehnatsevar xalqimizning amalga oshirayotgan bunday xayrli ishlari tahsinga loyiq.

Mehmonxonalarning dunyo miqyosida tan olingan xalqaro tarmog‘i mavjud. Dunyodagi mashhur mehmonxona tarmoqlari – “Dedeman”, “Radisson” kabi brendlar ostida xizmat ko‘rsatuvchi otellar eng rivojlangan shaharlarda faoliyat

ko'rsatadi. Poytaxtimizdagi "Dedeman Silk Road", "Radisson SAS Tashkent" otellari ana shular jumlasidan.

Bugun O'zbekistonni butun dunyo yaxshi biladi. Yurtimizda tinchlik-osoyishtalik barqaror, barcha sohalarida ulkan o'zgarishlar yuz bermoqda. Sayyohlik infratuzilmasi ancha rivojlangan. Buni, ayniqsa, yurtimizda qad rostlayotgan ko'plab zamonaviy mehmonxonalar, dam olish maskanlari misolida ko'rish mumkin. O'zbekistonda barcha talablarga javob beradigan, yuqori servis xizmati yo'lga qo'yilgan mehmonxonalar safi kengayib borayotganiga guvohmiz.

Dunyo miqyosida yakka tartibda sayohat qilishning ko'payishi shinam va ixcham xususiy mehmonxonalar tarmog'ini rivojlantirishni taqozo etayotir. Mamlakatimizda xususiy mehmonxonalar tarmog'i ham jadal rivojlanmoqda.

Sohada chet ellik sheriklar bilan hamkorlikni kengaytirish uchun qulay sharoitlar yaratilgan. Bu borada "O'zbekturizm" milliy kompaniyasi tomonidan tashkil etilayotgan marketing loyihalari – mega-info-turlar yaxshi samara bermoqda. Ushbu loyiha doirasida Italiya, Ispaniya, Fransiya, Yaponiya, Xitoy, Buyuk Britaniya, Rossiya, Niderlandiya, Vengriya, Singapur kabi ko'plab mamlakatlarning ikki yuzdan ziyod sayyohlik kompaniyasi bilan hamkorlik yo'lga qo'yilgan.

Mehmonxonalar marketingida muhim masalalardan biri bu O'zbekistonning xorijiy bozordagi bir qator yirik turoperatorlar dasturiga kiritilishidir. Bunda albatta narxlar siyosati ham muhim o'rin egallaydi. Shu munosabat bilan turizm tizimiga mahalliy va xorijiy sarmoyadorlarni jalb qilishning iqtisodiy mexanizmini ishlab chiqish zarurati paydo bo'ladi. Mehmonxona xo'jaligini rivojlantirishga xorijiy sarmoyadorlarni jalb qilishga va mamlakatimizga tashrif buyuradigan turistlarga bir qancha omillar ta'sir etadi.

1.2. Mehmonxonalarda xavfsizlik masalalari va uning huquqiy asoslari

Turizm sohasi samarali faoliyat ko'rsatishi va dinamik rivojlanishi uchun xavfsizlikka zarurat sezadi. Bu milliy va xorijiy turistlar, ularning shaxsiy mulki uchun ham, turistik diqqatga sazovar joylar, obyektlarni himoya qilish uchun ham juda zarur. Buni qanday ta'minlash bo'ladi?

Butunjahon turistik tashkiloti ekspertlari quyidagi yo'llarni taklif qiladi:

- turistik kelishlar va sayohatchilar uchun xavfsizlik me'yorlarini ishlab chiqish va ularni hayotga tadbiq etish;
- jamoatchilikni xabardorligi va targ'ibot;
- turistlar xavfsizligi, xususan, favqulodda vaziyatlar bilan bog'liq muammolarni hal etish uchun institutlar doirasi yaratish;
- jahon miqyosi va hududlararo, subregional, hududiy negizda ikki tomonlama xalqaro hamkorlik.

Hammamizga ma'lumki mehmonxona – bu ulkan istiqomatgoh, ma'muriy va ishlab chiqarish kompleksi hisoblanadi. Yashovchilar dam olishlari, ko'ngil xushlashlari, ishlashlari va biznes uchun barcha zarur sharoitlarni ta'minlashga mo'ljallangan. Tabiiyki, u alohida himoya qoidalarini talab qiladi. Ekspertlar tomonidan mehmonxona xodimlari o'z mijozlari xavfsizligini ta'minlashlari uchun bir qator usullar ishlab chiqilgan:

Birinchidan, ushbu mehmonxona uchun ishlab chiqilgan barcha xavfsizlik qoidalariga rioya etilishi kerak: qo'riqlash, yong'inning oldini olish, sanitariya-texnika xizmatlari xodimlari – barcha-barchasi.

Ikkinchidan, ishchi xodim va mijozlarning xavfsizligini ta'minlash deganda, tushuniladigan hamma tartib-qoidalarga og'ishmay amal qilish.

Uchinchidan, xodimlarga ehtimol tutilgan xavf-xatardan xabardor bo'lib turish. Ular haqida maxsus xizmatlarni boxabar qilish tavsiya etiladi.

To'rtinchidan, xizmatlarga barcha majorlar va paydo bo'lgan xatarlar haqida xabar qilish, toki ular turistlarni himoya qilishning yangi me'yorlari va qoidalarini ishlab chiqishsin.

Mehmonxonalar binolarining guruhlarini belgilash uchun odamlarning yong‘indan xavfsizligini ta‘minlash chora-tadbirlari asosiy omillardan biri hisoblanadi. Bu chora-tadbirlar binoning me‘morlik-tarx, konstruktiv va muhandislik-texnologik yechimlariga ta‘sir ko‘rsatadi, xususan, yong‘in chiqqan hollarda odamlarni evakuatsiya qilish sistemasini, signalizatsiya, tutunni aniqlashva tutunni chiqarish, o‘t o‘chirish sistemalari miqdori va turlarini belgilaydi.

Zinalar miqdoriga, umumiy koridorlar kengligiga, zina maydonchasidan yoki binodan chiqish joyidan nomer eshigining uzoqda joylashganligiga qarab yong‘inga qarshi xavfsizlik talablari qattiqlashib boradi.

Yong‘in xavfsizligini ta‘minlash maqsadida ikki va undan ortiq qavatli milliy mehmonxonalarda zinalar ikkitadan kam bo‘lmasligi tavsiya etiladi. Zina maydonchasidan yoki binodan chiqish joyidan nomer eshigining maksimal uzoqligi tartibga solinadi (nomer ikki zina oralig‘ida joylashgan taqdirda 40 m gacha, nomer boshi berk koridorda yoki galereyada joylashgan taqdirda esa – 25 m gacha). Umumiy koridorlarning uzunligiga qarab ularning kengligi qabul qilinadi: umumiy koridor uzunligi 40 m gacha bo‘lgan hollarda 1,6 m., umumiy koridor uzunligi bundan ortiq bo‘lgan hollarda esa – 1,8 m. Umumiy koridorlarni birbiridan uzog‘i bilan 30 m. oraliqda joylashgan o‘zi berkiladigan, tutun o‘tkazmaydigan eshikli yopmalar bilan bo‘limlarga ajratish talab etiladi. Sig‘imi uncha katta bo‘lmagan (taxminan 50 joydan iborat) kam qavatli mehmonxonalarning binolari mamlakatimizda asosan viloyat miqyosidagi shaharlarda va shaharchalarda quriladi.

Qavatlilik o‘rtacha mehmonxonalar asosan 3 yoki 5 qavatli bo‘ladi. Bu ularni lift bilan jihozlashga qo‘yilgan talablar bilan bog‘liq. Qavatlilik katta bo‘lgan mehmonxonalar odatda 8-9 qavatli bo‘ladi. Bunday mehmonxonalar oddiy montaj vositalari yordamida quriladi; zarur holda yong‘inni o‘chirishda 30 metrli avtomexanik zinalardan foydalaniladi. Ko‘p qavatli mehmonxonalar qurishni odatda shaharsozlik tartibi taqozo etadi. Bunday mehmonxonalarning binolarida odamlarning yong‘indan xavfsizligini ta‘minlash chora-tadbirlari, vertikal

transport, muhandislik kommunikatsiyalari masalalari va boshqa shunga o'xshash masalalar alohida ahamiyat kasb etadi. Yong'in xavfsizligini ta'minlash uchun har xil tutunni aniqlash, yong'in signalizatsiyasi va o't o'chirish avtomatik sistemalari qo'llaniladi; evakuatsiya yo'llarining ishonchliligiga alohida e'tibor beriladi. Yong'inda bir yerda tutun to'planishi ayniqsa xavflidir. Shu bois 10 qavatli va undan baland mehmonxonalarda zina maydonchalarining yarmi tutun to'planmaydigan qilib quriladi. Bunday zina maydonchalaridan odamlarni binodan evakuatsiya qilish hamda o't o'chirish komandalari tomonidan qutqarish ishlarini amalga oshirish uchun foydalaniladi. Mazkur zina maydonchalarida tutun to'planmasligi ularda balkon yoki lodjiyaga chiqish yo'llari qurish, ya'ni havo zonasini hosil qilish orqali ta'minlanadi. Bu yong'in chiqqan hollarda tutun bosgan qavatning umumiy koridori va xollidagi tutun zina maydonchasiga o'tishining oldini olishga xizmat qiladi.

Havo zonasiga chiqish joyi bilan «tutun to'planmaydigan» zina maydonchasiga kirish joyi o'rtasida masofa ham tartibga solinadi. Qolgan zina maydonchalariga chiqish joylari bevosita umumiy koridorlardan yoki maxsus shlyuz orqali quriladi. Qavatlardagi umumiy koridorlar va xollardan tutunni tarqatish uchun har bir qavatda majburiy tortma va klapanli ventilyatsiya shaxtalari qurish talab etiladi. Tutun qavatlar bo'ylab tarqalishining oldini olish uchun havo tortilishi liftlarning shaxtalarida ham ta'minlanadi. Bundan tashqari, 10 qavatli va undan baland mehmonxonalarining binolarida o't o'chiruvchilarni tashishga mo'ljallangan yuk va yo'lovchi liftlari bo'lishi shart. 16 qavatdan baland mehmonxonalarda yong'indan qo'riqlash idoralari bilan kelishilgan qo'shimchayong'inga qarshi chora-tadbirlari qo'llaniladi.

Otellarni xavfsizlik nuqtai nazaridan ko'rib chiqar ekanmiz, bir narsani unutmaslik kerak. Eng katta xavfni to'sib qo'yilgan zinapoyalar tug'diradi. Odatda, mehmondorchilik industriyasi muassasalari ishlarida uskunalarni saqlash uchun yong'in zinapoyalaridan foydalaniladi (bu maqsadlar uchun negadir doimo joy yetishmaydi). Bu juda xavfli, negaki yong'in ro'y bergudek bo'lsa, bunday joylarni

amalda darhol tozalab bo'lmaydi. Ikkinchi misol, mehmondorchilik industriyasida standart ishchi tartib-qoidalarni illyustrasiya qilish muhim hisoblanadi.

Kuzatuv xodimlarining mavjudligi, mehmonxona biznesi sohasidagi korxonalarda afzallik hisoblanadi. Bunday xodimlar muassasa hududida paydo bo'ladigan begona odamlarni yoki o'zini shubhali tutayotgan kishilarni darhol aniqlashlari mumkin. Ular boshqa odamlar unutib qoldirayotgan qimmatbaho bumlarni seza-dilar, bularni seyfa saqlashni maslahat beradilar, umuman buyumlarni saqlanishi haqida g'amxo'rlik ko'rsatadilar. Shubhasiz, bu mijoz uchun ham, menejment uchun ham foydalidir. G'alati joylardan topilgan qimmatbaho buyumlar darhol topilmalar byurosiga topshiriladi (ko'pincha bu yumushni xavfsizlik bo'limi yuritadi). Bolalarga albatta doimiy ko'z-quloq bo'lib turish kerak. Negaki, ular o'yinqaroq bo'lishadi: tinib-tinchimaydilar, qoyalardan qoyalarga sakrashadi, suvga sho'ng'iydilar, nam polda sirpanib o'ynaydilar, boshqa sho'xliklar qiladilar. Xuddi shunday ichib olib, narsalarini yo'qotgan yashovchilarga ham ehtiyot bo'lish lozim. Ular boshqalarning tinchini buzib, ma'lum xavf-xatar tug'dirishlari mumkin. Eski pianinoni sindirsayu, xizmat ko'rsatuvchi xodim polisiyani kelishini kutib o'tirsa, albatta bu boshqa mijozlar ko'z o'ngida muassasa nufuzini oshirmaydi.

O'g'irlik – mehmonxona biznesi yiriq muassasalarida bosh muammo. Tez-tez mijozlarning har xil buyumlari yo'qolib turadi: masalan, pichoq buyumlari, idishlar, choyshablar va hatto televizorlar. Ayrim mijozlar bodavlatligiga qaramay, o'zlarini o'g'irlikdan tiyib turishaolmaydi. Sidneydagi hashamatli restoranlardan birida kumush buyumlarni sumkasiga solib qo'ygan ayol voqyeasi inson tabiatining ajobtovur tomonlariga misol bo'la oladi.

Shunday qilib, kuzatuv va quyidagi standart yumush o'g'irlikka qarshi eng yaxshi usul. Xushyorlik bilan kuzatish deganda qarovsiz qolgan narsalarni ilg'ash, yoki aytaylik, ko'lmakka tushgan elektr simi yoki chiqindi korzinkasidan chiqayotgan tutunni sezish tushuniladi. Ochiladigan va yopiladigan eshiklar sistemasi bizning davrimizda tobora murakkablashib bormoqda. Juda ko'p mijozlar va xodimlar ichkariga kirish uchun kredit karto-chkasini eslatuvchi

kalitlardan foydalanishadi. Individual kod har safar mijoz mehmonxonani tark etgan zahoti almashtiriladi. Shuning uchun ham bunday kalitlar, yashovchi xususiy byumularini samarali himoya qiladi. Shuning uchun kalitni juda ehtiyot qilish zarur. Mehmonxona xodimlari kalit so'ragan har bir notanish kimsani sinchiklab kuzatishlari lozim. "15 xona kalitini olishim mumkinmi?" degan savolga: "Marhamat, ismingizni aytsangiz" deyish kerak.

Xuddi shunday siz yashovchilar ismi-sharifini aytmasligingiz yoki ular turadigan xona raqamini hammaga bildirmasligingiz zarur. Ko'pchilik mijozlar bu ehtiyotkorlikni ma'qullaydilar. Bir xonimning eri xotinidan ikki kun keyin kelib, uning xonasiga to rafiqasining o'zi kelib, erining shaxsini tasdiqlamaguncha ichkariga qo'yilmagani hal bo'lgan.

Shular qatorida tahdid tug'ilganida, ayniqsa ekstremal vaziyatlarda quyidagi choralarga amal qilish zarur:

Bosqin va talonchilik. Bunday holatda xizmat ko'rsatuvchi xodimga xotirjam bo'lish va pulni bosqinchiga berish tavsiya etiladi, aks holda yashovchilar jabrlanishi mumkin. Odamlar hayoti o'rtada turganda talonchilarga qarshi qurol ishlatish turistlarni himoya qilishning yaxshi usuli emas. Albatta, talonchilik ro'y berganida har qanday yo'l bilan bo'lsada, uni bartaraf etishga harakat qilish lozim. Lekin otelda otishmaga yo'l qo'ymaslik zarur. Xodimlar va mijozlar xavfsizligi eng muhim vazifa. Ayni paytda xodimlar xushyorlik va kuzatuvchanlikni qo'ldan boy bermasliklari talab qilinadi. Bosqinchini yaxshi eslab qolish, bu haqda xavfsizlik maxsus xizmatiga xabar berish zarur.

Yong'inlar. Bir nechta tip yong'inlar va har bir tipni o'chirishga mo'ljallangan o't o'chirgichlar bor. Otel xodimi binoni aylanib yurarekan, o't o'chirgich qayerda osib qo'yilganini bilib olishi va tipini ishlatish qoidasini o'qib chiqishi, shuningdek yong'in payti chiqiladigan joylar bilan tanishishi, ularni to'silib qolishiga yo'l qo'ymaslik zarur. Yong'in ro'y berganida darhol o'chog'ini aniqlab, uni yoyilib ketmasligi uchun eshikni berkitish lozim. Lift dan foydalanish mumkin emas. Negaki yong'in paytida lift shaxtasi tutun chiqadigan mo'riga aylanadi. Lift ikki qavat o'rtasida to'xtab qolishi mumkin. Xodimlar odamlarni

qutqarish, yong'inga qarshi boshqa muhim choralarni yaxshi bilishlari va ko'nikmaga ega bo'lishlari zarur.

Evakuatsiya. Har bir muassasada o'zining maxsus evakuatsiya tartiblari ishlab chiqilgan bo'lishi va favqulodda holatlarda har bir xodim o'zining o'rnini bilishi lozim. Evakuatsiya yo'llari va tartiblari aks etgan panel xavf tug'ilganda o'ziga xos markazga aylanadi, mehmonxonaning hamma xodimlari shu yerga to'planishadi va vazifalari taqsimlanib, shu yerdan nazorat qilinib turiladi. Barcha xodimlar o'z vazifalarini yaxshi bilishlari va xotirjam bajarishlari kerak.⁹

2.2. Mehmonxona mijozlarining mamnunligi indeksi

Mehmonxona mijozlari o'z harididan qoniqish hosil qilishi mehmonxona rahbariyati uchun muhim masala hisoblanadi. Agarda mijoz mehmonxonada o'tkazgan vaqtdan qoniqish hosil qilmasa, mehmonxonalar faoliyatidagi narx siyosati, malakali xodimlarni ishga olish, moliyaviy muammolarni hal qilish kabi boshqa jarayonlar ahamiyatli bo'lmay qoladi. Mijozga e'tiborli munosabatda bo'lish, uning kayfiyati va xohish istaklarini tushunish, mehmonxonaning asosiy prinsiplaridan biridir.

Mehmonxona mijozlarining mamnunlik darajasi 2015 yilda kutilmagan yuqori darajaga yetib, taashrif chog'ida muammoga duch keladigan mijozlar soni kamayganini ta'kidlaydi J.D.Power o'zining "mehmonxona mijozlarining mamnunlik darajasi indeksi" tadqiqoti natijasida. Ushbu tadqiqot 19 yildan beri o'tkazilib, mehmonxonalarning turli segmentini o'rganadi. Har bir segmentda 7 ta asosiy omillar tadqiq qilinadi. Bular: bronlashtirish, ro'yxatga olish va chiqib ketish, nomer holati, ovqat va ichimliklar, xizmatlar(qulayliklar), narx va to'lov jarayoni. "Mehmonxona mijozlarining mamnunlik darajasi indeksi" 1000 punktli shkala bilan hisoblanadi. 2015 yilda mamnunlikning umumiy darajasi rekord ko'rsatkich 804 ballga yetdi, bu o'tgan yilga nisbatan 20 punktga yuqoriga ko'tarilgan. Birinchi marotaba ko'rsatkichlar 800 balldan oshgan. Rekord

⁹ A.Yu.Xudoyberdiyev. Turistlar xavfsizligini ta'minlash. Ma'ruzalar matni. Samarqand 2009.

ko'rsatkichga mehmonxonada tashrif buyurgan mijozlarning turli muammolar bilan duch kelishining 20%ga kamaygani orqali yerishilgan(2014 yilga nisbatan).

Mehmonxona xodimlarining mehmonlar bilan hamkorligi muammolarni tezda bartaraf etishga yordam beradi. Xodimlarning xushmuomalaligi, tabassum bilan kutib olishi tufayli shikoyatlarning 50% ga kamaygani ham kuzatilgan. Mehmonxonalarda mijozlarining ehtiyojini oldindan bilib olish orqali mamnunlik darajasini ko'tarish imkoniyati paydo bo'ldi. Mijozlar sadoqatini qaytarish uchun bugungi kunda servis muammolarini to'g'rilash yaxshi strategiya bo'lmagan, asosiy masala ushbu muammolarni bartaraf etish bo'lmoqda. Ushbu tendensiyaning xodimlar mijozlarning ehtiyojini oldindan sezishi kerak degan va bu fikrga umuman qo'shilmaydiganlar o'rtasidagi 310 balli farqda kuzatish mumkin(912 va 602 ballar farqi). J.D.Powerdagi Butunjahon Turizm va mehmondo'stlik amaliyoti direktori Rik Garlikning fikricha - "Mehmonlar ehtiyojini oldindan payqaydigan mehmonxonalarda ularga yaxshi taassurot qoldirish uchun ko'proq imkoniyatga egadirlar. Xizmat ko'rsatishda xatolarni o'z vaqtida to'g'rilash mehmonxona biznesidagi muhim vazifadir, agar mehmonxona umumiy ijobiy taassurot paydo bo'lsa, u samaraliroq bo'ladi. Mehmonxona xodimlari mehmonlar umidini oldinroq payqashi va yuzaga kelgan muammoga tezda javob qaytarish o'rtasidagi nuqtani to'g'ri topishlari kerak. Bunday strategiya mehmonlarga ushbu mehmonxonani, brendni tanlaganidan mamnun bo'lishga yordam beradi va qayta tashrif, do'stlarga tavsiya qilish imkoniyatini oshiradi."

O'z tashrifidan mamnun(umumiy mamnunlik darajasi 10 balldan 10ni tashkil etadi) bo'lgan mijozlarning 80% tanlagan brendni do'stlariga, qarindoshlariga, hamkasblariga tavsiya berishlarini ta'kidlab o'tishgan. Bundan tashqari mamnun mijozlarning 66% albatta yana shu mehmonxonaga qaytishini ta'kidlagan.¹⁰

Mijozlar mehmonxonada ma'lum muddat yashab ketganidan so'ng o'z fikr mulohazalarini ijtimoiy tarmoqlarda yozib, mehmonxona saytiga taqriz(otziv) qoldiradi. Mehmonxona faoliyatida yaxshi yoki yomon taqrizlar qanday ta'sir

¹⁰ "J.D.Power 2015 North America Hotel Guest Satisfaction Index Study" ma'lumotlari asosida tayyorlandi.

ko'rsatishi mumkin? Statistik ma'lumotlarga ko'ra, ijobiy taqrizlar potensial mijozlarning munosabatiga, nomer bron qilish xohishiga yaxshi ta'sir qiladi va ushbu mehmonxonada ko'proq qolish va pul sarflashiga rag'batlantiradi.

Turistlar nazdida mehmonxonalar reytingini ko'tarish va qaysi turdagi xizmatlarga moliya kiritish masalalariga aniqlik kiritish maqsadida Trustyou kompaniyasi mutaxassislari o'z ma'lumotlari bazasida mavjud eng salbiy taqrizlar misolida semantik kategoriyalar(joylashish, xizmat ko'rsatish, nomer, narx/sifat va sh.k) tahlilini o'tkazishdi. Shundan so'ng sayohatchilarning yakuniy bahosiga ko'proq ta'sir ko'rsatadigan kategoriyalarni tushunish uchun ularni eng ijobiy taqrizlar bilan solishtirishdi. Bu jarayon mehmonxona muammolarini aniqlash va xizmat ko'rsatish darajasini yaxshilash yo'llarini topishda yordam beradi. Umuman olganda butun dunyo bo'ylab 20 milliondan ortiq mehmonxonalar haqidagi taqrizlar tahlil qilindi. Mutaxassislar semantik kategoriyalar ham ijobiy va ham salbiy taqrizlarda necha marotaba uchraganini taqqoslab, har bir kategoriya uchun ijobiy va salbiy taqrizlar o'rtasida farqni ballarda hisoblashdi. Ma'lum kategoriyadagi ballar o'rtasidagi katta farqlar mijozlarning mehmonxona borasidagi ijobiy va salbiy munosabatini shakllanishidagi muhim omil ekanligini anglatadi.

Quyida tadqiqot natijalarini keltiramiz.

Eng ko'p muhokama qilinadigan savollar: xizmat ko'rsatish, nomer, joylashuv. Turistlar ushbu uch masalani ijobiy taqrizda ham salbiy taqrizda ham eng ko'p muhokama qilishadi. Bundan kelib chiqadiki, mijoz uchun mehmonxona tanlashda u yerdagi xizmat ko'rsatish darajasi, nomer holati va mehmonxonaning joylashuvi eng muhim mezonlar bo'lib, shular asosida mehmonxona to'g'risida fikri shakllanadi. Ta'kidlangan uch mezonlar ichida "xizmat ko'rsatish darajasi" baholash mezonida ijobiy va salbiy taqrizlarda eng katta tafovut mavjud. Ushbu mezonni salbiy taqrizlarda mijozlar o'rtacha 100dan 28,5 ballga va ijobiy taqrizlarda esa o'rtacha 88,1 ballga baholashgan. Xizmat ko'rsatish darajasini baholashdagi katta tafovut ushbu kategoriyaning muhimligidan darak beradi. Salbiy

taqriz olinganda xizmat ko'rsatish darajasi bilan bog'liq masalalar yechimi hamma vaqt yuqori darajada bo'lishi kerak.

Internet aloqasining sifati va tezligi. Mehmonxonalarni muhokama qilishda salbiy taqrizlarda ham ijobiy taqrizlarda ham internet aloqasi hamma vaqt eng past ballarni olgan.

Vannaxonalar va krovatlar salbiy taqrizlarda ijobiyga qaraganda 2,5 baravar ko'proq ishlatiladi. Taqrizlar tahlil qilinganda mijozlar vannaxonaning tozaligi va o'lchamidan ko'proq shikoyat qilishlari aniqlangan. Krovatlar o'lchami borasida ham mijozlar 2 baravar ko'proq shikoyat qilishgan. Ushbu semantik kategoriyaning ijobiyda ham salbiyda ham ballari turlicha(22,2 salbiyda va 66,4 ijobiyda). Masalaning yechimi noqulay, eski matraslarni va joyshablarni yangisi bilan almashtirib muammoni mehmonxona foydasiga hal qilish mumkin.

Muammo hal etilganida esa bu haqda mijozlarni xabardor qilishni unutmaslik kerak, ayniqsa, aynan shu muammodan shikoyat qilgan mijozlarni. So'z isboti bilan bo'lishi uchun rasmlarni ham xabarga kiritish mumkin.

Ovqat sifati va xilma-xil nonushta ijobiy taqrizlar sonini oshiradi. Nonushtalar ijobiy taqrizlarda 2 baravar ko'p ishlatiladi. Shu bilan birga ovqat va nonushta ijobiy va salbiy sharhlarda ham ballar bo'yicha ahamiyatli tafovutga ega(har ikkala holatda ham 40%dan ziyod). Taomlar sifatini yaxshilash va nonushtani xilma xil qilish mehmonxona mijozlari ballarini ko'tarishi mumkin va natijada mehmonxonaning umumiy reytingi oshadi. Mijozlarga odatda kichik porsiyali turli assortimentli nonushtalar ma'qul.

Narx/sifat: hammasi yaxshi bo'lsa bu "puliga arziydi", yomon bo'lsa salbiy taqriz kafolatlanadi. Narx va sifat har ikki taqrizda ham bir xil yodga olinadi. Ushbu kategoriyaning ballar o'rtasidagi tafovuti eng katta(49%). Ijobiy taqrizga ega bo'lish uchun mijozning kutganidan ham ko'prog'ini taklif etish kerak bo'ladi. Agarda mijoz pulni bekorga sarflaganiga ishonchi komil bo'lsa, salbiy taqriz yozib qoldirishi aniq.

Yuqoridagi tahlillardan xulosa qilib, mehmonxona rahbariyatiga quyidagi takliflarni berish, bizningcha, to'g'ri bo'ladi:

✓ Xodimlarning malakaviyligiga ishonch hosil qilish. Xodimlar mijozlar bilan qay darajada xushmuomalaligini tekshirib ko'rib, taklif etilayotgan xizmat darajasi mehmonxonaning kategoriyasiga mosligini aniqlab olish maqsadga muvofiqdir.

✓ Samimiy bo'lish. Mehmonxonaning ba'zi bir kamchiliklarini tan olish kerak. Mehmonxona rahbariyatiga bog'liq bo'lmagan muammolarni hal qilishga urinish yoki fundamental o'zgarishlarni amalga oshirish iloji bo'lmaganida(masalan, nomerdan ko'rinadigan manzarani o'zgartira olmaslik mumkin, yon ko'chalardagi ta'mirlash ishlarini to'xtatib bo'lmaydi), mijozlar umidini oqlash uchun joylashtirish va qo'shimcha xizmatlar uchun narxni nazorat qilish zarur. Optimizm va ijodiy yondashuv ko'pgina muammolarni hal qilishga yordam beradi.

✓ Mehmonxonaning noqulay joylashuvi katta muammodek tuyuladi. Lekin, mehmonxonagacha masofada va mehmonxonadan shaharning asosiy, mashhur dam olish va ko'ngilochar joylariga transfer xizmatini tashkil etish yo'li bilan ushbu muammoni yechish mumkin.

✓ Agarda mehmonxona shaharning gavjum qismida joylashgan bo'lsa, maxsus tovush izolyatsiyasini ta'minlovchi usullar bilan bu muammoni bartaraf etish mumkin. Eng asosiysi reklama broshyuralarida, hamkorlik resurslarida va shaxsiy saytda mehmonxona joylashgan joyini to'g'ri ko'rsatish kerakki, bo'lajak mijozlarga bu keyinchalik tashrifdan so'ng syurpriz bo'lmasin.

Mehmonxonadagi sharoitlarni yaxshilashni rahbariyat matraslarni yangilash, taomlarning assortimenti va sifatini qayta ko'rib chiqish, nomer va vannaxonani tartibga solishdan boshlasa ijobiy taqrizlar ko'payishi aniq.

✓ Mehmonxona nomerlariga taaluqli bo'lgan shikoyatlarni aniqlab olish maqsadida taqrizlarni qayta o'qib chiqish. Mijozlar o'zlarini nomerda qulay his etishlari uchun devorni bo'yash, mebelni restavratsiya qilish, kartinalarni almashtirish, yoritgichlarni yangilashning o'zi kifoya bo'lishi mumkin.

✓ Internet bilan bog'liq muammolarni bartaraf etish. Bugungi zamonaviy hayotda internetga bo'lgan ehtiyojni masalan, issiq suvga bo'lgan ehtiyojga

tenglashtirish mumkin. Mehmonxonaning barcha hududida, nomerlarida signal sifati va ulanish tezligini tekshirib ko'rish zarur. Agarda mehmonxonaning ma'lum bir nomerida signal darajasi past bo'lsa, bu haqda mijoz joylashayotganida albatta aytish kerak va evaziga mehmonxona nomidan qo'shimcha bonus taklif etish maqsadga muvofiqdir. Bu o'zgarishlar salbiy taqrizlarni ijobiyga aylantirmasada, kelajakdagi yomon munosabatlar oldini olishi mumkin.

Eng asosiysi taqrizlarni, mijozlarning mehmonxonaga bo'lgan munosabatining o'zgarishini kuzatib borish zarur bo'ladi. Bu albatta o'z samarasini beradi.

Mehmonxona haqidagi taqrizlar miqdori nomer qiymatiga ta'sir ko'rsatadi. Mehmonxona biznesidagi taqrizlar ko'pgina tadqiqotlarda tahli qilingan. ammo bugungi kungacha biror bir tadqiqotda sayohatchilar taqrizi miqdori hamda ob'ektning umumiy bahosi o'rtasidagi o'zaro bog'liqligi ko'rib chiqilmagan.

Kornell universitetining "Mehmonxonalar borasidagi mijozlarning Internet taqrizlari: mijozlar faolligining ko'payishi sifatidagi baholashning yuqori darajasi" nomli novatorlik tadqiqoti muhim xulosalar qilish imkonini berdiki, bu xulosalar mehmonxona biznesini samaraliroq rivojlantirishga ko'maklashadi. Ushbu tadqiqotning natijalarini amaliyotga qo'llashning quyidagi takliflarini berish mumkin:

1. Mehmonxona haqidagi eng birinchi taqrizlar ko'pincha salbiy bo'ladi.

Tadqiqotlarga ko'ra, 11-20 ta taqrizli mehmonxonaning o'rtacha bahosi 5 ballikdan 3,5ga teng bo'lib, "juda yomon" bahosi (5 balldan 1) 12%ni tashkil etadi. Nima uchun bunday bo'ladi? Ekspertlarning ta'kidlashicha, mehmonxonada birinchi marotaba tashrif buyurgan mijozlar fikrining bunday bo'lishiga sabab ularning umidlari asossiz yuqori bo'ladi(mehmonxona haqida yetarlicha axborotga ega bo'lmaganligi sababli shunday bo'ladi). Tadqiqotchilarning ta'kidlashicha, birinchi salbiy sharhlar(kommentariyalar) kelajakdagi mijozlar uchun xizmat ko'rsatishni yaxshilash imkonini beradi. Tadqiqotchilar va ko'pgina rahbarlarning fikricha xizmat ko'rsatish sifatini ko'tarish masalasida salbiy taqrizlar bepul va qimmatli axborot manbai hisoblanadi.

Mehmonxona rahbariyati mijozlarni taqriz yozishga, taassurotlari “eskirib qolmasdan” mehmonxonadan chiqib ketganlaridan bir -ikki kundan so‘ng o‘z sharhlarini jo‘natishlariga faol da‘vat qilishi kerak. Bunda qisqa oddiy, aniq mavzuli xabarlar ko‘proq samara beradi. Ekspertlar elektron pochta orqali mijozlarga havolalarni(ssilka) jo‘natishni tavsiya etishadi. Ushbu havolalar orqali ular o‘z taqrizlarini qoldirishlari mumkin. Ushbu imkoniyatdan foydalanib mehmonxona rahbariyati mijozlarga o‘z minnatdorchiligini bildirgan holda yana kelajakda mehmonxonaga tashrif buyurishlariga umid bildiradi.

Dunyo bo‘ylab 80%dan ortiq mehmonxonalar o‘z mijozlariga taqriz yozishlarini taklif etadi. ***Eslatmali elektron pochta*** – yangi taqrizlar olish, mijozlar bilan mustahkam munosabatlar o‘rnatish va mehmonxonaning mashhurlik reytingiga ta’sir ko‘rsatuvchi yaxshi usuldir.

2. Taqrizlar soni ko‘payishi bilan ushbu taqrizladagi baholar ham yuqoriroq bo‘ladi. Taqrizlar soni ko‘payishi bilan o‘rtacha baaho ham 3,5 dan 3,9 ballgacha ko‘tariladi. Bu 100 tadan ziyod taqriz olgan ob’ektlar uchun xosdir. “Juda yomon” baholi taqrizlarning soni ikki baravarga kamayadi va o‘z-o‘zidan “a’lo” baholi taqrizlar ikki baravarga oshadi(5 balldan 5).

Mehmonxona rahbariyati ham salbiy va ham ijobiy taqrizlarga javob berishi kerak. Bu bir necha masalani hal qilish imkonini beradi. Yaxshi taqrizlar uchun rahbariyat minnatdorchilik bildirishi va shu bilan oldin olingan salbiy taqrizlarni qoplab yuborganligini aytib yozishi kerak. Bu bilan har bir mijozning fikri mehmonxona e’tiborida ekanligini bildiradi. Salbiy taqrizlarga kelsak, bu mehmonxona rahbariyati uchun mijozlardan uzr so‘rashning bir imkoniyati bo‘lib, muammoni bartaraf etish uchun rahbariyat va mehmonxona jamoasi tomonidan qanday chora –tadbirlar amalga oshirilganligi to‘g‘risida yozish mumkin. Bu qadam mijozlar bilan iliq munosabatlarni saqlab qolishga va kelajakdagi mijozlar umidini oqlashga yordam beradi.

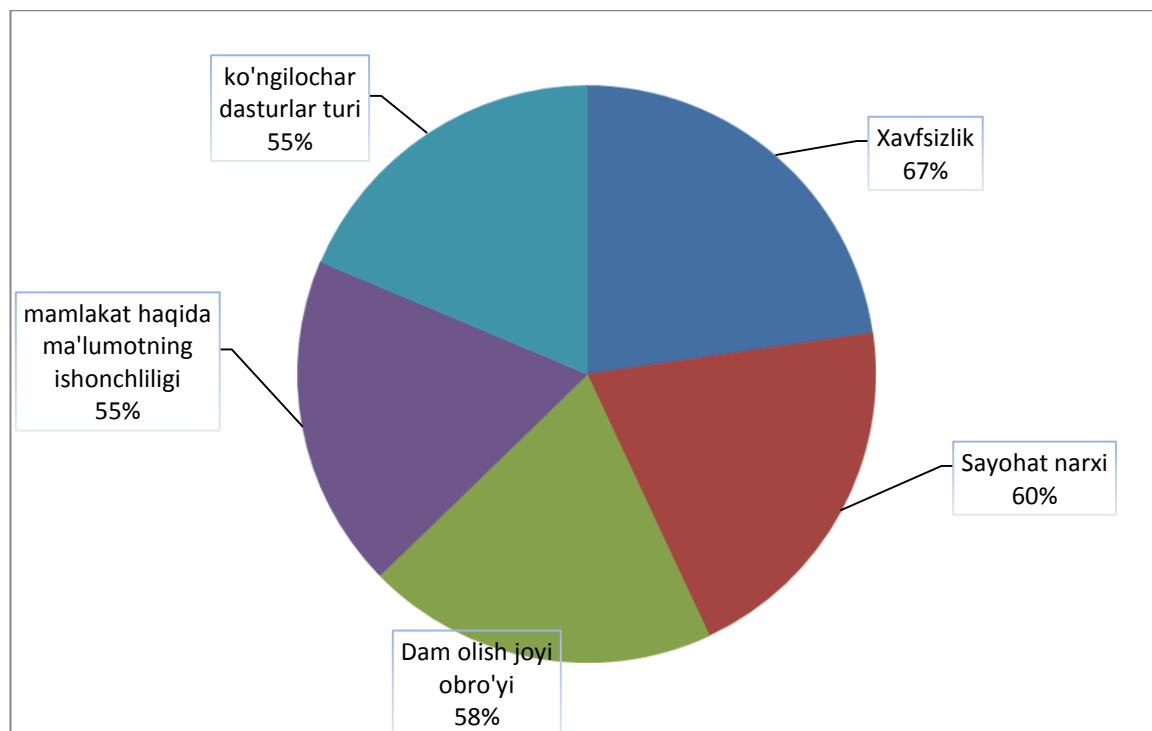
3. Taqrizlar qanchalik ko‘p bo‘lsa, baholar shunchalik aniq bo‘ladi. Bu xulosaga tadqiqotchilar taqrizlar soni oshishi bilan baholar tarqoqligini yoki o‘rtacha kvadratik og‘ishini o‘rganishda kelishdi.

O'rtacha kvadratik og'ish- bu statistik qatorlar ma'lumotlarining qiymat tarqalishi ko'rsatkichlaridir. Mehmonxonalar haqidagi taqrizlarga kelganda, o'rtacha kvadratik og'ishning past qiymati shuni anglatadiki, sayohatchilarning ko'pgina qismi ob'ektni baholashda o'rtachaga yaqin bo'lgan baholarni qo'yishgan.

Rahbariyat mehmonxonaning samaradorligini oshiruvchi ma'lumotlarni olish uchun uning faoliyatini nazorat qilib borishi kerak. Marketing tadbirlarini va kompaniya faoliyatini optimallashtirish maqsadida analitik ma'lumotlarni olishning barcha mashhur instrumentlarini qo'llash mumkin. Shu tariqa mehmonxona rahbariyati o'z auditoriyasi va raqobatchilarini, samaradorlik ko'rsatkichlarini yaxshiroq tushuna boshlaydi. Masalan, mehmonxonadagi tozalik borasida taqrizlar soni ko'payib ketsa, darhol tozalash ishlari bilan shug'ullanadigan xodimlar bilan tarbiyaviy ishlarni olib borish kerak bo'ladi.

4. Ijobiy taqrizlar salbiylarga ko'ra ko'proq uchraydi. Tadqiqotchilar TripAdvizordagi 1 280 000 taqrizlarni o'rganib chiqib shunday xulosa qilishdiki, rahbariyat mijozlar taqrizlariga kattae'tibor qaratishlari lozim. O'rganilgan 70% taqrizlarga foydalanuvchilar 4 yoki 5 ballni qo'yishgan, 15%da esa 1 yoki 2 ballari qo'yilgan. Mehmonxona ommaviy turistik resurslarda (TripAdvisor, Trivago, TopHotels va sh.k) olingan baholar va taqrizlar haqidagi ma'lumotlar bilan almashinib turish kerak. Bu nafaqat ijtimoiy tarmoqlardagi sahifada ma'lumot qo'yishning yaxshi bir imkoniyati, balki turistlar ishonchini qondirish, mehmonxona saytiga bo'lgan qiziqishni orttirishning yana bir imkoniyatidir.

Turistlar uchun asosan qaysi omillar muhim? CNN o'tkazgan tadqiqotlardan shu narsa ayon bo'ldikim, xalqaro sayyohlar dam olish joyini tanlashda eng avvalo xavfsizlik, narx va mamlakat obro'yiga e'tibor berishadi. Avvalari turistlarni narx qiziqtirgan bo'lsa, bugungi kunda ular uchun xavfsizlik masalasi muhim bo'lmoqda. Tadqiqotga CNN kanali translyatsiya qilinadigan dunyoning 70 ta mamlakati aholisi ishtirok etgan. Natijalar quyidagi diagrammada aks etirilgan.



1.2-rasm. CNN kanali o'tkazgan tadqiqot natijalari.¹¹

Mehmonxonaning xavfsizlik tizimi. Mehmonxonalarda xavfsizlik tizimi hammabop bo'lishi, yong'in qo'riqlash signalizatsiyasi nafaqat binoni qo'riqlash uchun balki, mijozlarni, tashrif buyuruvchilarni, xodimlarni nazorat qilish uchun ham xizmat qiladi va boshqa ob'ektlarning tizimidan farq qiladi.

Mehmonxonadagi "ochiq uy" usulining o'zigaxosligi. Odatda mehmonxona alohida bir necha qavatli bino bo'lib, bitta asosiy va bir necha xizmat eshiklaridan iborat. Nomerlardan tashqari binoda restoran, bar go'zallik saloni va shu kabilar joylashgan. Ma'lum bir qavat mehmonxona ma'muriyati, konferens zal uchun mo'ljallanadi. Mehmonxonada xavfsizlik tizimini o'rnatishning murakkabligi shundaki, ko'p miqdordagi odamlar mehmonxonaning har joyida palapartish joylashtirilgan bo'ladi.

Xavfsizlik borasida turli chora tadbirlarning qabul qilinishi mijozlar va xodimlarni nafaqat turli favqullodda holatlardan himoya qilishi, balki ularni qulay, tinch, osoyishta his qilishini ta'minlashi kerak. Mehmonxonalar xavfsizlik ob'ekti sifatida boshqa ishlab chiqarish ob'ektlaridan farq qiladi. Mehmonxona

¹¹ "J.D.Power 2015 North America Hotel Guest Satisfaction Index Study" ma'lumotlari.

ma'muriyati ko'p sonli mehmonlar uchun "ochiq uy" imijini yaratishning tarafdori, shuning uchun xavfsizlikning har qanday vositalari e'tiborni jalb qilmasligi, shu vaqtning o'zida xavfsizlik va qulaylik hissini ta'minlashi kerak.

Ko'pgina mehmonxonalar shahar markazida, harakat gavjum joylarda joylashgan. Mehmonxonaga borish yo'li, nomergacha yo'laklar oddiy bo'lib, mehmonlarga qiyinchilik tug'dirmasligi kerak.

Mehmonxonaga nisbatan xavfsizlik tushunchasi bu nafaqat kriminal holatlardan himoya, balki yong'indan, turli avariya holatlaridan, xodimlarning mehmonlar shaxsiy hayoti va biznesiga aralashmasligi va shu kabilardan himoya hamdir.

Mehmonxona xodimlarining ishi har bir mijozga individual yondashishni talab qiladi. Xavfsizlik masalasida texnik vositalarni to'g'ri tanlash, tizimni loyihalashtirish, montaj qilish va servisi muhim ahamiyatga egadir.

Texnik vositalar xavfsizlik tizimining asosi hisoblanadi. Birinchidan, texnika charchamaydi, kasal bo'lmaydi, e'tibori susaymaydi. Ikkinchidan, uni qo'rqitish, pora berib bo'lmaydi. Uchinchidan, texnikada reaksiya va aniqlik kuchlidir. Lekin bu afzalliklar inson omilit bilan to'ldirilgani ma'qul. Faqat inson va texnikaning hamkorlikdagi harakati tufayli noxush vaziyatlarda yuzaga kelgan muammoni hal etish mumkin.

Mehmonxonadagi zamonaviy xavfsizlik vositalariga ob'ektga kirishni nazorat qilish, yong'inga qarshi tadbirlar, signalizatsiya va video kuzatuvni kiritish mumkin.

I -BOB BO'YICHA XULOSALAR

1. Turizm sohasida mehmonxona tarmog'ini rivojlantirish bo'yicha ayrim muammolar mavjud bo'lib, uni hal etish borasida bir qator chora-tadbirlar tizimini ishlab chiqish lozimligini talab etmoqda.
2. Mehmonxonalarda xizmat ko'rsatishdan olingan daromad 2010 yilda 103,1 mlrd. so'mni tashkil etgan bo'lsa, ulushi 46,9%ni tashkil etgan. 2014 yilda bu ko'rsatkich 40,7%ni tashkil etgan va mehmonxona xizmatlaridan 183,5 mlrd. so'mlik daromad olingan. 2010 yilga nisbatan 2014 yilda o'sish 177 foizni tashkil qilgan. 2010-2014 yillarda mehmonxona xizmatlarining daromaddagi ulushining kamayishi turizm sohasida talabning o'zgarishi, yangi xizmatlar vujudga kelishi bilan bog'liq.
3. Turizm sohasi samarali faoliyat ko'rsatishi va dinamik rivojlanishi uchun xavfsizlikka zarurat sezadi. Bu milliy va xorijiy turistlar, ularning shaxsiy mulki uchun ham, turistik diqqatga sazovar joylar, obyektlarni himoya qilish uchun ham juda zarur.
4. Mehmonxona mijozlari o'z harididan qoniqish hosil qilishi mehmonxona rahbariyati uchun muhim masala hisoblanadi. Agarda mijoz mehmonxonada o'tkazgan vaqtidan qoniqish hosil qilmasa, mehmonxonalar faoliyatidagi narx siyosati, malakali xodimlarni ishga olish, moliyaviy muammolarni hal qilish kabi boshqa jarayonlar ahamiyatli bo'lmay qoladi. Mijozga e'tiborli munosabatda bo'lish, uning kayfiyati va xohish istaklarini tushunish, mehmonxonaning asosiy prinsiplaridan biridir.
5. Mehmonxonada o'z tashrifidan mamnun(umumiy mamnunlik darajasi 10 balldan 10ni tashkil etadi) bo'lgan mijozlarning 80% tanlagan brendni do'stlariga, qarindoshlariga, hamkasblariga tavsiya berishlarini ta'kidlab o'tishgan. Bundan tashqari mamnun mijozlarning 66% albatta yana shu mehmonxonaga qaytishini ta'kidlagan.
6. Mehmonxona rahbariyati mijozlarni taqriz yozishga, taassurotlari "eskirib qolmasdan" mehmonxonadan chiqib ketganlaridan bir -ikki kundan so'ng o'z sharhlarini jo'natishlariga faol da'vat qilishi kerak. Bunda qisqa oddiy,

aniq mavzuli xabarlar ko'proq samara beradi. Ekspertlar elektron pochta orqali mijozlarga havolalarni(ssilka) jo'natishni tavsiya etishadi. Ushbu havolalar orqali ular o'z taqrizlarini qoldirishlari mumkin. Ushbu imkoniyatdan foydalanib mehmonxona rahbariyati mijozlarga o'z minnatdorchiligini bildirgan holda yana kelajakda mehmonxonaga tashrif buyurishlariga umid bildiradi.

II –BOB. MEHMONXONALARDA ASOSIY XIZMATLARNI TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI

2.1. “Yulduz” mehmonxonasi faoliyatining umumiy tavsifi

“Fidan servis” MCHJga qarashli “Yulduz” mehmonxonasi jahon talablari asosida loyihalangan bo‘lib, Samarqand shahrining markazida joylashgan. Mehmonxona 2 qavatli bo‘lib, to‘rt qismdan iborat:

- mehmonlarni qabul qilish uchun mo‘ljallangan qism;
- restoran;
- oshxona;
- mehmonlarni joylashtirish uchun nomerlar qismi;

Bu mehmonxonada 3 klassli nomerlar bo‘lib, ular “Standart”, “Polulyuks”, “Lyuks” nomerlardir. “Yulduz” mehmonxonasi boshqaruvining oliy darajasi, mehmonxona egasi va bosh direktordan tashkil topgan.

Mehmonxonada turli xildagi xizmatlar ko‘rsatiladi. Masalan:

- mehmonxona biznesi;
- konferens servis;
- restoran servisi;

Bu mehmonxonaning kuchli tomonlari sifatida yaxshi, tinch joylashganligi, “narx-sifat” muvofiqligi, rivojlangan infratuzilma, malakali xodimlar xisoblanadi.

Mehmonxonadagi doimiy xodimlar soni 15 nafarni tashkil etadi. Boshqaruv xodimlari yuqori malakali mutaxassis va muhandislardan iborat bo‘lib, mazkur sohada tajribaga ega.

Mijozlar uchun mehmonxonada zamonaviy ovqatlanish restorani, konferensiya zali, sauna, basseyn, billiard va boshqa xizmatlar ko‘rsatiladi.

Mijozlarga nomerlar ajratilgan. Barcha nomer xonalari xalqaro aloqa tizimi, kabel televideniya, konditsioner, mini bar, muzlatgich bilan jihozlangan.

“Yulduz” mehmonxonasi mijozlarga quyidagi xizmatlarni taklif etadi:

- 24 soat davomida avtomobil to‘xtash joyi;
- gid-tarjimon va shahar bo‘ylab qiziqarli ekskursiya dasturi;

- telefon (mahalliy va xalqaro);
- kabel televideniya;
- muzlatgich (to'ldirilmagan);
- Internet xizmati (Wi-fi);
- Konditsioner;
- Nomerda 24 soatlik xizmat;

Shuningdek;

- majlis, seminar va simpoziumlar o'tkazish uchun mo'ljallangan 30 soatlik zal;

- massaj-sauna;
- basseyn;
- pochta xizmati;
- billiard;
- kafe- bar;
- restoran, banket xizmatlari mavjud.

2.1- jadval

“Yulduz” mehmonxonasida nomerlarga quyidagicha narx belgilangan:

Nomerlar tipi	1 sutka narxi		Nonushta
	1 ta odam	2 ta odam	
1 o'rinli “Standart”	50\$	50\$	Nomer narxiga kiritilgan
2 o'rinli “Standart”	70\$	70\$	Nomer narxiga kiritilgan
Yarim lyuks	90\$	90\$	Nomer narxiga kiritilgan
Lyuks	100\$	100\$	Nomer narxiga kiritilgan

Umuman olganda “Yulduz” mehmonxonasi hozirda tez sur'atda o'sib kelayotganini ta'kidlashim mumkin.

Mehmonxonada ertalabki nonushta narxi nomer narxiga kiritilgan. Nonushta shved stoli uslubida o'tkaziladi, chunki bu uslub mehmonxona uchun ham, mijozlar uchun ham qulay va foydalidir.

Mehmonxona rahbariyati mehmonxonada ko'rsatiladigan xizmatlarni targ'ibot etishda internet tarmog'idagi reklamalardan foydalanib kelmoqda.

Yuqori sifatli mehmonxona xizmatlarini ko'rsatish har qanday mehmonxonaning muvaffaqiyatli faoliyatini ta'minlaydi. Mehmonxona sohasidagi faoliyat xizmatchilar va mijozlar o'rtasidagi yuqori darajadagi muloqot va muvofiqlikni talab etadi. Mehmonxona xizmatlari sifatini nazorat qilishda aynan "Yulduz" mehmonxonasida texnik jihozlar (issiq suv harorati, sochiqlar soni, ovqat tayyorlash va boshqalar)dan tashqari mehmonxona va mijozlar o'rtasidagi munosabatlarga etibor beriladi. Mehmonxona biznesida sifatini doimiy oshirish xarajatlarni ko'paytirib borish emas, balki mijozlarning ehtiyojlarini to'la qondirish bilan ularning sodiqligini ta'minlashga qaratilgan.

Hozirgi kunda mehmonxona 50 kishini sig'dira oladi. Mavsum paytida nomerlarning barchasi band bo'ladi. Bu mehmonxonada hozirda asosan chet ellik turistlardan Yevropadan ko'proq kelmoqda, mahalliy turistlarimiz oqimi ham qolishmaydi. Janubiy Koreya,Fransiya,Italiya,Turkiya,Yaponiya, Rossiya va boshqa davlatlardan mijozlar tashrif buyurmoqdalar.

Mehmonxona yanada yaxshiroq xizmat ko'rsatish va ularga qulayliklar yaratish maqsadida mehmonxonada quyidagi qulayliklar mavjud:

-qabul qilish xizmati – mehmonxonaning yuzi hisoblanib, bu bo'limga asosan tajribali va shirin suxandon xodimlar qabul qilingan.

"Yulduz" mehmonxonasida keladigan foyda qismi asosan birinchi o'rinda nomerlar sotishdan tushadigan ulushi egallaydi. Keyin esa qo'shimcha xizmatlar(sauna, basseyn, billiard), restoraniidan tushadigan ulushi egallaydi.

Mehmonxonada qabul qilish bo'limi xizmatining asosiy funksiyalari tashrif buyurgan mehmonlarni ro'yxatga olish, nomerlar taqsimlash, mehmonlarni joylashtirish, ro'yhatdan chiqarish, mehmonlarning balans schyotlarini yuritish, pochta fakslar, mahalliy va mehmonxona yangiliklari bilan ta'minlash tarzidagi xizmatlarni taklif qilish va boshqa qo'shimcha xizmatlar shular jumlasidandir.

Kiruvchi chiquvchi telrfon qo'ng'iroqlari – telefon opertatorining xizmat doirasidir, shuningdek telefon suhbatlarining o'z vaqtida to'lanishi nazorat qiladi.

Mehmonni uyg'otish va ularning savollariga javob berish (yoki axborot olish mumkin bo'lgan xizmatga ulanish) ham ularning vazifasidir.

Mehmonxona administratori vazifalari:

- hujjatlarni rasmiymiylashtirish;
- mehmonxona kompleksi ob'yektlariga yo'nalishlarni bilish;
- xorijiy tillarni bilish;
- rag'batbardoshlikni saqlash;
- ma'sulyatni o'z bo'yniga olish

Bron qilish xizmati – bunday xizmat turi bilan qabul qilish va joylashtirish xizmati bo'limi shug'ullanadi. Aynan shu bo'limga mehmonlardan bron qilish haqida ariza tushadi.

“Yulduz” mehmonxonasida joy yoki nomer bron qilish, yozma yoki og'zaki ravishda amalgam oshiriladi. Nomerni bron qilayotganda tashkilot arizasida tashkilot rekvizitlari ko'rsatilishi shart (nomi, manzillari, bankdagi hisob raqami). Arizada quyidagi ma'lumotlar kiritilishi zarur.

- nomer soni va kategoriyasi;
- mehmonxonada yashash muddati;
- tashrif buyuruvchining FISH
- to'lov shakli (naqd pul yoki pul ko'chirish yo'li bilan)

So'ngra ariza ro'yxatga olinadi (registratsiya raqami beriladi) va tasdiqlanadi yoki rad etiladi.

“Yulduz” mehmonxonasining xo'jalik bo'limi ham muhim o'rin egallaydi. Tozalik va batartiblik mehmonlarning barcha talablari orasida birinchi o'rinni egallaydi. Bu bo'limda mehmonxona xizmatlarining jami xizmatlarining yuqori foiz ko'rsagichlarini egallaydi mehnat qilishadi.

Barcha sanitariya- epidemiologiya me'yorlariga rioya qilgan holda yuqori darajali teztozalash ishlarini amalgam oshirish uchun “Yulduz” mehmonxonasi:

- yuqori malakali, professional tayyorgarlikka ega xodimlar;
- zamonaviy tozalash materiallari va inventarlar;
- zamonaviy tozalash mexanizmlariga ega.

Tozalash ishlarini olib borish uchun quyidagi xodimlar kategoriyasi mavjud:

- a) xona bekasi – nomerlarni yig'ishtirib tozalaydi.
- b) Farroshlik – koridor, zal, zina, vestibulni tozalaydi.

“Yulduz” mehmonxonasida xavfsizlik xizmati mehmonxona xavfsizligi tizimini loyihasini ishlab chiqadi va ushbu loyiha boshqa xizmatlar menejerlar muhokamasidan o'tgandan so'ng, bosh direktor tomonidan tasdiqlanadi.

Ovqatlanish xizmati xodimlariga bosh oshpaz, bosh oshpaz yordamchisi, barmen va restoran menejeri hisoblanadi. Bosh oshpaz oshxonani boshqaradi, u yakka hokimlikka ega bo'lib, taomlarning sifati, turli tumanligi, umuman ovqatlantirish xizmati muvaffaqiyatiga mas'ul.

“Yulduz” mehmonxonasi o'ziga berilgan yulduz darajasiga muvofiq uning restorani 30-40 kishiga xizmat ko'rsata oladi.

2.1-jadval

“Yulduz” mehmonxonasi ovqatlanish xizmatlari narxlari

Nonushta	10\$	0700-1000
Tushlik	20\$	1200-1500
Kechki ovqat	30\$	1900-2200

2.3-jadval

Kafe-bar xizmatlari narxlari

Mineral suv 0.5 L(1.5 L)	1.5\$ (2\$)
Koka-kola, Fanta, Sprayt 1.5L	5\$
Aroq	10\$
Vino	14\$
Pivo	5\$
Sok	5\$
Konyak	15\$
Shampanskiy	10\$
Balsam	15\$
Gamburger	5\$
Xot-dog	5\$

2.2. Samarqand shahridagi “Yulduz” mehmonxonasida asosiy va qo‘shimcha xizmatlarni tashkil etish imkoniyatlari

Bugungi kunda O‘zbekiston iqtisodiyotining ko‘plab sohalari chet el investorlari va hamkor sheriklari bilan xorijda ishlarni muvaffaqiyatli olib bormoqdaki, buning evaziga O‘zbekistonga tashrif buyurayotgan turli mamlakat turistlari va namoyondalari soni o‘tib borayotganini alohida ta’kidlash joiz. Shu tufayli mehmonxonalarda xizmat ko‘rsatishni takomillashtirish zarurati ham ortib bormoqda. Tashrif buyurayotgan turistlarni joylashtirish mas’uliyati asosan kichik va xususiy mehmonxonalar ulushiga to‘g‘ri kelmoqda. Shu tufayli kichik mehmonxonalarda xizmat ko‘rsatishni takomillashtirish, assortimentini oshirish zamon talabidir.

Samarqand shahrining markazida joylashgan “Yulduz” mehmonxonasi ham kichik mehmonxonalaridan biri hisoblanadi. Ushbu mehmonxonaning daraja olish imkoniyatini tahlil qilamiz.

Joylashtirish vositalariga daraja berish yoki biror bir darajaga muvofiqligi «Mehmonxona va boshqa joylashtirish vositalarini tasniflash Tizimi» hujjatining talablari asosida baholanadi. Bu Tizim Rossiya Federatsiyasida ishlab chiqilgan. Bizning mamlakatimizda ham mehmonxona va boshqa joylashtirish vositalarini tasniflash ushbu hujjatning talablari asosida amalga oshiriladi.

Tarkibida 50 ta nomerdan kam bo‘lgan ma’lum darajadagi joylashtirish vositalari belgilangan talablar va balli baholash mezonlari bo‘yicha quyidagi ballar miqdori summasiga muvofiq kelishi kerak:

5 yulduzli daraja uchun	70 ball
4 yulduzli daraja uchun	60 ball
3yulduzli daraja uchun	45 ball
2yulduzli daraja uchun	35 ball
1 yulduzli daraja uchun	18 ball

Talab etilayotgan ballar miqdori 10%gacha kam bo‘lishiga ruxsat etiladi. Agar to‘plangan ballar bo‘yicha joylashtirish vositalari ushbu da’vo qilinayotgan darajasiga muvofiq kelmasa, bir daraja pasaytiriladi. Agar to‘plangan ballar

bo'yicha joylashtirish vositalari ushbu darajaga muvofiq keladigan balldan yuqori bo'lsa, bir daraja yuqori beriladi.

“Yulduz” mehmonxonasi “B&B” kategoriyasidagi mehmonxona bo'lib, kelajakda daraja olishga talabgor bo'lishi mumkin. Mehmonxona belgilangan talablar Tizimi majmuiga muvofiq kelishini 2.1-jadval ma'lumotlari yordamida ko'rib chiqamiz. Baholash jarayonida biz mehmonxonada yaratilishi mumkin bo'lgan sharoit va imkoniyatlar nuqtai nazaridan qaraymiz. To'plangan ballar asosida kelajakda “Yulduz” mehmonxonasi qaysi darajaga talabgor bo'lishi mumkinligini aniqlab olamiz.

2.4-jadval

Nomerlar soni 50 tadan kam bo'lgan ma'lum darajadagi mehmonxona va boshqa joylashtirish vositalarini balli baholash mezonlari

№/	Talablar	Ballar miqdori	Mehmonxona bali
1	2	3	
1	Joylashtirish vositalarinining dengiz, daryo yoki boshqa suv havzalari oldida joylashuvi - birinchi chiziq - ikkinchi chiziq - uchinchi chiziq	3 2 1	0
2	Binolar va jamoa joylari		
2.1	Joylashtirish vositasining davlat ahamiyatiga ega tarixiy-me'moriy yodgorlik binosida joylashgani	6	0
	Joylashtirish vositasining mahalliy ahamiyatiga ega tarixiy-me'moriy yodgorlik binosida joylashgani	4	0
2.2	Tashqi ko'rinish-fasad, balkonlar, lodjiyalar, ustunlarning sifati -a'lo - yaxshi - qoniqarli	3 2 1	2
2.3	Mehmonlar uchun liftning mavjudligi	3	0
2.4	Mehmonlar kutish joyining mavjudligi	2	2
2.5	Chekmaydiganlar uchun qavatlar(nomer) mavjudligi	2	2
2.6	Xoll, salon, va boshqa jamoaviy xonalar va		

	uskunalarining sifati, intererlari holati		
2.6.1	Pol to‘shamalari: -a’lo - yaxshi - qoniqarli	3 2 1	2
2.6.2	Devorlar: -a’lo - yaxshi - qoniqarli	3 2 1	1
2.6.3	Pardalar: -a’lo - yaxshi - qoniqarli	3 2 1	1
2.6.4	Yoritish moslamalari: -a’lo - yaxshi - qoniqarli	3 2 1	2
2.6.5	Mebel: -a’lo - yaxshi - qoniqarli	3 2 1	2
3	Nomer fondining uskunolari va jihozlanganligi holati va sifati(100% nomerlarda)		
3.1	Pol to‘shamalari: -a’lo - yaxshi - qoniqarli	3 2 1	2
3.2	Mebel: -a’lo - yaxshi - qoniqarli	3 2 1	2
3.3	Pardalar: -a’lo - yaxshi - qoniqarli	3 2 1	2
3.4	joyshablar: -a’lo - yaxshi - qoniqarli	3 2 1	2
4	Nomerdagi televideniye (kabelli va sputnik kanalli televizor, videomagnitofon, videokassetalarni ijaraga olish imkoniyati 100% nomerlarda)	2	1

5	Vannaxonalarning sifati, holati		
5.1	Devorlar, pol: -a'lo - yaxshi - qoniqarli	3 2 1	2
5.2	Santexnika uskunalari: -a'lo - yaxshi - qoniqarli	3 2 1	2
5.3	Kranlar: -a'lo - yaxshi - qoniqarli	3 2 1	1
5.4	Vannaxonada taburet yoki stulchikning mavjudligi	2	0
5.5	Vannaxonada maxsus pol qoplamasining mavjudligi(sirpanishdan saqlaydigan)	2	2
5.6	Vannaxonada polning isitilishi;	3	0
5.7	Vannaxonada maxsus xalatning mavjudligi	2	2
5.8	Vannaxonadagi devor qoplamalarining holati; -a'lo - yaxshi - qoniqarli	3 2 1	2
5.9	Kamida 50% nomerlarning vannaxonada bidening mavjudligi	2	0
5.10	100% nomerlar vannaxonasida fenning mavjudligi	1	0
6	Telefon kabinasi (telefon avtomati) xalqaro so'zlashuv bilan	Har bir kabinaga 1 balldan, lekin 4balldan ziyod emas.	1
7	Teleks yoki elektron pochta	2	2
8	Telefaks	2	2
9	Transport xizmati: Mijozlarni va yuklarini olib kelish xizmati	6	6
10	Qo'shimcha xizmatlar		
10.1	Ovqatlantirish xizmatining ish vaqti: - sutkasida 14 soat - sutkasida 12soat - sutkasida 8soat	6 4 2	2
10.2	Barlarning ish vaqti:		0

	- sutkasida 14 soat - sutkasida 12soat - sutkasida 8soat	8 6 2	
10.3	Parkovka vaqti chegaralangan qo‘riqlanadigan avtomobil saqlash joyining mavjudligi	2	2
10.4	Nogironlar uchun servis	10	0
10.5	Boshqa xizmatlarning mavjudligi (o‘yin avtomatlari, o‘qish xonalari, axborot xizmatlari, ekskursiya xizmatlari, tarjimon)	1 balldan, lekin 6 balldan ziyod emas.	2
10.6	Saunaning mavjudligi: - 6 va undan ziyod kishilarga - 6 kishidan kam	2 1	0
10.7	Yopiq basseyinning mavjudligi maydoni m ² : - 150 m ² kam bo‘lmagan - 100 m ² kam bo‘lmagan - 80 m ² kam bo‘lmagan - 35 dan kam	6 4 2 1	0
10.8	Ochiq basseyinning mavjudligi(suvi isitiladigan) maydoni m ² : - 80 kam bo‘lmagan - 60 kam bo‘lmagan - 35 kam bo‘lmagan - 35 dan kam	6 4 2 1	0
10.9	Ochiq basseyinning mavjudligi(suvi isitilmaydigan) maydoni m ² : - 80 kam bo‘lmagan - 60 kam bo‘lmagan - 35 kam bo‘lmagan - 35 dan kam	4 3 2 1	4
	Jami to‘plangan ball		55

«Mehmonxona va boshqa joylashtirish vositalarini tasniflash Tizimi» hujjatining talablariga muvofiq “Yulduz” mehmonxonasi faoliyati va xizmatlarini baholash natijasida 55 ball to‘plandi. Bu ballar albatta shartli, chunki barcha ta’mirlash ishlari tugaganidan so‘ng mehmonxona bimalol to‘plangan ballar natijasidan kelib chiqib bizningcha, “B&B” darajasidan “uch” yulduzli mehmonxona darajasiga bimalol talabgor bo‘lishi mumkin.

2.3.“Yulduz” mehmonxonasining moliyaviy ko’rsatkichlari tahlili

Mehmonxonalar uzluksiz xizmat ko’rsatuvchi korxonalar hisoblanadi. Shunday ekan, ularda ma’lum xarajatlar amalga oshirilishi tabiiy. Ushbu xarajatlar mehmonxonaning umumiy faoliyatini amalga oshirishi uchun zarur. O’zbekiston Respublikasining Soliq kodeksida va boshqa hujjatlarda ko’rsatilgan to’lovlarni amalga oshirishi ham mehmonxona korxonasining faoliyatini qonuniylashtiradi. Har bir mehmonxonada yuqoridagi kabi xarajatlar ro’yxatga olinadi va buxgalteriya hisobi yuritiladi. Bunday ro’yxat mehmonxonaning davrit hisobotini yuritish uchun zarur hisoblanadi. Davriy hisobot esa mehmonxonaning ma’lum vaqt ichidagi faoliyati davomida qancha daromad olib kelganligini ko’rsatadi. Mehmonxona ushbu hisobotga ko’ra keyingi davr uchun ish rejasini tuzib oladi va faoliyatini yuritadi.

Buxgalteriya hisobi haqida gapirar ekanmiz, 1996-yil 30-avgust sanasida 279-I soni bilan ro’yxatga olingan O’zbekiston Respublikasining “Buxgalteriya hisobi to’g’risida”gi qonuni ushbu sohada tayanch hujjat ekanligi haqida aytib o’tishimiz zarur. Qonun O’zbekiston Respublikasida buxgalteriya hisobotlarini olib borishni tartiblashtiruvchi hujjat bo’lib, buxgalteriya sohasidagi hujjatlarni yuritish, tashkil etish va hisobotni tuzish yuzasidan normalarni belgilaydi. Qonunning 3-moddasiga binoan “Uzluksizlik, ishonchlilik, ko’rsatkichlarning qiyoslanuvchanligi” buxgalteriya hisobining asosiy prinsiplaridir. Buxgalteriya hisoboti haqida mazkur qonunning 4-moddasida batafsil yoritilgan:

“Buxgalteriya hisobi barcha xo’jalik operatsiyalarini yaxlit, uzluksiz, hujjatlar asosida hisobga olish yo’li bilan buxgalteriya axborotini yig’ish, qayd etish va umumlashtirishning tartibga solingan tizimidan, shuningdek uning asosida moliyaviy va boshqa hisobotni tuzishdan iboratdir.

Buxgalteriya hisobi xo’jalik operatsiyasini buxgalteriya hisobining kamida ikkita schyotida bir vaqtda va o‘zaro bog‘liq holda pulda baholab aks ettirish yo‘li bilan ikkiyoqlama yozuv usulida yuritiladi”.¹²

¹² “Buxgalteriya hisobi to’g’risida”gi O’zbekiston Respublikasining qonuni, 30.08.1996-yil.

Shuningdek, buxgalteriya hisobi to'g'risida tushunchaga ega bo'lish zaruriyati tug'ilar ekan, buxgalteriya hisobini yuritishdagi ob'ektlar va sub'ektlar haqida ma'lumotga ega bo'lish foydadan holi bo'lmaydi:

Qonunning 6-moddasi: “*Buxgalteriya hisobi sub'ektlari*: Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari, O'zbekiston Respublikasida ro'yxatga olingan yuridik shaxslar, ularning O'zbekiston Respublikasi hududida hamda undan tashqarida joylashgan sho'ba korxonalari, vakolatxonalari, filiallari va boshqa tarkibiy bo'linmalari buxgalteriya hisobi sub'ektlaridir.

Yuridik shaxs tashkil etmasdan tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi shaxslar, fuqarolarning o'zini o'zi boshqarish organlari, shuningdek chet el yuridik shaxslarining O'zbekiston Respublikasi hududidagi vakolatxonalari, filiallari va boshqa tarkibiy bo'linmalari qonun hujjatlarida belgilangan tartibda hisob yuritadi hamda hisobot taqdim etadi”.¹³

Qonunning 7-moddasi: “*Buxgalteriya hisobi ob'ektlari*: Aktivlar, majburiyatlar, xususiy kapital, zaxiralar, daromadlar, xarajatlar, foyda, zararlar va ularning harakati bilan bog'liq xo'jalik operatsiyalari buxgalteriya hisobining ob'ektlaridir.

Buxgalteriya hisobi ob'ektlari sintetik va analitik hisoblarda yuritiladi”.¹⁴

Yuqorida (Qonunning 7-moddasida) buxgalteriya hisobining sintetik va analitik turlari haqida gap boradi. Demak, *Sintetik hisob* qonun hujjatlarida belgilanadigan tartibda buxgalteriya hisobi ob'ektlari haqidagi ma'lumotlarni muayyan iqtisodiy belgilari bo'yicha umumlashtirish yo'li bilan amalga oshiriladi, *analitik hisob* esa buxgalteriya hisobi ob'ektlari haqidagi batafsil buxgalteriya axborotini shakllantirish maqsadida buxgalteriya hisobining sub'ekti tomonidan mustaqil ravishda belgilanadigan tartibda yuritiladi.¹⁵

Umuman olganda, biror faoliyat doirasida buxgalteriya hisobini yuritish yuzasidan qonunda belgilangan boshqa normalarni ham bilish va ularga amal qilish

¹³ O'sha joyda.

¹⁴ O'sha joyda.

¹⁵ O'sha joyda.

foydadan holi emas (Qonun 32 moddadan iborat). Shuningdek, mehmonxona tashkilotlari rahbarlari ham ushbu normalardan xabardor bo'lishlari zarur.

Buxgalteriya hisobi yuritishda O'zbekiston Respublikasining Buxgalteriya hisobotini yuritish bo'yicha milliy standarti mavjud. Ushbu standartning joriy yildagi shakli 21-BHMS bo'lib, uni qo'llash bo'yicha maxsus yo'riqnoma ishlab chiqilgan. Mazkur O'zbekiston Respublikasi Buxgalteriya hisobining milliy standarti (BHMS) O'zbekiston Respublikasi "Buxgalteriya hisobi to'g'risida"gi Qonuni asosida ishlab chiqilgan va O'zbekiston Respublikasida buxgalteriya hisobini tartibga soluvchi me'yoriy elementi bo'lib hisoblanadi.¹⁶ 21-BHMS ning amal qilish sohasi xo'jalik yurituvchi sub'ektlar tomonidan mulkchilik shaklidan qat'i nazar, byudjet muassasalari, sug'urta tashkilotlari va banklardan tashqari, ijro etilishi shart.

Mehmonxonalarda buxgalteriya hisobotini yuritishda 21-BHMS ni qo'llash nazarda tutilar ekan, ushbu standartda keltirilgan ba'zi tushunchalarni bilib olish zarur. Ular quyidagilar:

Buxgalteriya schyoti - korxonalar iqtisodiy resurslarining holati va harakati haqidagi buxgalteriya axborotini qayd etish va saqlash uslubi va ularga bo'lgan talablar.

Doimiy schyotlar - bu hisobot davri oxiriga saldoga ega bo'lib, buxgalteriya balansida aks ettiriladigan aktivlar, majburiyatlar, sarmoyalar schyotlaridir. Doimiy schyotlar aktiv, passiv, kontr-aktiv va kontr-passivlarga bo'linadi.

Aktiv schyot (A) - bu aktivlarni aks ettirishga mo'ljallangan schyot bo'lib, unda iqtisodiy resurslarning koldig'i va ko'payishi schyotning debetida, kamayish esa kredit bo'yicha aks ettiriladi.

Passiv schyot (P) - bu majburiyat va sarmoyani aks ettirishga mo'ljallangan schyot bo'lib, unda majburiyat va sarmoyaning qoldig'i va ko'payish schyotining krediti bo'yicha, kamayish esa debet bo'yicha aks ettiriladi.

¹⁶ O'zbekiston Respublikasi Buxgalteriya Hisobining Milliy Standarti

Kontr-aktiv schyot (KA) - bu u bilan bog‘lik bo‘lgan aktiv schyotning saldosi dan chegiriladigan moliyaviy hisobotda aktivning sof qiymatini aks ettiruvchi schyotdir.

Kontr-passiv schyot (KP) - bu u bilan bog‘lik bo‘lgan passiv schyotning saldosi dan chegaraladigan moliyaviy hisobotda majburiyat yoki sarmoyaning sof qiymatini aks ettiruvchi schyotdir.

Tranzit schyotlar (T) - bu hisobot davrida foydalaniladigan, lekin yopiladigan Moliyaviy natijalar to‘g‘risidagi xisobotda aks ettiriladigan hisobot davri oxiriga qoldiqqa ega bo‘lmaydigan daromadlar va xarajatlarning vaqtinchalik schyotlaridir.

Balansdan tashqari schyotlar (Z) - bu korxonaga qarashli bo‘lmagan, lekin vaqtinchalik tasarrufida bo‘lgan, aktivlarni bori va harakati, shartli huquqlar va majburiyatlari haqidagi axborotni umumlashtirishga mo‘ljallangan schyotlar. Bu schyotlar boshqa schyotlar bilan o‘zaro bog‘lanmaydi va korxonaning hisobotida aks ettirilmaydi.¹⁷

Xullas, yuqoridagilarga asosan har qanday korxona yoki tashkilot buxgalteriya hisobotini yuritadi. Mehmonxonalarda ham xuddi shunday. Quyida esa buxgalteriya hisobini yuritish yuzasidan Samarqand shahridagi “Yulduz” hamda “Astor” mehmonxonalarida yuritilgan buxgalteriya hisobotinining ba’zi shakllarini va bandlarini ko‘rib chiqishimiz mumkin (*Eslatma: Ma’lumotlar 2015 – 2016-yillarga asoslangan*).

Demak, “Yulduz” mehmonxonasida 2015-yilni hisobot yili deb qabul qilib olsak, ushbu mehmonxonada quyidagicha natijalarni ko‘rish mumkin:

¹⁷ O‘z.Res. Buxgalteriya hisobotining milliy standarti, 21-son BHMS

2.4.-jadval:

"Yulduz" mehmonxonasining 2015-yilgi moliyaviy natijalari hisoboti, 2-shakl

Ko'rsatkich nomi	Hisobot yilidagi kirimlar	Hisobot yilidagi chiqimlar
Mahsulotlar (Tovar, mehnat va xizmatlar) realizatsiyasidan olingan haqiqiy tushum	39 476.10	Xxx
Umumiy davriy xarajatlar	xxx	41371.88
Realizatsiya bo'yicha xarajatlar	xxx	38495.44
Administratorlik xarajatlari	xxx	2876.44
Asosiy faoliyatdan kirimlar (chiqimlar)	0.00	1895.77
Daromad solig'i	xxx	1802.80
Hisobot yilidagi haqiqiy chiqimlar	xxx	3698.58

Moliyaviy natijalar to'g'risida hisobotning (2-son shakl, 1-jadval) asosiy maqsadi korxonaning hisobot davrlaridagi daromadlari, harajatlari, foyda va zararlari to'g'risidagi yig'ma ma'lumotlarni aks ettirish hisoblanadi. Chunonchi, bunday ma'lumotlar hisobotda mos ravishda o'tgan yilning va hisobot yilning mos davrlari uchun ko'rsatiladi. Bunday tartib mos hisobot davrlardagi o'zgarishlar tendensiyalarini o'rganish uchun muhim axborot manbai hisoblanadi.

2-son shaklda ba'zi qatorlarni ifodalashda ma'lum qonun-qoidalar mavjud. Masalan, mahsulotlar realizatsiyasidan olingan sof tushum – mehmonxonada xizmatlarni sotish orqali olingan daromad hisoblanadi. Raqamlar 1 000 so'm birligiga ko'paytirilganda to'g'ri bo'ladi. demak, "Yulduz" mehmonxonasida 2015-yil 39 476 100 so'm daromad ko'rilgan. Umumiy davr harajatlari esa moliyaviy hisobot varaqasidagi (2-son shakl) 050, 060, 070, 080 – satrlarining summolari yig'indisi ko'rsatiladi. Bunda sotish, ma'muriy, turli operatsion va boshqa soliqqa oid harajatlar ifodalanadi. "Yulduz" mehmonxonasida ushbu ko'rsatkich 41 371 880 so'mni tashkil qiladi.

Bundan tashqari, ushbu jadvalda moliyaviy faoliyat daromadlari, harajatlari, hisobot davrining sof foydasi va zarari kabilarga tegishli yacheykalar ham ifodalanadi.

2.5.-jadval

**"Yulduz" mehmonxonasining 2015-yilgi byudjetdagi to'lovlari haqida
ma'lumot**

Ko'rsatkich nomi	Qator kodi	Hisobot davri bo'yicha qiymat ro'yxatga olingan
Jismoniy shaxslarning daromad solig'i	290	1 593 735.00
Yagona soliq to'lovi	370	1 959 567.67
Byutjetdan tashqari pensiya jamg'armasi uchun majburiy to'lov	420	1 646 367.66
Yagona ijtimoiy to'lov	440	3 527 930.70
Byudjetdagi umumiy to'lovlar summasi	480	8 727 601.03

Yuqoridagi 2.3.-jadvalda keltirilgan ma'lumotlar mehmonxona buxgalteriya bo'limi yuritadigan hisobotning original variantiga mos holatda bo'lib, buxgalteriya hisoboti kodlashtirishidan ham kelib chiqqan holda tuzilgan. Bundan tashqari to'lovlar soliq kodeksida keltirilgan ma'lum foiz stavkalari doirasida to'lanadi. Masalan, Yagona ijtimoiy to'lov hajmi korxonada faoliyat yuritayotgan jismoniy shaxsning umumiy ish haqida ko'rsatilgan qiymatning 15%ini tashkil qiladi. Ushbu jadvaldagi boshqa to'lovlar ham me'yoriy hujjatlarda belgilangan qiymatlar bilan olinadi.

Endi esa Samarqand shahridagi "Yulduz" hamda "Astor" mehmonxonalarining Buxgalteriya balansi 1- shakl bo'yicha 2015-yil 4-choragida yuritgan hisobotini ko'rib chiqishimiz mumkin va ularni taqqoslash imkoniyati mavjud bo'ladi:

2.4.-jadval

**"Astor" hamda "Yulduz" mehmonxonalarining 2015-yil bo'yicha
Buxgalteriya balansi, 1-shakl.**

Ko'rsatkich nomi	Hisobot yili boshidagi holat		Hisobot yili yakunidagi holat	
	Astor	Yulduz	Astor	Yulduz

Aktiv				
I.Uzoq muddatli aktivlar				
Boshlang'ich qiymat	763711.9	3063,7	812163.9	14729,8
Chiqim summasi	89453.7	xxx	131847.6	13863,7
Qoldiq (balans) qiymati	674258.2	3063,7	680316.3	866,1
Tovar-material zahirasi	0.00	2553.4	2304	2553.4
Debitorlar	14126.7	6994.9	20108.1	4882.7
Buyurtmachilar va xaridorlarning mas'uliyatlari	12232	xxx	18157	Xxx
Avanslar	937	869.5	978.7	1158.8
Soliqlar va boshqa majburiy to'lovlar bo'yicha avans to'lovlari	957.7	1491.3	972.4	1109.2
Pul mablag'i	5937	xxx	3222.1	Xxx
Hisobot schyotidagi pul mablag'i	5570.4	7786.7	516	11548.6
Xorijiy valyutadagi pul mablag'i	xxx	xxx	2680	Xxx
Qolgan pul mablag'I va ekvivalentlar	366.6	2.5	26.1	0.6
Passiv				
I.Xususiy manbalar				
Ustav kapitali	122203.5	2700	122203.5	2700
Rezerv kapitali	42038	4674.7	42038	4801.8
II.Majburiyatlar				
Uzoq muddatli majburiyatlar	509609.1	xxx	446528.6	Xxx
Joriy majburiyatlar	42591.8	476.4	55923.2	1569.8
Shundan joriy kredit mas'uliyatlari	10731.8	xxx	13540.2	Xxx
Qabul qilingan avanslar	xxx	xxx	721.1	Xxx
Byudjet to'lovlari mas'uliyati	4167.6	xxx	1271.5	Xxx
Sug'urta mas'uliyati	9.3	xxx	xxx	Xxx
Davlatning maqsadli jamg'armalari uchun mas'uliyatlar	870	xxx	218.1	Xxx
Mehnat uchun to'lovlar	697.2	474.5	7591.2	1467.9
Boshqa kreditorlik mas'uliyatlari	3571.6	xxx	2287.3	Xxx
Passiv balans bo'yicha umumiy	694321.9	xxx	705950.5	Xxx

Buxgalteriya balansi (1-son shakl, 3-jadval) hisobot davrining boshi va oxiriga xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning aktivlari va ularning tashkil toppish manbalarining holatini pulda aks ettiruvchi hisobot shaklidir. Buxgalteriya balansini tuzish uning tasdiqlangan shaklida keltirilgan rekvizitlarni to'ldirish, shuningdek, uning har bir moddasi qarshisiga tegishli schyotlarning davr oxiridagi qoldiq summalarini ming so'm hisobida yozish orqali amalga oshiriladi. Summasi mavjud bo'lmagan moddalar qarshisiga chiziqcha qo'yiladi. Odatda, buxgalteriya balansining oxirida alohida jadval ko'rinishida balansdan tashqari schyotlarda hisobga olinadigan qimmatliklarning davr boshi va oxiriga mavjudligi to'g'risida ma'lumotlar beriladi.

Balans moddalarining summolari ikkita bo'lim, bo'limlar ichida esa alohida guruhlar bo'yicha jamlanadi va ular balansning alohida satrlarida ko'rsatiladi. Ikkita bo'lim bo'yicha jamlangan summalar balansning oxirgi satrida qo'shib yoziladi, ushbu summa "balans valyutasi" deb ataladi va u korxona barcha aktivlarining hamda barcha passivlarining umumiy summasini ifodalaydi.

Umuman olganda, buxgalteriya balansida ifodalangan raqamlar korxonaning (mehmonxonaning) hisobot yili boshi va so'ngidagi davr ichida amalga oshirilgan aktivlar bo'yicha me'yorni ifodalaydi. Shunday ekan bo'limlardagi yacheykalarda ifodalanadigan raqamlar bir-birini to'ldirishi zarur. Bu holat hisob-kitob qoidaga muvofiq amalga oshirilsa avtomatik yuz beradi. 2 mehmonxonaning balanslarini taqqoslash orqali esa mehmonxonalar orasidagi ko'plab farqlarni ko'rish mumkin. Masalan, aktiv bo'limdagi raqamlardan ko'rinadiki "Astor" mehmonxonasi "Yulduz"da ko'ra kattaroq xo'jalik yurituvchi korxona hisoblanadi. Ammo, debitorlar, majburiyatlar, qarzlar va pul mablag'lari kabi qatorlar ko'rsatkichlari "Yulduz" mehmonxonasining hisobot yiliga zararsiz yetib kelganligini va ushbu yildan foyda bilan chiqqanligini ko'rsatadi. Umuman olganda, buxgalteriya balansi orqali biz shu va boshqa shu kabi ma'lumotlarga ega bo'lishimiz mumkin.

Yuqoridagi buxgalteriya yuritish bo'yicha keltirilgan misollar orqali mehmonxonalar turli statistic ma'lumotlarni to'plashlari va mintaqadagi moliyaviy holatni tahlil qilishlari mumkin. Umuman olganda mehmonxonada olib boriladigan

buxgalteriya hisoboti eng muhim vazifalardan bo'lib, korxonaning faoliyati yuzasidan tahlilning raqamlarda aniq ko'rinishi hisoblanadi. Bundan tashqari moliyaviy holatni tartiblashtirish va boshqarish, moliyaviy siyosatni o'rnatish, kirimlar va chiqimlar yuzasidan aniq ma'lumotlarga ega bo'lishda buxgalteriya hisobining o'rni beqiyosdir. Har bir ishlab chiqarish korxonasi kabi, mehmonxona ham mantiqiy jihatdan xizmatlarni ishlab chiqaradi va ma'lum narxlarda sotadi. Shunday ekan, unda olib boriladigan buxgalteriya hisobining aniqligi va to'raligi yuqorida keltirilgan qonun va standartlarda belgilanganidek yuritilsa, birinchi navbatda mehmonxona rivoji uchun, shu orqali hudud moliyaviy ahvolining aniqligi oshishiga xizmat qiladi. Shunday ekan, mehmonxonada boshqaruvni tashkil qilishda buxgalteriya hisobotidan xabardor bo'lish mutaxassislar uchun dolzarb bo'lmog'i zarur.

II -BOB BO‘YICHA XULOSALAR

1. Tashrif buyurayotgan turistlarni joylashtirish mas’uliyati asosan kichik va xususiy mehmonxonalar ulushiga to‘g‘ri kelmoqda. Shu tufayli kichik mehmonxonalarda xizmat ko‘rsatishni takomillashtirish, assortimentini oshirish zamon talabidir.

2. “Yulduz” mehmonxonasi “B&B” kategoriyasidagi mehmonxona bo‘lib, kelajakda daraja olishga talabgor bo‘lishi mumkin. «Mehmonxona va boshqa joylashtirish vositalarini tasniflash Tizimi» hujjatining talablariga muvofiq “Yulduz” mehmonxonasi faoliyati va xizmatlarini baholash natijasida 55 ball to‘plandi. Bu ballar albatta shartli, chunki barcha ta’mirlash ishlari tugaganidan so‘ng mehmonxona bimalol to‘plangan ballar natijasidan kelib chiqib bizningcha, “B&B” darajasidan “uch” yulduzli mehmonxona darajasiga bimalol talabgor bo‘lishi mumkin.

3. Mehmonxonada olib boriladigan buxgalteriya hisoboti eng muhim vazifalardan bo‘lib, korxonaning faoliyati yuzasidan tahlilning raqamlarda aniq ko‘rinishi hisoblanadi. Bundan tashqari moliyaviy holatni tartiblashtirish va boshqarish, moliyaviy siyosatni o‘rnatish, kirimlar va chiqimlar yuzasidan aniq ma’lumotlarga ega bo‘lishda buxgalteriya hisobining o‘rni beqiyosdir.

III –BOB. MEHMONXONALARDA QO‘SHIMCHA XIZMATLARNI TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI

3.1. Mehmonxonalarda bolali oilalarga xizmatlar taklif etish

Yosh bolasi bor oilaviy turistlar mehmonxonalardagi qaysi xizmatlar va qulayliklarni ko‘proq qadrlaydilar? Mavsumiy talab va boshqa xususiyatlariga qaramasdan bolalar bilan oilaviy dam olish eng mashhur va faol targ‘ib qilinayotgan yo‘nalishlardan biridir. Oilaviy auditoriyani jalb qilishdan manfaatdor ko‘pgina dunyo mehmonxonalari bolalar bilan birgalikda dam olish uchun maxsus aksiyalar va dasturlarni taklif etmoqda. Bu takliflarga yashash va ovqatlanishdan tashqari yana bir qancha qo‘shimcha xizmatlar kiradi. Ba’zi mehmonxonalar o‘z saytlariga ota—onalardan minnatdorchilik javobini olsalar, ba’zi mehmonxonalar buzilgan oilaviy dam olish to‘g‘risida shikoyatlar ham eshitadi.

Ota—onalardan yuqori ball olgan mehmonxonalar qanday xususiyatlarga ega? Qaysi xizmatlarning yo‘qligi ota—onalarning e’tiroziga sabab bo‘lmoqda? Bolalar bilan sayohatga chiqqan turistlar mehmonxonaning qaysi xizmatlariga ko‘proq e’tibor qaratmoqda? Ushbu savollarga javob topish uchun, bolasi bilan sayohatga chiqqanlarga xizmatlarni taklif etishda xatolarga yo‘l qo‘ymaslik uchun TripAdvisor reytingida oilaviy dam oluvchilarga mo‘ljallangan va yetakchilikni egallab kelayotgan mehmonxonalar faoliyatini tahlil qilamiz.

Mehmonxonaning joylashuvi. Ko‘p hollarda mehmonxona reytingi uning joylashuviga bog‘liq bo‘ladi va mehmonxona diqqatga sazovor joylarga, do‘konlarga, restoranlarga besh daqiqali yo‘lga joylashgani uchun oilaviy dam oluvchilar balandparvoz fikrlarni yozib qoldiradilar. Mehmonxonaning mashhur diqqatga sazovor joylardan uzoqda yoki noqulay joylashganligi muammosini bepul va doimiy transferni taklif etish bilan hal etish mumkin. Ushbu transfer turini taklif etish imkoniyati bo‘lmaganda, mehmonxona saytiga yaqin atrofdagi mashhur ob’ektlarga borish marshrutini va vositasini kiritish kerak bo‘ladi.

Faol dam olish va ko‘ngilochoq. Ko‘pgina ota-onalar dam olish davrida farzandlari nomerda o‘tirib odatiy mobil telefonlarda o‘ynash bilan o‘tkazishini

xohlamaydilar. Zamonaviy bolalarga ko‘proq jismoniy harakatlar va toza havo zarurligini kattalar tushunadilar. Shuning uchun, ota-onalar mehmonxona bolalarga jismoniy faollik va aqliy faoliyatni nazarda tutuvchi mashg‘ulotlarni taklif etishini istaydilar.

Fransiyaning Terr-Blansh shahridagi Four Seasons Resort Provence mehmonxonasi kichik mehmonlarga mehmonxonaning go‘zal bog‘lari bo‘ylab tur taklif etadi. U yerda gul va o‘tlarning 70dan ziyod turi mavjud.

Lissabonning Four Seasons Hotel Ritz Lisbon mehmonxonasida 6-10 yoshdagi bolalarni g‘aroyib sarguzashtlar kutadi. Bolalarning qo‘liga maxsus harita beriladi va uning yordamida bolalar mehmonxonaning qiziqarli maxfiy burchaklarini o‘rganadilar.

Bizning mehmonxonalarda bolalar uchun qanday xizmatlarni tashkil etish mumkin? Bu mehmonxonaning imkoniyatlari va zamonaviyligiga bog‘liq. Samarqand viloyatida asosan kichik mehmonxonalar bo‘lganligi sababli biz u yerda oilaviy dam oluvchilarning bolalari uchun turli xizmatlarni taklif etamiz. Masalan, ***hunarmand ustalar bilan master-klasslar***. Bunda mehmonxona binosida maxsus xona ajratiladi va kulolchilik, duradgorlik, kashtachilik, beshiksozlik kabi hunarmandchilik namunalari va asbob-uskunalari bilan xona jihozlanadi. Keyin usta bolalarga maxsus master-klass darslarini o‘tib, birgalikda biror narsalarni yasashadi.

Xuddi shunday

- *Oshpazlar bilan master-klasslar.*
- *Rassomchilik master-klasslari*
- *Karaoke xonalari yoki birgalikda kuylaymiz.*
- *Ko‘zboylag‘ich(fokus) o‘yinlari.*
- *Origamilar yasash master-klasslari.*
- *Milliy qo‘g‘irchoqlar bilan teatr sahnalashtirish.*



3.1. rasm.Oshpazlar bilan master-klasslar.

Ushbu mashg'ulotlarda bolalar o'z qo'llari bilan yasagan narsalarini esdalik uchun sovg'a sifatida berish maqsadga muvofiqdir. Bu yasalgan ko'zacha, qo'g'irchoq, origami, chizilgan rasm, futbolka va shu kabilar bo'lishi mumkin.

Agarda mehmonxonaning o'zida bolalar uchun faol ko'ngilochar dasturlarni tashkil etishning imkoni bo'lmasa, hamkorlar bilan birgalikda mashhur diqqatga sazovor joylarga, ko'ngilochar markazlarga turlar ishlab chiqish mumkin. Turlar ham shunchaki bo'lmasdan "maxsus, sirli" topshiriqlarni bajarish sifatida tashkil etilsa, maqsadga muvofiq bo'ladi. Masalan, sayrga chiqishdan oldin bolalarning qo'lga krossvordlar tarqatib, agarda kim ob'ektlarga borganda ma'lumotlarga diqqat bilan e'tibor qilsa, krossvordni to'liq yechishi va maxsus sovg'aga ega bo'lishi mumkinligi aytiladi. Masalan, Chexiyaning Four Seasons Hotel Prague mehmonxonasining yosh mehmonlari o'zlari uchun poytaxtning sehr-jilosi bilan "Golemning dono viktorinasi" taklifi yordamida viktorina savollariga javob topish jarayonida Vltava bo'ylab lodkada suzadilar, qo'g'irchoqlar tayyorlaydilar va art studiyada o'z talantlarini namoyon etadilar.

Uydagidek shinam muhitni yaratish. Mehmonxonada oilaviy tashrif buyurgan mehmonlar o'zlarini uydagidek yoki undan ham ziyoda(keng nomerlar, qulayliklar) his etsalar, ular xizmatlardan mamnun bo'lib, do'stlariga ham shu mehmonxonani tavsiya etishadi va yana shu mehmonxonaga qaytishadi. Oilaviy mehmonlar keng ikki xonali appartement nomerlarni afzal ko'rishadi. Oilaviy mehmonlar qoldirgan fikrlarga ular ko'proq nomerning hajmi va u yerdagi muzlatgik, mikroto'liqinli pech, kir yuvish mashinasi va quritish moslamasi mavjudligidan mamnun ekanligini yozadilar.

Mehmonxona rahbariyati oilaviy tashrif buyurayotgan mehmonlarni kutib olishga alohida tayyorgarlik ko‘rishi maqsadga muvofiqdir. Masalan, tashrif kuni ularni multfilm va ertak qahramonlari kutib olishi, sharlar bilan bezatilgan nomerlar, savat to‘la meva va shirinliklar, qiziqarli kitoblar, o‘yinchoqlar va shu kabi syurprizlar. Bunday alohida e‘tiborning harajatlari albatta qoplanadi, chunki har bir ota-ona o‘z farzandining xursandchiligi uchun pulini ayamasi aniq.



3.2. rasm.Bolali oilalar nomerini bezash varianti.

Mehmonxonaning yashash narxiga kiritilgan qo‘shimcha xizmatlar. Oilalar sayohatdan yorqin taassurot oladigan va qo‘shimcha harajatlardan tejash imkonini beradigan qo‘shimcha xizmatlarni qadrlaydilar. Mehmonxonaning faqat o‘ziga xos xizmatlari bo‘lsa yanada yaxshi bo‘ladi. Agar mehmonxona nomerlari narxi boshqa raqobatdosh mehmonxonalar narxi bilan bir xil bo‘lsa-yu, lekin unda zooparklarga, teatr va sirkklarga chipta narxi kiritilsa, mehmonlar buni narx va sifatning to‘g‘ri mutanosibligi deb qabul qiladi. Bolalar uchun ko‘ngilochar joylarning bepul taklif etilishi mehmonxona uchun raqobatdagi ustunligi hisoblanadi. Masalan, Samarqand viloyatida qo‘g‘irchoq teatri, A.Chexov nomli rus drama teatrlari bolalar uchun Navruz bayrami, Yangi yil bayrami, bolalarni himoya qilish kuni arafasida ko‘pgina teatr tomoshalarini tashkil etadi.

“Hammasi kiritilgan” xizmatlar paketida – ko‘ngilochar dasturlar. “Hammasi kiritilgan” tizimi bolasi bor oilalarga kuchli psixologik ta’sir ko‘rsatadi., chunki ularni ovqatlantirish va xursand qilish kerak. Mehmonlar turli master-klasslar, suzish, velosipedda sayr qilish, roliklar kabi faol dam olish turlari kiritilgan dasturlar paketini qadrlaydilar.

“Hammasi kiritilgan” xizmatlar paketida – ovqatlantirish xizmati.

Odatda “hammasi kiritilgan” tizimidagi ovqatlantirish xizmati bolali oilalar tomonidan ovqat miqdori sababli qadrlanadi, ya’ni qancha xoxlasa shuncha yeydi va bu uchun qo‘shimcha to‘lamaydi. Bolasining ishtahasi yo‘qligi sababli u yemasdan qoldirgan ovqatga ota-onalar to‘lashni xoxlamaydilar. Bunday vaziyatda taomnomada bolalar uchun maxsus ovqatlar va kichik porsiyalar kiritilsa, ota-onalar tomonidan alohida qadrlanadi.

Basseyin va akvaparklar. Ochiq va yopiq basseyinlar oilaviy dam oluvchilar o‘rtasida katta talabga ega. Mehmonxonalar esa bu talabni qondirish maqsadida basseyinlarga akvaparklarning turlicha elementlari- ko‘pyarusli gorkalar, sun‘iy daryochalar, suvli pushkalarda o‘ynaydigan o‘yin maydonlarini qo‘shdilar. Alohida kichik bolalar basseyini, “geyzerli” va “quyiladigan” attraksionlar katta talabga ega. O‘tkazilgan tadqiqotlarga qaraganda bolali oilalar mehmonxonani tanlashida bolalar uchun bepul basseyin va akvaparklarning mavjudligi muhim omil hisoblanadi. Bolalar basseyinining tozaligi va suvning haroratiga ota-onalar e’tibor berishadi. Suvning me’yorida isitilmaganligi, sirpanchiq zinalar, basseyinning xavfli bortchasi norozi ota-onalarning e’tirozlaridir.

Oilaviy ko‘ngilochar dasturlar. Mehmonxonalar bolalar uchun ko‘ngilochar dasturlar yaratish bilan bir qatorda ularning ota-onalari, bobo va buvilarini ham unutmasliklari kerak. Masalan, ularni SPA salonlarga yoki kulinariya tadbirlariga jalb qilish mumkin. Bunday vaziyatlarda bolalar malakali tarbiyachilar nazoratida turli to‘garaklarda shug‘ullanishlari mumkin.

Londondagi ba’zi mehmonxonalar bolali oilalarning e’tiborini jalb qilish maqsadida bolalar konserji xizmatini taklif etmoqda. Bu kabi konserj bolalarga muzqaymoq olib kelishi, parklarda varrak uchirishi mumkin. Bolalarning ota-onalari kechki ovqatni restoranda qilganida esa ularga ertak o‘qib berishi mumkin.

Tozalik va toza havo. Dam oluvchilar bolalari bilan kelganida nomerdagi tozalikka, keyingi yillarda allergik kasalliklarning ko‘payganligi sababli havoning tozaligiga katta e’tibor berishadi. Ular bolalari ideal tozalangan polda o‘tirishini yoki vannada yuvinishini xohlaydi. Ularga tabak bilan hidlanmagan va

chekmaydiganlar uchun nomerlarni taklif etish kerak bo‘ladi. Bunday oilalar mehmonxona terassalarida, ochiq balkonlarda oilaviy ovqatlanish imkoniyatining yo‘qligidan shikoyat qilishadi. Odatda balkonli nomerlar chekuvchilar uchun mo‘ljallangan, shuning uchun, oilaviy mijozlarga mo‘ljal olgan mehmonxonalar balkonli, terassali nomerlarni oilaviy dam oluvchilarga ham ajratishi kerak.

Xushmuomala xodimlar. Mehmonxonalarning biznesdagi muvaffaqiyati ko‘p hollarda taklif etiladigan xizmatlar va qulayliklardan emas, balki u yerad ishlaydigan xodimlarga bog‘liq bo‘ladi. Oilaviy dam olishga kelgan mehmonlar ro‘yxatga olish xodimining hushyorligi, hujjatlarni tez rasmiylashtirishi, bolalarga munosabatiga e’tibor qilishadi. Agarda mehmonxonada bolalarni ro‘yxatga oladigan alohida joyi bo‘lsa va ularga maxsus esdalik sovg‘alari berilsa, ota-onalar mamnun bo‘lishadi.



3.3. rasm.Oilaviy tashrif buyurganlarni ro‘yxatga olish.

Mehmonxona nomerlaridagi mavjud sochiqlardan maxsus figuralarni yasab qo‘yish borasida turistlar orasida turli fikrlar mavjudligiga qaramay, oilaviy dam oluvchilar gornichnilarning bu “ijodini” ijobiy baholashadi.

Nomerda yoki maxsus bolalar klubida tajribali enagalar xizmatidan foydalanish kichik yoshdagi bolasi bor mehmonlar uchun quly xizmatdir. Shuningdek, ofitsiantlar, restoran ma’murlari haqida ham ota-onalar ijobiy fikr qoldirishadi, chunki ular bolaning qaysi taomga allergiyasi borligini yoki yoqtirmasligini eslab qolgan bo‘lishi mumkin. Ammo bola bilan qo‘pol munosabatda bo‘lgan xodimni ham ancha vaqt eslab yurishlari ham aniq holat.

Xavfsizlik. Bolalarning mehmonxona hududida xavfsizligini ta’minlash masalasi muhim hisoblanib, biror xatolik sababli uning obro‘yiga qattiq putur

yetkazishi mumkin. Eng avvalo mehmonxona xodimlari ota-onalarni liftda, zinalarda, basseyndagi xavfsizlik choralari bo'yicha ogohlantirishi, xodimlar maktabgacha yoshdagi bolalarni o'z qaramog'iga olishi va yolg'iz qoldirmasligi kerak. Mehmonxonada bolali mehmonlarning borligi plyaj, basseymlar va uning atrofini toza-ozoda tutishni(siniq shishalar, alyumin bankalar va sh.k), pediatri xizmati, birinchi tibbiy yordam ko'rsatishga 24 soat tayyor turishni nazarda tutadi.

Inqirozga qarshi takliflar. Bugungi kunda oilaviy dam oluvchilar birinchi navbatda bolalar bilan bepul yoki imtiyozli yashash sharoitlariga e'tibor bermoqdalar. Ko'pgina dunyo mehmonxonalari "bolalar uchun" narx siyosatini muvaffaqiyatli qo'llab kelmoqdalar. Unga ko'ra 12 yoshgacha bo'lgan bolalar basseynga cho'milishi, yashashi, ko'ngilochar dasturlarga qatnashishi bepul bo'ladi.

O'z-o'zidan ma'lumki, yangi xizmat taklifini tayyorlashda bu mehmonxona uchun qay darajada foydali va bolali mehmonlarni qabul qilishga tayyor degan savollarga javob topish kerak.

Mamlakatimizda oilaviy tashrif buyuruvchi turistlar sanoqli desak ham bo'ladi. Bolali oilalarni jalb qilish uchun "Xotiningiz va bolangiz uchun bepul" taklifini kiritish mumkin. Demak, bunda oila boshlig'i ya'ni ota bir o'rinli joylashtirish tarifi bo'yicha paket sotib oladi, xotini va bir nafar farzandiga nomer uchun haq to'lamaydi. Ekskursiya xizmatlari, animatsiya dasturlari, SPA xizmatlari, basseymlar, karaoke klub va shu kabi qo'shimcha xizmatlar 10-20%li chegirma bilan taklif etiladi. Embassy Suites mehmonxona tarmog'i ortiqcha stresslarni oldini olish va ota-onalarning bolalari bilan dam olishini maksimal darajada qulay qilish uchun *#PrettyGreat Family Travel Hacks* onlayn jamiyatni tashkil etib, unda oilaviy dam oluvchi turistlar bir-biri bilan sayohat taassurotlari bilan fikrlashadi, maslahatlashadi.

3.2. Mehmonxonalarning bayramona takliflarini targ'ib qilish yo'llari

Butun dunyoda katta qiziqish bilan kutib olinadigan bayramlar, tadbirlar juda ko'p. Masalan, Yangi yil, Rojdestvo, festivallar, olimpiada o'yinlari va sh.k.

Bizning mamlakatimizda ham Navro‘z, Yangi yil, Hosil bayrami, «Sharq taronalari» festivali kabi tadbirlardan unumli foydalanib, mehmonxonalar bayramona takliflarni ishlab chiqishi mumkin. Internet sahifalarini ko‘rib, kuzatish natijasida shu fakt ayon bo‘ldiki, Rossiya mehmonxonalari Yangi yil va Rojdestvo munosabati bilan ishlab chiqilgan bayramona paketlari va aksiyalarini oktyabr oyi boshlaridan, xorijiy mehmonxonalar esa avgust oyidan targ‘ib qilishni boshlaydi. Mehmonxona rahbariyati so‘nggi oylarda bayramona takliflarni o‘tkazish bilan mehmonlarni jalb qilishga qaror qilgan taqdirda ham hali imkoniyat mavjud. Search Engine Landning Googledagi hisobotiga ko‘ra, 50%dan ko‘proq sayohatchilar bayramlar arafasida bronlashtirishdan avval vaqtlarini qulay va foydali takliflarni izlashga sarflaydilar. Biz internet sahifalarini tahlil qilganimizda shu narsa aniqlandiki, 51% sayohatchilar mehmonxonani tashrifdan avval 30 kun oldin bron qiladilar. Ushbu ma’lumotlarni solishtirib shuni aniq aytish mumkinki bayramona takliflarni reklama va targ‘ib qilish uchun mehmonxona rahbariyatining kamida 30 kun vaqti bor.

Bayramona takliflarni internet orqali samarali targ‘ib qilishda quyidagilarni tavsiya etish mumkin:

1. Marketing rejasini ishlab chiqish. Eng avvalo marketing rejasini ishlab chiqish va quyidagilarni o‘z ichiga oluvchi bayram strategiyalarini aniqlab olish kerak:

- Mehmonxona veb-sahifasida bayramona muhit va takliflarni yaratish. Milliy va mahalliy bayram tadbirlari, festivallar va mashhur ko‘ngilochar dasturlar mehmonxona xizmatlariga talabning oshishiga turtki bo‘ladi.

- Off-page strategiyasini amalga oshirish(mehmonxona saytidan tashqari). Bayramona aksiya va takliflar mehmonxona o‘z takliflarini targ‘ib qiladigan barcha kanallarda mavjud bo‘lishi kerak(TripAdvisor, ijtimoiy tarmoqlar, geolokatsion servislar, e-mail va sh.k.).

- Qidiruv va mehmonxonaning maqsadli auditoriyasini jalb qilish uchun samarali kanallarni aniqlash.

- Mehmonxonaning bayramona takliflarini kontekst reklama va remarketing yordamida siljitish.

- Bayramona takliflarni va siljitish metodlarini tahlil va korrektirovka qilish.

2. Mehmonxona veb-sahifasida tadbirlar kalendarini joylashtirish.

Mehmonxonaning veb-sahifada tadbirlarning mavsumiy kalendarini yoki «Qayerga borish kerak», «Nima bilan shug‘ullanish» kabi maxsus bo‘limlarni qo‘shib, unda mehmonxonada yoki unga yaqin hududga qanday bayram tadbirlari bo‘lib o‘tishi to‘g‘risida ma’lumotlarni berish borish kerak. Ushbu ma’lumotlarni sayt orqali oson topiladigan qilib mehmonxona shu ko‘ngilochar tadbirlarning markazida joylashganligi bilan mijozlarni qiziqtirish mumkin.



3.4.Rasm. The Kahala Hotels & Resort saytidagi tadbirlar kalendar.

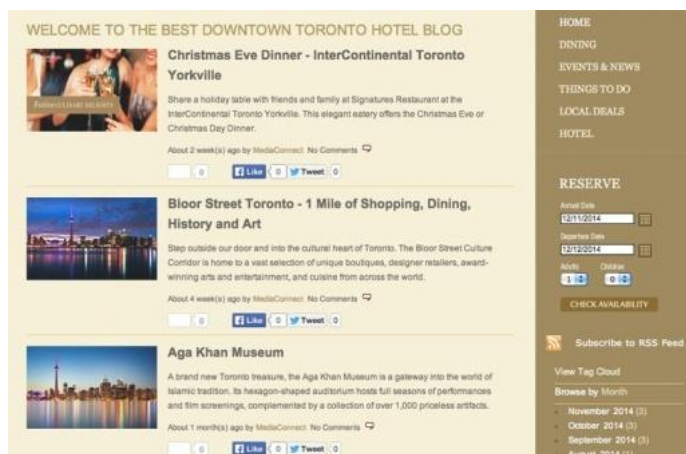
Mehmonxonani bronlashtirish jarayonida bu takliflar bilan tanishib chiqqan mijozga tanlash imkoniyati yengillashadi, chunki u dam olishni mazmunli va qiziqarli o‘tkazish borasida boshqa variantlarni izlab o‘tirmasdan, barchasi mehmonxona taklifida borligiga ishonch hosil qiladi.

Mashhur tadbirlarni o‘tkazuvchi tashkilotlar bilan kross-marketing borasida shartnoma tuzib, ular mehmonxona saytiga havola(ssilka) berishiga ishonch hosil qilish kerak. Ayniqsa, ularda «mehmonxonalar» bo‘limi yoki onlayn bronlashtirish vidjeti mavjud bo‘lsa.

Veb-sahifada tadbirlar bo‘limini tuzishda har bir tadbir va voqealar bilan ijtimoiy tarmoqlarda fikr almashinish imkoniyatini yaratish zarur. Bu bilan

mehmonxona o'z maqsadli auditoriyasini kengaytirishi va mehmonxonaning umumiy ijtimoiy faolligini oshirishi mumkin.

3. Mehmonxona blogida bayram tadbirlari to'g'risida ma'lumotlarni nashr etish. Agarda mehmonxona saytida «Qayerga borish kerak», «Nima bilan shug'ullanish» kabi maxsus bo'limlar, tadbirlar kalendarini ishlab chiqish imkoniyati bo'lmasa, mehmonxonaning blogida bayram tadbirlari haqida ma'lumotlarni joylashtirish maqsadlidir.



3.5. rasm. InterContinental Toronto Yorkville mehmonxonasi blogi.

Agar mehmonxonaning blogi bo'lmasa, demak, uni ishlab chiqish vaqti keldi. Blogda ma'lumotlarni kiritishda ham faqat mehmonxona haqida emas, balki mehmonxonaning potensial mijozlarini nimalar qiziqtirishi mumkin shu haqida yozish kerak. Eng avvalo bayram kunlari mehmonxona joylashgan hududda qanday tadbirlar bo'lishi haqida birlamchi ma'lumotlarni to'plab, barchasi haqida blogda ma'lumot berib borilsa, maqsadga muvofiq bo'ladi. Mahalliy ekspert sifatida bayram kunlari nima bilan shug'ullanish, shopping uchun qaysi do'konlarni tanlashni, bolalar bilan qayerlarda dam olish mumkinligi, diqqatga sazovor joylarni tomosha qilish mumkinligi to'g'risida tavsiyalar berib borish mumkin.

Bloglar va ijtimoiy tarmoqlar qidiruv tizimlari orqali tezda indeksatsiya qilinadi, shuning uchun blogdagi ma'lumotlarni tez-tez yangilashni va mehmonxona ijtimoiy tarmog'idagi bayram yangiliklari bilan fikr almashishni yo'lga qo'yish kerak bo'ladi.

4. Bayramona maqsadli sahafani yaratish(Landing Page). Voqeaviy turizm yordamida mehmonxona takliflarini siljitish uchun maqsadli sahafa (Landing Page) yaxshi yordam beradi. Avval aytganimizdek, ko'pgina potensial mijozlarni shunchaki mehmonxonada tunab qolish emas, balki, madaniy dasturlar va ijobiy taassurotlar qiziqtiradi. Mehmonxonaning bayramona takliflarini mahalliy hududdagi mashhur tadbirlar bilan birlashtirib, mehmonxona bronlashtirish borasida ko'proq imkoniyatga ega bo'ladi. Mazkur sahifaning blogdan va voqealar kalendaridan farqi shundaki, u ma'lum davr oralig'ida mavzuli bayramona talablar bo'yicha taqdim etiladi va aniq voqea-hodisa uchun tuziladi. Voqealar tugaganidan so'ng ushbu sahifani o'chirmasdan keyingi yilga olib qo'yish mumkin va ushbu sahifa qidiruv tizimlarida o'zining ma'lum joyiga ega bo'ladi. Shuning uchun sahifani siljitishni vaqtinchalik to'xtatib qo'yib, keyingi yil bayram arafasida ma'lumotlar va takliflarni yangilab qo'yishning o'zi kifoya bo'ladi. Sahifa shablonini boshqa bayramona voqealarni targ'ib qilishda ham qo'llash mumkin.

5. Bayramona paketlarni ishlab chiqish yoki mehmonxona takliflarini aktuallashtirish. Bayramlar arafasida hammaga bayramona takliflar qiziq bo'ladi, shuning uchun agarda mehmonxonaningveb-saytida bayram aksiyalari va maxsus takliflari bo'lmasa, zudlik bilan ishlab chiqish kerak. Masalan, mehmonxona o'ziga yaqin joylashgan savdo markazigacha bepul transforni taklif etsa, bayramona shopping paketini taklif etish mumkin(ayollar, yosh bolalilarga). Mavjud joriy takliflarni tahlil qilib, bayram mavsumiga moslashtirish mumkin. Masalan, «Sharq taronalari» festivali arafasida nomerlarni chegirmalar bilan taklif etib, festival kunlari esa mehmonxona xollida yoki dala hovlisida festival ishtirokchilari bilan konsert tashkil etish.

Bayramona takliflarda bolalar uchun ko'ngilochar dasturlarni ham kiritish mumkin. Mehmonxonadagi mavjud qo'shimcha xizmatlar, masalan, SPA-salonlar, basseyn, karaoke klublar va shu kabilar mavjud bo'lsa, bir-biriga bog'lab bayramona taklifga kiritish kerak. Ma'lum bir mavsum yoki bayramga mo'ljallangan paketlar ishlab chiqilganda potensial mijozlarda mehmonxonaning

ushbu xizmatlaridan faqat chegaralangan davrda foydalanish mumkin ekan, degan fikr uygʻonadi va ular albatta ushbu qulay imkoniyatni qoʻldan boy bermaslikka harakat qilishadi.

6. Mehmonxonaning bayramona takliflari toʻgʻrisida maʼlumotlarni tarqatish. Agarda mehmonxona barcha mavjud onlayn kanallar yordamida mavsumiy takliflar haqidagi maʼlumotlarni tarqatmasa, koʻplab potensial mijozlar xabardor boʻlmay qolishi mumkin. Bayramona takliflar va paketlar haqida maqsadli auditoriyani xabardor qilishning 5 ta yoʻlini taklif etamiz:

➤ TripAdvisor saytida bayramona paketlarni qoʻshish yoʻli bilan maxsus takliflarni yangilash. Bu yangi takliflar haqida maʼlum qilishning yaxshi usuli, chunki potensial mijozlar bunga tez eʼtibor berishadi.

➤ Facebook, Twitter, VKontakte kabi mashhur ijtimoiy tarmoqlardagi mehmonxona sahifasida maxsus bayramona takliflar borasida fikr almashinish imkoniyatini yarating, shunda mehmonxonaning potensial mijozlari jarayonni kuzatib «layk» belgisini qoʻyishadi va oʻz doʻstlari va tanishlari orasida ushbu maʼlumotlarni tarqatadi.

➤ Maxsus takliflarga bagʻishlangan postlarni Google+ da nashr etish. Bunda taklif haqida yozib, havolani(ssilka) bayramona paket joylashtirilgan mehmonxona saytiga koʻrsatish kerak boʻladi. Shu yoʻl bilan mehmonxona oʻz sayti uchun qoʻshimcha trafik oladi va bayram taklifiga eʼtibor qaratiladi.

➤ Agarda mehmonxonaning oʻz blogi boʻlmasa, uning Google+ dagi sahifasi bimalol uning oʻrnini bosishi mumkin, chunki oʻxshash vazifani bajaradi. Postga mehmonxonadagi barcha yangiliklarni, hududda tashkillashtiriladigan tadbirlarni kiritib borish kerak. Bizning mamlakatda Google+ unchalik mashhur boʻlmasada, uning asosiy afzalligi Google qidiruv tizimi uchun mehmonxona sayti ahamiyatini oshiradi va qidiruv natijalari sahifasida maʼlumotlarning aks etishiga taʼsir qiladi. Google+ da nashr etiladigan har qanday maʼlumot mehmonxonaning asl postiga «dofollow» havola hisoblanadi. Mehmonxona kontenti Googleda qanchalik koʻp tarqatilsa, u shunchalik yaxshi indeksatsiya qilinadi.

➤ Mehmonxonaning bayramona takliflari haqidagi ma'lumotlarni tarqatish uchun E-mail-marketingni qo'llash. Doimiy mijozlarga bayramona paketlar haqida aytganda, motivatsiya va harakatlar borasida ham unutmaslik kerak. Masalan, «ushbu paketni hozir bron qiling va 25% chegirmaga ega bo'ling» yoki «ushbu paketni 15 martgacha buyurtma bering va El –merosi teatriga bepul chiptaga ega bo'ling» (agarda Navro'z bayramiga bag'ishlangan taklif bo'lsa). Rassilkaga qo'shimcha xizmatlar uchun promo-kod va vaucherlarni qo'shib qo'yish kerak. Eng asosiysi ushbu kanalni suiste'mol qilmasdan, mijoz mehmonxonaning rassilkasini olishga rozilik berganidan so'nggina mehmonxona o'z takliflarini jo'natishi mumkin.

7. Ijtimoiy tarmoqlardagi mehmonxona akkauntini bayramona bezash.

Bayramona kayfiyat yaratishining mehmonxonalar uchun eng qulay yo'li bayram mavzusiga moslashtirib ijtimoiy tarmoqlar akkauntini bezashdir. Ijtimoiy tarmoqqa obuna bo'lganlarning ko'zi birinchi navbatda mehmonxona sahifasining muqovasiga(shapka) tushadi va uning yordamida bayram kayfiyatini yaratish mumkin. Bu yana mehmonxona bayramni yaxshi kutib olishga tayyorligini, mijozlarni kutayotganini bildiradi.



3.6.-rasm. Ijtimoiy tarmoqlardagi muqova(shapka) o'lchamlari.

Masalan, mehmonxona Navro'z bayrami munosabati bilan ijtimoiy tarmoqlardagi o'z logotipini bahor gullari bilan bezashi, chiroyli bahor manzarasini yoki sumalak pishirish jarayoni rasmini qo'yishi mumkin. G'oyalar, variantlar ko'p, lekin bu ko'zga birdan tashlanadigan narsa bo'lishi kerak.

8. Mehmonxonani bayram munosabati bilan bezatilgan rasmlarini internetga qo'yish. Ijtimoiy tarmoqdagi kontentni doimiy yangilab borib,

bayramga mos keladigan mehmonxona dekoratsiyasi rasmlarini qo'yish kerak. Bu potensial mijozlarga bayram kunlarini mehmonxonada zo'r kayfiyat bilan o'tkazishi imkonligi to'g'risida tasavvur uyg'otadi. Interaktiv va qiziqarli kontent yaratishning bir necha yo'llari quyidagilar:

➤ Smartfon yordamida xodimlar mehmonxona foyesini, xollini, restoranini bayram gullari bilan bezayotganini videoga tushirish.

➤ Mehmonxonaning hamjihat jamoasi nomidan bayramni shu mehmonxonada o'tkazishni taklif etuvchi o'ziga xos fototaklifnoma yaratish.

➤ Mehmonxona xodimlari mijozlarni qanday yangi xizmatlar, takliflar kutayotganligi to'g'risida o'zlari gapirib berayotgan videorolik tayyorlash.

Masalan, Radisson Hotel Fisherman's Wharf 2016 yilda Yangi yil bayrami mavsumi munosabati bilan bezatilgan lobbisi rasmini qo'ydi. Ushbu post Facebookda keng ommani jalb qildi va faol muhokama qilindi. Obunachilarning ko'pchiligi esa shu joyga borish istagini bildirishgan. Mehmonxonadagi «reseption» stoykasi oldida maxsus doska tashkil etib, unda bayram arafalari bo'lib o'tayotgan qiziqarli voqea-hodisalar rasmini, mijozlarni ham o'zlarining qiziqarli rasmlarini ilib qo'yishlarini taklif etish mumkin. Odamlar qiziqarli rasmlar, holatlar bilan fikr almashishni xush ko'rishadi. Keyinchalik mijozlar ijtimoiy tarmoqlarda ham ushbu jarayonni muhokama qilishni boshlaydi va shu bilan mehmonxona to'g'risidagi ma'lumotlar, yangiliklar tezda tarqaladi.

9. Mehmonxona restoranidagi bayramona takliflar, yangiliklar borasida fikr almashinishini yo'lga qo'yish. Mehmonxona restorani nafaqat turistlarga balkim, mahalliy aholiga ham xizmat ko'rsatishi mumkin. Shu bois, bayramning o'ziga xos taomnomasi, restoranda bo'lib o'tadigan kechki dasturlar borasida ma'lumotlarni mahalliy OAV yoki ijtimoiy tarmoqlar orqali berib borish kerak. To'g'ri tanlangan kontent yordamida mehmonxona restoranga bo'lgan talabni oshirish uchun bir necha g'oyalar:

➤ Restoranda taklif etiladigan mavsumiy kokteyllar rasmini va reseptini qo'yish.

➤ Bayramona kechki ovqat taomnomasi rasmini nashr etib, to'liq ma'lumot olish uchun restoranga havola(ssilka) berish.

➤ Restoran shef-oshpazi tayyorlayotgan biror-bir bayram taomi jarayonini qisqa videoga tushirish.

10. **Bayram munosabati bilan chiroyli servirovka qilingan stol rasmini qo'yish.** Facebookda obunachilar orasida bayram mavzusida konkurs o'tkazish. Mehmonxona jamoasini bayram ruhiyatiga jalb qilib, konkursga ishtirok etishni masalan, xodimning bayramona kiyimni kiyishi, mehmonxonaning ma'lum bir joyini bezashi, keyinchalik esa fotohisobotlarni Facebookda joylashtirib, yoritib borish kerak. «Layk»lar va sharhlar(kommentariy) yordamida ovoz berish va bu xabarni do'stlar bilan fikr almashish taklifini berish maqsadga muvofiq bo'ladi. Ushbu harakatlar mehmonxona sahifasi mashhurligi va ommaviyligini oshiradi. Konkurs g'oliblarini oson aniqlab olish maqsadida uning o'tkazish tartibi, vaqt cheklovlarini, ball berish tizimini qat'iy belgilab qo'ygan ma'qul, sababi keyinchalik boshqa ishtirokchilarni xafa qilmaslik uchun. Mehmonxona jamoasini konkursga qatnashishini motivlashtirib, konkurs natijasi bo'yicha mukofot va'da qilinsa, qiziqishi ortadi. Chet elda Yangi yil va Rojdestvo bayramlarida mehmonxonalar tomonidan tashkil etilgan bayram konkurslaridan misollar keltiramiz.

O'tgan yili ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilariga Italiyaning Mima Club mehmonxonasi o'z saytida berilgan qor parchalaridan birini bosmadan chiqarib, unga o'z rasmini yelimlab, archaga ilgandan so'ng uni rasmga tushirib, mehmonxonaning internet sahifasiga yana joylashtirish konkursini e'lon qildi.

Denverdagi Embassy Suites mehmonxonasi Elf o'yinchog'ini mehmonxona hududining turli joylariga yoshirib, uni topgan mijozlar Elf bilan rasmga tushib, mehmonxonaning Facebookdagi sahifasida rasmni joylashtirish shartini qo'yishdi. Ushbu kreativ tadbir haqida ma'lumotni mehmonxona Facebook orqali tarqatdi, konkurs shartlari yozilgan flayerlarni mehmonxonaning ro'yxatga olish stoykasi va restoran stollariga qo'yib chiqdi. «Elf o'yinchog'i» nomli qisqa muddatli kampaniya sharofati bilan mehmonxona nafaqat yangi obunachilarga ega bo'ldi,

balki 2669 nafar odamlarga qamrovini oshirdi(2012 yildagi bayram postiga nisbatan 669%ga oshgan).

11. **Targ'ibot ishlarida geolokatsion servislarni qo'llash.** Ijtimoiy tarmoqlarda bayram mavsumlari haqidagi ma'lumotlarni geopozitsiyalash funksiyasi bilan mehmonxona atrofida tashkil etilayotgan qiziqarli tadbirlarni qo'shib, yangilab borishni unutmaslik kerak. Foursquare, Swarp, TripAdvisor, Facebook Places, Google Places va Twitterlar yordamida mehmonxonalar maxsus chegirmalar, takliflar va tavsiyalar haqida ma'lumotlar tarqatishi mumkin(nima bilan shug'ullanish, qayerda ovqatlanish, ko'ngilochar dasturlar va sh.k.).

Bayram tadbirlari tashkil etiladigan turli joylarni, mehmonxonani o'zini ham kiritgan holda ro'yxatini tuzib, tarmoqqa qo'yilsa maqsadga muvofiq bo'ladi. Masalan, Navro'z bayramidagi sumalak, o't somsa yoki shu kabi milliy taomlarimizning pishirish jarayonini rasmga tushirib, lokal yangilanish orqali obunachilarni xabardor qilish mumkin. Ular avtomatik tarzda ma'lumotni o'z lentalarida yoki chekindan so'ng oladilar. Demak, tarmoqdan foydalanuvchilar mehmonxonaning takliflari, yangiliklaridan tez-tez xabardor bo'lib turishsa, undan albatta foydalanishadi. Foursquare tarmog'i foydalanuvchilari maxsus takliflari mavjud tashkilotlarga ko'proq ahamiyat berishadi. Xodimlarni ham o'tkazilayotgan barcha aksiyalardan, biror taklifning afzalliklaridan xabardor qilish kerak, chunki ular mijozlarga doimo yordam va maslahat berishi kerak bo'ladi.

12. **Kontekst reklama yordamida mehmonxonaga jalb qilish.** Odatda bayram arafasida hamma bayramona kayfiyatda yuradi va internetdagi barcha bayram takliflari bilan qiziqadi. Klik(PPS) uchun to'lovlarga asoslangan marketing kampaniyalari yordamida mehmonxonaga e'tiborni tortish va bayram traffikidan pul ishlash imkoniyati mavjud. Agarda mehmonxonaning qiziqarli bayramona taklifi yoki aksiyasi bo'lsayu, bayramgacha vaqt juda qisqa qolgan bo'lsa, kontekst reklamalar potensial mijozlarni xabardor qilishga yordam beradi.

1. Agarda mehmonxonaning Google AdWords yoki Yandeks.Direktda reklama kampaniyalari allaqachon yaratilgan bo'lsa, bayram takliflari, aksiyalari

bilan bog‘liq mavjud takliflarni aktuallashtirish yoki e‘lonlarning yangi guruhini yaratish mumkin.

2. E‘lonlar tekstida mashhur bayramona so‘zlarni kiritishni unutmaslik kerak. Juda qisqa e‘lonlar foydalanuvchilar ishonchsizligini keltirib chiqaradi.

3. Raqobatchilar reklamasini kuzatib borish kerak. Tekstlarning turli variantlarini qo‘llab ko‘rib, mehmonxona rahbariyati o‘z mehmonxonasining afzallik tomonlarini yaqqol ko‘rsatib, boshqa mehmonxonalardan ajralib turish kerak bo‘ladi.

4. E‘londagi tekst mazmuni foydalanuvchilarning nafaqat savollariga javob berishi, balki ularni harakatga undashi kerak. E‘lonlar tekstida «bronlashtirish», «ko‘rish», «buyurtma berish» so‘zlaridan foydalanish maqsadga muvofiq.

5. Maqsadli sahifalar, kalit so‘zlar, e‘lon tekstlarini va turli variantini testdan o‘tkazish.

Mehmonlarni “selfi”lar bilan almashinishiga qiziqtirish. Ko‘pgina odamlar dam olishdagi eng yorqin onlari va sarguzashtlari bilan “selfi” yordamida almashinishni xush ko‘radilar. Shuning uchun bu imkoniyatdan to‘g‘ri foydalangan holda mehmonlarni mehmonxonaning turli bayramona dekoratsiyalar bezatilgan joylarida rasmga tushib, ijtimoiy tarmoqlar va bloglarda ma’lumot tarqatishiga qiziqtirish kerak.

3.3.Booking.com onlayn bronlashtirish imkoniyatlaridan foydalanish

Bugungi kunda Booking.com kompaniyasi mehmonxona va boshqa joylashtirish vositalarini onlayn bronlashtirish sohasida dunyoda liderlik qilmoqda. Ushbu kompaniya Booking Messages — yangi kommunikatsion platformani ishga tushirganini e‘lon qildi. Ushbu platforma sayyohlar va joylashtirish ob’ektlari egalariga bronlashtirish vaqtidan boshlab bir biri bilan muloqot o‘rnatish imkonini beradi.



3.7.-rasm. Booking Messages imkoniyatlari.

Booking.com servisidan foydalanuvchi sayohatchilar joylashtirish ob'ektiga savollar berish imkoniyatidan tashqari qo'shimcha ravishda dunyoning istalgan nuqtasidan turib, tayyor shablonlardan foydalangan holda joylashtirish vositalari bilan bog'liq bo'lgan har qanday rasmiy talabni yuborishlari mumkin. Ushbu shablonlar tashrif va ketish vaqtining aniq vaqtini so'rash, krovatlar tipi, parkovkalar mavjudligi va shu kabi ma'lumotlarni olishlari mumkin. Barcha muloqotlar real vaqtda chatga o'xshagan interfeys orqali amalga oshiriladi.

Mijozlarning 75% joylashtirish ob'ektlari bilan bevosita muloqot qilishni xohlaydi. Booking Messages yangi interfeysi yordamida sayohatchilar o'z sayohatlarini rejalashtirishlari va bronlashtirishni boshqarishlari mumkin bo'ladi. Bu xizmat yordamida ro'yxatga olish stoykasida navbatda turish, mintaqalardagi vaqt farqi, muloqotlardagi til tafovuti kabi muammolardan xoli bo'ladi.

Booking Messages barcha sayohatchilarga foydalanish bemaol bo'lsada, Booking.com hamkorlarini ulash jarayoni Booking.com ning Pulse ilovasi bilan integratsiya qilish maqsadida bosqichma bosqich amalga oshirilmoqda. Bu joylashtirish ob'ektlariga bronlashtirish, tashrif, ketish, yangi bronlashtirish buyurtmalari haqida o'z vaqtida dolzarb xabarni olish imkonini beradi. Bugungi kunda 150000dan ziyod hamkorlar Pulse ilovasidan foydalanishadi va yaqin kelajakda mijozlar joylashtirish ob'ektlari bilan bir lahzali aloqa kanaliga kira olish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Booking Messages yangi interfeysi Booking.com ilovasidan foydalanuvchilar uchun Android va iOS da mavjud, shuningdek,

kompyuter, planshet va mobil telefonlar orqali ham Booking.com veb-versiyasidan foydalanish mumkin.

Bugungi kunda Booking Messages ning quyidagi funksiyalar mavjud:

- Sayohatchilarning eng ko‘p tarqalgan rasmiy talablarini 42 ta tilda tarjima qilinganini bir lahzada jo‘natish;
- Chatga o‘xshash interfeysdan foydalanish qulayligi, ya’ni u elektron pochta o‘rnini egallab, joylashtirish ob’ekti bilan bo‘lgan barcha kommunikatsiyani bitta platformaga o‘tkazadi.
- veb-sayt va Booking.com ilovasi bilan, shu jumladan Booking.com hamkorlari uchun Pulse ilovasi bilan ham avtomatik integratsiyaning mavjudligi.

Ilovadagi barcha ochiq xabarlarini tarjima qilishni to‘liq qo‘llab quvvatlash, tashrifni ekspress ro‘yxatdan o‘tkazish, tashrif haqida taqrizlar qoldirish, shuningdek, restoran yoki SPA muolajalarni bronlashtirish qo‘shimcha xizmatlar kabi funksiyalar bugungi kunda sinovdan o‘tish bosqichida bo‘lib, yaqin kelajakda ishga tushiriladi.

Booking.com sayohatchilar uchun joylashtirish vositalarining eng yaxshisini izlab topish bo‘yicha dunyoda yetakchilikni egallab turadi. Bugungi kunda turagentlar uchun Booking.com platformasini ishga tushirish arafasida turibdi. Platformaning birinchi versiyasi turagentlarning o‘ziga xos talablarini inobatga olgan holda ishlab chiqilgan. Servis foydalanishga qulay bo‘lgan oddiy instrumentlardan iborat bo‘lib, ular yordamida mijozlar uchun Booking.com orqali bronlashtirishni amalga oshirish mumkin bo‘ladi.

Turagentlar uchun Booking.com qulay panel yordamida nafaqat mijozlarning bronlashtirganini ko‘rib olish, balki o‘z daromadlarini(har bir mijoz bo‘yicha alohida) kuzatish imkonini beradigan hisobot tizimini sozlashi ham mumkin. Booking.com ning barcha mijozlari qatori turagentlar ham joylashtirish ob’ektlarining bir milliondan ziyod tanlovidan bemaol foydalanishadi. Bular dunyonnig 227 ta mamlakatlarida joylashgan hashamatli besh yulduzli mehmonxonalar, dam olish uylari, apartamentlar, villalar, hatto daraxt ustidagi

uyalar va shu kabilardir. Shuningdek, turagentlar uchun 43 ta tilda kunutun qo'llab quvvatlash xizmati mavjud.

Yaqin kelajakda Booking.com Sontentni amaliy dasturlash interfeysini(Sontent API) ishga tushirishini e'lon qildi. Bu interfeys bronlashtirishni, Sontent provayderlarini va boshqaruv kompaniyalarini boshqarish servisi uchun mo'ljallangan. Ijobiy test natijalaridan so'ng Booking.com o'z texnologiyasini hamkorlarga taqdim etdi. Uning yordamida provayderlar birdaniga bir necha joylashtirish ob'ektlari sahifalarini yaratish va qo'llab quvvatlash uchun Booking.com ga tezda va bepul barcha ma'lumotlarni jo'natishlari mumkin. Masalan, rasmlar, qulayliklar, xizmatlar va bronlashtirish qoidalari to'g'risida ma'lumotlar va shu k. To'g'ridan to'g'ri ulanish Sontentni yuklab olish vaqtini bir necha haftadan bir necha soatgacha qisqartirishi mumkin.

Ob'ektlarni ro'yxatdan o'tkazishni boshlash va Sontentni yuklab olish uchun API bilan ulanish uchun provayderlar dasturiy kodni kiritishlari zarur bo'ladi. Dasturiy kod integratsiyasidan so'ng hamkorlar Booking.comda joylashtirish ob'ektlarining yangi sahifasini yaratish uchun kerak bo'ladigan axborotlarni avtomatik tarzda jo'natishlari mumkin. Avvallari har bir ob'ekt uchun fotosuratlar, qulayliklar va yashash tartiblari to'g'risidagi ma'lumotlarni qo'lda yuklab olishga to'g'ri kelar edi. Bu jarayon provayderning portfoliosi hajmidan kelib chiqib bir necha haftalab vaqtni olardi. Sontent API yangi texnologiyasi to'g'ridan to'g'ri Booking.com tizimida bir vaqtning o'zida necha minglab ob'ektlar haqidagi ma'lumotlarni yuklab olish imkonini beradi va jarayonni bir necha haftadan bir ikki kunga qisqartiradi. A'lo darajadagi Sontent mehmonlar e'tiborini jalb qilishga yordam beradi va ushbu platforma orqali sotuv hajmini oshirish imkonini beradi. Masalaning keng masshtabli ushbu yechimi provayderlarga minglab ob'ektlarni Booking.comda tezda ro'yxatdan o'tkazish imkonini beradi.

Sontent API yangi texnologiyasi Booking.comda allaqachon joylashtirilgan ob'ektlar Sontentini osongina optimallashtirish imkon yaratadi. Provayderlar uchun quyidagi sharoitlar yaratilgan:

- joylashtirish ob'ektining fotosuratlarini ta'mirdan so'ng yoki mavsumdan oldingi o'zgarishlaridan kelib chiqib yangilash;
- qulayliklar va xizmatlar to'g'risidagi va yashash shartlari qoidalaridagi yangiliklarni tezda qo'shish;
- birdaniga yangi tipdagi bir necha nomerlarni qo'shish, shuningdek yonayotgan takliflar va tariflar haqida ma'lumotlarni qo'shish.

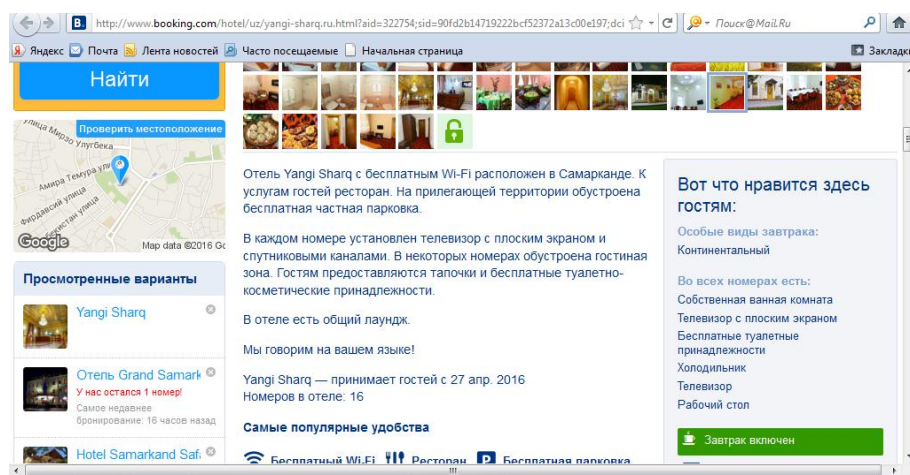
Booking.com bilan allaqachon ishlayotgan provayderlar yangi Sontent API servisiga ulanish istagida bo'lsalar portal orqali to'g'ridan to'g'ri connect.booking.com manzilidan bepul ruxsat olishlari mumkin. Booking.com bilan hamkorlikni boshlamagan provayderlar sertifikatidan o'tish uchun connectivity@booking.com manzili orqali rasmiy talabnoma jo'natishlari mumkin bo'ladi. So'ngra provayderlar Sontent API xususiyatlariga bepul ruxsat oladilar.

Bronlash tizimlari bilan ishlashning universal resepti mavjud emas, shu bois har bir muayyan mehmonxona uchun mijozlarning strukturaviy tarkibini, narx-navo siyosatini va hokazolarni mufassal tahlil qilish lozim.

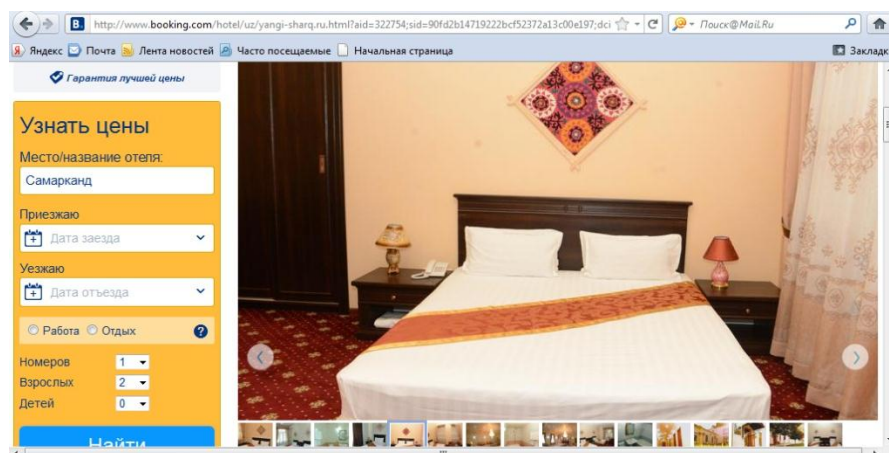
Booking.com.da mehmonxona xizmatlarini bronlashtirish bosqichlarini ko'rib chiqamiz.

Buning uchun eng avvalo Booking.com sahifasiga kirib "Samarqand mehmonxonalari"ni qidiruvga beramiz. Shunda Booking.com.ga kiritilgan mehmonxonalar ro'yxati namoyon bo'ladi.

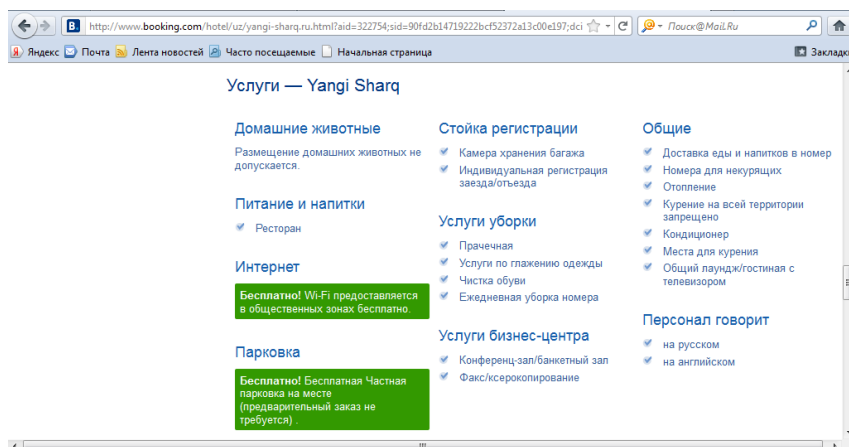
Internet sahifadan biz uchun kerakli bo'lgan mehmonxona haqida ma'lumotlar qatoridagi rasmlar galereyasiga kirib mehmonxonaning tashqi ko'rinishi, nomer fondi haqida tasavvurga ega bo'lishimiz mumkin (2.2 rasm):



3.8- rasm. Mehmonxona haqida ma'lumotlar qatori.



Mehmonxonadagi taklif etiladigan xizmatlar haqida ma'lumotga ega bo'lish uchun "Uslugi" tugmasi bosiladi va quyidagi sahifa ochiladi(3.3 rasm):



3.9- rasm. Mehmonxonadagi taklif etiladigan xizmatlar haqida ma'lumotlar.

Booking.com sahifasida mazkur mehmonxonani tanlashimiz kerakligining sabablari haqida ma'lumot olish mumkin. Mehmonxona shaharning qaysi qismida

joylashgani va u yerda borish yo‘llari haqida ham xuddi shu yerning o‘zida maxsus xaritadan ko‘rish imkoniyati ham mavjud.

Mehmonxonani bronlashtirish kerakligi to‘g‘risida qaror qabul qilinganidan so‘ng sahifaning chap tomonida joylashgan maxsus kataklarni tanlanadi:

1. Davlat/mehmonxona nomi;
2. Tashrif kuni;
3. Ketish kuni;
4. Tashrif maqsadi;
5. Nomer kategoriyasi;
6. Kattalar uchun;
7. Bolalar uchun.

Mezonlar bo‘yicha tanlash katakchasida(Vibor po kriteriyam) 1 kunda qancha mablag‘ sarflashni rejalashtirish ham tanlansa, dasturning o‘zi yana bir nechta mehmonxonalarda xuddi shu muddatda nomerni bronlashtirish va yashash narxi qancha narxda bo‘lishini ko‘rsatib beradi.

Bronlashtirishga buyurtma berilganidan so‘ng mehmonxonadagi bo‘sh nomerlar soni, kategoriyasi, narxi kabi ma’lumotlar ekranga chiqadi. Agarda mijoz mehmonxonada tashrif buyurganidan keyin to‘lovni amalga oshirmoqchi bo‘lsa “Platite pozje” maxsus tugmasini bosadi.(3.10 rasm).

The screenshot shows the Booking.com interface for selecting a room. At the top, there are search filters for 'Дата заезда' (Check-in date) and 'Дата отъезда' (Check-out date). Below these, a table lists available rooms with columns for 'Тип номера' (Room type), 'Число гостей' (Number of guests), 'Цена за 4 ночи' (Price for 4 nights), 'Условия' (Conditions), 'Кол-во номеров' (Number of rooms), and 'Бронирование' (Booking). The first row shows a 'Двухместный номер с 1 кроватью' (Double room with 1 bed) for 4 nights at a price of UZS 875 183. The second row shows a 'Двухместный номер с 2 кроватями' (Double room with 2 beds) for 4 nights at a price of UZS 525 110. The interface also includes a sidebar with additional information and a 'Я бронирую' (I am booking) button.

Тип номера	Число гостей	Цена за 4 ночи	Условия	Кол-во номеров	Бронирование
Двухместный номер с 1 кроватью	2	UZS 875 183	• БЕСПЛАТНАЯ отмена бронирования до 28 мая 2016 • ПЛАТИТЕ НА МЕСТЕ — предоплата не требуется • Завтрак включен	0	Регистрация не обязательна Кредитная карта не требуется!
Двухместный номер с 2 кроватями	2	UZS 525 110	• БЕСПЛАТНАЯ отмена бронирования до 28 мая 2016	0	

3.10- rasm. Nomerni bronlashtirish to‘g‘risidagi buyurtmani qabul qilish jarayoni.

Mehmonxona nomerini bronlashtirish to'g'risidagi buyurtma qabul qilinganligi haqidagi javob tezda keladi.

Internet foydalanuvchilari uchun qulaylik tomoni shundaki, Booking.com sahifasida bir vaqtning o'zida boshqa mehmonxonalar bilan solishtirma jarayoni olib boriladi, eng oxirgi buyurtmalar va boshqa mehmonxonalarda xuddi shu kunlarda bo'sh nomerlar bor yoki yo'g'ligi haqida ma'lumotlar ko'rinib turadi.

Booking.com ning afzallik tomonlari nimada?

- Mijozlarning vaqti tejaladi;
- Komissiyasiz bronlashtiriladi;
- Maxsus takliflarning mavjudligi;
- Mijozlarning tekshirilgan fikr mulohazalari berib boriladi(bugungi kunga qadar 90 890 000ta);
- fikr mulohazalarning haqiqiyliigi tekshiriladi;
- bronlashtirishga o'zgartirishlar kiritishning qulayligi;
- ro'yxatdan o'tish talab etilmaydi;
- mijozlarning fikr mulohazalariga asoslangan holda mehmonxonaga o'rtacha ball beriladi va u ekranda namoyon bo'lib turadi.

III -BOB BO‘YICHA XULOSALAR

1. Mavsumiy talab va boshqa xususiyatlariga qaramasdan bolalar bilan oilaviy dam olish eng mashhur va faol targ‘ib qilinayotgan yo‘nalishlardan biridir. Oilaviy auditoriyani jalb qilishdan manfaaddor ko‘pgina dunyo mehmonxonalari bolalar bilan birgalikda dam olish uchun maxsus aksiyalar va dasturlarni taklif etmoqda.

2. Samarqand viloyatida asosan kichik mehmonxonalar bo‘lganligi sababli biz u yerda oilaviy dam oluvchilarning bolalari uchun turli xizmatlarni taklif etamiz. Masalan, *hunarmand ustalar bilan master-klasslar*. Bunda mehmonxona binosida maxsus xona ajratiladi va kulolchilik, duradgorlik, kashtachilik, beshiksozlik kabi hunarmandchilik namunalari va asbob-uskunalar bilan xona jihozlanadi. Keyin usta bolalarga maxsus master-klass darslarini o‘tib, birgalikda biror narsalarni yasashadi.

Xuddi shunday

- Oshpazlar bilan master-klasslar.
- Rassomchilik master-klasslari
- Karaoke xonalari yoki birgalikda kuylaymiz.
- Ko‘zboylag‘ich(fokus) o‘yinlari.
- Origamilar yasash master-klasslari.
- Milliy qo‘g‘irchoqlar bilan teatr sahnalashtirish.

3. Bugungi kunda oilaviy dam oluvchilar birinchi navbatda bolalar bilan bepul yoki imtiyozli yashash sharoitlariga e‘tibor bermoqdalar. Ko‘pgina dunyo mehmonxonalari “bolalar uchun” narx siyosatini muvaffaqiyatli qo‘llab kelmoqdalar. Unga ko‘ra 12 yoshgacha bo‘lgan bolalar basseynga cho‘milishi, yashashi, ko‘ngilochar dasturlarga qatnashishi bepul bo‘ladi.

4. Mamlakatimizda oilaviy tashrif buyuruvchi turistlar sanoqli desak ham bo‘ladi. Bolali oilalarni jalb qilish uchun “Xotiningiz va bolangiz uchun bepul” taklifini kiritish mumkin. Demak, bunda oila boshlig‘i ya‘ni ota bir o‘rinli joylashtirish tarifi bo‘yicha paket sotib oladi, xotini va bir nafar farzandiga nomer uchun haq to‘lamaydi. Ekskursiya xizmatlari, animatsiya dasturlari, SPA

xizmatlari, basseyn, karaoke klub va shu kabi qo'shimcha xizmatlar 10-20%li chegirma bilan taklif etiladi.

5. Bizning mamlakatimizda ham Navro'z, Yangi yil, Hosil bayrami, «Sharq taronalari» festivali kabi tadbirlardan unumli foydalanib, mehmonxonalar bayramona takliflarni ishlab chiqishi zarur. Bayramona takliflarni internet orqali samarali targ'ib qilishda quyidagilarni tavsiya etish mumkin:

- Marketing rejasini ishlab chiqish.
- Mehmonxona veb-sahifasida tadbirlar kalendarini joylashtirish.
- Mehmonxona blogida bayram tadbirlari to'g'risida ma'lumotlarni nashr etish.
- Bayramona maqsadli sahafani yaratish(Landing Page).
- Bayramona paketlarni ishlab chiqish yoki mehmonxona takliflarini aktuallashtirish.
- Mehmonxonaning bayramona takliflari to'g'risida ma'lumotlarni tarqatish.
- Ijtimoiy tarmoqlardagi mehmonxona akkauntini bayramona bezash.
- Mehmonxonani bayram munosabati bilan bezatilgan rasmlarini internetga qo'yish.
- Mehmonxona restoranidagi bayramona takliflar, yangiliklar borasida fikr almashinishini yo'lga qo'yish.
- Bayram munosabati bilan chiroyli servirovka qilingan stol rasmini qo'yish.
- Targ'ibot ishlarida geolokatsion servislarni qo'llash.
- Kontekst reklama yordamida mehmonxonaga jalb qilish.

6. Bugungi kunda Booking.com kompaniyasi mehmonxona va boshqa joylashtirish vositalarini onlayn bronlashtirish sohasida dunyoda liderlik qilmoqda. Ushbu kompaniya Booking Messages — yangi kommunikatsion platformani ishga tushirganini e'lon qildi. Ushbu platforma sayyohlar va joylashtirish ob'ektlari egalariga bronlashtirish vaqtidan boshlab bir biri bilan muloqot o'rnatish imkonini beradi.

7. Booking.com servisidan foydalanuvchi sayohatchilar joylashtirish ob'ektiga savollar berish imkoniyatidan tashqari qo'shimcha ravishda dunyoning

istalgan nuqtasidan turib, tayyor shablonlardan foydalangan holda joylashtirish vositalari bilan bog'liq bo'lgan har qanday rasmiy talabni yuborishlari mumkin.

8. Mijozlarning 75% joylashtirish ob'ektlari bilan bevosita muloqot qilishni xohlaydi. Booking Messages yangi interfeysi yordamida sayohatchilar o'z sayohatlarini rejalashtirishlari va bronlashtirishni boshqarishlari mumkin bo'ladi. Bu xizmat yordamida ro'yxatga olish stoykasida navbatda turish, mintaqalardagi vaqt farqi, muloqotlardagi til tafovuti kabi muammolardan xoli bo'ladi.

XULOSA

Turizm sohasida mehmonxona tarmog'ini rivojlantirish bo'yicha ayrim muammolar mavjud bo'lib, uni hal etish borasida bir qator chora-tadbirlar tizimini ishlab chiqish lozimligini talab etmoqda. O'zbekistondagi mavjud mehmonxona infratuzilmasi asosida mehmonxonalarni rivojlantirish va uni xalqaro bozorga olib chiqish bo'yicha iqtisodiy rivojlanish rejasini ishlab chiqish mumkin.

Mehmonxonalarda xizmat ko'rsatishdan olingan daromad 2010 yilda 103,1 mlrd. so'mni tashkil etgan bo'lsa, ulushi 46,9%ni tashkil etgan. 2014 yilda bu ko'rsatkich 40,7%ni tashkil etgan va mehmonxona xizmatlaridan 183,5 mlrd. so'mlik daromad olingan. 2010 yilga nisbatan 2014 yilda o'sish 177 foizni tashkil qilgan. 2010-2014 yillarda mehmonxona xizmatlarining daromaddagi ulushining kamayishi turizm sohasida talabning o'zgarishi, yangi xizmatlar vujudga kelishi bilan bog'liq.

Dissertatsiya ishining amaliy ahamiyati shundan iboratki, berilgan tavsiyalar majmuasidan yangi va hozirda faoliyat ko'rsatayotgan mehmonxonalar o'zlarining joriy rejalarini ishlab chiqishda qo'llashlari mumkin. Tadqiqotning amaliy xulosalari va tavsiyalaridan yangi tashkil etilgan O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi faoliyatida, mamlakatimiz mehmonxonalarida strategik rejalarni tuzish jarayonida foydalanish mumkin.

TAKLIFLAR

Dissertatsiya ishining natijalari va xulosalaridan mehmonxonalardagi asosiy va qo'shimcha xizmatlarni takomillashtirish bo'yicha quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

1. Mehmonxona rahbariyati mijozlarni taqriz yozishga, taassurotlari "eskirib qolmasdan" mehmonxonadan chiqib ketganlaridan bir -ikki kundan so'ng o'z sharhlarini jo'natishlariga faol da'vat qilishi kerak. Bunda qisqa oddiy, aniq mavzuli xabarlar ko'proq samara beradi. Ekspertlar elektron pochta orqali mijozlarga havolalarni(ssilka) jo'natishni tavsiya etishadi. Ushbu havolalar orqali ular o'z taqrizlarini qoldirishlari mumkin. Ushbu imkoniyatdan foydalanib mehmonxona rahbariyati mijozlarga o'z minnatdorchiligini bildirgan holda yana kelajakda mehmonxonaga tashrif buyurishlariga umid bildiradi.

2. Mavsumiy talab va boshqa xususiyatlariga qaramasdan bolalar bilan oilaviy dam olish eng mashhur va faol targ'ib qilinayotgan yo'nalishlardan biridir. Oilaviy auditoriyani jalb qilishdan manfaatdor ko'pgina dunyo mehmonxonalari bolalar bilan birgalikda dam olish uchun maxsus aksiyalar va dasturlarni taklif etmoqda. Samarqand viloyatida asosan kichik mehmonxonalar bo'lganligi sababli biz u yerda oilaviy dam oluvchilarning bolalari uchun turli xizmatlarni taklif etamiz. Masalan:

- hunarmand ustalar bilan master-klasslar.
- Oshpazlar bilan master-klasslar.
- Rassomchilik master-klasslari
- Karaoke xonalari yoki birgalikda kuylaymiz.
- Ko'zboylag'ich(fokus) o'yinlari.
- Origamilar yasash master-klasslari.
- Milliy qo'g'irchoqlar bilan teatr sahnalashtirish.

3. Bugungi kunda oilaviy dam oluvchilar birinchi navbatda bolalar bilan bepul yoki imtiyozli yashash sharoitlariga e'tibor bermoqdalar. Ko'pgina dunyo mehmonxonalari "bolalar uchun" narx siyosatini muvaffaqiyatli qo'llab kelmoqdalar. Unga ko'ra 12 yoshgacha bo'lgan bolalar basseynga cho'milishi,

yashashi, ko'ngilochar dasturlarga qatnashishi bepul bo'ladi. Mamlakatimizda oilaviy tashrif buyuruvchi turistlar sanoqli desak ham bo'ladi. Bolali oilalarni jalb qilish uchun "Xotiningiz va bolangiz uchun bepul" taklifini kiritish mumkin. Demak, bunda oila boshlig'i ya'ni ota bir o'rinli joylashtirish tarifi bo'yicha paket sotib oladi, xotini va bir nafar farzandiga nomer uchun haq to'lamaydi. Ekskursiya xizmatlari, animatsiya dasturlari, SPA xizmatlari, basseyn, karaoke klub va shu kabi qo'shimcha xizmatlar 10-20%li chegirma bilan taklif etiladi.

4. Bizning mamlakatimizda ham Navro'z, Yangi yil, Hosil bayrami, «Sharq taronalari» festivali kabi tadbirlardan unumli foydalanib, mehmonxonalar bayramona takliflarni ishlab chiqishi zarur. Bayramona takliflarni internet orqali samarali targ'ib qilishda quyidagilarni tavsiya etish mumkin:

- Marketing rejasini ishlab chiqish.
- Mehmonxona veb-sahifasida tadbirlar kalendarini joylashtirish.
- Mehmonxona blogida bayram tadbirlari to'g'risida ma'lumotlarni nashr etish.
- Bayramona maqsadli sahifani yaratish(Landing Page).
- Bayramona paketlarni ishlab chiqish yoki mehmonxona takliflarini aktuallashtirish.
- Mehmonxonaning bayramona takliflari to'g'risida ma'lumotlarni tarqatish.
- Ijtimoiy tarmoqlardagi mehmonxona akkauntini bayramona bezash.
- Mehmonxonani bayram munosabati bilan bezatilgan rasmlarini internetga qo'yish.
- Mehmonxona restoranidagi bayramona takliflar, yangiliklar borasida fikr almashinishini yo'lga qo'yish.
- Bayram munosabati bilan chiroyli servirovka qilingan stol rasmini qo'yish.
- Targ'ibot ishlarida geolokatsion servislarni qo'llash.
- Kontekst reklama yordamida mehmonxonaga jalb qilish.

5. Bugungi kunda Booking.com kompaniyasi mehmonxona va boshqa joylashtirish vositalarini onlayn bronlashtirish sohasida dunyoda liderlik qilmoqda. Mijozlarning 75% joylashtirish ob'ektlari bilan bevosita muloqot qilishni xohlaydi. Booking Messages yangi interfeysi yordamida sayohatchilar o'z sayohatlarini rejalashtirishlari va bronlashtirishni boshqarishlari mumkin bo'ladi. Bu xizmat yordamida ro'yxatga olish stoykasida navbatda turish, mintaqalardagi vaqt farqi, muloqotlardagi til tafovuti kabi muammolardan xoli bo'ladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

I. O'zbekiston Respublikasi qonunlari

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. -T.: "O'zbekiston", 2003.
2. "Turizm to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasining Qonuni. O'zbekistonning yangi qonunlari.-T.: Adolat, 2000.
3. "Buxgalteriya hisobi to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasining qonuni, 30.08.1996-y.
4. O'zbekiston Respublikasi buxgalteriya hisobotining milliy standarti, 21-son BHMS.

II. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmonlari va Qarorlari

1. «O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida» O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni. 2016 yil 2 dekabr, PF-4861-son.
2. «O'zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi faoliyatini tashkil etish to'g'risida» O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. 2016 yil 2 dekabr, PQ-2666-son.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida»gi Farmoni. 7 fevralya 2017 g., № UP-4947.

III. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarorlari

1. "Toshkent shahrida xalqaro klassdagi 4 yulduzli mehmonxona qurilishi samaradorligini oshirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1998 yil 2-mart qarori.
2. "Turistik tashkilotlarning faoliyatini takomillashtirish to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining № 346 sonli 8 avgustda qabul qilingan Farmoyishi. // "Xalq so'zi" gazetasi, 1998 yil 9 avgust.
3. «Turizm faoliyatini amalga oshirish va litsenziyalash tartibini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2014 yil 13 martdagi 60-sonli qarori.

IV. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti ma'ruzalari

1. «Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak». O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning mamlakatimizni 2016-yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning asosiy yakunlari va 2017-yilga mo'ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining kengaytirilgan majlisidagi ma'ruzasi. 15.01.2017.

V. Mamlakatimiz va xorijiy olimlarning adabiyotlari

1. Aliyeva M.T., Umarjonov A. Turistik mamlakatlar iqtisodiyoti.-T.: Moliya 2005.
2. Amriddinova R.S.Mehnat resurslarini boshqarish asosida turizm xizmatlarining raqobatbardoshligini oshirish yo'llari (Samarqand viloyati turizm korxonalari misolida)"/ I.f.n. ilmiy darajasini olish uchun dissertatsiya. - S.: SamISI, 2012.
3. Amriddinova R.S. Mehmonxona servis xizmati. Ma'ruzalar kursi. – Samarqand.: SamISI, 2008.
4. Aitova A. Formirovaniye i razvitiye konkurensii i konkurentosposobnosti predpriyatiy // Akademiya upravleniya "TISBI": Material mejd.nauch.prakt.konf. - M.: RGTEU,-2005.–307 s.
5. Balabanov I.T., Balabanov.A.I. «Ekonomika turizma»- M.: Finansi i statistika, 2004.
6. Kabushkin.N.N. Menejment turizma. -M.: Novoye znaniye 2005.
7. Kamilova F.K. – «Xalqaro turizm bozori»// T.: TDIU-2001.
8. Kvartalnov V.A. Turizm. – M., Finansi i statistitka 2004.
9. Mamatqulov X.M. Turizm infratuzilmasi. Ma'ruzalar kursi. Samarqand 2009
10. Tuxliyev I.S., Qudratov G'.H., Pardayev M.K. Turizmni rejalashtirish.T.: "IQTISOD-MOLIYA" 2010.
11. Tuxliyev I.S, Qudratov G'.H., Turizm iqtisodiyoti. –S.: SamISI., 2007.
12. Tuxliyev I.S. va boshqalar. "O'zbekistonda turizm xizmat bozorini rivojlantirishning ijtimoiy – iqtisodiy muammolari" nomli monografiya. T.: "Iqtisodiyot" 2012.

13. Tuxliyev N., Abdullayeva T. «Formalnosti v sisteme turizma Respubliki O'zbekistan» - T: «O'zbekiston milliy ensiklopediyasi», 2007.
14. Tuxliyev N., Taksanov A. Ekonomika bolshogo turizma. – T.: “O'zbekistan Milliy Ensiklopediyasi”, 2001.
15. Tuxliyev N., Abdullayeva T. Natsionalnie modeli razvitiya turizma –T.: O'zbekiston Milliy Ensiklopediyasi, 2006.
16. Tuxliyev N., Abdullayeva T. Osnovi bezopasnosti v turizme. –T.: O'zbekiston Milliy Ensiklopediyasi, 2008.
17. Tuxliyev N., Abdullayeva T. Menedjment i organizatsiya biznesa v turizme O'zbekistana. – T.:O'zbekiston Milliy Ensiklopediyasi, 2006.
18. Tuxliyev I.S., Haitboyev R., Safarov B.Sh., Tursunova G.R. Turizm asoslari. Darslik. T.: “Fan va texnologiya”, 2014.
19. Fillipovskiy Ye.Ye., Shmarova L.V Ekonomika i organizatsiya gostinichnogo xozyaystva. Uchebnoye posobiye.-M.: FiS, 2006.
20. Chudnovskiy A.D. Turizm i gosinichnoye xozyaystvo M.: YURKINGA. 2005 .Yakovlev.G.A Ekonomika i statistika turizma. Uchebnoye posobiye. M.: Izd. 2005.
21. O'zbekiston Respublikasi Statistika Qo'mitasining “Osnovie pokazateli razvitiya turizma i otdixa v respublike O'zbekistan v 2015 godu” nomli statistik byulleteni ma'lumotlari.

VI. Internet saytlari

1. <http://orexCA.com>.
2. www.gov.uz—O'zbekiston Respublikasi Davlat hokimiyati portali
3. www.press-service.uz—O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Matbuot xizmati rasmiy sayti
4. www.mfer.uz—O'zbekiston Respublikasi Tashqi iqtisodiy aloqalar, investitsiya va savdo Vazirligining rasmiy sayti
5. www.uza.uz—O'zbekiston milliy axborot agentligi rasmiy sayti
6. www.review.uz – “Ekonomicheskoye obozreniye” jurnalining rasmiy sayti

7. www.cer.uz – Iqtisodiy tadqiqotlar Markazining rasmiy sayti
8. www.uzreport.com – biznes axborotlari portali
9. www.yeurasianews.com – YevroOsiyo tadqiqotlar Markazining rasmiy sayti
9. www.ziyonet.uz- Milliy kutubxona portal.
10. www.lex.uz -Qonun hujjatlari portal.