

MEHMONXONALARDA MARKETING XIZMATLARI VA ULARNING SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING ASOSIY YO'NALISHLARI

Musyeva Shoirazimovna

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti
Marketing kafedrası professori, i.f.n.

Annotatsiya

Mazkur maqolada xizmat ko'rsatish strategiyasini ishlab chiqish, mijozlarning ehtiyojlari, ehtiyojlarni qondirishda kompaniyaning qobiliyatlari, mehmonxona uchun mehmonlarning takroriy kelishi, kurortli mehmonxonalarni rahbariyati xususiy marketing anjomlari va reklama usullari bilan yaxshi tanishligi ko'rib chiqilgan.

Kalit so'zlar: turizm, mehmondo'stlik, mijoz, xizmat ko'rsatish, strategiya, raqobat, servis.

Аннотация

В данной статье рассматриваются разработка стратегии обслуживания, потребности клиентов, возможности компании в удовлетворении этих потребностей, повторные визиты гостей в отель и знакомство руководства курортных отелей с частными маркетинговыми средствами и методами рекламы.

Ключевые слова: туризм, гостеприимство, клиент, обслуживание, стратегия, конкуренция, сервис.

Annotation

This article discusses the development of a service strategy, the needs of customers, the company's capabilities in meeting those needs, the repeated visits of guests to the hotel, and the familiarity of the management of resort hotels with private marketing tools and advertising methods.

Keywords: tourism, hospitality, customer, service, strategy, competition, service.

KIRISH

O'zbekistonda amalga oshirilayotgan islohotlar, islohotlar uchun emas, balki insonlar, ularning munosib turmush sharoitini yaxshilashga, ijtimoiy himoyasini kuchaytirishga qaratilganligini Prezidentimizning haqlimiz farovonligini oshirish, ishsizlikni kamaytirish, aholini keksalik yoshida pensiya bilan ta'minlash, ularni ijtimoiy muhofaza qilish borasida uzluksiz g'amxo'rlik qilib kelayotganligida ko'rish mumkin.

O'zbekiston haqli ravishda xorijiy turistlar uchun jozibali mamlakat hisoblanadi. Xitoyi Yevropa mamlakatlari bilan bog'lovchi Buyuk ipak yo'li o'tgan shaharlarda o'rta asrlardan boshlab turli davrlarga taalluqli to'rt mingdan ortiq arxitektura yodgorliklari mavjud. O'zbekiston ko'plab xorijlik turistlarni jalb qilish uchun boshqa resurslarga ega. Bular quyidagilar: cho'l va qo'riqxonalar, tog' cho'qqilari va daryolar, mineral suv buloqlari. [1,2]

Ammo hozirgi sayyohlar, hatto ekstremal turizm ishqibozlari ham qulayliklarga o'rganib qolishgan. O'zbekistonning tarixiy, madaniy obidalari bilan tanishish yoki mahalliy ishbilarmonlar bilan hamkorlik o'rnatish uchun keladiganlar yanada ko'proq qulayliklarni xohlashadi. Germaniyaning muvaffaqiyatli ishlayotgan tur-firmalaridan birining vakilini aytishicha: «G'arblik turistlar begonalarning hayotini ko'rishni yoqtirishadi, lekin o'zlarining odatiy hayotlari bilan yashashni istashadi». Ko'pgina xorijlik mehmonlar ularning ehtiyojlari to'liq qondirilmaydigan mamlakatga ozgina muddatga bo'lsa-da borishni istashmaydi. Haqiqatdan ham, nima uchun ular o'z ta'tillarini turli maishiy muammolarni hal qilishga sarflashlari kerak? Mehmondo'stlik sanoatining vazifasi O'zbekistonga keladigan xorijlik mehmonlar maishiy noqulayliklarga duch kelmasligini ta'minlashdan iborat. [1,2]

Mijozlarning xizmat marketingiga bo'lgan talablarining doimiy o'zgarishi va ko'payishini e'tiborga olgan holda mijozlarning barcha ehtiyojlarini qondiruvchi va belgilangan standartlarga mos keluvchi sifatli xizmatlar ko'rsatish muhim strategiya hisoblanadi.

Turizm mintaqalari ham, alohida xizmat ko'rsatish korxonalari ham iste'molchi bilan munosabatda bo'lish soddalashtirilgan holda, faqat xizmat ko'rsatish texnologiyasi asosida amalga oshirilmasligi kerakligini tushuna boshladilar. Mehmondo'stlik har kimning shaxsiy ishi, korxona samaradorligiga xalaqit beruvchi, daromadlarni kamaytiruvchi omil deb hisoblaydigan rahbar va xizmatchilar qolmadi hisob. Hozirda xizmatchilar xulqini mehmondo'stlik ko'rsatishda manfaatdorlikni oshirish yo'li bilan yaxshilashga qaratilgan bir qancha dasturlar mavjud. Ammo, afsuski xizmatchilar ishda rahbarlar belgilagan standartlarga amal qilmasligi, mehmonlar kutgan darajada sifatli xizmat ko'rsatmasligi hollari uchrab turibdi. Xizmat marketingi har doim ham iste'molchilar, rahbarlar va katta xizmatchilarning o'zini ham qoniqtirmaydi.

Yana shuni ta'kidlash joizki, mehmondo'stlik ajoyib narsa. Uning natijasi doimiy mijozlarning ko'payishi, kishilarning tan olishi, jamoada yaxshi muhitning vujudga kelishi bilan namoyon bo'ladi. Mehmonxonalarning rahbarlari bu muammolarni biladi, hamda ularni xizmat ko'rsatishning yangi usul va shakllaridan foydalangan holda hal qilishga harakat qiladilar.

ADABIYOTLAR SHARHI

Ishbilarmonlik turizmining ijtimoiy-iqtisodiy ildizlari, ehtiyoj va manfaatlarini tadqiq etish jahon olimlarining diqqat markazida bo'lib qolmoqda. I.V. Zorin va V.A. Kvartalnovlar ishbilarmonlik turizmini "vaqtinchalik xizmat safarlari va daromad olmasdan, jumladan, konferensiyalar, kongresslar va hokazolarda qatnashish uchun ishbilarmonlik maqsadlari uchun sayohatlar" deb ta'riflaydilar. Balabanov I.T. va Balabanov A.I. bu atamani "ish safarida ishbilarmonlar" deb talqin qilishadi.

Smirnova O.A. tomonidan berilgan ta'rif quyidagicha: Ish turizmi — bu ish vaqtida odamlarning harakatlanishi va joyini o'zgartirishi jarayonida yuzaga keladigan munosabatlar va hodisalar yig'indisidir.

Oddiy yashash va ishlash joyidan farqli o'laroq, bu harakatning asosiy motivatsiyasi turli ish uchrashuvlari, kongresslar, konvensiyalar, ko'rgazmalar, yarmarkalar, rag'batlantiruvchi tadbirlarda ishtirok etishdir. Tsatsulina I.A.ning so'zlariga ko'ra, "biznes turizmi ishbilarmonlik aloqasi, axborot va texnologiyalar almashinuvi, yangi hamkorlar va bozorlarni izlash, PR tadbirlari, kadrlar tayyorlash va korporativ madaniyatni rivojlantirishni o'z ichiga oladi".

METODOLOGIYA

Tadqiqot jarayonida tizimli yondashuv, mavhum-mantiqiy fikrlash, guruhlash, taqqoslash, omilli tahlil, tanlab kuzatish usullaridan foydalanildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Ma'lumki, har qanday ishda inson mehnati foydalilikning muhim omili hisoblanadi. Ammo xizmat ko'rsatish sohasida yagona xo'jalik mexanizmining mavjudligi bevosita mehnatning miqdori va sifatiga bog'liq. Keyingi paytlarda mehmondo'stlik sanoatida inson omiliga katta e'tibor qaratilmoqda.

Har qanday mehmonxona boshqaruvchisidan mehmonxona xo'jaligini rivojlantirish shartlarini so'rasangiz, u birinchi navbatda personalni tilga oladi. Bu narsa boshqaruvchi mehmonxonaning raqobatbardoshligida xizmatning sifati qanchalik muhimligini tushunishini anglatadi. Mehmonxonaning har qanday xizmatchisi uning xizmatining sifatiga ishdagi eng muhim vazifasiga ishonishi lozim. Iste'molchi katta toqatsizlik bilan yaxshiroq xizmat ko'rsatilishini kutadi. Qaysi dam olish uyi personalni tufayli yaxshiroq xizmat ko'rsata olsa, shu korxona raqobatchilarga nisbatan qulayroq holatda bo'ladi.

Zamonaviy mehmonxonalarda xizmat sifatini boshqarish muhim omil hisoblanadi. Bu sifat standartlarini ishlab chiqish va joriy qilish, personalni o'qitish, mehmonxona faoliyatining barcha bo'g'imlarida xizmat ko'rsatishni nazorat qilish, tuzatish va takomillashtirishni anglatadi. Mehmonxona xo'jaliklarida xizmat ko'rsatish sifatiga ta'sir ko'rsatuvchi omillar chuqur o'rganishni talab etadi. Yuqori sifatli xizmat ko'rsatishni ta'minlovchi omil marketing strategiyasini tanlash hisoblanadi.

Xizmat ko'rsatish strategiyasini tashkil qilish uchun korxona rahbari eng avvalo tanlamoqchi bo'layotgan bozor sharoitining mohiyatini anglab etishi va bu sharoitda korxona qanday o'rin tutishini angamlashi lozim.

Yaxshi ishlab chiqilgan strategiya quyidagi savollarga javob berish lozim:

- Biz mijozlarni qanday ehtiyojlarini qondira olamiz?
- Kimdan-dir yaxshiroq xizmat ko'rsatish uchun, biz yetarlicha bilim va tajribaga egamizmi yoki yo'qmi?
- Uzoq vaqt davomida raqobatbardosh bo'lish uchun va qo'yilgan kapitaldan yetarlicha foyda olish uchun biz qanday xizmat ko'rsatishimiz lozim?

Dam oluvchilarni foydasiga madaniy-ommaviy va yordamchi bo'limlar shug'ullanadi. Mehmonxonaning madaniy dasturi turli xil: kino-konsert zalida har kuni turli xil turdagi tadbirlar o'tkaziladi. Bu turli xil solistlar va kollektivlarning konsert chiqishlari va shuningdek, madaniyat bo'limi tomonidan o'ylab chiqilgan va tashkil

qilingan dasturlardir. Kechki kofe va barlar, shuningdek, tungi diskoteka kun davomida dam ola olmaganlarning hammasini qabul qiladi.

Xizmat ko'rsatish strategiyasi bu sohada har qanday ishbilarmonlarga 3 ta asosiy komponentni yodda tutish lozimligini ko'rsatadi:

- Mijozlarning ehtiyojlari;
- Bu ehtiyojlarni qondirishda kompaniyaning qobiliyatlari;
- Kompaniyaning uzoq muddat davomida foydani ushlab turishi.

Mehmondo'stlik industriyasi bozorni xususiy talablariga mos kelishi uchun o'z xizmat ko'rsatish strategiyalarini tashkil qilishlari lozim.

Xizmat ko'rsatish strategiyasini ishlab chiqishga kirishishdan oldin eng avvalo boshqaruv organi o'zlariga eng muhim savollardan biriga javob berishlari lozim: «Mehmonxonaning ishlarini qanday yo'nalishda olib borishning turini tanlash, talabgorning ko'z oldida afzallikka ega ekanligini aniqlashdan iboratdir». Har qanday turdagi mehmonxona uchun mehmonlarni takroriy kelishi zarur bo'lganligi uchun, umuman olganda kurortli mehmonxonalarning ishlab turishi uchun zamindir. Hozirgi kunda kurortli mehmonxonalarni rahbariyati xususiy marketing anjomlari va reklama usullari bilan yaxshi tanish bo'lishlari lozim, chunki mijozning tanlashi uchun ko'pgina dam olish joylari mavjud. [3,4,5,6]

Oxirgi yillarda ko'pgina kurortlar o'z e'tiborlarini kongress va ishchi turizmga qaratmoqda. Mehmonlarni asosiy vazifasi yuqori sifatli xizmat ko'rsatuvchi korxona degan reputatsiyaga ega bo'lishga intilishdir. Mehmonxonalar guruhli buyurtmalarni qabul qilish uchun reklamaga ma'lum miqdordagi mablag'ni sarf qilishi mumkin, yoki 1 yoki 2ta kongressni muvaffaqiyatli o'tkazsa, bundan mijozlarning xursand bo'lishining o'zigina muvaffaqiyatli reklamadir. Kongress turizm yana qayta keluvchilar uchun yaxshi imkoniyatlar yaratadi, chunki mehmonxona bilan taniqli, xizmat ko'rsatish kishilar soni ortib boradi. Agarda ular yaxshi qabul qilingan bo'lsa va ularning ehtiyojlari qondirilgan bo'lsa, ular ertami-kechmi yana shu mehmonxonaga qaytib kelishadi.

Kurortli tumanlardagi turizm biznesi bilan bog'liqlikda turistik oqimning harakati ikki yo'nalishida tashkil etiladi: kelish vaqtining ko'paytirilishi va dam olish maqsadida qayta kelishlarni stimullashtirish.

Shaharlardagi mehmonxonalar ko'pincha turistik aktivlik pasayib ketgan davrda kurortlik konsepsiyadan foydalanadi, bunda ular «mini dam olish» deb ataluvchi xizmat ko'rsatishni maxsus kompleksini taklif qilishadi. Maxsus tematik turlarda mavsumlar o'rtasida odamlar sonini ko'paytirish marketing anjomining unumdorligi hisoblanadi.

Dam olish uchun sharoit yaratishga juda katta e'tibor qaratiladi. Qoniqarli dam olishni tashkil etish uchun atrof-muhitni va xizmatlarni taklif etadi. Hozirgi kunda 1 yoki 2ta binodan iborat mehmonxonalar juda kam, raqobatlar shunga olib keladiki, bunday turdagi mehmonxonalar o'rtasida normallari bu tennis uchun stollari bo'lgan, otda yurish uchun maydoncha, yaxshi jihozlangan sport zallari, basseynlar, golf o'ynash uchun maydonchalar, tennis kortlari bo'lishiga olib keladi. Mazkur ta'rif mehmonxona xo'jaligida servis sifatini baholashda asosiy e'tiborni

nimalarga qaratishga ahamiyat berish uchun asos bo'ladi. Chunki miqdoriy o'lchamlarda shu mazmun o'z ifodasini topmog'i lozim. Agar shu tushunchadan kelib chiqadigan bo'lsak, mehmonxona xo'jaligida servis sifatini baholash uchun quyidagi ko'rsatkichlarni tavsiya qilish mumkin:

- Ko'rsatilayotgan xizmatlarning soni;
- Mehmonlar yashash sharoitining ergonomik talablarga javob berish darajasi (issiq paytlarda xonaning salqinligi va sovuq paytlarda xonaning issiqligi, yotadigan xonaning turli shovqinlardan uzoqligi kabi);
- Mehmonlarning talab qilgan barcha xizmatlarining, shu jumladan yangi xizmatlarning ham qondirilish darajasi;
- Qulay vaqt va sharoitda ovqatlanish xizmatining tashkil qilinishi;
- Ovqatlarning assortimentining kengligi va sifatining yuqoriligi;
- Mehmonxonadan tashqarida bajariladigan, ammo mehmonxona tashkil qilishi mumkin bo'lgan xizmatlarning (transport xizmati, sayyohlik xizmati, qo'shimcha xizmatlar va boshqalar) o'z vaqtida va sifatli bajarilishi kabi.

Ushbu ro'yxatni yana davom ettirish mumkin, chunki mehmonlarga qulaylikni yaratish bilan bog'liq xizmatlarning turlari juda ko'p.

Mehmonxonalarning vazifasi tarmoq ichidagi erkin raqobat sharoitida mehmonlarni o'ziga ko'proq jalb qilish va jalb qilingan mehmonlarga sifatli xizmat ko'rsatib, birinchidan ularning xizmatlarga bo'lgan ehtiyojini qondirish va ikkinchidan har bir mehmondan ko'proq turli sifatli xizmatlarni ko'rsatish evaziga ko'proq mablag'ini mehmonxonaga qoldirish.

Mehmonxona xizmati sifatini aniqlashda uning o'ziga xos xususiyatlarini inobatga olish lozim. Chunki, har bir sohada xizmatlarning turlari ham har xil va shunga bog'liq ravishda ularning sifatiga bo'lgan talablar ham turlicha. Bular har bir xizmat turi sifatining o'ziga xos xususiyatlarini tadqiq qilishni taqozo qiladi. Ushbu holatni nazariy jihatdan yoritib berish uchun mehmonxona xizmatlarining o'ziga xos xususiyatlarini inobatga olish lozim. [6,8,16,17]

Bizning fikrimizcha, mehmonxona servisining o'ziga xos xususiyatlari quyidagilardan iborat:

- Boshqa xizmatlar singari mehmonxonalar xizmatlari ham nomoddiylik bilan ajralib turishi;
- Mehmonxona xizmatlarini ham boshqa xizmatlar singari to'plab qo'yib bo'lmazligi;
- Mehmonxona xizmatini tashish va saqlash imkoniyatining yo'qligi;
- Xizmat ko'rsatuvchining doimiy ravishda bir xil xizmat ko'rsatishi mumkin bo'lmaganligi;
- Xizmatni ko'rsatish va uni iste'mol qilish jarayonining bir vaqtda sodir bo'lishligi;
- Mehmonxonalarda xizmatga bo'lgan talabning bir maromda emasligi;
- Vaqt o'tganidan keyin xizmatning sifatini nazorat qilish imkoniyatining yetarli emasligi;

- Xizmatga baho berishda asosiy ustuvorlik iste'molchida ekanligi va ularning shu xizmatlarga bo'lgan munosabatining ham turli ekanligi;
- Mehmonxona xizmatining nuqsonsizligini ta'minlash lozimligi;
- Mehmonlarning o'z noroziligini hamisha oshkor qilmasdan ketishi natijasida mehmonxona ma'muriyatining mijozlar tomonidan xizmatga berilgan bahodan hamisha voqif bo'lmashligi kabi holatlarni kiritish mumkin.

Masalaning bu jihati mehmonxonalarda xizmatning sifatiga baho berishni ham biroz murakkablashtirishi tabiiy. Shu tufayli mazkur masalaga baho berishda aniq ma'lumotlarni olish o'ta murakkab, chunki tegishli organlarga topshiriladigan hisobotlarda xizmatning sifatini baholash uchun tegishli ma'lumotlar o'z ifodasini topmaydi. Shuning uchun ularni turli tadqiqot yo'llari bilan olingan ma'lumotlar asosida amalga oshirish lozim bo'ladi.

Yuqoridagi holatlar va mehmonxona xo'jaligida servisning o'ziga xos xususiyatlari, undagi ko'rsatiladigan xizmatlar sifatini baholashda ko'rsatkichlar tizimidan foydalanish lozimligini taqozo qiladi. Bunday ko'rsatkichlar tizimi quyidagilardan iborat:

- Mehnatning sifat koeffitsiyenti;
- Iste'molchilar talabining qondirilish darajasi;
- Servis sifatiga xodimlarning javobgarlik darajasi;
- Servis sifatining kam xarajatlar bilan ta'minlanish darajasi;
- Servis sifati doimiy takomillashib boradigan jarayon sifatida baholanishi.

1-jadval

Samarqandda joylashgan mehmonxonalarda servis sifatini ifodalovchi ko'rsatkichlarning 2023 yil ma'lumotlari asosida hisob-kitobi¹

№	Ko'rsatkichlar	Qisqartirilgan belgilari	Kamila Orzu	Al-Buxoriy	Tumaris	Samarqand Plaza
1	Mehnatning sifat koeffitsiyenti	Kms	0,82	0,85	0,87	0,89
2	Iste'molchilar talabi-ning qondirilishi darajasi	Itqd	0,79	0,76	0,82	0,72
3	Mehmonxonadagi servis sifatiga xodimlarning javobgarlik darajasi	Mssjd	0,80	1,0	0,87	1,0
4	Servis sifatining kam xarajatlar bilan ta'minlanish darajasi	Kxtd	0,68	0,81	0,7	0,83
5	Servis sifatining doimiy takomillashib boradigan jarayon sifatida baholanishi	Ssd	0,75	1,0	0,75	1,0
6	Kompleks ko'rsatkich	Skk	3,84	4,42	4,01	4,44
7	O'rtacha miqdori	1/5 Skk	0,768	0,884	0,802	0,888
8	Servis sifatining me'yordan farqi	1- (1/5 Skk)	0,232	0,116	0,198	0,112

¹ Jadval davlat statistika qo'mitasining tegishli yillar uchun chiqarilgan "O'zbekiston Respublikasida turizm va dam olish rivojlanishining asosiy ko'rsatkichlari" statistik byulletenlari asosida muallif tomonidan tuzilgan

Iqtisodiyotni jadal rivojlantirish va modernizatsiyalash sharoitida mehmonxona servisi faoliyatining sifatini oshirishning bir qancha yo‘llari bor. Bularga quyidagilarni kiritish mumkin:

- Mehmonxonada xizmat madaniyatini oshirish;
- Mehmonlarning (turistlarning) xavfsizligini ta‘minlash;
- Mehmonlarga barcha qulayliklarni yaratish, xizmat turlarini maksimal darajada ko‘paytirish;
- Mehmonlarning dam olishi uchun bir qancha qo‘shimcha xizmatlarni tashkil qilish kabi.

Mehmonxona servisi faoliyati madaniyatini, uning sifatining bir qismi yoki servis sifati, uning madaniyatining bir qismi tarzida baholash mumkin. Bu qachon va qaysi nuqtai nazar bilan qarashga bog‘liq.

Erkin raqobat barcha sohalarni, shu jumladan mehmonxona servisi sohasini ham qamrab oladi. Bunda muvaffaqiyat qozonish bevosita uning narxi, sifati va madaniyatiga ham bog‘liqdir. Shu tufayli servis faoliyatining sifatini oshirish, narxini nisbatan kamaytirish va madaniyatini yuksaltirish masalasi bugungi kunda muhim iqtisodiy-ijtimoiy masalalardan biri sifatida baholanmoqda. Haqiqatda servis bir kishiga ko‘rsatiladi. Bir kishi dunyoning turli mamlakatlar vakillari bo‘lishi mumkin. Ushbu shaxs qayerda bo‘lsa o‘ziga xos va mos xizmatdan bahramand bo‘lishni taqozo qiladi. Shu tufayli xizmat madaniyati juda yuqori va hammaga mos bo‘lishi uchun u dunyo miqyosida erishilgan yutuq va tajribalarni umumlashtirgan va o‘zida mujassam etgan bo‘lishlari lozimdir.

Ushbu nazariy qarashlardan kelib chiqadigan bo‘lsak, servis faoliyati madaniyatiga quyidagicha ta‘rif berish mumkin. Servis faoliyati madaniyati deyilganda uning iste‘molchilariga qulay bo‘lgan, bu boradagi milliy va umuminsoniy qadriyatlarga tayangan va insoniyat tamaddunida erishilgan yutuqlardan foydalangan holda servis xizmatini a‘lo darajada ko‘rsatish jarayonining majmui tushuniladi. Ko‘rinib turibdi, servis bevosita uning iste‘molchilariga (insonlar, korxona va boshqa xo‘jalik yurituvchi subyektlar, jamiyat va davlat) qaratilgan. Ularning servisga bo‘lgan talabini faqat qondiribgina qolmasdan, ularga yuqori saviyada xizmat qilish orqali, ularning barcha talablarini har tomonlama qondirgan holda ijro etilishi tushuniladi. Bular, jamiyatning iqtisodiy va ijtimoiy barqarorligini ta‘minlashda servis xizmatlarining ham o‘ziga xos o‘rni borligi to‘g‘risida tegishli, xulosa qilishimiz uchun asos bo‘ladi.

Mehmonxona servisi sifatini oshirish, uning faoliyati madaniyatini muttasil takomillashtirib borish lozimligi xususida oldin ta‘kidlangan edi. Ammo unga erishishning turli yo‘llari mavjud. Bizning fikrimizcha, unga erishish uchun quyidagi tadbirlarni amalga oshirish maqsadga muvofiqdir:

Birinchidan, davlat tomonidan insonlarning yuqori sifat darajasida yashashini ta‘minlashga qaratilgan tadbirlarni takomillashtirib borishi, odamlarning iqtisodiy ahvolining yaxshilanishi va ular uchun yaratiladigan servis xizmatini rivojlantirish choralarning hukumatning muttasil e‘tiborida bo‘lishi. Bu holat mehmonxonalarda ham servis xizmati sifatini oshirish imkoniyatini beradi.

Ikkinchidan, servis faoliyati madaniyatini o'zida mujassam etgan servisga oid fanlarning mavjudligini ta'minlash va ularning real hayotimizni yaxshilashdagi o'rnini kuchaytirish hamda bu borada ko'plab ommaviy axborot vositalarida chiqishlar qilib, servisning mazmun-mohiyatini ommaga, keng jamoatchilikka tushuntirish ishlarini olib borish. Servisning alohida turi bo'lgan mehmonxona servisining mazmun mohiyatini va uni amalga oshirishning mexanizmlarini, yuqori sifatga erishish yo'llarini ham ommaviy axborot vositalarida ko'plab yoritishga erishish lozimdir.

Uchinchidan, insonlar ongida servis faoliyati madaniyatining shakllanishi, ya'ni insonlar ongida g'oyalar, qarashlar, his-tuyg'ular, fikrlar, kayfiyatlar tizimining shakllanishi va ularning yashash tarziga aylanishiga erishish. Bu tadbirning amalga oshirilishiga ham muntazam va tizimli yondashilgan holda olib borish lozim bo'ladi. Har bir ishni vijdonan his qilsagina uning sifatini va samaradorligini oshirishga chin dildan kirishadi. Bu holat mehmonxona servisi sifatini oshirishga ham bevosita bog'liqdir.

To'rtinchidan, milliy va umuminsoniy jabhalarda ilgarigi erishilgan servis faoliyati madaniyati bo'yicha keng tajriba va yutuqlarni umumlashtirish, ularni bugungi hayotimizga joriy qilinishiga erishish va ulardan samarali foydalanish yo'llarini ishlab chiqish. Bu borada mehmonxona servisining sifatini oshirish masalasi ham asosiy o'rinlardan biri sifatida baholanadi.

Beshinchidan, mamlakatda servis faoliyati madaniyatini baholash, rag'batlantirish bo'yicha me'yoriy hujjatlarning ishlab chiqilganligi va ularning hayotda bekami-ko'st ishlashini ta'minlash mexanizmining mavjudligiga erishish, bunda davlat bilan nodavlat tuzilmalarning roli va majburiyatlarini oshirish. Agar qaysi mehmonxonada servis xizmati sifati yuqori darajada yaxshi yo'lga qo'yilgan bo'lsa, o'sha mehmonxona raqobatbardosh bo'ladi, mos ravishda iqtisodiy imkoniyati ham muttasil oshib boradi.

Oltinchidan, odamlarning servis faoliyati madaniyatini baholaydigan mezonlarni bilishi va ularda shularni talab qiladigan saviyaning mavjudligini shakllantirish, servisga e'tiborni qaratish har bir kishining kundalik hayot tarziga aylanishini ta'minlash. Bu o'ta murakkab va uzoq vaqtni talab qiladigan jarayon. Shu tufayli mehmonxona servisi sifatini oshirishga qaratilgan dunyoqarash, umumiy milliy dunyoqarashning o'zgarishi bilan birga olib boriladi. Chunki inson tafakkuridagi va ongidagi o'zgarishni ayri holda amalga oshirib bo'lmaganligi tufayli, umumiy madaniy saviya past bo'lib, mehmonxona servisini yuqoriga ko'tarib bo'lmaydi. Chunki, barcha iqtisodiy-ijtimoiy jarayonlar bir-biri bilan uzviy bog'liq holda amalga oshiriladi.

Yettinchidan, servis faoliyatining sertifikatsiyalanganligi va litsenziya zarur bo'lgan hollarda u bilan ta'minlanish darajasining yo'lga qo'yilishiga erishish va shular asosida faoliyat ko'rsatishga servis bilan shug'ullanuvchi xodimlarning va iste'molchilarning ko'nikmasining hosil bo'lishini ta'minlash. Ammo mehmonxona servisi alohida litsenziyalanadigan faoliyat emas. Biroq, har bir mehmonxona raqobat maydonida o'z xizmatining raqobatbardoshligini ta'minlashi lozim. Buning uchun u servis sifatini oshirishga, uning narxini barqaror ushlab turish orqali erishishi mumkin.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Mehmonxona servisi sifatini nazorat qilishda quyidagi nazorat turlarini amalga oshirish mumkin:

- Tanlab nazoratni amalga oshirish;
- Iste'molchiga (turistga, mehmonga) servis sifati bo'yicha anketa tarqatib, ularning javoblariga asoslanish;

• Iste'molchilar (turistlar, mehmonlar) bilan servis sifatini tekshirishni rahbariyatning vaqti-vaqti bilan og'zaki so'rov o'tkazish yo'li bilan amalga oshirish. Mehmonxona servisi sifatini aniqlash va uni doimiy ravishda takomillashtirib borish uchun mazkur sub'ektda maxsus ijodiy guruh bo'lishini taqozo qiladi. Ushbu guruh har haftaning bir kunida servis sifati bilan bog'liq masalalarni muhokama qilib, tegishli xulosalar chiqarib, uni takomillashtirish masalasi bo'yicha tegishli tavsiyalar ishlab chiqmog'i va ularni navbatdagi haftadan boshlab amaliyotga joriy qilmog'i lozim. Chunki hozirgi sharoitda har kuni barcha sohalarda ro'y berayotganligi singari xizmat sohasida ham, uning yangi-yangi turlari kundalik hayotimizga kirib kelmoqda. Bu yangiliklar asosan fan va texnikani rivojlanishi bilan bog'liq. Bulardan foydalangandan keyin, ularga xizmat qiladigan va ta'mirlaydigan xizmatning yangi turlari ham paydo bo'ladi. Bunday jarayondan orqada qolish bugungi raqobat sharoitida ko'p narsalardan yutqazib qo'yishlari mumkin.

O'zbekiston aholisining mentalitetidan va xalqaro talablardan kelib chiqib mehmonxonalarning o'ziga xos xususiyatlari o'rganildi. Milliy mehmonxonalarda tegishli yashash sharoiti bilan birga bizningcha quyidagi qo'shimcha xizmatlarning kiritilishi maqsadga muvofiqdir:

- Mehmonxonada xizmat ko'rsatuvchi barcha xodimlar milliy kiyimda xizmat ko'rsatishi;
- Choyxona va milliy taomlar tayyorlanadigan oshxona bo'lishi;
- Milliy mazmunga ega bo'lgan xizmatlarning (milliy buyumlar savdo-sotig'i, xonada xontaxta qo'yib choy va boshqa yeguliklarni tashkil qilish kabi) tashkil qilinishi;
- Turli ziyoratgohlarga, milliy qadriyatlarimizni o'zida mujassam etgan inshootlarga ekskursiyalar uyushtirilishi kabi xizmatlar bo'lishi lozim.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. "Turizm tarmog'ini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi PQ-4095-son qarori.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 19-iyundagi "Turizm sohasini kuchaytirilgan sanitariya-epidemiologiya xavfsizlik rejimi talablariga qat'iy rioya qilgan holda rivojlantirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PQ-4755-son qarori.

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 22-sentabrdagi "Samarqand viloyatida keng ko'lamlil qurilish va obodonlashtirish ishlarini yanada jadallashtirish va turizm salohiyatini oshirish maqsadida amalga oshiriladigan tadbirlarni moliyaviy qo'llab-quvvatlash to'g'risida"gi PQ-5249-son qarori.

4. Aleksandrova A.Yu. Xalqaro turizm. — M.: Aspekt press, 2016. — 470 b.
5. Alimov R., Kamilova M., Qurbonova D. Iqtisodiy rivojlanishning klaster konsepsiyasi: nazariya va amaliyot. — T.: Institut ekonomiki AN Ruz., 2005. — S. 36.
6. Alieva M.T., Umurjonov A. Turistik mamlakatlar iqtisodiyoti. — T.: Iqtisodiyot – Moliya, 2005. — 339 b.
7. Babkin A.V. Maxsus turizm. — Rostov-na-Donu: Feniks, 2008. — 252 p.
8. Balabanov I.T., Balabanov A.I. Iqtisodiy turizm. Uchebnoe posobie. — M.: Moliya va statistika, 2003. — 176 b.
9. Balabanov I.T. Iqtisodiy turizm / I.T. Balabanov, A.I. Balabanov — M.: Moliya va statistika, 2002. — S. 25.
10. Биржаков М.Б. Туризмга кириш. — Изданиэ 9-э переработанноэ ва дополненоэ. — СПб.: Издателский дом Герда, 2007. — 576 п.
11. MS Azimovna Iste'molchilarning xulq-atvorini o'rganishni takomillashtirish. Gospodarka i Innovacje, 109-112.
12. M.S. Azimovna Ekonometrik tadqiqot va modellashtirish jarayonining bosqichlari. Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance, 3.
13. M.S. Azimovna Mehmonxonalarda marketing xizmatini baholashning ilmiy-metodik masalalari. Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance, 3.
14. M.S. Azimovna Savdo tashkilotlari reklama faoliyati samaradorligi va IT-ni oshirish yo'llari. Osiyo ijtimoiy va gumanitar fanlar tadqiqot jurnali, 12 (3), 93-97.
15. Azimovna M.S., Ilxomovna U.D., Shoxruxovich U.F. O'zbekiston da turizmni rivojlantirish innovatsion strategiyasi. NOFORMAL TA'LIMDAGI YEVROPA JURNALI, 2022. T. 2. — yo'q. 1. — S. 1-4.
16. Musaeva Sh.A. Marketing tadqiqotlari. Darslik. "STAR-SEL" MChJ nashriyot va ijodiy bo'limi. Samarqand, 2023.