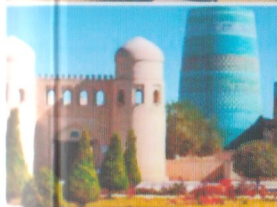


Р.Ҳ. ШОДИЕВ, Д. С. УМИРОВА,
Д. Т. ХУДАЙБЕРГАНОВ

ХАЛҚАРО МЕҲМОНДЎСТАЛИК МЕНЕЖМЕНТИ

Ўқув қўлланма



“IQTISODIYOT”

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ
ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ
УРГАНЧ ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ
“ЎЗБЕКИСТОН ИҚТИСОДИЁТИНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ
ИЛМИЙ АСОСЛАРИ ВА МУАММОЛАРИ”
ИЛМИЙ-ТАДҚИҚОТ МАРКАЗИ



Р. Ҳ. Шодиев, Д. С. Умирова,
Д. Т. Худайберганов

ХАЛҚАРО **МЕҲМОНДЎСТЛИК** **МЕНЕЖМЕНТИ**

Ўқув қўлланма

*Ўзбекистон Республикаси Олий ва Ўрта махсус таълим вазирлиги ҳузуридаги
Мувофиқлаштирувчи кенгаш томонидан 5610200 - “Меҳмонхона хўжалигини
ташқил этиш ва бошқариш” бакалаврият таълим йўналишида таҳсил
олаётган талабалар учун ўқув қўлланма сифатида тавсия этилган*

«IQTISODIYOT»
ТОШКЕНТ – 2020

Р.Х. Шодиев, Д.С. Умирова, Д.Т. Худайберганов.
«ХАЛҚАРО МЕХМОНДЎСТЛИК МЕНЕЖМЕНТИ»: Ўқув
қўлланма – Т.: «IQTISODIYOT», 2020. – 226б.

Халқаро меҳмондўстлик менежменти. Ўқув қўлланма. Тошкент давлат иқтисодиёт университети ҳузуридаги “Ўзбекистон иқтисодиётини ривожлантиришнинг илмий асослари ва муаммолари” илмий тадқиқот маркази Кенгашида муҳокама қилинган ва чоп этишга тавсия қилинган. Ўқув қўлланма ПЗ-20170929159-рақамли “Марказлашмаган бошқарув шаронтида минтакавий ривожланишни тартибга солишнинг иқтисодий механизмларини такомиллаштириш” мавзусидаги амалий лойиҳанинг “Фан ва таълим интеграцияси” доирасида ишлаб чиқилган.

Ушбу ўқув қўлланмада бугунги кунда халқаро бозорнинг ажралмас қисми бўлган туризм ва меҳмонхона ҳамда туризмнинг хизмат кўрсатиш комплексининг асосий унсур бўлган меҳмондўстлик менежменти, уни бошқаришнинг хусусиятлари, меҳмондўстлик индустриясида менежментнинг асосий йўналишларини амалга ошириш, меҳмондўстлик индустриясининг замонавий тенденциялари, хизмат кўрсатиш сифатини ошириш йўллари, Ўзбекистон ва жаҳон туризмида бошқарувнинг иқтисодий тажрибаси ўрганилган. Меҳмондўстлик соҳасида персоналга қўйиладиган талаблар ва кадрлар менежментини шакллантириш усуллари тақлиф этилган.

В данном учебном пособии раскрываются особенности гостиничного менеджмента, особенности его управления, реализация основных направлений менеджмента в индустрии гостеприимства, современные тенденции в индустрии гостеприимства, способы повышения качества обслуживания, которые сегодня являются неотъемлемой частью международного рынка, а также является ключевым элементом комплекса туристических услуг. Кроме того, изучается экономический опыт менеджмента в туризме. Предложены требования к персоналу в сфере гостеприимства и методы формирования кадрового менеджмента.

In this textbook about hospitality management. It covers a tourism and hotels, which is a main important part of the international market today, also, hospitality management which is a major element of tourism service complex, directions of its management, making the main directions of management in the hotel industry, modern trends in the hospitality industry, ways to improve the quality of the service, economic experience of management in tourism in Uzbekistan and the world. Requirements for staff in the field of hospitality and methods of forming personnel management are proposed.

Масъул муҳаррир:

Д.К. Ахмедов – и.ф.д., профессор.

Тақризчилар:

Абдуваҳидов А.М. – ТДИУ Туризм ва сервис кафедраси профессори, и.ф.д.

Кадилов А.М. – ТДИУ ҳузуридаги “Ўзбекистон иқтисодиётини ривожлантиришнинг илмий асослари ва муаммолари” илмий-тадқиқот маркази профессори, и.ф.д.

ISBN 978-9943-6365-9-0

© «IQTISODIYOT» nashriyoti, 2020.

© ТДИУ ҳузуридаги “Ўзбекистон иқтисодиётини ривожлантиришнинг илмий асослари ва муаммолари” ИТМ, 2020.

МУНДАРИЖА

КИРИШ	12
I ХАЛҚАРО МЕҲМОНДЎСТЛИК МЕНЕЖМЕНТИ	
БОБ ФАНИГА КИРИШ	
1.1. Фанни ўрганишнинг предмети, усуллари ва вазифалари.....	13
1.2. Меҳмондўстлик индустриясининг моҳияти.....	15
1.3. Меҳмондўстлик соҳасининг асосий тушунчалари ва фаолият соҳаси таърифи.....	22
1.4. Меҳмондўстлик соҳасидаги мутахассисларнинг роли.....	25
II МЕҲМОНДЎСТЛИК ИНДУСТРИЯСИДА	
БОБ ТРАНСМИЛЛИЙ КОМПАНИЯЛАРНИНГ ТУТГАН ЎРНИ ВА УЛАРНИНГ ФАОЛИЯТИ	
2.1. Трансмиллий компаниялар (ТМК) моҳияти.....	29
2.2. Трансмиллий компаниялар фаолияти ва шакллари.....	32
2.3. Меҳмонхона хўжалигида ТМКлар.....	36
2.4. Туристик ТМКнинг миллий иктисодиётга таъсири.....	41
2.5. ТМКлар жойлашган мамлакатлари иктисодиётига таъсири.....	44
2.6. Халқаро гуризмда глобаллашув жараёнлари.....	46
III МЕҲМОНДЎСТЛИКНИ БОШҚАРИШНИНГ	
БОБ ХУСУСИЯТЛАРИ	
3.1. Меҳмондўстлик соҳаси менежмент объекти сифатида	52
3.2. Режалаштириш жараёни	53
3.3. Стратегик режалаштириш. Тактик режалаштириш. Операцион режалаштириш	54
3.4. Бошқарувда менежмент функциялари.....	57
3.5. Режалаштириш функцияси. Ташкилий функция.....	59
3.6. Бошқариш функцияси. Менежментнинг энг муҳим вазифаси.....	61
3.7. Ташкилот тузилиши. Ташкилотнинг ташқи муҳити	62
3.8. Атроф-муҳит омилларининг таснифи.....	64
3.9. Сиёсий ва ҳукукий омиллар. Иктисодий омиллар.....	65
3.10. Ижтимоий ва маданий омиллар. Технологик омиллар	67
3.11. Ташкилий тузилма. Ташкилий тузилиш турлари.....	68
3.12. Чизикли бошқарув тузилма. Функционал тузилма.....	69
IV МЕҲМОНДЎСТЛИК ИНДУСТРИЯСИДА МЕНЕЖМЕНТНИНГ	
БОБ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИНИ АМАЛГА ОШИРИШ	
4.1. Меҳмондўстлик индустриясида маркетингини бошқариш	73
4.2. Меҳмондўстлик хизматлари сифатини бошқариш	79
4.3. Меҳмондўстлик саноатида инновацияларни бошқариш	83
4.4. Меҳмондўстлик саноатидаги ташкилотларда низоларни бошқариш	88

V	МЕҲМОНДЎСТЛИК ИНДУСТРИЯСИНИНГ	
БОБ	ЗАМОНАВИЙ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ	
5.1.	Меҳмондўстлик индустриясига замонавий ёндашув.....	93
5.2.	Жаҳон мамлакатларида меҳмондўстлик индустрияси тенденциясининг ҳолати.....	96
5.3.	Меҳмондўстлик индустриясининг ривожланиш йўналишлари...	99
5.4.	Меҳмондўстлик индустриясида меҳмонхона занжирлари ва брендлари.....	101
VI	МЕҲМОНДЎСТЛИК СОҲАСИДА ПЕРСОНАЛГА	
БОБ	ҚЎЙИЛАДИГАН ТАЛАБЛАР ВА КАДРЛАР МЕНЕЖМЕНТИ	
6.1.	Меҳмондўстлик соҳасидаги ходимларни бошқариш тушунчаларининг моҳияти ва мазмуни	115
6.2.	Кадрлар бошқаруви зарурати.....	116
6.3.	Меҳмондўстлик соҳасидаги ташкилотларда кадрлар менежменти тизими.....	119
6.4.	Меҳмонхона ходимларини бошқариш самарадорлиги.....	122
6.5.	Меҳмонхона ходимларини бошқариш тизимини такмиллаштириш усуллари.....	124
6.6.	Меҳмонхона персонали бўлими, персонални танлаш, уларни иш ўринларига қўйиш, ўргатиш, уларга қўйилган талаблар	128
6.7.	Меҳмонхона индустриясида персонал меҳнатига оид қонун ҳужжатлари.....	130
6.8.	Персонал билан меҳнат шартномаси тузиш.....	134
6.9.	Меҳмонхоналар персоналини баҳолаш, аттестациядан ўтказиш, кайта тайёрлаш ва малакасини ошириш ишларини ташкил этиш.	136
VII	МЕҲМОНДЎСТЛИК ИНДУСТРИЯСИДА ИНТЕРНЕТ	
БОБ	ТЕХНОЛОГИЯЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШНИНГ	
	ХАЛҚАРО ТАЖРИБАСИ	
7.1.	Туризмда ахборот технологияси турлари ва уларнинг моҳияти...	139
7.2.	Компьютер тизимида ўринларни бронлаштиришнинг пайдо бўлиш имкониятлари ва эволюцияси.....	141
7.3.	“Amadeus” тизимининг ҳозирги даврдаги ҳолати.....	146
7.4.	“Galileo” тизимларининг янги имкониятлари.....	148
7.5.	Интернетда глобал дистрибьютор тизимининг интеграцияси.....	150
7.6.	Интернет-технологии в туризме.....	152
7.7.	Туристик сайтлар хусусиятлари ва элементлари.....	154
7.8.	Веб – сайтда умумий ахборот. Веб – сайт хусусиятлари.....	155
7.9.	Онлайн–бронлаштиришнинг асосий хорижий туристик сайтлари	160

**VIII
БОБ**

**ХАЛҚАРО МЕҲМОНДЎСТЛИК МЕНЕЖМЕНТИДА
ДИПЛОМАТИК МУНОСАБАТЛАР ВА
ТАШКИЛИЙ МАДАНИЯТ**

- 8.1. Халқаро меҳмондўстлик менежментида давлатлараро дипломатик муносабатларнинг тугган ўрни..... 164
- 8.2. Дипломатик муносабатларни амалга ошириш шакллари..... 167
- 8.3. Меҳмондўстлик соҳасида ташкилий маданият тушунчаси..... 171
- 8.4. Ташкилий маданият шакллари ва уни меҳмондўстлик менежментида жорий қилиш имкониятлари..... 173

**IX
БОБ**

**МЕҲМОНДЎСТЛИК ИНДУСТРИЯСИДА
ХИЗМАТЛАРНИ БОШҚАРИШ**

- 9.1. Меҳмондўстлик саноатининг асосий хизматларини бошқариш... 175
- 9.2. Қўшимча хизматларни ташкил этиш ва тақдим этиш..... 178
- 9.3. Миқдорларга кенг қамровли (комплекс) хизмат кўрсатиш..... 182

**X
БОБ**

**МЕҲМОНДЎСТЛИК СОҲАСИДА ФАОЛИЯТ ЮРИТУВЧИ
ХАЛҚАРО ТУРИСТИК ТАШКИЛОТЛАР**

- 10.1. Туризм соҳасида халқаро ҳамкорлик..... 187
- 10.2. Бутунжаҳон туристик ташкилоти (UNWTO) унинг ташкил этилиши, таркиби ва функцияси..... 189
- 10.3. Жаҳондаги нодавлат, тижорат ва миллий халқаро туристик ташкилотлар..... 193
- 10.4. Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси ва унинг таркиби.... 202
- ХУЛОСА..... 214**
- ГЛОССАРИЙ..... 217**
- Фойдаланилган адабиётлар рўйхати..... 222**

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	12
I ВВЕДЕНИЕ В МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ ГОСТЕПРИИМСТВА	
1.1. Методы и задачи изучения предмета	13
1.2. Суть индустрии гостеприимства	15
1.3. Основные понятия сферы гостеприимства и определение сферы деятельности	22
1.4. Роль и место гостеприимства в сфере услуг	25
II РОЛЬ ТРАНСМИТТАЛЬНЫХ КОМПАНИЙ В ОТРАСЛИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ИХ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	
2.1. Суть транснациональных компаний (ТНК)	29
2.2. Виды деятельности и формы транснациональных компаний	32
2.3. ТНК в гостиничном бизнесе	36
2.4. Влияние туризма ТНК на экономику страны	41
2.5. Влияние на экономику стран, в которых расположены ТНК	44
2.6. Процессы глобализации в международном туризме	46
III ОСОБЕННОСТИ ГОСТЕПРИИМСТВА	
3.1. Гостеприимство как объект управления	52
3.2. Процесс планирования	53
3.3. Стратегическое планирование. Тактическое планирование. Оперативное планирование	54
3.4. Управленческие функции в менеджменте	57
3.5. Функция планирования. Организационная функция	59
3.6. Функция управления. Важнейшая задача управления	61
3.7. Организационная структура. Внешняя среда организации	62
3.8. Классификация факторов окружающей среды.	64
3.9. Политические и правовые факторы. Экономические факторы	65
3.10. Социальные и культурные факторы. Технологические факторы	67
3.11. Организационная структура. Типы организационной структуры	68
3.12. Линейная структура управления. Функциональная структура	69
IV РЕАЛИЗАЦИЯ ОСНОВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ УПРАВЛЕНИЯ В ОТРАСЛИ БОЛЬНИЦЫ	
4.1. Управление маркетингом в индустрии гостеприимства	73
4.2. Управление качеством гостиничных услуг	79
4.3. Управление инновациями в индустрии гостеприимства	83

4.4.	Управление конфликтами в организациях индустрии гостеприимства	88
V	СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА	
5.1.	Современный подход к индустрии гостеприимства	93
5.2.	Состояние тренда индустрии гостеприимства в странах мира	96
5.3.	Тенденции развития индустрии гостеприимства	99
5.4.	Гостиничные сети и бренды индустрии гостеприимства	101
VI	ТРЕБОВАНИЯ К ПЕРСОНАЛУ И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В ОБЛАСТИ ГОСТЕПРИИМСТВА	
6.1.	Сущность и содержание концепций управления персоналом в сфере гостеприимства.	115
6.2.	Потребность в управлении персоналом	116
6.3.	Система управления персоналом в гостиничных организациях	119
6.4.	Эффективное управление персоналом отеля	122
6.5.	Пути улучшения системы управления отелем	124
6.6.	Отдел персонала гостиницы, подбор персонала, расстановка, обучение, требования к ним	128
6.7.	Законодательство о персонале в гостиничном бизнесе	130
6.8.	Особенности трудового договора	134
6.9.	Оценка, аттестация, переподготовка и повышение квалификации персонала гостиницы	136
VII	МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА	
7.1.	Виды информационных технологий в туризме и их значение	139
7.2.	Возможности и эволюция появления резервирования мест в компьютерной системе	141
7.3.	Текущее состояние системы Amadeus	146
7.4.	Современное состояние системы "Galileo"	148
7.5.	Интеграция глобальной системы дистрибуции в Интернете	150
7.6.	Интернет-технологии в туризме	152
7.7.	Технология создания веб-сайта туристского предприятия	154
7.8.	Характеристика и возможности современного "Веб-сайта"	155
7.9.	Основные зарубежные туристические сайты онлайн-бронирования	160

	ДИПЛОМАТИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ И	
VIII	ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА В УПРАВЛЕНИИ	
	МЕЖДУНАРОДНЫМ ГОСТПРИИМСТВОМ	
8.1.	Роль межгосударственных дипломатических отношений в международном гостиничном менеджменте	164
8.2.	Формы осуществления дипломатических отношений	167
8.3.	Понятие организационной культуры в сфере гостеприимства	171
8.4.	Формы организационной культуры и возможности ее внедрения в гостиничный менеджмент	173
IX	УПРАВЛЕНИЕ УСЛУГАМИ В ИНДУСТРИИ ОТРАСЛИ	
9.1.	Управление ключевыми услугами индустрии гостеприимства	175
9.2.	организация и предоставление дополнительных услуг в гостинице	178
9.3.	Комплексное обслуживание клиентов	182
X	МЕЖДУНАРОДНЫЕ ТУРИСТИЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ	
	В ОБЛАСТИ ГОСТЕПРИИМСТВА	
10.1.	Международное сотрудничество в сфере туризма	187
10.2.	Всемирная туристская организация (UNWTO)- ее организация, структура и функции	189
10.3.	Неправительственные, коммерческие и национальные международные туристические организации в мире	193
10.4.	Государственный комитет по развитию туризма и его состав	202
	ЗАКЛЮЧЕНИЕ	214
	ГЛОССАРИЙ	217
	СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	222

CONTENTS

INTRODUCTION	15
I INTRODUCTION TO INTERNATIONAL HOSPITALITY MANAGEMENT	
1.1. Subject, methods and tasks of scientific study	13
1.2. The essence of the hospitality industry	15
1.3. Basic concepts of hospitality and definition of the field of activity	22
1.4. The role of specialists in the field of hospitality	25
II THE PLACE AND ACTIVITIES OF TRANSNATIONAL COMPANIES IN THE HOSPITAL INDUSTRY	
2.1. The essence of transnational companies (TNCs)	29
2.2. Activities and forms of transnational companies	32
2.3. TNCs in the hotel business	36
2.4. Impact of tourism TNCs on the national economy	41
2.5. Impact on the economies of the countries where the TNCs are located	44
2.6. Processes of globalization in international tourism	46
III CHARACTERISTICS OF HOSPITALITY MANAGEMENT	
3.1. Hospitality as an object of management	52
3.2. Planning process	53
3.3. Strategic planning. Tactical planning. Operational planning	54
3.4. Management functions in management	57
3.5. Planning function. Organizational function	59
3.6. Control function. The most important task of management	61
3.7. Organizational structure. The external environment of the organization	62
3.8. Classification of environmental factors	64
3.9. Political and legal factors. Economic factors	65
3.10. Social and cultural factors. Technological factors	67
3.11. Organizational structure. Types of organizational structure	68
3.12. Linear control structure. Functional structure	69
IV IMPLEMENTATION OF MAIN DIRECTIONS OF MANAGEMENT IN THE HOSPITAL INDUSTRY	
4.1. Marketing management in the hospitality industry	73
4.2. Quality management of hospitality services	79
4.3. Innovation management in the hospitality industry	83
4.4. Conflict management in organizations in the hospitality industry	88

V	MODERN TRENDS IN THE HOSPITAL INDUSTRY	
5.1.	A modern approach to the hospitality industry	93
5.2.	The state of trends in the hospitality industry in the world	96
5.3.	Areas of development of the hospitality industry	99
5.4.	Hotel chains and brands in the hospitality industry	101
VI	HOSPITAL REQUIREMENTS AND PERSONNEL MANAGEMENT IN THE FIELD OF HOSPITALITY	
6.1.	The essence and content of the concept of management in the field of hospitality	115
6.2.	The need for personnel management	116
6.3.	The system of personnel management in organizations in the field of hospitality	119
6.4.	Effective hotel management	122
6.5.	Methods of improving the management system of hotel staff	124
6.6.	Hotel Personnel Department, staff selection, placement, training, requirements for them	128
6.7.	Legislation on staffing in the hotel industry	130
6.8.	Concluding an employment contract with staff	134
6.9.	Organization of assessment, certification, retraining and professional development of hotel staff	136
VII	INTERNATIONAL EXPERIENCE OF USING INTERNET TECHNOLOGIES IN THE HOSPITAL INDUSTRY	
7.1.	Types of information technology in tourism and their essence	139
7.2.	Possibilities and evolution of booking seats in the computer system	141
7.3.	The current state of the Amadeus system	146
7.4.	New features of Galileo systems	148
7.5.	Integration of the global distributor network on the Internet	150
7.6.	Internet technologies in tourism management	152
7.7.	Features and elements of tourist sites	154
7.8.	Web - general information on the site. Website features	155
7.9.	The main foreign travel sites for online booking	160
VIII	DIPLOMATIC RELATIONS AND ORGANIZATIONAL CULTURE IN INTERNATIONAL HOSPITALITY MANAGEMENT	
8.1.	The role of interstate diplomatic relations in international hospitality management	164
8.2.	Forms of diplomatic relations	167
8.3.	The concept of organizational culture in the field of hospitality	171

8.4.	Forms of organizational culture and opportunities to introduce it in hospitality management	173
IX	MANAGEMENT OF SERVICES IN THE HOSPITAL INDUSTRY	
9.1.	Management of the main services of the hospitality industry	175
9.2.	Organization and provision of additional services	178
9.3.	Extensive customer service	182
X	INTERNATIONAL TOURISM ORGANIZATIONS IN THE FIELD OF HOSPITALITY	
10.1.	International cooperation in the field of tourism	187
10.2.	World Tourism Organization (UNWTO) its organization, composition and function	189
10.3.	Non-governmental, commercial and national international tourism organizations in the world	193
10.4.	State Committee for Tourism Development and its composition	202
	CONCLUSION	214
	GLOSSARY	217
	LIST OF REFERENCES	222

КИРИШ

Бугунги кунда туризм иқтисодиётнинг энг динамик соҳаларидан бири ҳисобланади. Унинг тез суръатларда ўсиши катта ҳажмдаги валюта тушумлари иқтисодиётнинг турли соҳаларига фаол таъсир кўрсатади. Бу эса туризм саноатининг шаклланишига имкон беради. Туризм соҳаси ҳисобига жаҳон ялпи маҳсулотининг 6 фоизи, инвестицияларнинг 7 фоизи ва ҳар 16 иш ўрнининг биттаси тўғри келади. Ушбу ҳолатлар туризм соҳасининг ўзгаришларини акс эттириб, буларни амалга оширишга меҳмонхоналар ва улардаги бошқарув жараёнлари сабаб бўлади. Хусусан, ғарб давлатларида меҳмонхона корхоналарини бошқариш бўйича кўп йиллик тажрибалар тўпланган. Аввало, меҳмонхона саноати корхоналари фаолиятини хориж тажрибасини ўрганиш меҳмонларга хизмат кўрсатиш сифатини яхшилашда катта роль ўйнайди. Бу борада Ўзбекистондаги меҳмондўстлик саноати ўзига хос шароитда фаолият кўрсатишини эътиборга олиш керак.

Мамлакатда туризм соҳасининг ривожланишида сайёҳлик бизнесининг ўрни муҳимдир. Натижада, сайёҳлик соҳасининг ривожланиши валюта тушумларини кўпайтиради ва иқтисодиёт секторларига фаол таъсир кўрсатади ва сайёҳлик индустриясини шакллантиради. Бунинг учун бугунги кунда меҳмондўстлик саноатини кенг тараққий қилдириш лозим бўлиб, бу борада меҳмондўстлик муносабатларини самарали амалга ошириш талаб қилинади. Шу боис, “Халқаро меҳмондўстлик менежменти” курсини ўрганиш меҳмондўстлик муносабатларини амалга оширишни таъминлашга қаратилган. Ҳамда курснинг долзарблиги туризм саноати соҳасида энг яхши бошқарув қарорларини қабул қилиш, меҳмонхоналарни бошқарув жараёнларини такомиллаштириш ва меҳмонхона хизматларини кўрсатиш самарадорлигини оширишдан иборат.

Меҳмондўстлик муносабатларини амалга ошириш янги вазифаларни юзага келтиради. Бунинг учун эса доимий равишда хизмат кўрсатиш сифатини бошқариш, уни кенгайтиришга эътибор қаратиш ва биноларни қайта таъмирлаш, янги технологияларни киритиш муҳим аҳамиятга эга.

I БОБ. ХАЛҚАРО МЕҲМОНДЎСТЛИК МЕНЕЖМЕНТИ ФАНИГА КИРИШ

1.1. Фанни ўрганишнинг предмети, усуллари ва вазифалари

Маълумки, кейинги йилларда Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш билан боғлиқ бўлган масалаларга катта эътибор берилиб, унинг туристик салоҳиятидан самарали фойдаланиш йўллари шаклланимоқда. Туризмда таркибий ислохотлар ва иқтисодий ва модернизациялашни янада чуқурлаштириш, унинг кўламини кенгайтириш билан боғлиқ масалаларнинг назарий ва амалий томонларини ўрганишда “Халқаро меҳмондўстлик менежменти” фани алоҳида ўрин тутди. Чунки, “Меҳмонхона хўжалигини ташкил этиш ва бошқариш” бакалавриат таълим йўналиши бўйича кадрлар тайёрланимоқда. Бу борада туризм соҳасидаги олий ўқув юртлири Давлат таълим стандартлари ва ўқув режадаги ихтисослик фанлар блокида турган “Халқаро меҳмондўстлик менежменти” фанини ўқитиш муҳим аҳамиятга эгадир.

“Халқаро меҳмондўстлик менежменти” фани умумқасбий фанлар блокига киритилган курс ҳисобланиб, “Меҳмонхона хўжалигини ташкил этиш ва бошқариш” таълим йўналишида ўқитилиши режалаштирилган. Мазкур фан бошқа иқтисодий фанларнинг назарий ва услубий асосини ташкил қилиб, ўз ривожига аниқ йўналишдаги иқтисодий фанлар учун замин бўлиб хизмат қилади.

Фаннинг предмети бўлиб, “Халқаро меҳмондўстлик индустрияси” фанини ўрганиш жараёни, яъни фанни турли усуллар ёрдамида кенг тадқиқ қилишга қаратилган аниқ мақсадли фаолияти саналади. Фанни турли усуллар ёрдамида ўрганиш методологиянинг таркибий қисми ҳисобланиб, у икки асосий мазмунга эга бўлади. Бу, биринчидан, фаолиятда қўлланиладиган маълум усуллар тизими ҳамда иккинчидан, тизим ҳақидаги таълимот ёки метод назариясидир. Усул деганда у ёки бу шаклда маълум қоида, тартиб, ҳаракат ва билим мезонларининг йиғиндиси тушунилади. У тамойил ва талаблар тизими бўлиб, бу туризм субъектини аниқ вазифани бажариш ва фаолиятнинг шу соҳасида маълум натижаларга эришиш

сари йўналтиради. У бирор бир туристик фаолиятни амалга оширишда вақт ва кучни тежаб, мақсадга энг яқин ва осон йўл билан етишишга ёрдам беради.

Шуни айтиш лозимки, фанни жамиятда ўрганиш ва унга қизиқиш узоқ тарих ва қизиқарли жараён билан ҳам боғлиқ бўлган. Буни ананас мевасининг истеъмоли билан изоҳланади. Чунки, ананас меваси дўстлик ва меҳмондўстлик сифатларининг бой ва романтик анъаналарини ўзида мужассамлаштирган. Бу ажойиб мева тури XVII асрдаги европалик илк саёҳатчилар томонидан Ғарбий Ҳиндистондан олиб келинган. Бу илк маротаба бўлмаса-да, бу мевани етиштириш Европада камайиб қолган ва деярли унутилган эди. Шу вақтдан бошлаб, европада ананас етиштирилиб, тансиқ мевалар сафидан жой олди ва юқори табақадаги инсонларни меҳмон қилганда дастурхонга тортилган эди. Кейинроқ, бу мева билан Америка қитъасининг шимолий ярми танишди. Худди Европадагидек, у меҳмон кутиш анъанасининг бўлагига айланди. Ананаслар эпик ва дарвозалар олдида безак қилиб қўйилиб, дўстлар ва танишлар учун “Хуш келибсиз! Қадамингизга ҳасанот! Ўз уйингиздек ҳис қилинг” каби маъноларни билдирган эди.

“Халқаро меҳмондўстлик менежменти” фанининг асосий мақсади — талабалар томонидан меҳмондўстлик индустриясида фаолият юритаётган корхоналарини ташкил этиш ва бошқаришнинг асосий принциплари ва усуллари ишлаб чиқиш ва замонавий шароитларда бизнесни муваффақиятли жорий этиш учун зарур бўлган амалий кўникмаларни эгаллаш ҳисобланади. Бундан ташқари, меҳмонхоналар ва ресторан, умумий овқатланиш корхоналарини бошқаришнинг таракқиёт йўли, тажрибаси, таҳлили, ҳозирги кундаги муаммоларини, иқтисодий, сиёсий, маънавий ва ижтимоий аҳамиятини ёритиб бериш ҳамда Ўзбекистон ва жаҳон туризмида бошқарувнинг сиёсий-иқтисодий илдизларини ўрганишдан иборат. Ҳамда фanning асосий вазифалари - меҳмондўстлик соҳасидаги менежментнинг асосий йўналишларини шакллантириш, меҳмонхона ва ресторан бизнесида хизмат кўрсатиш маданияти, сифати ва корхоналар самарадорлигини ошириш йўллари

аниқлаш, раҳбарнинг ишини кучайтириш, ходимларни ёллаш ва жойлаштириш усулларини ўрганишдир.

“Халқаро меҳмондўстлик менежменти” фанини ўрганиш жараёнида халқаро меҳмондўстлик индустриясини таҳлил қилиш ва ушбу соҳани мамлакатимизда ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратилади. Шулардан келиб чиқиб, фаннинг йўналишлари қуйидагилар билан белгиланади:

туризм ва меҳмонхона
ривожланишини
бошқаришнинг моҳиятини
очиқ бериш

туристик фирма ва бевосита
туристик фаолият билан
шугулланадиган ташкилотлар,
ресторан, меҳмонхоналарни замон
талаби даражасида бошқаришнинг
назарий асосларини ўргатиш

туристик фирмаларни
бошқаришдаги мавжуд
муаммоларни ўз вақтида
ечимини топиш ва иқтисодий
ривожланишини таъминлаш
йўллари ўрганиш

дунёдаги глобалъ ўзгаришлар
шароитида туристик фирмалар ва
меҳмонхона хўжаликларини
бошқариш имкониятларини
аниқлаш

1.1-расм. Фаннинг асосий йўналишлари

Фаннинг асосий йўналишлари доирасида меҳмондўстлик ҳамда туризм индустриялари, бугунги кунда дунёдаги энг салмоқли ва тез суръатларда ривожланаётган саноат соҳаларидан бири ҳисобланади. Бу тармоқларнинг алоҳида ўзига хос жиҳати, ундаги касблар сонининг ниҳоятда кўплигидадир. Унинг кенг қамровли тараққиёти эса кўплаб мамлакатлар учун катта даромад манбаига айланган.

1.2. Меҳмондўстлик индустриясининг моҳияти

Туризм соҳасида меҳмондўстлик муносабатларини амалга оширида меҳмондўстлик индустрияси муҳим ўрин эгаллайди. Меҳмонхона индустрияси иқтисодий фаолиятнинг бир тури сифатида муайян ҳақ эвазига меҳмонхона, мотел, кемпинг, пансионат ва бошқа жойлаштириш воситаларида қисқа муддатли жойлаштиришни ташкиллаштириш амалга оширилади. Жойлаштириш воситаси кишиларнинг бирор-бир мақсадини амалга ошириш мақсадида вақтинчалик яшаши учун мўлжалланган ихтиёрий объект ҳисобланади. Шу боис, меҳмондўстликнинг бугунги индустрияси

SAMARGAND QITSCOD
VA SERVIS INSTITUTI
AXBOROT RESURS MARKAZI

регион ёки туристик марказ хўжалигининг энг кучли тизими ва туризм иктисодиётининг муҳим таркибий қисмидир¹.

Меҳмонхона индустрияси ёки меҳмонхона саноати таркибида меҳмонни қабул қилиш индустриясининг асосида унинг коллектив ва индивидуал жойлаштириш гуруҳларига ажратилган ҳолда турли хилдаги отел, меҳмонхона, мотел, хостел ва ётоқхона, апартамент ҳамда туристларни жойлаштиришда иштирак этувчи хусусий сектор воситалари ташкил қилади.

Меҳмондўстлик тушунчаси инсониятнинг фундаментал тушунчасига киради. Айрим луғатларда меҳмондўстлик саноати меҳмонларга нисбатан дўстона муносабат билан ажралиб турадиган меҳмондўстлик тамойилларига асосланган хизмат кўрсатиш шаклларида иборат бўлган тадбиркорлик соҳаси саналади. Шунга асосан, меҳмондўстлик саноатини меҳмонларни қабул қилиш ва уларга хизмат кўрсатиш билан боғлиқ бўлган хизматлар бозорида ихтисослашган турли шаклдаги тадбиркорлик шакли, деб талқин қилинади. Ҳамда меҳмондўстлик меҳмон ёки мижозда корхона ёки меҳмонхона, турфирма, ресторан, кафе ва бошқалар ҳақида шаҳардаги энг яхши деган тушунча ва тасаввур ҳосил қилувчи фаолият кўриниши бўлиб ҳисобланади.

Ўзбек тилининг изоҳли луғатига мувофиқ, меҳмондўстлик “меҳмондўстга хос ҳислат, ҳатти-ҳаракат ва меҳмон кутишни ўрнига қўйиш”, деган маънони билдиради. Ҳозирги кунда меҳмондўстлик билан қилинган ташрифлар хонадонларда эмас, балки меҳмонхоналарда тунаш ва дам олиш билан боғлиқ равишда амалга оширилмоқда. Шу туфайли, меҳмондўстлик ва туризм атамаларини иктисодий адабиётларда бир-бири билан боғлиқ ҳолда қўлланилмоқда.

Бу борада олимларимиз томонидан меҳмондўстлик ўрнига “меҳмоннавозлик” ибораси ишлатилмоқда. Бундан кўринадики, меҳмондўстлик тушунчасининг табиатини очиб бериш туризмнинг назарий масалаларини яхшироқ талқин қилишда муҳим аҳамият касб этади. Бунинг учун ҳар бир тушунчанинг таърифини ишлаб

¹ Tuxliyev I.S., Pardayev M.Q. Turizmда xizmat ko'rsatishni rivojlantirish - aholi bandligini oshirish manbai. - T., 2008. – 23 b.

чиқиш ва таҳлил қилишни тақозо этади. Меҳмондўстлик ҳозирги кунда туризмда кўрсатиладиган хизматларнинг тури бўлиб, маълум даражада тадбиркорлик аломатларига эга бўлади. Шуларга асосан, меҳмондўстлик меҳмонларни жойлаштириш, овқатлантириш, транспортда ташиш, экскурсия қилдириш, конференция ўтказиш ва кўнгилочар каби хизматларни амалга ошириш билан боғлиқ муносабатлар мажмуи, бўлиб ҳисобланади.

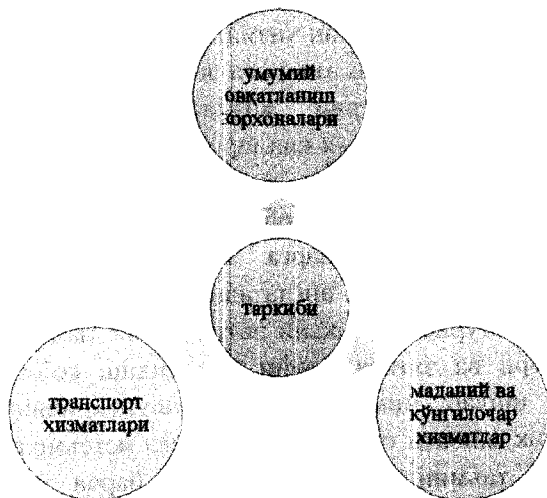
Меҳмондўстлик меҳмонларга хушмуомала бўлишни ёки меҳмонларни кутиб олишни англатади. Бошқача қилиб айтганда, ушбу концепция туристга шахсий эътиборнинг намоён бўлиши ва унинг истаклари ва эҳтиёжларини ҳис қилиш қобилияти билан хизматларни ишлаб чиқариш, деб тушунтирилиши мумкин. Меҳмондўстлик саноати туристни потенциал истеъмолчи сифатида уй шароитини таъминлаш ва мижознинг барча эҳтиёжлари ва талабларига жавоб берадиган муҳитни яратишдир.

Меҳмондўстлик саноатининг вазифаси Ўзбекистонга келадиган хорижлик меҳмонлар маиший ноқулайликларга дуч келмаслигини таъминлашдан иборат. Меҳмондўстлик туризмнинг бир қисми сифатида мазкур соҳанинг ривожланиши учун катта аҳамиятга эга. Шу боис, меҳмондўстлик индустриясини ташкил қилиш туризм соҳасининг барқарор ривожланишини таъминлайди.

Меҳмондўстлик индустрияси турли меҳмонхона корхоналари, яъни жойлаштириш хизматларини кўрсатувчи тармоқларда шаклланган.

Меҳмондўстлик индустрияси жаҳон миқёсида ривожланиб, туризм соҳасининг ривожланишига муҳим замин бўлиб хизмат қилмоқда. Бу борада Бутунжаҳон туризм ташкилоти томонидан саёҳат ва туризмнинг дунёнинг 185 та мамлакати ва 25 та географик ёки иқтисодий минтақалари учун иқтисодий ва иш билан таъсири тўғрисидаги ҳисоботлар тайёрланган. Унга асосан, ташкилотнинг сўнгги йиллик тадқиқотларида саёҳат ва туризм секторининг 2019 йилда 3,5 % ўсишга эришганини, тўққизинчи йил кетма-кет дунё иқтисодиёти ўсишидан 2,5% ни ортда қолдирганлигини кўрсатилади.

Мехмондўстлик соҳаси таркибига қуйдагилар киради:



1.2-расм. Мехмондўстлик соҳасининг таркиби

Ҳамда сўнги беш йил ичида сектор томонидан ҳар тўртинчи янги иш ўринлари яратилди. Худудларни кенг қамраб олиш ва меҳнат бозорининг тез ўсиши билан бирга меҳмондўстлик саноати юқори даромад келтиради. 2019 йилда саёҳат ва туризмга бевосита ва билвосита таъсир кўрсатадиган таъсирлар қуйдагилар бўлиб ҳисобланади:

- жаҳон ЯИМда туризм соҳасининг ҳажми 8,9 трлн. долларни ташкил этди;

- туризм соҳасининг улуши жаҳон ЯИМнинг 10,3 %ини ташкил қилди;

- туризм орқали 330 млн. иш ўринлари яратилди ва бу дунё бўйлаб ҳар 10 ишдан биттасига тўғри келади;

- туристик экспорт ҳажми 1,7 трлн. долларга тенг бўлди ва бу жами экспортнинг 6,8 % ва глобалъ хизмат экспортининг 28,3 % ини ташкил қилади;

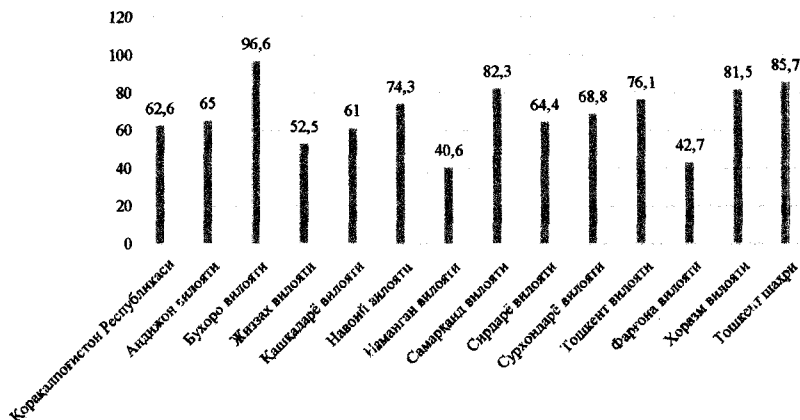
- капитал қўйилмаларнинг ҳажми 948 млрд. долларга тенг бўлди ва бу жами инвестицияларнинг 4,3 % ини ташкил этади.

Ҳар йили 1 млрд. нафардан киши одам бошқа мамлакатларга ташриф буюради. 2030 йилга келиб, бу рақам 1,8 млрд. нафарга кўпаяди. Сайёҳлар сони билан бир қаторда иш ўринларининг сони ҳам кўпайди. 2026 йилга келиб, меҳмондўстлик саноатида 370 млн. мутахассис ёки дунёда ҳар 9 кишидан биттаси ишлайди. 2022 йилга келиб, туризмдан олинadиган жами даромад 4,2 фоизга ўсади.

Республикаимизда меҳмондўстлик индустриясининг ривожланиши ўзига хос хусусият касб этади. 2019 йилда Ўзбекистонга жами 6748500 нафар сайёҳлар ташриф буюрган. Уларнинг таркибида 51,3 фоизини 31-55 ёшдаги кишиларни, 20,2 фоизини 55 ёш ва ундан юқори ёшдаги шахсларни, 19,5 фоизини 19-30 ёшдагилар ва 9,1 фоизини 0-18 ёшдалилар ташкил қилади. Энг кўп сайёҳ Марказий Осиё минтақасидан ташриф буюрган бўлиб, уларнинг сони 5764500 нафар кишига етган. МДХ мамлакатларидан келганлар сони 495600 кишини ташкил қилган. Узоқ хорижий мамлакатлардан ташриф буюрган меҳмонлар сони 488400 минг нафар кишидан иборат.

Сайёҳларнинг аксарияти Қозоғистон, Тожикистон, Қирғизистон, Туркменистон, Россия Федерацияси, Туркия, Афғонистон, Хитой, Корея Республикаси ва Ҳиндистон каби давлатлардан ташриф буюрган. Ўзбекистонга ташриф буюрганлар орасида қариндош-уруғ ва дўстларини кўришга келганлар улуши 81,8 фоиз ва дам олиш учун келганлар улуши 15,5 фоизни ташкил этади. Бошқа сабаблар, яъни даволаниш, харид ва бизнес учрашувларда иштирок этиш ҳамда таълим олиш мақсадида келган хорижий туристлар сони 2,7 фоизни ташкил қилади. 2019 йилнинг якунига кўра, туристик хизматлар экспорти кўрсаткичи 1 млрд. 313 млн. АҚШ долларини ташкил қилади.

Жойлашув воситаларининг сони жами 1188 тадан иборат бўлиб, шундан 833 таси меҳмонхоналар, 214 таси хостеллар ва 141 таси бошқалар. Худудлар кесимида жойлашув воситаларининг юкланиш даражаси қуйидагича:



1.3-расм. Ўзбекистон Республикаси ҳудудларида жойлаштириш воситаларининг юкланиш даражаси, фойзда

Мамлакат туризм салоҳиятини дунё жамоатчилиги орасида кенг тарғиб қилиш мақсадида АҚШ, Япония, Германия, Италия, Хитой, Индонезия, Россия ва бошқа мамлакатлар оммавий ахборот воситаларидан 160 дан ортиқ вакиллариининг ташрифи ташкиллаштирилди. Анъанавий тарғибот усуллари билан бирга тарғиботнинг замонавий усулларида фойдаланилмоқда. Хусусан, 17-21 декабрь кунлари Япониянинг Токио шаҳридаги Сибуйа майдонида Ўзбекистон туризм салоҳиятини тарғиб қилувчи видеоролик намойиш қилинди.

Ўзбекистонга сайёҳларни жалб қилишда турли оммавий-маданий кўнгилочар тадбирларнинг аҳамиятини ҳисобга олиб, 2019 йилдан бошлаб, ҳар бир ҳудуднинг ўзига хослигидан келиб чиққан ҳолда турли оммавий тадбирлар ташкил этилди. Жумладан, биринчи маротаба ташкил этилган Зиёрат туризми форуми (Бухоро вилояти), Бахшичилик санъати фестивали, Археология форуми (Сурхондарё вилояти), Баҳодирлар ўйини (Хоразм вилояти), “Мўйноқ” авторалли, “Стихия” мусиқа фестивали (Қорақалпоғистон Республикаси), МДХ туризм ярмаркаси (Самарқанд вилояти), Геотуризм форуми, Анор фестивали (Қашқадарё вилояти), Електрон мусиқа фестивали, гастрономик фестиваль, “World Influencers Congress” (Тошкент шаҳри) каби йирик тадбирлар ўтказилди.

Вазирлар Маҳкамаси томонидан тасдиқланган MICE туризмни ривожлантириш бўйича чора-тадбирлар режаси доирасида ҳудудлардаги MICE тадбирлари учун салоҳиятли объектлар ўрганилиб, уларнинг ягона реестри шакллантирилди ва “Meetings & Events Catalogue” каталоги ишлаб чиқилди. Бундан ташқари, ҳозирги кунда ушбу тадбирларни мувофиқлаштириш мақсадида Қўмита тузилмасида Конгресс ва кўргазмалар маркази ташкил этилмоқда².

Қабул қилинган чора-тадбирлар натижасида республикамызда 2019 йил давомида 5,9 минг хонага эга жами 274 жойлаштириш воситалари барпо этилди. Бугунги кунда 26 мингдан ортиқ хонага эга жами 1188 та жойлаштириш воситалари фаолият юритмоқда.

Шу давр мобайнида оилавий меҳмон уйлари томонидан жами 84,7 минг меҳмонга хизмат кўрсатилди, улардан 60,1 минг нафари хорижий туристларни ташкил қилади. Асосан, узоқ қишлоқ жойларида жойлашган мазкур меҳмон уйлари томонидан умумий ҳисобда 22,8 млрд. сўмдан ортиқ миқдорда хизматлар кўрсатилди.

1.1-жадвал.

Ҳудудлар кесимида жойлаштириш воситаларидаги хоналар сони³

Ҳудудлар номлари	Йиллар		Ўсиш, % да
	2018	2019	
Тошкент шаҳри	7140	8804	+23,3%
Бухоро вилояти	2184	2945	+35,0%
Тошкент вилояти	1516	2542	+67,7%
Самарқанд вилояти	2277	2522	+10,8%
Хоразм вилояти	1350	1797	+33,1%
Навоий вилояти	732	1354	+85,0%
Қашқадарё вилояти	1181	1297	+9,8%
Фағона вилояти	742	1124	+51,5%
Сурхондарё вилояти	794	1003	+26,3%
Наманган вилояти	500	815	+63,0%
Қорақалпоғистон Республикаси	597	599	+0,3%
Жиззах вилояти	493	580	+17,6%
Андижон вилояти	507	521	+2,8%
Сирдарё вилояти	203	244	+20,2%

² <https://uzbektourism.uz/uz/newnews>

³ Туризмни ривожлантириш давлат қўматасининг 2019 йил якунлари маълумотлари.

Ўтган йил мобайнида 499 та янги туроператор ўз фаолиятини бошлади. Мамлакатда туристлар оқимининг ошиши ва уларнинг қолиш муддатини сўнгги икки йил мобайнида 2,3 кундан 3,2 кунгача узайиши билан жойлаштириш воситаларининг бандлик даражаси 84 фоизга (2019 йил) ортди.

Умуман олганда, меҳмондўстлик менежменти меҳмондўстлик соҳасидаги менежмент ҳисобланиб, бунга барча даражада ва соҳалардаги тадбиркор ва раҳбарлар: меҳмонхона ва ресторан менежерлари, савдо ва маркетинг бўйича раҳбар, ошпаз, бренд менежер ва молия бўйича мутахассислар киради. Меҳмондўстлик индустриясининг жадал ривожланишида менежерларга юқори сифатли таълим, иш тажриба, чет тилларини билиши ва яхши алоқалар қилиш каби талаблар қўйилади. Ҳамда меҳмондўстлик саноати киши фаолиятининг туризм, меҳмонхона ва ресторан бизнеси, умумий овқатланиш, дам олиш ва кўнгил очиш, конференция, семинар ва кўргазмаларни ташкил этиш, спорт, музей, кўргазма, экскурсия фаолияти, касбий таълим соҳаси каби профессионал соҳаларини бирлаштиради.

1.3. Меҳмондўстлик соҳасининг асосий тушунчалари ва фаолият соҳаси таърифи

Иқтисодиётнинг бошқа соҳалари сингари меҳмондўстлик саноати рақобатбардошлигини таъминлайдиган маълум тузилиш ва яхлитликка эгадир. Меҳмондўстлик соҳаси таркибига умумий овқатланиш корхоналари, транспорт хизматлари ва маданий ва кўнгилочар хизматлар кабилар киради. Аввало, меҳмондўстлик индустрияси туризм индустриясига қараганда кенгрокдир. Ушбу икки фаолият йўналиши асосида “меҳмондўстлик” тушунчаси, яъни меҳмонларга нисбатан сахийлик ва дўстона муносабат мавжуд бўлади.

Меҳмондўстлик соҳасининг фаолият соҳаси қуйидаги соҳалар билан таснифланади. Яъни, ушбу тасниф меҳмондўстлик индустриясининг структурасини акс эттиради ва уларга соҳада қўлланиладиган бир қатор тушунчалар қўлланилади.



1.4-расм. Меҳмондўстлик индустриясининг структураси

Меҳмондўстлик соҳасида унинг мазмуни ва асосий хусусиятларини ёритувчи қуйидаги тушунчалар қўлланилади:

- **меҳмонхона индустрияси** - бу корхоналарнинг ўзига хос мажмуаси бўлиб, унинг уз ишлаб чиқариш маданияти мавжуд ва бу маданият яхши ёки ёмон таъсир қилиши мумкин.

- **меҳмондорчиликда менежмент** - туризм менежментидаги меҳмондорчилик бошқарув тизимининг ишини тадқиқ қилади.

- **меҳмонхона** - турист ва экскурсантларга тунаш учун вақтинчалик бериладиган жой бериш ва уларга шу жойда хизмат кўрсатишдир. Аниқроқ қилиб айтганда, меҳмонхона уйдан ташқаридаги кишиларга комплекс хизматлар кўрсатувчи ҳамда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматларини кўрсатувчи корхона ҳисобланади. Меҳмонхона – уйдан ташқаридаги одамларга комплекс хизматлар кўрсатувчи корхона бўлиб, улар орасида жойлаштириш ва овқатлантириш хизматлари тенг даражада муҳим хизматлардир.

- **меҳмонхона хизмати** - меҳмонхона миқозларига махсус хона ёки меҳмонхона номерларининг фойдаланишга берилиши ҳамда уларга муҳим вазифа шаклида меҳмонхона ходимлари томонидан бевосита хизматларни кўрсатиш фаолиятидир. Унинг таркибий қисми меҳмонхона номерлари бўлиб, у меҳмонхонада яшайдиган меҳмоннинг дам олиши, ухлаши ва ишлаши учун мўлжалланган кўп функцияли хоналарнинг мажмуидир. Бу хизматга хизмат кўрсатиш ва фойдаланиш жараёнларининг бир вақтда содир бўлмаслиги,

сақлаш имкониятларининг чекланганлиги, меҳмонхона хизматларининг муддатли хусусиятга эгаллиги, хизмат кўрсатиш жараёнига меҳмонхона ходимларининг кенг жалб қилиниши, меҳмонхона хизматларига бўлган талабнинг мавсумий хусусиятга эгаллиги ҳамда меҳмонхона хизматлари ва саёҳат мақсадларининг ўзаро боғлиқлиги кабилар хос.

- **жойлаштириш хизмати** мижозларга махсус хоналарни (меҳмонхона номерлари) фойдаланишга бериш ва уларга муайян хизматларни кўрсатиш ҳамда бу вазифа меҳмонхона ходимлари томонидан бевосита амалга оширилади.

- **овқатлантириш хизмати** ишлаб чиқариш (ошхонада овқат тайёрлаш), савдо (тайёр таомлар, спиртли ва спиртсиз ичимликларни сотиш), сервис (ресторан, бар, кафе, меҳмонхона номерларида официантлар томонидан меҳмонларга хизмат кўрсатиш) жараёнларидан таркиб топади.

- **қўшимча ёки бошқа хизматлар** бассейн, спорт зали, конференц зал, музокаралар зали, автомобилларни ижарага бериш, кимёвий тозалаш, кир ювиш, сартарошхона, массаж кабинети хизматлари ва бошқа шунга ўхшаш хизматлардир.

- **“юлдузлар” тизими** - меҳмонхоналарнинг шинамлик даражасини белгиловчи (бир юлдуздан беш юлдузгача) мезон бўлиб, у кўпинча Европа ва Шимолий Америка мамлакатлари томонидан меҳмонхоналар классификацияси тизимида амалда қўлланилади.

- **меҳмонхоналар занжири** - ўзида отеллар гуруҳи (иккита ундан кўп)ни мужассамлаштирган умумий раҳбарликка, маҳсулотлар ҳаракати ва савдо маркази концепциясига эга бўлган корхоналардир.

- **номер** - бино, битта ёки бир нечта хоналардан иборат бўлиб, турли категориялардаги меҳмонхонага қўйиладиган талаблар бўйича бир кишилик ёки кўп ўринли ва зарур барча жиҳозлар билан таъминланган.

- **кадрлар** - меҳмонхонанинг штатида турган ходимларнинг асосий малакали таркиби.

- **франчайзинг** меҳмонхона индустриясида хўжалик юритиш тизими сифатида кенг қўлланилади. Унинг моҳияти шундан

иборатки, бунда компания четдан маблағ жалб қилади ва у ёрдамида ўзининг маблағига ривожланишдан кўра анча тезроқ ривожланади. Компания ўзида лицензияни саклаб қолган ҳолда маълум бир ҳуқуқлардан фойдаланади. Масалан, ўзининг савдо белгиларини, амалдаги технологияни, услубларни, бандлаштириш тизимини, синалган маркетинг тадқиқотларини, чегирмалар тизимини ва ҳоказоларни ишлатиш ҳуқуқига эга.

- **бошқарув усули** - қўйилган мақсадга эришиш учун бошқариладиган объектга таъсир этиш усуллари ва методлари жамланмаси.

- **бошқарув психологияси** - амалий психология тармоғи, бошқарув фаолияти психологик қонуниятларини ўрганади. Бошқарув психологиясининг асосий вазифаси бошқарув фаолияти хусусиятлари, унинг самарадорлигини ошириш ва психологик шароитларини таҳлил қилиш билан боғлиқ.

- **бошқарув қарори** - бошқарув меҳнатининг асосий тури, бошқарув ҳаракатининг мантикий кетма-кетлиги ва мақсадга қаратилган ўзаро боғлиқлиги жамланмаси.

- **бошқариш сифати** - бошқарув тадбирлари тизими, чиқарилаётган маҳсулот сифатини ошириш ва унинг стандартга мос келиши муаммосини ҳал қилишга қаратилган.

1.4. Меҳмондўстлик соҳасидаги мутахассисларнинг роли

Меҳмондўстлик саноати инсон фаолиятининг турли қуйидаги касбий фаолият соҳаларини бирлаштиради:

- туризм;
- меҳмонхона ва ресторан бизнеси;
- умумий овқатланиш;
- дам олиш ва кўнгли очиш;
- конференция, семинар ва кўргазмаларни ташкил этиш;
- спорт ва музей;
- кўргазма, экскурсия фаолияти ва касбий таълим соҳаси.

Мазкур соҳаларда инсон мутахассислар сифатида қаралади. Сўнгги йилларда меҳмонхона саноатида янги технологияларнинг

қўлланилиши иш жойларининг қисқаришига олиб келди. Бу эса меҳнатни ташкил этишнинг муқобил усуллари қўлланиши ва бошқарувда ижодий ва новаторча ёндашувларнинг кўпайишига сабаб бўлди. Бу эса мутахассис-ходимларни бошқариш соҳасини ривожлантиришга замин яратади. Меҳмондўстлик соҳасида уларни бошқаришда асосий эътибор мутахассислар ва уларнинг иш фаолиятига эътибор қаратилади.

Хорижий мамлакатларда мутахассис-ходимлар етакчи-лидерлар сифатида муҳим ўрин тутиб, уларнинг моддий таъминоти такомиллашган. Хусусан, PayScale портали қуйидаги турли соҳалардаги етакчиларнинг ўртача йиллик иш ҳақини санаб ўтади:

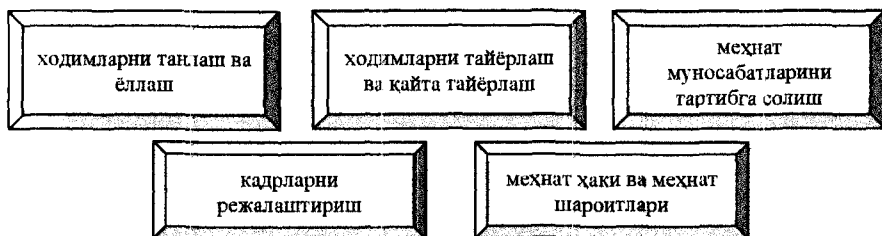
- меҳмонхона менежери (hyatt) – 83000 \$;
- конференция мутахассиси (four seasons) – 53190 \$;
- ҳисоб менежери (hsbc) – 78029 \$;
- бренд менежери (hilton) – 91537 \$.

Мазкур даромадга эга бўлган мутахассислар қўйилган талабларга жавоб бера оладилар. Ҳамда ходимлар фаолияти билан тизим доирасидаги бир унсур бўлиб ҳисобланади. Яъни, меҳмондўстлик соҳасидаги мутахассис-ходимларни бошқариш ходимларни танлаш, уларни тайёрлаш ва қайта тайёрлаш, улар ўртасидаги муносабатлар ва уларни рағбатлантиришни ўз ичига олади. Бироқ, катта меҳнат сарфини талаб қиладиган меҳмонхона саноатида мутахассислар компаниянинг энг муҳим фаол қисми ҳисобланади. Бинобарин, ходимларни бошқариш мазкур қудратли активларни мувофиқлаштириш вазифасини бажаради ва компания менежменти тизими ва услубини тарқатиш ва ривожлантириш ишига қўшилган катта ҳисса ҳисобланади.

Меҳмондўстлик соҳасида мижозларнинг талабларига жавоб берадиган мутахассис-ходимларни тўғри танлаш жуда муҳим саналади. Кўпгина ходимлар мижозлар билан бевосита алоқа қиладиган ва ташкилотнинг асосий мақсадларига эришиш жараёнига ўз-ўзидан жалб этилади, хизмат кўрсатиш сифати уларнинг маҳорати ва онглилик даражасига ҳам боғлиқ бўлади. Хизматлар кўрсатиш соҳасида мижозларни қаноатлантиришга ходимларнинг ҳушмуомалалиги ва жонқуярлиги билан эришиш мумкин.

Мутахассисларни самарали бошқариш ходимларни бошқаришнинг муҳим функциясига айланади. Ҳамда бошқариш табиати бизнеснинг самарадорлиги асосида муайян аъзоларнинг ютуқлари белгиланади. Маънавий муҳит ва меҳнатдан қаноатланишни яхшилаш каби ҳис қилинмайдиган фойдани ҳисобга олиш керак. Ходимлар ҳуқ-атвори ва малакасига, меҳмондўстлик саноатидаги корхонанинг самарали фаолиятига ходимларни бошқариш хизматининг оқилона сиёсати ва самарали фаолияти ижобий таъсир кўрсатиши мумкин.

Меҳмондўстлик соҳасидаги мутахассис-ходимларни бошқариш департаменти фаолият юритади ва уларнинг вазифаларига қуйидаги масалаларни ҳал қилиш қиради:



1.5-расм. Мутахассис-ходимларни бошқариш департаментининг вазифалари

Меҳмонхона саноатида ишлаш тажрибасига эга бўлган яхши ўргатилган мутахассис-ходимларга зарурият ва ишчи кучи қўнимсизлиги даражасининг юқорилиги кадрларни оқилона режалаштиришнинг долзарблигини белгилайди. Кадрларни режалаштириш корхонани бошқариш жараёнида бошқа иқтисодий ресурсларни режалаштириш каби муҳим аҳамият касб этди. Бинобарин, кадрларни режалаштиришга стратегик режалаштиришнинг таркибий қисми деб қараш лозим.

Таянч иборалар: Меҳмондўстлик саноати, туризм, халқаро меҳмондўстлик менежменти, меҳмонхона, умумий овқатланиш корхоналари, жаҳон туризмида бошқарув.

Назорат учун саволлар

1. Фанни ўрганишининг предмети, усуллари ва вазифалари нималардан иборат?

2. Меҳмондўстлик индустриясининг моҳияти нималар билан белгиланади?

3. Меҳмондўстлик соҳасининг асосий тушунчалари нималар ва фаолият соҳаси қандай таърифланади?

4. Меҳмондўстлик соҳасидаги мутахассисларнинг роли нималардан иборат?

II БОБ. МЕҲМОНДЎСТЛИК ИНДУСТРИЯСИДА ТРАНСМИЛЛИЙ КОМПАНИЯЛАРНИНГ ТУТГАН ЎРНИ ВА УЛАРНИНГ ФАОЛИЯТИ

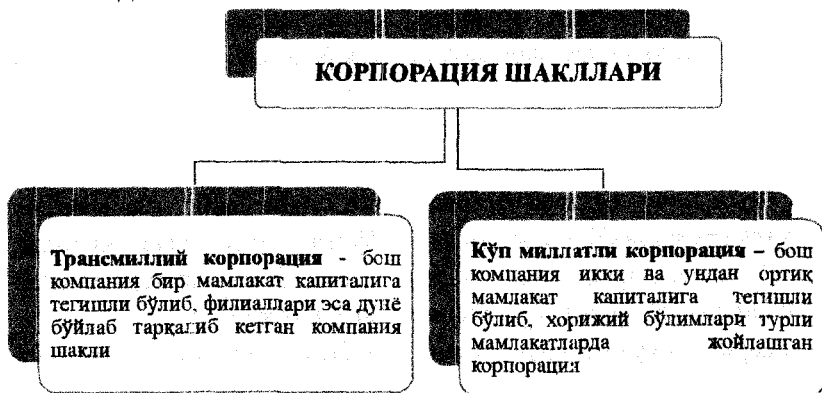
2.1. Трансмиллий компаниялар (ТМК) моҳияти

БМТ ҳужжатларига мувофиқ, ТМКларга юридик шакли, ҳўжалик юритиш соҳасидан қатъий назар, икки ёки ундан ортиқ мамлакатларда филиаллари бўлган ва уларнинг фаолиятини бошқариб турадиган компаниялар киради. Ўз таркибига бош бошқарувчи марказ орқали ривожланишнинг умумий стратегиясини ишлаб чиқарувчи ва амалга оширувчи, икки ёки ундан ортиқ мамлакатда ҳўжалик бирликларига эга бўлган ҳамда катта миқдорда хорижий активларга эга халқаро компания мутахассислар томонидан трансмиллий корпорация номини олган.

Барқарор суръатларда ривожланаётган трансмиллийлашув жараёни замонавий жаҳон иқтисодиётининг муҳим хусусияти ҳисобланади. Ушбу жараённинг асосий ҳаракатлантирувчи кучи халқаро корпорациялардир. Халқаро корпорациялар савдо, инвестициялаш ва замонавий технологияларни элтувчилар сифатида жаҳон иқтисодиётининг асосий субъектларига айланганлар.

Халқаро иқтисодий глобаллашувнинг асосий ҳаракатлантирувчи кучи халқаро корпорациялар ҳисобланади. Халқаро корпорациялар ички корпоратив меҳнат тақсимотини анъанавий меҳнат тақсимотининг халқаро даражасига олиб чиққанлар. Жаҳон иқтисодиётининг глобаллашув жараёни штаб-квартираси қабул қилувчи мамлакатдан ташқарида бўлган фирмалар томонидан назорат қилинадиган ва бошқариладиган халқаро ишлаб чиқаришга бевосита боғлиқ. Халқаро корпорацияларнинг умумий назоратида бўлган ушбу фаолият жаҳон ЯММ ишлаб чиқариш ҳажмининг тахминан 25 фоизини ташкил қилади. Ушбу ишлаб чиқаришнинг 1/3 қисми қабул қилувчи мамлакатларда жойлашган. Жаҳон иқтисодиёти амалиёти кўрсатишича, ишлаб чиқаришнинг интеграциялашув жараёни халқаро корпорацияларни ташкил қилиш моделларига таянади.

Трансмиллий корпорация ёки корпорация - хорижий активларга эга бўлган, операцияларининг камида 1/4 қисмини мамлакат ташқарисида, ўзи рўйхатга олинган чет мамлакатда амалга оширадиган йирик корпорациядир. Ташкилий жиҳатдан бош компания асосий капиталининг шўъба корхоналар капиталда қатнашуви тамойилига асосланади.



2.1-расм. Халқаро корпорацияларнинг шакллари

ТМК ишлаб чиқаришни узлуксиз ўстириш ҳамда интеграциялашув сиёсати, фирма, компанияларнинг бир мақсадни кўзлаб кўшилиши ҳисобига пайдо бўлади. Ихтисослашувига кўра саноат, хизмат кўрсатиш, савдо-сотиқ, банк, суғурта ва бошқа тармоқларда фаолият олиб боради.

ТМК доимий равишда товар экспортидан тортиб, хорижда хизматларни ишлаб чиқишгача қонуний тарзда ўтиб ўзининг чет эллардаги иштирокини кенгайтириб боради. ТМК тўғридан-тўғри чет эл инвестицияларини жойлаштириш йўли билан ташқи экспанцияни амалга оширади. Улар ссуда пуллари беради ва бошқарув бўйича ноинвестицион битимлар тузадилар.

Биринчи йўл ТМКга кўпроқ турғунлик беради. Тўғридан-тўғри қўйилмалар ТМКга хорижий инвестор қўлидаги маблағнинг сақланиши устидан назорат қилишни мўлжаллайди. Она компания чет элда акциядорлик фирмалари таъсис этади ёки амалдаги мавжуд хорижий фирмалардан акцияларнинг назорат пакетини сотиб олади.

Акцияларнинг ярмидан кўпроқ қисми унинг фаолияти устидан тўлиқ назорат қилишда ҳисса кам бўлса-да, филиалга тегишли бўлади.

Жуда кўп давлатлардан корхоналарни акциялаштириш учун қўшимча шартлар жорий эгилган. 51 фоиз акцияларга эгалик қилувчи фақат шу мамлакат фуқароси ёки ҳуқуқий шахс бўлиши ва унда рўйхатдан ўтган бўлиши керак. Бундай тарздаги чекловлар туризм соҳасига ҳам тарқатилади. Аммо, оммавий ахборот воситалари ёки ҳарбий саноат мажмуасига нисбатан камроқ бўлади. Бундан ташқари, ТМК чет элда хорижий филиалларнинг бўлими сингари турли кўринишлари орқали фаолият олиб боради. Улар хорижда рўйхатдан ўтказилса-да, ўз балансига эга мустақил компания ҳисобланади ҳамда тўлиқ оналик фирмаси, яъни ТМКга тегишли бўлади.

Компания хорижий фирмаларга қарзга маблағлар бериб, ўзининг чет элдаги иштирокини кенгайтириши мумкин. Бу йўл биринчисига қараганда кам самарали бўлади, бироқ субъектлар ўртасида вужудга келадиган муносабатлар ҳақиқий ТМКда мавжуд бўлмайди. Шунга қарамай, компания ссуда беришда қарзни тўлагунгача ссуда олувчи мулкни ушлаб туришга ҳақли ёки қарз олувчи билан унга ссуда фоизидан ташқари қўшимча манфаат кўриши юзасидан шартнома имзолайди.

Бошқарув бўйича инвестицион битимлар тузиш фирмалар ўртасида кенг тарқалган тажриба ва бир неча ишлаб чиқариш бирликларидан иборат. Бундай ҳолда она компания корхона бўғинларини шартнома асосида бошқаради. Корхона мустақиллигини сақлайди, турли эгалар бўлиши ва турли манбалардан молиялаштирилиши мумкин. Бироқ, маҳсулотни ягона савдо маркаси остида сотади. Бошқарув бўйича инвестицион битимлар тизими унинг иштирокчиларига ишлаб чиқариш қўламадан тежаш имконини беради.

Айниқса, маркетинг соҳасида кучларни бирлаштириш ҳисобига мамлакат ва хорижий адабиётларида ТМК “феномени”ни изоҳловчи бир неча назариялар маълум. Уларнинг ҳаммаси хорижий инвестициялашдан юқори даромад олишни бош мақсад қилиб қўяди. Улардан бирига кўра капитал миграциясининг халқаро шартлари

бўлиб, даромад меъёри ва фоиз ставкалари фарқи ҳисобланади. Ҳақиқатда эса ҳар хил тарздаги чекловлар мавжуд бўлади.

Дунёда ягона фоиз ставкасини белгилашга тўсқинлик қилувчи катта ёки кичик даражадаги қалтисликлар ҳам мавжуд. Маблағ импортчи мамлакатларида фойда олиш фонди чекланган экан, капиталнинг халқаро ҳаракати ва ТМҚни мамлакатда тенгсизлиги давом этаверади. Мамлакатга қанча миқдорда маблағ олиб келиниши бир қатор омилиларга боғлиқ. Хусусан, булар фоиз ставкаси ҳажми, инвестициянинг даромадлиги, иқтисодиётнинг очиклиги, катталиқ ва тақсимланишнинг қалтислиги, қарзни тўлаш кафолати ва ўз вақтида тўлаш ҳисобланади. Ана шу хусусиятлар ТМҚга хос бўлиб, у жаҳон ҳўжалигида муҳим ўринни эгаллайди.

2.2. Трансмилий компаниялар фаолияти ва шакллари

Маълумки, ТМҚлар ўз фаолиятини кенгайтириш орқали жаҳон бозорида янги шакллари ўзлаштиради. Бу шакллар ТМҚларга аъзо бўлмаган фирмалар билан алоқалар ўрнатиш ва шартномалар имзолаш муносабатлари билан амалга оширилади. Бундай фирмалар ТМҚларнинг қуйидаги фаолиятдан фойдаланадилар ва уларнинг шакли бўлиб ҳам хизмат қилади:

- лицензиялаш;
- франчайзинг;
- бошқариладиган контрактлар;
- техник ва маркетинг хизматларга эътибор қаратиш;
- “калит” саналган корхоналар ўртасида алоқалар ўрнатиш;
- қўшма корхона ташкил этиш бўйича келишувлар ва алоҳида амалга ошириладиган операциялардаги чекловга риоя қилиш.

Лицензия битими юридик шартнома бўлиб, лицензия эгаси ўзига тегишли ҳудудда бемоллол фаолият юритиш имкониятига эга бўлади. Лицензия муносабатлари соддалаштирилган бўлиб, бу ҳужжат ички фирма шартномасидаги каби ташқи технологик йўналишларда ҳам тўла-тўқис кучга эга ҳисобланади. Лицензия битимининг асосий кўриниши - франчайзинг, деб юритилади.

Франчайзинг – бу лицензиявий битим бўлиб, давомийлик асосидаги муддатга эга бўлади. У ишлаб чиқарувчи маҳсулотини

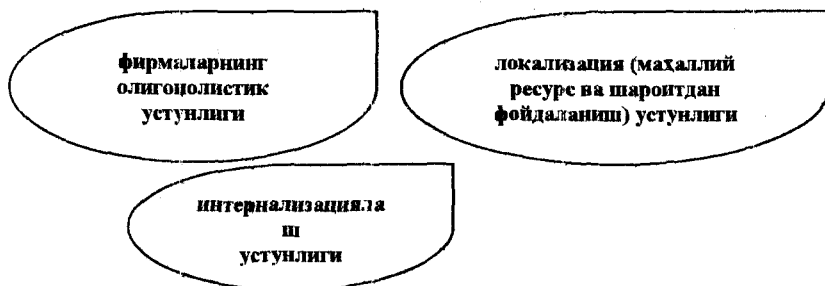
бирон-бир фирма ёки корхонага сотиш ҳуқуқини бериши ва маҳсулотни сотиш ҳуқуқига эга бўлган савдо фирмаси ёки корхонасидир. Франчайзинг бизнесини ташкил этиш ва амалга ошириш усули сифатида 90-йиллар охирида кўтлаб ривожланган ва ривожланаётган ТМКларнинг бу шакли бошқарув ва маркетинг хизматларига эътиборни кучайтиришни талаб қилган.

Техник кўмаклашиш ҳақидаги шартномага кўра, ТМКлар мавжуд фирмаларга техник хизматлар кўрсатиш ва улар фаолияти нуктаи-назаридан зарур ёрдам кўрсатади. Аксарият битимлар машина ва технологияларни профилактик таъмирлаш, “ноу-хоу”ни амалга оширишга маслаҳат бериш, хавф-хатарларнинг олдини олиш ва сифатли назорат ўрнатиш борасида тузилади.

Энг йирик битимлар корхоналарнинг “калити” деб номланган иқтисодий алоқалари бўйича тузилиши кузатишмоқда. Бу ҳолатда ТМКлар ўз зиммасига фирманинг барча фаолиятини юзага чиқариш, режалаштириш ёки куриш учун зарур бўлган объектларнинг сақланиш жавобгарлигини олади.

Жаҳон бозорига кириб бориш ва унда яшаб қолиши учун компания маълум олигополистик устунликка эга бўлиши лозим. Улар туфайли Х (икс) мамлакатлардан компания Y (игрек) мамлакатдаги маҳаллий фирма ишлаб чиқаришидан ишлаб чиқаришда устунлик қила олади ва юқори даромад олади.

ТМК феномени ҳақида инглиз иқтисодчиси Ж.Даннинг фикр юритади ва унинг интернационал ишлаб чиқариш эклетик назариясига изох беради. Олим ТМКни куйидаги унсурлардан иборат бўлгани учун “эклетик” деб атаydi:



2.2-расм. ТМКнинг муҳим унсурлари

Назариянинг локализация устунлигида юқори фойда олиб, фирма унинг ресурс потенциали жойлашган мамлакатга таяниши ёки маблағ импортчи мамлакат ресурсидан фойдаланиш кераклиги бўйича бир қарорга келади.

Интернационал ишлаб чиқариш типига боғлиқ ҳолда компания турли локализация устунлигини олади. Хорижий капитал билан ҳам ашё қазиб олиш ва материаллар ишлаб чиқаришни ташкил этишда ТМК маҳаллий табиий ресурсларга эгаллик қилади. Импортнинг ўрнини босувчи ишлаб чиқаришни йўлга қўйишда ТМК локализация устунлигидан фойдаланади. Шу йўл билан ўзида ортиқча молни камайтиради ва бозорга кириш учун йўл очади. Экспорт платформасини яратишда, яъни хорижий капитал билан жаҳон бозорида сотиш учун тайёр маҳсулот ишлаб чиқаришни ташкил этишда уларни жойлаштиришнинг ҳал қилувчи омили арзон ишчи кучи ва давлат томонидан рағбатлантириш ТМКга солиқ имтиёзлари бериш ҳисобланади.

Назариянинг учинчи унсури - интернализация ёки байналминаллашув устунлигидир. Интернализация назариясида фирма унинг учун ташқи операцияларни ўз таркиби ичида амалга оширади. Бу назария мамлакатлар иқтисодиётида жорий қилиниши натижасида ТМК фаолиятини турлича ташкил этишга эришиш мумкин. Яъни, бу ҳаммасини корпорация доирасида тўплаш ёки бозорга боғлиқ бўлмаган шериклар билан иш кўриш ҳисобланади. Шундай қилиб, компания, олигополия, локализация ва интернализация устунликларидан тўлиқ фойдаланиб, ТМК бўлиш учун ҳамма асосларга эга бўлади.

Айрим мутахассислар ТМК феноменини маҳсулотнинг ҳаётий цикли назариясига таяниб тушунтирадilar. Уларнинг фикрича, компания ўз бошқаруви остида интернационал ишлаб чиқариш тизимини яратади, ўз маҳсулотининг ҳаётий циклини узайтириш учун “иккинчи умр” бахш этади.

Шунингдек, миллий чегаралар учун туризмга компаниянинг кириши кўп жиҳатдан олдиндан белгиланган ўзига хос туристик маҳсулот сифатида туристлар сотиб оладиган хизмат ва айрим товарларни мужассамлаштиради. Уларнинг бир қисми туристлар

Ўтадиган мамлакатга тааллуққидир. Бошқаси у ўтадиган ва транзит билан кесиб ўтадиган, борадиган учинчи мамлакат йўлида ётади. Унинг катта қисми дестинацияга тўғри келади.

Трансмиллий компаниялар фаолиятида ўзаро муносабатлар ҳисобга олинади. Хусусан, туристлар сотиб оладиган товар ва хизматлар бир-бирини тўлдирувчи ва таклиф қилиш ҳисобланади. Ҳарур натижага эришиш учун улардан биргаликда фойдаланиш лозим бўлади. Бу жараёнини етказиб берувчи билади ва унинг маҳсулотига талаб бошқа туристик маҳсулот ва хизматларга ҳам талабни билдиради.

Бир неча унсурлардан иборат инклюзив турларни сотиш, энг аввало компанияга қўшимча қулайликларни олиб келувчи, жумладан, маркетингни тежаш имконини берувчи ташиш ва жойлаштириш ҳисобланади. Туристлик оқимлар генераторлари асосида бу мамлакатлар саёҳлик бозори тенденциялари ва талабларини яхши биладилар ва туристик марказлардан қабул қилинаётган маҳсулотларни сотишда бундан фойдаланадилар.

Туризм индустрияси корхоналари ўз фаолият доирасини кенгайтирар экан, кўпинча бундан сайёҳлик бозорида мавжуд ўз улушини кўпайтиришни тўғридан-тўғри мақсад қилиб қўймайди. Компания саёҳ-ҳаракатлари туризмни бундан кейинги ривожланишини рағбатлантиришга қаратилади. Бу билан у фаолияти соҳаларида қўшимча имкониятларни қидириб топишга интилади. Амалда бу хорижий фирмалар акцияларига пай улушларини қўшишни билдиради. Бошқарув бўйича ноинвестицион битимлар тузиш кейинги пайтларда туризмда оммалашган.

Умуман, ТМК фаолиятида туризмда ишлаб чиқаришни интернационаллаштириш ташаббуси кўп жиҳатдан туристлар етказиб берувчи мамлакатдан чиқади. Чунки, бу катта фойда келтиради. Туризмда кўпчилик ТМК “учлик” деб аталувчи АҚШ, Ғарбий Европа ва Япония мамлакатларида жойлашган. ТМК штаб-квартираси фикрича, туристик бизнесни интернационаллаштириш туристик оқимлар ҳосил бўладиган ва хорижий инвестициялаш амалга ошириладиган мамлакатларда бошланади.

2.3. Меҳмонхона хўжалигида ТМКлар

Меҳмонхона хўжалигида ТМК франчайзинг бошқариш шаклида ривожланди. Яъни, франчайзинг усулда компания четдан маблағ жалб қилади ва у ёрдамида маблағига ривожланишдан кўра анча тезроқ тараққий қилди. Бу тизим 1907 йилда Ritz Development Company Нью-Йорклик фирмадан Ritz-Carlton деб номланиш ҳуқуқини сотиб олганидан кейин меҳмонхона индустриясида қўллана бошланди. 1927 йилдан бошлаб, Хоуард Джонсон ўз отелларини франчайзингга бера бошлади. Бу унга тез орада ишини олдин Шарқий қирғоқларда, ундан кейин Ғарб марказида ва ниҳоят 60-йилларда Калифорнияда кенгайишига имконият яратди. Ҳозирги кунда унинг тизими 900 дан ортиқ ресторани ўзида бирлаштиради.

Holiday Corporation ютуғининг бош омилларидан бири унинг ўртачадан юқори бўлмаган нархли бозорни эгаллашга ҳаракат қилаётган биринчи меҳмонхона фирмаси бўлганлиги ҳисобланади. Одатда, бу меҳмонхона ва мотеллар ҳаққоний нархлар билан бой кварталлардан узоқроқ, шаҳар марказлари, муҳим магистраллар кесишишига яқин жой ёки шаҳардан ташқари ҳудудда қурилади. Уларни муваффақиятининг яна бир сабаби улар таклиф этаётган қулайликлар, яъни ҳаққоний нархда шинамлик, оддийликдан йироқ, отелларнинг фарқланган интерьерлари ҳисобланади.

60-йилларда Хилтон ва Шератоннинг енгил қўли билан франчайзинг меҳмонхона ва мотеллар ўсиш ва ривожланишининг асосий стратегияси бўлиб қолди. 70-80-йилларда бу ўзгариш сақланиб қолди. Франчайзинг ҳамма ўзининг нафликлари билан қуйидаги муаммоларга эга бўлган:

- лицензия эгасининг сифат меъёрларини сақлаб қолиш;
- лицензиядан фойдаланиш ҳуқуқини сотиб олаётганлар томонидан молиявий қопқондан қочиб.

Охириги йилларда франчайзинг шартномалари бинонинг ташқи кўриниши ва меҳмонларга хизмат кўрсатиш даражасига бўлган талабни янада аниқроқ изоҳлашга муваффақ бўлинди. Лицензияга тўлов мулкдор ва шартномачи ўртасидаги келишув асосида белгиланади, лекин ҳар бир ижарага берилган хонадан ўртача 3-4 фоизни ташкил қилади.

Меҳмонхона индустриясида франчайзинг билан шугулланадиган энг йирик компания Парисипанидаги (Нью-Жерси штати) Hospitality Franchise System Hotels ҳисобланади. Ундан кейин Блэкстоун гуруҳининг (Нью-Йорк) Choice Hotels International шўба компанияси туради. Бу рўйхатда учинчи Holiday Inn Worldwide компанияси ҳисобланади.

Халқаро туризмда транснационализация жараёнлари ривожланиб, анъанавий равишда жойлаштириш секторига таъсир кўрсатган. Бу борада меҳмоннавозлик индустриясида ТМК кўзга ташланади. ТМК меҳмонхоналар занжири кўринишини олади ва халқаро ҳаётда сезиларли ҳодисага айланган. Меҳмонхона занжири ўзида меҳмонхоналар гуруҳини мужассамлаштирган, умумий раҳбарлик, маҳсулотлар ҳаракати ва савдо маркази концепциясига эга.

Корхона меҳмонхона компаниясини жойлаштириш учун сотиб олинади. Улар билан франшиза шартномалар ёки бошқарувга шартнома тузилади. Кўпроқ интеграциялашган меҳмонхоналар занжири бирлашган ва қудратли ҳисобланади. Улар тенг ҳуқуқли корпоратив аъзо корхоналардан иборат бўлади. Аммо, меҳмонхоналар занжирининг кенг тарқалиши ва умумжаҳон тан олинлигида франчайзинг туфайлидир.

Франчайзинг орқали франшиза тузилиб, у моҳиятан савдо маркази ижарасини билдиради. Корпорация, хусусан меҳмонхоналар тадбиркорга ягона стандартда уларнинг номи остида ўз хусусий ишини юритиш ҳуқуқини беради. У франшиза олувчига бу фаолиятни амалга оширишда ҳамкорлик қилади. Ўз мавқеини сақлаб қолиш мақсадида уни назорат қилиб туради. Потенциал франшиза олувчини танлаб олиш мураккаб жараён бўлиб ҳисобланади. Ҳар бир меҳмонхона компаниялари бунга ўз мезонларидан келиб чиқиб ёндашадилар.

Кўпинча франшиза шартнома тузиш учун мажбурий шарт сифатида корхонанинг минимал ҳажми (50-150 та ўрин), мажуд ресторан, бар, ўз корхонаси, бассейн, конференция ва йиғилишлар ўтказиладиган бино қўйилади. Американинг “Холидей Инн Уорлдуайд” меҳмонхона занжирида ҳал қилувчи бўлиб корпорациянинг отель биносига берган таърифи стандартга тўғри келиши ҳисобланади. Бир кун келиб бундай тестдан ўтган франшиза олувчи юқори даромадни кўзлаши мумкин.

Франчайзинг йирик фирмаларнинг молиявий ва техник қудрати, маҳорати, операторнинг тадбиркорлиги, таланти билан майда корхонанинг мавқеини таъминлашни ифода этади. Кейинги йилларда франчайзингнинг классик модели ўзгаришларга юз тутмоқда. Илгари 20 йил аввал меҳмонхоналар франшиза компаниялари унча катта бўлмаган туристик фирмалар кўринишида эди. Уларда франшиза берувчилар франшиза олувчиларга эътибор билан қараганлар. Франшиза бизнеси сезиларли кенгайгач, савдо маркалари ва хусусий отеллар эгалари ўртасида йирик воситачи компаниялар пайдо бўлди.

Франшиза берувчилар кўпинча бу компанияларни эксклюзив ҳуқуқлар билан ҳудудни ўзлаштиришга ундамоқда. Яъни, франшиза олувчиларни танлаб олиш, уларни бошқариш ва фаолиятнинг маълум турлари билан шуғулланишга лицензия бериш кабилардан иборат бўлади. Натижада, франшиза берувчилар ва франшиза олувчилар тобора бир-биридан узоқлашиб бордилар. Улар ўртасидаги муносабатлар шафқатсиз тус олди. Буни қандай оқибатларга олиб келишини АҚШда тез овқатланиш индустрияси мисолида кўриш мумкин. Франчайзинг тизими иштирокчилари ўртасидаги келишмовчиликлар вақти-вақти билан ўткир тус олмоқда.

Фирмаларнинг ривожланишида уларнинг эгалари капитал қўйилмалар ҳажмини ошириб борадилар. Оқибатда, молиявий қалтисликка дуч келадилар. Бу эса келгуси ўсиш суръатлари муаммо бўлиб қолади ва охир-оқибат профессионал менежерлик компанияларига мурожаат қилишга тўғри келади. Бундай компанияларнинг икки типи ажралиб туради. Уларнинг кўпчилиги меҳмонхоналар занжирини тузадилар. Ўз аъзолари бошқарувини шартнома орқали амалга оширадилар. Масалан, Европада энг катта меҳмонхоналар корпорацияси бўлган “Аккор” (Франция) 22 % хоналарни шартнома асосида бошқаради.

Иккинчи типга мустақил бошқарувчи компаниялар киради. Улар турли меҳмонхоналар занжирларига хизмат кўрсатадилар. Жаҳоннинг юз етакчи мустақил операторлари 3,6 минг меҳмонхоналарда 632,8 минг хоналарни назорат қилган. Булар АҚШнинг ўзида бошқарувда шартнома меҳмонхоналар индустрияси учун унчалик хос бўлмаса-да, асосан Америка компаниялари эди. Кейинги йилларда уларнинг рўйхатини “Richfield Hospitality Services” бошқармоқда. Ушбу компания меъморий жиҳозлаш

моддий-техника таъминоти ва меҳмонхона фаолияти билан боғлиқ бошқа масалалар билан шуғулланади. У 83 та мустақил меҳмонхоналар ва 18 та меҳмонхоналар занжири билан иш олиб боради.

ТМК меҳмонхоналар стратегияси кучли ва кучсиз томонлар хорижий экспанция турли усулларининг мураккаб бирлиги ҳисобга олиш йўли билан шаклланади. Ҳозирги кунда жаҳон меҳмонхоналар ҳўжалиги жиддий ўзгаришлар даврини бошидан кечирмоқда. Секторни таркибий қайта қуриш жараёни рўй бермоқда. Ишлаб чиқаришни бошқариш ва ташкил этиш шакллари ўзгармоқда ва трансмиллий фаолиятини ташкил этиш моделлари янгиланмоқда. Бу борада жаҳонда меҳмондўстликнинг қуйидаги моделларидан фойдаланилади:

Осиё модели	Америка модели	Европа модели
• меҳмонхонанинг тоифасининг ун.та мутаносиблиги ва яхши жойлашувга эгаллиги; • хоналар ва жамоат жойларининг катта майдонга эгаллиги; • интерьерларнинг бойлиги ва ташқи кўринишининг ҳашаматлилиги; • арзон нарх ва бўш номерларнинг мавжудлиги; • турли хил инфратузилмалардан фойдаланиш қobiliяти ва қўшимча хизматлар; • “All inclusive” ва “Ultra all inclusive” каби хизмат кўрсатиш тизимларининг мавжудлиги.	• Европа ва Осиё модели хусусиятларини акс этиши; • шаҳар марказида типик талабларга жавоб берадиган меҳмонхоналарнинг кенг тарқалганлиги; • меҳмонхоналарнинг Европа талабларига жавоб бериши; • меҳмонхоналарнинг кичик ўлчамга эгаллиги ва шахсийлаштирилган хизмат мавжудлиги; • мамлакатнинг курорти ва марказда меҳмонхона қурилганлиги; • меҳмондўстлик моделини Hilton Worldwide ва Marriott International каби одатий занжирдан ташкил топиши.	• хизматларда тақдим этилаётган сифатнинг нотекислиги; • клафларнинг диверсификация қилиниши; • хоналар фондининг кам сизимлилиги; • хизматларни юқори сифат билан тақдим қилиш; • юқори сифатли таниқилик ва оммавийликка интилиш; • меҳмонхона хизматининг автоматлашганлиги, аънавийлик ва шахслараро мулоқот; • Intercontinental, Group (IHG) ва French Accor Group меҳмонхоналари фаолият олиб бориши.

2.3-расм. Меҳмондўстлик моделларининг таснифи

XX асрнинг 50-60 йилларида меҳмондўстлик соҳасида меҳмонхоналар бизнесини ташкил этишнинг америкача модели ўзининг гуллаб-яшнаган чўққисига етди. Унинг устунлиги ва характерли қирралари туристларга, энг аввало АҚШ туристларга яққол кўринди. 1955 йил “Истамбул Хилтон” отели тантанали очилиш маросимида иштирокчилардан бири меҳмонхоналар “Хилтон Хоутелз” занжирига кирувчи шундай хотирлайди: “Биз Истамбулдан учиб келганимизда, бу қадимги шаҳар сирли ва романтик оламга чуқур ғарқ бўлдик, дейишимиз ортиқча. Мен бу шаҳар “Олтин мугуз” Американинг кичик бўлагини ўзида мужассам қилган улкан кенгликлар эканлигини ҳис этдим.” Очилиш маросимида Конрод Хилтон унинг ҳар бир отели митти Америка эканлигини айтди. Ҳақиқатдан ҳам, туристни меҳмонхона жалб қилиши ва унинг қизиқиши бевосита меҳмонхоналар фаолиятига ТМКларнинг кириб бориши билан боғлиқ

Бирок, интеграциялашган меҳмонхоналар занжири томонидан ўткир рақобат шароитида мустақил отеллар меҳмонхоналар консорциумларига бирлашадилар. Бундай ташкилотларга аъзо бўлиш йўли билан улар хизматларга йўл очганлар. Бунда нуфузли ҳисобланган интеграциялашган меҳмонхоналар занжири орқали ўзининг ҳуқуқий ва иқтисодий муносабатларини амалга оширилган. Кўпинча отеллар консорциумларга захиралаштирилган глобалъ компьютер тизимига абонент бўлиш учун кирадилар. Тобора кўпроқ турагентлар туристик маҳсулотларни бронлаштиришда телефонлашиши ва факсдан компьютер тизими фойдасига воз кечдилар. Шу боис, унга қўшилиш кичик хусусий меҳмонхоналар учун йирик тижорат муваффақиятига эришиш билан тенг ҳисобланади.

Бундан ташқари, мустақил меҳмонхоналар ҳамкорлигида реклама компаниялари ва маркетинг тадқиқотларини ўтказадилар. Хусусан, марказлашган ҳолда ускуна сотиб оладилар, катта харажат талаб қиладиган, аммо ўзларининг кучлари етмайдиган бошқа фаолият турлари билан бирга амалга оширадилар. Кучларини бирлаштириш орқали консорциум азолари операция кўламини тежайдилар. Зарурат туғилганда улар техник ёрдам, менежмент

масалалари бўйича маслаҳат олиши ва миждоз ҳақидаги маълумотлар базасидан фойдаланишлари мумкин.

Халқаро экспертларнинг баҳолашича, яқин йилларда меҳмонхоналар индустрияси юқори суратларда ривожланади. Бутун дунёдаги инвестор бу истиқболли хўжалик юритиш соҳасига эътибор қаратмоқдалар ва меҳмонхоналар базаларини кенгайтириш ва янгилаш, замонавий технологияларни жорий этиш, хизмат кўрсатишнинг илғор шаклларида сезиларли маблағ қўймоқдалар. Кутилаётган бу маблағлар янги меҳмонхоналар занжири яратиш, тўпланиш ва корпорациялар жараёнларини кучайтиришга хизмат қилади. Натижада бу вазифалар меҳмонхона хўжалигида ТМКларнинг роли кучайиб боришига хизмат қилади.

2.4. Туристтик ТМКнинг миллий иқтисодийётга таъсири

Трансмиллий корпорациялар халқаро иқтисодий муносабатлар тизимида меҳнатни юқори баҳолаш бўйича жаҳон хўжалиги таомилига мос бўлган тарзда асосий роль ўйнайди. Барча ТМҚдаги йирик хорижий инвестициялари ҳозирги кунда савдодан кўра бандлик масалаларига кўпроқ жалб этилади. ТМКлар ҳозирги кунда дунёдаги барча хусусий секторга тегишли инвестицияларнинг 90 % дан кўпроқ улушини ўз назоратига олган.

ТМКлар маҳсулотлари тизими соҳаси етарлича келтирилган. Дунёдаги 60 % халқаро компаниялар маҳсулот ишлаб чиқариш билан, 37 % и хизматлар кўрсатиш билан ва 3 % қазиб олиш саноати ва кишлоқ хўжалиги соҳаси билан банд ҳисобланади. Америкада чиқадиган “Фортун” журнали маълумотларига кўра, дунёдаги 500 та йирик ТМКлар ўртасида тўртта мажмуа асосий роль ўйнайди. Булар қаторига электроника, нефтни қайта ишлаш, кимё ва автомобилсозлик соҳалари киради. Улар 500 та ТМКлар ичида бу маҳсулотларни сотиш бўйича 80 % улушга эга.

ТМКларнинг халқаро иқтисодий муносабатларда худудий соҳаларга инвестиция киритиш билан алоҳида аҳамият касб этади. Қоидага кўра, улар асосан “янги саноати ривожланаётган мамлакатлар” ва “тараққий этаётган давлатлар”га саноат соҳасида қайта куришни жадаллаштириш учун капитал ажратмоқда. Ўз-

Ўзидан бу ҳолатда капитал олувчи мамлакатлар ўртасида инвестицион рақобат юзага келмоқда.

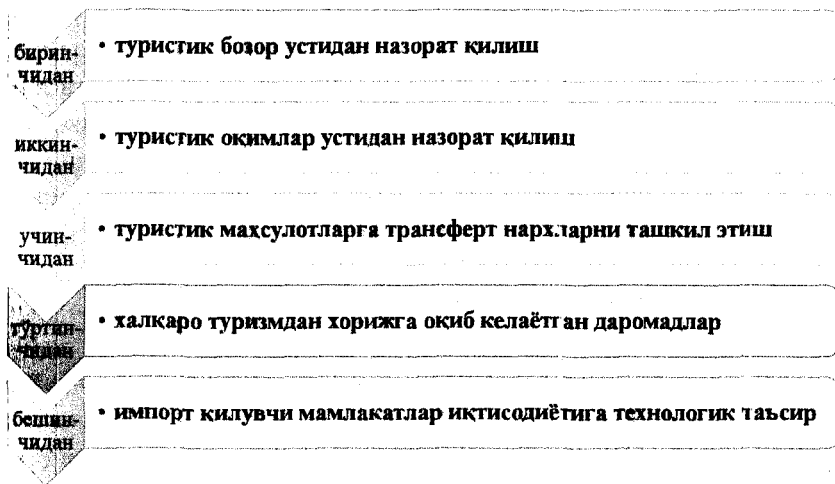
Қолоқ мамлакатлар учун ТМК кўпроқ қазилма саноат тармоқлари ва маҳсулот экспорти йўналишига маблағ киритади. Бу ҳолатда ҳам жадал рақобат юзага келади. Фақат бу рақобат маҳаллий бозорларни маҳсулотлар билан тўлдириш учун ТМКларнинг ўзларида вужудга келади.

ТМКлар барча жабҳаларда халқаро иқтисодий алоқалар тизимида у ёки бу мамлакат учун улар тақдирини белгиловчи омил сифатида гавдаланади. Фаол ишлаб чиқариш, инвестиция ва савдо йўналишида ТМКлар улар учун катта кўмак бўлувчи дастак ролини бажаради. БМТ экспертлари таъкидлашича, дунё иқтисодий интеграциясига кўшилишда бу мамлакатлар учун ТМКларнинг аҳамияти беқиёс. ТМКлар айрим давлатлар анъаналарига бўйсунмайди ва кириб боради. ТМК фаолиятида интеграциялашув, чегаралараро байналминиллик ва шулар орқали юқори фойдага эга бўлиш таъминланади.

ТМКлар ҳаракатининг жаҳон ҳўжалиги ва халқаро иқтисодий муносабатларда ижобий ва салбий таъсирлари мавжуд. Бу борада мутахассислар унинг қуйидагича салбий таъсирлари мавжудлиги ҳақида фикрлайдилар:

- давлатнинг сиёсий-иқтисодий муносабатига зид бўлади;
- давлат қонунлари ва трансферт баҳосини номутаносиблаштиради;
- ривожланаётган мамлакатларда монополистик баҳони жорий этади.

XX асрнинг 80-йиллардан бошлаб, туристик ТМКларнинг иқтисодий муаммоларга таъсири ривожланди. Яъни, ТМКни қабул қилувчи мамлакатлар иқтисодиётига чуқур таъсири мавжуд. Бу борада мутахассислар қуйидагиларни изоҳлаб ўтадилар:



2.4-расм. ТМҚнинг мамлакатлар иқтисодийётига таъсирлари

ТМҚларни ташаббус бўйича жалб қилиш қабул қилувчи мамлакатлар орқали амалга оширилади. Бунда маҳаллий компаниялар қатнашмайди ёки улар зарур етарли ресурсларга эга бўлмайдилар. Филиппин, Индонезия, Покистон ва Шри-Ланка ҳукуматлари хорижий инвесторларга солиқ имтиёзлари беради, балки уларни импорт ускуналари механизм ва материаллар учун пошлина тўлашдан озод қилади. Туристтик секторда ТМҚларнинг пайдо бўлиши суи ривожланган давлатларда маҳаллий туристик бозор ва туризм индустрияси ривожланиши таркиби устидан ички назоратни кучайтиришга олиб келмоқда.

ТМҚлар туристик оқим устидан бевосита назорат ўрнатган оралиқ мамлакат иқтисодийётига таъсир ўтказмоқда. Туризм соҳасида ТМҚ фаолияти туристик талаблар географиясида олға силжишни тақазо қилади ва ташриф буюрувчилар оқими йўналишини ўзгартиради. Ҳукуматни туристик инфратузилмаларга харажатларни кўпайтиришга мажбур этади. Бу жуда кўп районларда халқаро туризмга кўтаринки руҳ бахш қилади. Туристтик оқимлар устидан назорат ўрнатилад экан, ТМҚлар бу дастакдан қабул қилувчи мамлакатга унинг томонидан солиқ ва бошқа имтиёзлар кенгайтиши учун босим ўтказишда фойдаланади.

Замонавий ТМКлар жаҳон туризм бозорида глобалъ стратегия юритиши билан ажралиб туради. Бу трансфер нарх шаклланиши механизмида намоён бўлади. Фирма туристик маҳсулотларга ички операцияларини амалга ошириш чоғида нархни ошириш, бошқасида камайтириш йўли билан ТМКлар корпоратив даромад олишини кўпайтирувчи компания кўлида катта бир империянинг ичида даромадни кўпайтиришнинг таъминловчи механизм пайдо бўлади ва у унинг фаолияти стратегик мақсадларга бўйсунди.

ТМКлар хорижий фаолияти билан боғлиқ энг ўткир муаммолардан халқаро туризмда даромадлар оқимини қабул қилувчи мамлакатлар ҳисобланади. У импорт қилинаётган товар ёки хизматларга тўловлар ва ишлаб чиқариш ресурслари эгаларини мукофотлашга тўловлар шаклида намоён бўлади. Хуллас, Туристтик ТМК – анча мураккаб ва доимо халқаро меҳмондўстлик муносабатлари тизимида хўжалик алоқалари тизимида ривожланиб боровчи хусусиятни талаб этувчи ҳамда доимий равишда халқаро назорат, ўзлаштириб бориш ва эътиборни қаратишни талаб қиладиган уюшма ва бирлашма ҳисобланади ҳамда миллий иқтисодиётга ҳам таъсир қилиши билан ажралиб туради.

2.5. ТМКлар жойлашган мамлакатлари иқтисодиётига таъсири

ТМКлар қабул қилувчи мамлакатлар, балки ўз “жонажон” мамлакати иқтисодиётига таъсир ўтказди. Яъни, туристик ТМК туризм ички бозори таркиби ва туристик маҳсулотлар ишлаб чиқариш самарадорлик ёки рентабеллигини ўзгартириши мумкин. Шунга мувофиқ, ТМКлар жойлашган мамлакатлари иқтисодиётига қуйидагича таъсир кўрсатади:

- **биринчидан**, туризм бозори етарли ҳажмга эга бўлмаган кичик мамлакатларда, Сингапур авиа йўналишидаги корпорацияси типидagi “экспорт варианты” иқтисодий стратегияси етарли бўлмаган ҳолатда ишлаб чиқариш кўламидан иқтисод қилишга кўмак беради.

- **иккинчидан**, инвестицияларни юқори даромадни таъминлайдиган дестинацияларга йўналтиради ва натижада туризм

индустриясида қўйилган капиталлар ўртача даромад хажмини кўпайтиришга имкон яратади.

- *учинчидан*, чиқиш туризми маҳсулотлари ишлаб чиқаришни узлуксиз йўлга қўйиб, ички бозорда нарх-наво даражасини пасайтиради.

- *тўртинчидан*, чиқиш туризмга ихтисослашган мамлакатлар бозорида монополистик устунликни таъминлайди.

Бозор олигополистик таркибига эга бўлса, корпорациялар ўз бозор ўринларини химоя қилиш учун блоklarга бирлашадилар. Хусусан, “Ay-Ti-Ti Sheraton” отели занжирининг очилиши билан “Hilton Hotels Corporation” ёки “Holiday Inn Worldwide” компаниялари ҳам пайдо бўлган.

ТМКлар туристик оқимлар орқали иқтисодиёт таркибига таъсир ўтказди. Уларнинг сайёҳлик бозорида иштирок этишлари, айниқса кўпчилик кудратли Европа туроператорлари сингари кўп ҳолларда чиқиш туризмнинг фаоллашиши сабабларидан бири бўлиб чиқади. Хорижга сафарлар сонининг ортиши ва унинг билан боғлиқ ҳолда мамлакатдан валюта оқими туристик тўлов балансида салбий сальдо ҳосил бўлишига олиб келади.

ТМКлар фаолияти туфайли туристлар олиб чиқиб кетган валютанинг бир қисмини ватанига қайтаришга муваффақ бўлинади. Агар АҚШлик сайёҳ америка меҳмонхоналар занжирига кирувчи отелда тўхтаса, амалда импортнинг жой алмашилиши рўй беради. Бундай ҳолатда АҚШ хорижда меҳмонхонаси жойлашган мамлакатдан ватандошларига хизмат кўрсатишдан даромад олади, бундай товар ва хизматларни экспорт қилишдан тушган маблағ ўз тўлов балансини мустаҳкамлайди.

Трансмиллий жараёнларнинг ҳозирги замонда пайдо бўлиш шакллари бир-бирига зид. Унинг муҳим шакли сифатида интеграция қаралади. Иқтисодий интеграцияга икки асосий омил, яъни илмий-техника тараққиёти ва трансмиллий корпорациялар катта таъсир кўрсатади. Мамлакатларнинг халқаро интеграция жараёнларида иштирок этиши учун қуйидаги асосий шартларнинг мавжуд бўлиши талаб этилади:

Биринчидан, йирик саноатлашган ишлаб чиқаришнинг чуқур ихтисослашуви оқибатида ташқи алоқаларни ривожлантириш зарурати

Иккинчидан, турли мамлакатларнинг иқтисодий қудратида тафовутлар бўлмасдан уларнинг иқтисодий ривожланиш даражаси ҳолати

Учинчидан, турли мамлакатларнинг ҳудудий умумийликка эга бўлиб, тарихан ривожланган ҳамкорлик алоқаларининг мавжудлиги

2.5-расм. ТМК доирасида халқаро интеграция жараёнларида иштирок қилиш шартлари

Мамлакатларнинг очиқ иқтисодиётга ўтиши ТМК фаолияти орқали кучайди. ТМК янги бозорларни эгаллаш учун турли мамлакатларда кўплаб филиал ва компанияларни очиб, бошқа мамлакатларнинг савдо тўсиқларини четлаб ўтади ва халқаро иқтисодий айирбошловнинг байналминаллашувига олиб келади. Ҳамда ТМК таркибида ишлаб чиқариш омиллари ва товарлар эркин ҳаракат қилади.

2.6. Халқаро туризмда глобаллашув жараёнлари

Бугун глобаллашув ўз таъсирини барча соҳаларга ўтказди. Дастлаб у мамлакатларнинг иқтисодий ривожланишида акс этган бўлса, ҳозирги кунга келиб, сиёсат, ахлоқ, миллий-маънавий ҳаёт, инсонларнинг кундалик турмуш кечиришигача бўлган барча жараёнларни ўзига қамраб олди. Шу ўринда унинг мамлакат ва халқлар турмуш тарзининг ижобий томонга ўзгаришига сабаб бўлганлигини эътироф этиш ўринлидир.

Глобаллашувнинг иқтисодиётга ўтказаятган таъсири натижасида миллатнинг барбод бўлишига қаратилган хавф ҳам юзага келиши мумкин. Бу тушунча миллатнинг мустақил субъект

сифатида сакланиб қолиш жараёнига салбий таъсири кўрсатмоқда. У миллий-маънавий кадриятларни емирмоқда ва шу йўл билан миллатни ўз домига тортмоқда. Бу жараённинг олдини олиш имконият ва воситаларини излаб топиш ҳамда улардан самарали фойдаланиш стратегиясини ишлаб чиқиш барча фан йўналишидаги тадқиқотчилар олдида турган долзарб вазифалардан биридир. Мазкур ҳолат ва вазифаларнинг асосини “глобаллашув” тушунчаси ва унинг маъно-мазмуни ташкил қилади.

Глобаллашув атамаси дастлаб XX асрнинг 80-йиллари бошларида иқтисодий соҳада содир бўлган ўзгаришларни юзага келтирган омил сифатида америкалик олим Т.Левиттнинг 1983 йилда “Гарвард бизнес ревью” журналида эълон қилган мақоласида ёритилган. Уни ўрганиш жараёни Роланд Робертсон томонидан 1985 йилда унинг жаҳонни ягона бир бутун қилиш мақсадига қаратилган объектив жараёнларнинг мажмуаси сифатида аниқланган давридан бошланган.

Иқтисодиётда кечаётган глобаллашув жамият, мамлакат ва халқлар ҳаётининг барча соҳаларига ўзининг таъсирини ўтказди ва бу таъсир кенг қамровлидир. Чунки, иқтисодиётдан манфаатдор бўлмаган инсоннинг ўзи йўқ. У инсон ҳаёт кечиришининг моддий асосини ташкил қилади. Шу боис, иқтисодиётдаги глобаллашув миллий маънавиятда ҳам ўз ифодасини топади.

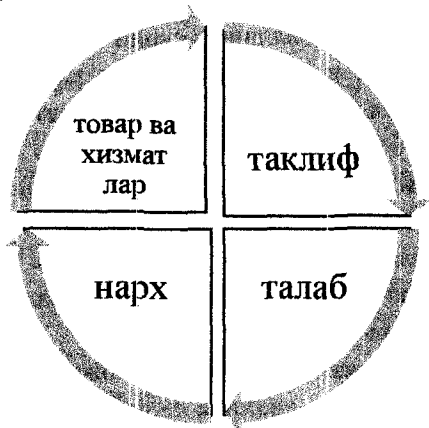
Республикамизда глобаллашув турли соҳаларда содир бўлаётган интеграциялашувнинг натижаси сифатида қаралади. Бундай қараш мазмунини дунё мамлакатлари ўртасидаги иқтисодий алоқаларнинг мустаҳкамланиб бориши ва уларнинг ўзаро интеграциялашуви натижаси сифатида субъектив омилар таъсири, яъни катта иқтисодий салоҳиятга эга бўлган давлатларнинг кам тараққий қилган мамлакатларнинг ресурсларини турли йўл ва воситалар билан қўлга киритиш мақсадида амалга оширилаётган тадбирларнинг натижаси ташкил этади.

Ҳозирги замон жаҳон бозори ривожланиши тенденциясида глобаллашув жараёнлари алоҳида эътиборни тортади. Жумладан, ТМК миллий капиталидан ва ҳаракатдан сиёсий ҳамкорликка ва қўшма дастурларни амалга оширишга ўтди. Бу тенденция

корпорацияларнинг глобаль иттифоқлари пайдо бўлишига сабаб бўлди ва натижада глобаллашув шаклланиб, ривожланди.

ТМК сонининг кўпайиши бир қатор омиллар таъсири остида содир бўлди. Уларнинг ичида жаҳон бозорида рақобатнинг кучайиши омили хал қилувчи таъсир ўтказмоқда. У кўпроқ ривожланган мамлакатлар компаниялари ўртасида эмас, балки жаҳон бозорларини эгаллаётган янги индустриал мамлакатлардан чиққан фирмалар уларнинг хавфли рақибларига айланмоқда. Буларга меҳмонхоналар хўжалигидаги Гонконг, Шангри-Ла, Регал Хоутлез ва Мандарин Ориентл кабиларга отеллар занжири киради.

Глобаллашув асосини глобаль иттифоқ ташкил этади. Иттифоқнинг моҳиятини инсон, молиявий ва илмий-техник ресурслар ютуққа эришиш учун турли фирмалар билан бирлашганлиги ташкил этади. Бунда ҳамкорлик ёрдамида мақсадга эришишнинг самаралироқ йўллари белгилаб олинади ва биргаликда ҳар бир иштирокчи томоннинг ютуқларидан фойдаланилади. Ҳамда умумий дастурни амалга ошириш билан боғлиқ харажатларни тақсимлайдилар ва қалтисликларга баҳамжихат қўл урадилар. Глобаллашувнинг иқтисодийётга таъсир қилан экан, унинг бевосита бозорга таъсири алоҳида сезилади. Бундай ҳолатда бозор ўзининг таркибига эга бўлиб, ушбу унсурларнинг фаолият юритиши орқали самарадорлик оширилади ва таъминланади.



2.6-расм. Бозорнинг таркибий унсурлари

Глобаль иттифок тузиш меҳмоннавозлик ва туризм индустриясининг турли секторларида амалиётга киритилмоқда. Бунга мисол қилиб туристик маҳсулотларни бронлаштириш глобаль компьютер тизимининг бирлаштирилишини кўрсатиш мумкин. Улар туфайли авиакомпанияларнинг ташқи алоқа тизимлари отеллар, турагентликлар, автомобиллар ижараси ва бошқалар компьютер тармоғи мажмуатари билан уланган. Булар туристик хизматлар пакетларини бронлаштириш ёки уларнинг алоҳида унсурлари, яъни авиа училар, отелларга жойлаштириш, театрларга билетлар сотиш ва суғурта полисларига буюртмалар бериш имконини беради.

Ҳозирги кунда глобаль иттифоклардан ташқари, стратегик альянслар ҳам тузилмоқда. Биринчисига мулкый муносабатларни ўзгартириш муҳим бўлса, иккинчиси томонларнинг келишувига асосланади ва унда мулкчилик муносабатларига эътибор қаратилмайди. Шу боис, стратегик альянслар кенг ёйилмоқда.

Стратегик альянслар турли кўринишларда, хусусан консорциумлар, стратегик жиҳатдаги қўшма корхоналар кабиларда бўлади. Анъанавий фирмалараро шартномалардан фаркли равишда уларнинг ҳаммаси альянс иштирокчисининг глобаль стратегик фаолият доирасида компания учун узоқ муддатли рақобатбардош устунликка эришишга қаратилган.

Меҳмонхоналар ҳўжалигида стратегик альянслар хизматларни бирга амалга ошириш учун бир неча компаниялар ўртасида тузилади. Бундай бирлашувларнинг мотивлари бўлиб, меҳмонхона компаниялари орқали бозорда савдо маркаси ҳаракатини амалга ошириш ҳисобланади. Альянс доирасида турфирма маҳсулоти иккинчисига бозорга чиқишга имконият яратади ва молиявий қалтисликни бўлиб олиш йўли билан улар ноқулай иқтисодий конъюнктура вақтида банкротликдан қутилиб қоладилар.

Глобаллашув жараёнлари кўпроқ ҳаво транспортида кўзда тутилади. Бу борада жаҳоннинг етакчи авиакомпаниялари ўртасида мустаҳкам шерикчилик алоқалари йўлга қўйилмоқда. Улар йирик юк ташувчилар акцияларини сотиб олишдан кўра, ўз рақобатчилари билан стратегик альянслар тузишни маъқул кўрадилар. Ўзаро келишувга эришиб, авиакомпания тезда йўналиш тармоқларини кенгайтириши, ўзининг бозор улушини кўпайтириши ва бошқа юк

ташувчиларнинг бозорга киришини чеклаб қўйади. Бундай ҳамкорлик альянс иштирокчиларига умумий натижани беради, яъни ҳаво орқали юк ташиш ҳажми ва фойдани кўпайтиради.

Авиакомпаниялар ўртасидаги битимлар фаолиятнинг турли хил соҳаларига тааллуқли бўлади. Илгари улар аэропортларда юк ортиш, тушириш ишларини бошқариш, жорий молиялаштириш ва инвестициялашга, шунингдек бирлашган тижорий ваколатхоналар очишга тарқалган. Масалан, “Japan Airlines” (Япония), “Lufthansa” (Германия) ва “Air France” (Франция) авиакомпаниялари Нью-Йоркдаги Кеннеди номидаги аэропортда биргаликда терминал куриш ҳақида битим туздилар.

Бугунги кунда ҳаво транспортида халқаро стратегик альянслар тараққиётнинг янги босқичини бошдан кечирмоқдалар. Авиаташишлар бозори устидан назорат ўрнатишга интилиб, альянс аъзолари тез-тез учадиган йўловчилар учун махсус рағбатлантириш дастури доирасида ўзаро ўз идентификацион кодлари билан алмашишда ҳамкорлик қилишга келишиб олдилар. Бу тарздаги тажрибалар авиахизматлар бозорида чуқур ўзгаришларга олиб келди.

Аммо, пайдо бўлаётган тўсиқларга қарамай, авиакомпаниялар бирлашишда давом этмоқда. Тез-тез битта ташувчининг ўзи бир неча альянсларга турли марказлар билан кирмоқда. Авиакомпания компаниялар базавий битимга эга бўлади. Шу билан бирга, бошқа ташувчилар билан тўла ҳуқуқли маркетинг ва тижорат аъзоси бўла олади. Масалан, “Lufthansa”, “United Airlines” билан глобал стратегик альянсда бўлишдан ташқари “Finnair” билан маркетинг альянси, “Japan Airlines” ва “Korean Airlines” билан фрахт альянс тузган. Шунингдек, идентификацион кодлар алмашиниши бўйича “Adria Airways”, “Varig Brazilian Airlines”, “Luxair” ва “Ostrian Airlines” авиакомпаниялари билан битимлар имзолаган. Ташувчилар жаҳон альянси тузиши билан илгари эришилган келишувлар истиқболлари тобора ноаниқлик бўлиб қолмоқда.

Ҳаво транспортида “American Airlines Group” ва “Star alyans” йирик бирлашмалар ҳисобланади. Ҳаво транспортида “American Airlines Group” ҳар йили 215 млн. дан ортиқ йўловчига хизмат кўрсатадилар. Жаҳоннинг етакчи авиокомпаниялари “Delta Air Lines”, “Lufthansa Group”, “United Airlines Holdings”, “Cathay Pasific Airlines” ва “China Southern Airlines Company Limited”, “Ryanair”,

“Southwest Airlines” ва бошқалар дунёдаги энг йирик авиакомпаниялар ҳисобланади.

Таянч иборалар: Трансмиллий компаниялар, иқтисодиёт, халқаро меҳмондўстлик, халқаро иқтисодий глобаллашув, халқаро корпорациялар, халқаро компания.

Назорат учун саволлар

1. Трансмиллий компаниялар (ТМК) моҳияти нималар?
2. Трансмиллий компаниялар фаолияти ва шакллари нималардан иборат?
3. Меҳмонхона ҳўжалигида ТМКлар қандай ўрин тутади?
4. Туристик ТМКнинг миллий иқтисодиётга таъсири нималар билан белгиланади?
5. ТМКлар жойлашган мамлакатлари иқтисодиётига қандай таъсир этади?
6. Халқаро туризмда глобаллашув жараёнлари нималар билан белгиланади?

III БОБ. МЕХМОНДЎСТЛИКНИ БОШҚАРИШНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ

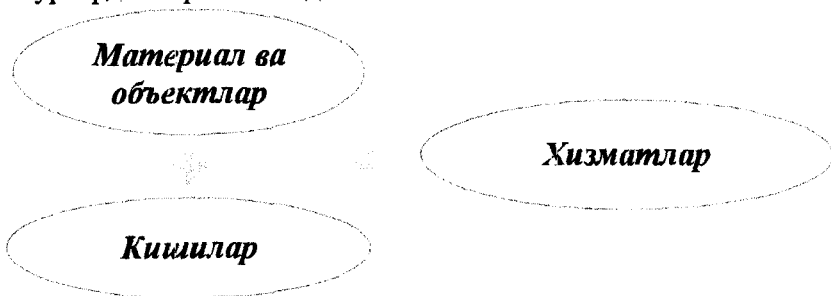
3.1. Мехмондўстлик соҳаси менежмент объекти сифатида

Туризм соҳасининг ривожланиши учун барча зарур ташкилий-ҳукукий механизм вужудга келтирилди ва муҳим меъёрий-ҳукукий ҳужжатлар қабул қилинди. Натижада, меҳмонхоналар хўжалиги тараккий қилмоқда. Туризм индустриясининг ўзаги бўлган меҳмонхона фаолиятининг бизнеси соҳанинг ажралмас қисми бўлиб, туристларни қабул қилувчи ва туристларнинг тунаши ва дам олишига бўлган эҳтиёжларини қондирувчи ҳамда мураккаб хизматларни амалга оширувчи энг муҳим унсур бўлиб ҳисобланади.

XXI асрда меҳмонхоналар бизнесида хизматлар ассортиментини кўпайтириш билан кўрсатилаётган хизматлар сифати ва самарадорлигини оширишга алоҳида эътибор берилди. Бу эса меҳмондўстлик индустрияси ёки саноатини ривожлантиришни тақозо қилади. Уни амалга ошириш бошқарув жараёнига боғлиқ. Бошқарув жараёни бошқарув асосида амалга оширилади.

Бошқарув меҳмонхоналарнинг ўз олдига қўйган мақсадига эришиш учун йўналтирилган жараён ва бошқарув фаолияти ҳаракатининг кетма-кет бажарилиши ҳолати бўлиб, меҳмонхонанинг бир қатор ишлаб чиқариш ва ижтимоий масалаларини ечиш ва уларни амалга ошириш учун зарур бўлади ҳамда бу ҳаракат бошқарув вазифаларини бажариш, бўлиб эътироф қилинади.

Мехмондўстлик соҳасининг таракқиёти унинг индустрияси ёки саноати натижасидир. Чунки, унинг таркиби қуйидаги турли унсурлардан таркиб топади:



3.1-расм. Мехмондўстлик саноатининг формуласи

Меҳмондўстлик саноатининг таркибий унсурлари уни амалга оширишга қаратилган математик формула бўлиб хизмат қилади. Шу боис, меҳмондўстлик соҳасини хўжалигини бошқариш объектив заруратга айланган. Бу ҳолатда бошқарув иккита объектининг мақсадига қаратилган ўзаро ҳамкорлигидан иборат бўлиб, бунда улардан бири бошқарув субъекти ўрнида, бошқаси бошқарув объекти ўрнида бўлади. Бошқарув субъектида бошқарув объектига таъсир кўрсатиш импульслари ёки бошқарув буйруқлари жўнатилади, улар бошқарув объектининг бирор-бир фаолият юритиши ҳақидаги ахборотга эга бўлдилар. Бошқарув объектида ушбу импульслар ёки буйруқлар олинади ва уларга мувофиқ ҳаракат қилинади.

3.2. Режалаштириш жараёни

Меҳмондўстлик индустриясида режалаштириш бошқарув босқичларидан бири бўлиб, бу босқичда ҳар қандай структуранинг мақсади ва уларга эришиш усуллари аниқланади. Баъзи ҳолларда қўйилган мақсадларга эришгач, меҳмонхонанинг фаолияти тўхтатилади, бошқа ҳолларда янги муҳим мақсадлар қўйилади ва режалаштиришнинг бир марталик функцияни акс эттирмайди. Ушбу ҳолат узлуксиз жараён бўлиб, бунда маълум имконият, шарт ва омиллар эвазига меҳмонхона фаолиятини такомиллаштиришнинг янги усул ва йўлларини ўрганилади.

Меҳмонхона сиёсатининг шаклланиши кўпинча юқори даражали бошқарув жараёнида амалга оширилади. Бунда меҳмонхона сиёсатининг барча ҳолатлари етакчи туристик тасаввур кўринишида тасвирланади. Етакчи тасаввур узоқ муддатли мақсад, фалсафа, меҳмонхона сиёсати, маданияти ва унинг ҳукукий томонларини ўз ичига олади.

Меҳмондўстлик индустриясида бошқарувнинг режалаштириш функцияси қуйидаги вазифаларини ўз ичига олади:

Меҳмонхонани ривожлантириш мақсадини қайта ишлашда иштирок қилиш

Меҳмонхонанинг жорий рақобатбардошлигини таҳлил қилиш

Меҳмонхонанинг муҳим жиҳатларини ҳисобга олувчи стратегия ишлаб чиқиш

Меҳмонхонада инновацион менежментга ўтказиш тўғрисида маслаҳат бериш

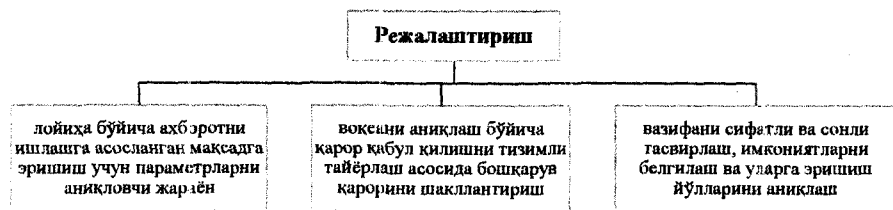
3.2-расм. Меҳмондўстликда режалаштириш функциясининг вазифалари

Режалаштириш жараёнида меҳмонхона мақсадлари ва ушбу мақсадларга эришиш учун аъзоларнинг амалга оширадиган ишлари тўғрисида қарор қабул қилинади. Бу режа асосида талаб қилиниши зарур воситалар ва эришиш йўлларини аниқлайди. Режа меҳмонхонанинг келажакдаги мураккаб ижтимоий-иқтисодий моделини ўзида акс эттиради. Режалаштириш жараёнининг босқичлари кўп қиррали ҳисобланади ҳамда ундаги муайян усул ва стратегиялар моҳиятан бир-биридан фарқланади.

Меҳмонхона томонидан умумий фаолиятни бошқариш учун ягона режа шакллантирилади, аммо ундан четлашмаган ҳолда алоҳида менежерлар муайян мақсад ва вазифаларни бажариш учун турли усулларни қўллайдилар. Аниқ бир давр мобайнида меҳмонхона ўтиши керак бўлган “йўл харитаси” тузилади. Чунки, бугунги кунда меҳмонхона фаолиятини режалаштиришнинг ҳар қандай вазиятларга мос келадиган ягона усули мавжуд эмас.

3.3. Стратегик режалаштириш. Тактик режалаштириш. Операцион режалаштириш

Меҳмондўстликда режалаштириш кенг қўлланилади. Режалаштириш функция сифатида унинг таркибидаги турларга кўра турлича хусусиятга эга бўлади:



3.3-расм. Меҳмондўстликда режалаштириш турларининг хусусиятлари

Режалаштиришнинг стратегик, тактик ва операцион режалаштириш каби турлари мавжуд.

- **стратегик режалаштириш.** Меҳмондўстлик муносабатларини амалга оширишда стратегик режалаштириш меҳмонхоналарда кундалик ҳаракатнинг юз берадиган узоқ муддатли оқибат ва мақсад билан ўзаро муносабатини аниқлаш заруриятини акс эттиради.

Яъни, узоқ муддатли режалаштириш стратегик режалаштиришга айланади. Узоқ муддатли режалар тузишнинг тамойили ўтмишдан истиқболга, стратегик режалаштириш эса истиқболдан бугунга ва ишлаб чиқарилган стратегиялар бўлса истиқболнинг бугунги қарорларига ўз таъсирини кўрсатади.

Меҳмонхоналар фаолиятида стратегик режалар ташкилий тизимларнинг ўзига хос фаолиятида бошқарув қарорларини қабул қилиш учун муҳим база бўлиб ҳисобланади. Бу ҳолатда стратегик режалаштиришнинг асосий вазифаси ташкилий тизимларда янгиликлар киритиш ва ўзгартиришларни олиб борилишини таъминлашдир.

Стратегик режалаштириш бошқарув тизимининг муҳим қисми сифатида ташкилий тизимларни ривожлантиришнинг стратегик мақсадига эришишда стратегияни ишлаб чиқиш ва бунинг учун зарур бўладиган ресурсларни тақсимлаш жараёни бўлиб саналади. Стратегик бошқарув жараёнининг расмий натижаси бўлиб, стратегик режа ҳисобланади. Чунки, истиқболни башорат қилиш учун стратегия зарурдир. Стратегия – меҳмонхоналар фаолиятида истиқболни тадқиқ қилиш, турли сценарийларни таҳлил этиш санъати ҳамда истиқболда рақобат курашида афзаллик берувчи ғоядир.

Бошқарув стратегияси - стратегик мақсадни амалга оширишга қаратилган фаолиятдир. Шу боис, меҳмондўстлик соҳасида энг яхши стратегия ва стратегияни аъло даражада амалга ошириш - яхши бошқарувнинг энг ишончли белгисидир. Меҳмонхона фаолиятида бошқарув стратегияси қуйидаги бир-бирига боғлиқ масалаларни ҳал қилишга асосланади:

- меҳмонхонанинг стратегик кўра билиши, узоқ муддатли йўналиши ва аниқ вазифасини шакллантириш;
- стратегик кўра билиш ва зиммадаги вазифани мақсад ва топшириққа айлантириш;
- мақсадлар ва вазифаларга эришиш стратегиясини ишлаб чиқиш;
- қабул қилинган стратегияни тадбиқ этиш ва амалга ошириш;

- иш натижаларини баҳолаш, янги йўналишларни ўрганиш ва ривожланишнинг узок муддатли йўналиши, стратегия мақсади ёки уни амалга ошириш усуллари, ўзгарувчан шароит, янги ғоя ва имкониятларга нисбатан тўғриловчи хатти-ҳаракатларни амалга ошириш.

- **тактик режалаштириш.** Меҳмонхона хўжалигини тактик режалаштириш стратегик режалаштириш билан ҳар томонлама тўғри келиши лозим. Бунда турли бўлимларнинг бошлиқлари мавжуд бўлганда уларнинг ҳар бири ўз фаолиятини қолган иккала бўлим бошлиқлари билан мослаштириши ва буни режада тўла қилдириши лозим. Тактик режалаштиришда тактик режа стратегик режа ғояси асосида тузилади.

Стратегия сўзининг ўзи иккинчи тушунча “тактика” сўзининг борлигини тахмин қилади. Агар биринчиси узок муддатли режалаштириш ғоясини акс эттирса, иккинчиси узок муддатли режани амалга ошириш учун фаолият режа маъносини билдиради. Тактика қисқа муддатли стратегия саналади. Бу умумий стратегия билан мувофиқлаштирилган аниқ бошқарув ҳаракатидир. Одатда, тактикани ишлаб чиқиш ва уни амалга ошириш менежер корпусининг ўрта бўғини зиммасига юкланади. Тактик режа қисқа вақт учун ишлаб чиқилади, у аниқ ва тез натижага эришишга мўлжалланган.

- **операцион режалаштириш.** Операцион режалаштириш – меҳмондўстлик муносабатларида олдиндан режалаштирилган иш режаларида максимал тафсилотлар ва қисқа муддатларга мўлжалланган режа тузишни режалаштириш турларидан биридир. Операцион равишда молиявий режалаштириш молиявий фонд ва ташкилотнинг ресурсларини режалаштириш саналади.

Вакти-вақти билан режалаштириш фаркланади, яъни батафсил иш режаси, маҳсулот ишлаб чиқаришни бошланиши ва охири муддатларини белгилаш ёки бошқа иш жойининг ишлаши саналади.

Меҳмонхона фаолиятида бўйсунуш билан боғлиқ оператив режалаштириш турли гуруҳларга бўлинади. Операцион режалаштиришда ишлаб чиқариш хусусиятига қараб, қуйидаги асосий усуллар қўлланилади:

- волуметрик усул. Бу хизматларни сотишнинг йиллик ҳажмларини тақсимлаш учун мўлжалланган. Ушбу усул иш ҳажмини тақсимлашга, балки ишлаб чиқариш активларидан фойдаланишни оптималлаштиришга ёрдам беради.

- календар усули ёки оператив режалаштирилган режалаштириш. Бу ишни бажаришнинг батафсил режаси, хизмат кўрсатиш жараёнининг бошланиши ва охири ишнинг олдинги ишлаш муддатларини аниқлаш.

- волуметрик-таквим усули. Бу туристик корхонада амалга оширилган ишларнинг вақти ва ҳажмини белгилаш имконини беради.

- волуметрик-динамик усул. Бу режалаштириш ва ҳисоблаш кўрсаткичларининг маҳсулот, товар ва хизматлар ишлаб чиқаришнинг шартлари, ҳажми ва динамикаси каби ўзаро боғлиқлигини таъминлайди.

Операцион режалар асосида режалаштиришнинг асосий вазифаси меҳмонхона ходимларининг кундалик фаолияти, шунингдек, унга фойдали бўлган зарур каналда унинг йўналишини ташкил этишдир. Бундан ташқари, қуйидаги вазифаларни ўз ичига олган иккинчи даражали режалаштириш вазифалари мавжуд бўлади:

- якуний туристик маҳсулотни ишлаб чиқариш бўйича вазифаларни бажариш;
- интеграл ишлаб чиқаришни ташкил қилиш;
- иш вақтидан самарали фойдаланиш.

3.4. Бошқарувда менежмент функциялари

Бошқарув меҳмонхоналарнинг ўз олдига қўйган мақсадига эришиш учун йўналтирилган жараён ва бошқарув фаолияти ҳаракатининг изчил бажарилиш ҳолати бўлиб, бунда меҳмонхонанинг қатор ишлаб чиқариш ва ижтимоий масалаларини ечиш ва уларни амалга ошириш учун зарур бўлади. Бу ҳаракат бошқарув функциялари асосида унинг вазифаларини бажариш деб номланади. Бошқарув вазифалари менежерлар меҳнатининг натижаси бўлиб, бунинг вазифавий тақсимланиши илмий менежмент мактабида яратилган.

Бошқарувда “функция” сўзи лотин тилидан келиб чиққан бўлиб, “бажариш”, “вазифа”, “фаолият” ва “мажбурият” каби маъноларни билдиради. Менежмент жараёни мазмунини уни функцияларида кўринади. Менежмент функцияси дейилганда бошқарувга оид маълум масалаларни ечишга йўналтирилган бир турли ишлар йиғиндиси тушунилади. Бошқарув органлари ва ижрочилар масъулиятли бошқариш функциясини белгилайди.

Менежментнинг асосий ғояси бўлиши мумкин ҳодисанинг олдиндан кўра билиш асосида меҳмонхона сиёсати ишлаб чиқилади. Бошқарувнинг ташкил этиш, мотивация ва назорат функциялари меҳмонхонанинг тактик ва стратегик режаларини бажаришга йўналтирилган бўлади. Улар бошқарув фаолиятида тутган ўрнига қараб қуйидагича таснифланади.

Меҳмондўстлик муносабатларини амалга оширишда бошқарув функциялари бирор-бир объектга раҳбарлик қилиш учун зарур бўлган фаолият тури саналади. Бутун бошқарувнинг узлуксиз ишлаш жараёни менежментдир. Бу бошқарув аппаратининг меҳнат жараёнидир. Меҳмонхона хўжалигининг бошқарув вазифалари ўзининг таркиби билан бошқарув технологиясини бунёд этади.

3.1-жадвал.

Бошқарув функцияларининг таснифи

Резалаштириш	Резалаштириш функцияси бошқаришнинг асосий ва дастлабки функциясидир. Бошқариш режа тузишдан бошланиб, режада бошқарув мақсадлари ва вазифалари, уларни реализация қилиш муддатлари белгиланади, вазифаларни амалга ошириш усуллари ишлаб чиқилади ва ўзаро алоқалари ўрнатилади. Резалаштиришнинг умумийлик хусусияти меҳмонхонада ҳар бир бошқарув ходимининг шахсий ишини резалаштириши, ўз иш жойининг фаолият кўрсаткичларини ишлаб чиқишда намоён бўлади.
Ташкил қилиш	Ташкил қилиш функцияси бошқарув объекти доирасида меҳмонхоналарда барча бошқарилувчи ва бошқарувчи жараёнларнинг уюшқоқлигини таъминлайди. Шу боис, ташкил қилишда ички ва ташқи шарт-шароитларнинг ўзгаришига қараб, тизим таркибини такомиллаштириш ёки янгисини тузилади. Бу функция жорий ва стратегик режаларнинг ижросини таъминлаш бўйича илк қадамдир.

Мувофиқлаштириш	Мувофиқлаштириш функцияси бошқаришнинг тактик масалаларини ҳал қилади. Бу функциянинг асосий вазифаси оқилона алоқалар ўрнатиш йўли билан бошқариладиган тизимнинг тури қисмлари ўртасида келишиб, иш олиб боришни таъминлаш ҳисобланади. Мувофиқлаштириш маблағларни тежаш мақсадида бошқарувдаги параллеллизм ва бир-бирини такрорлашни бартараф қилиш имконини беради. Ҳамда, у турли тармоқлар ўртасида нисбат ва мутаносиб билан истеъмол ўртасидаги муносабатни ўрнатади.
Назорат	Назорат функциясининг мақсади “тутиб олиш”, “айбини очиш” ва “илинтириш” эмас, балки меҳмонхоналар бошқарув объектида содир бўлаётган жараёнларни ҳисобга олиш, текшириш, таҳлил қилиш ва маълум тартибда ушбу объект фаолиятини ўз вақтида созлаб туриш ҳисобланади. Назорат ўрнатилган меъёрий ҳужжат, режалардан оғиш, уларнинг жойи, вақти, сабаби ва хусусиятларини аниқлаш имконини беради. Бироқ, таъсирчан назоратни ташкил қилиш ҳар бир раҳбарнинг функционал ишидир.

Шулардан келиб чиқиб, меҳмондўстлик муносабатларини амалга оширишда бошқариш функцияларининг аҳамияти қуйидагилардан иборат:

- муқобил ривожлантиришнинг самарали йўллари танилаш имкониятини беради;
- меҳмонхона фаолиятининг иқтисодий самарадорлик истиқболларини аниқлашга имкон беради;
- менежерларга хизмат қилувчи аниқ мақсадлар йиғиндисига имкон яратади ва улар фаолиятини баҳолаш мезонларини белгилашга имкон беради.

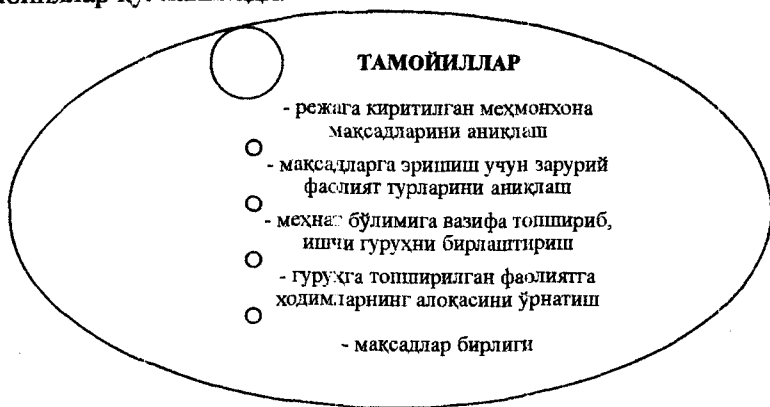
3.5. Режалаштириш функцияси. Ташкилий функция

Меҳмонхона фаолиятида режалаштириш функция сифатида бошқарув босқичларидан бири бўлиб, бунда мақсад ва эришиш усуллари аниқланади. Баъзан қўйилган мақсадларга эришгач, меҳмонхона фаолияти тўхтатилади, бошқа ҳолларда янги муҳимроқ мақсадлар қўйилади. Бу эса режалаштиришнинг бир марталик функциясини акс қилдирмайди. Ушбу ҳолат узлуксиз жараён бўлиб, маълум имконият, шарт ва омиллар эвазига меҳмонхона фаолиятини такомиллаштиришга эришилади.

Режалаштириш менежер ишида қўллаши мумкин бўлган барча усуллар, тактика ва чора-тадбирлардан фойдаланишни тақозо этади. Режалаштириш кўринишлари анъанавий усуллар, яъни бюджет, моделлаштириш, режанинг ҳар бир бўлиминини ўйинлар назарияси ва сценарийни лойиҳалаштириш асосида ишлаб чиқиш усули натижасида ўзгаради. Бундай техникадан фойдаланиш турли ноаниқликларни камайтиради, истиқболнинг тўғрилигини тасдиқлайди, менежерларга режага таъсир қилувчи омилларни аниқлаш ва таҳлил қилишга ёрдам беради.

Ташкил этиш функцияси меҳмонхонада бошқарувнинг техник, иқтисодий, ижтимоий-психологик ва ҳуқуқий томонларининг тартибга солишини таъминлайди. Ҳамда менежер ва бошқа ижро этувчиларнинг фаолиятини тартибга солишга қаратилган. Бу функция орқали умумий бажарилиши керак бўлган вазифалардан аниқ бир вазифани бажарувчи киши ва бунинг учун зарур воситалар аниқланади.

Ташкил этиш функциясини бажариш давомида қуйидаги тамойиллар қўлланилади:



3.5-расм. Ташкил этиш функциясини амалга ошириш тамойиллари

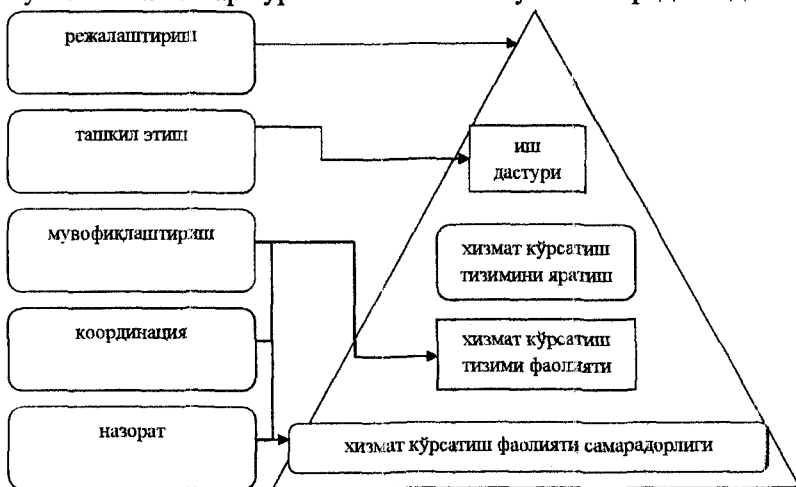
Ушбу функция орқали мақсадга мувофиқ равишда ўзаро муносабат ва бошқарув жараёни рўй беради. Ташкил қилиш ёки шакллантириш – меҳмонхонада мақсадига эришиш воситаси бўлиб, иқтисодий нуктаи-назаридан самарадорликка олиб келади. Ходимни

бошқариш нуқтаи-назаридан эса ишга маъно беради ва ишни ижро этувчиларига тақсимлаб беради.

3.6. Бошқариш функцияси. Менежментнинг энг муҳим вазифаси

Менежмент ҳар бир туристик корхона ва ҳудуднинг ривожланиши учун муҳим аҳамият касб этади. Бошқарув жараёнлари асосий ва аниқ функциялар орқали амалга оширилади. Бу умумий ва махсус функциялар сифатида қаралади. Бошқарувнинг асосий функциялари мақсадга йўналтирувчи ва ташкилий ҳисобланади.

Меҳмонхонада фаолиятида менежмент функциясининг асосий мазмунини бошқариш бўйича белгиланган масалалар ечимдаги аниқ йўналиш ва ишлар кўринишининг мажмуасини ифодалайди.



3.6-расм. Менежмент функциялари⁴

Асосий функциялар каторига меҳмондўстлик муносабаглари амалга оширишда қуйидаги функцияларни киритиш мумкин:

- ташкил этиш;
- режалаштириш;
- молиялаштириш;

⁴ Манба: Ш.Н.Зайнутдинов. Менеджмент. – Т.: Издательско-полиграфический творческий дом имени Чулпана, 2011. - 145 с.

- назорат;
- ҳисоб-китоб;
- ташкил этиш;
- мувофиқлаштириш;
- рағбатлантириш.

3.7. Ташкилот тузилиши.

Ташкилотнинг ташқи муҳити

Ташкилотларни тузиш менежментнинг муҳим функцияларидан биридир. Ташкилий ҳуқ соҳасида ташкилотлар бошқарув назариясининг таркибий қисми бўлиб, у ёки бу фаолият турни ташкил қилиш ва раҳбарлик фаолиятини амалга оширишни назарда тутати. Бугунги кунда мамлакатимизда 300 мингдан зиёд ҳўжалик субъектлари фаолият кўрсатмоқда. Уларнинг ҳар бири кишиларни ўзида бирлаштиради ва маълум маънода ташкилот бўлиб ҳисобланади. Умумий ҳолда, ташкилот деганда умумий мақсад асосида икки ва ундан ортиқ кишиларнинг ихтиёрий равишда бирлашиши тушунилади. Ташкилотни қуйидаги маъноларда тушуниш мумкин:

- жараён сифатида бир бутунликнинг қисмлари ўртасида ўзаро алоқаларни ҳосил қилиш ва такомиллаштиришга қаратилган ҳатти-ҳаракатлар йиғиндиси;

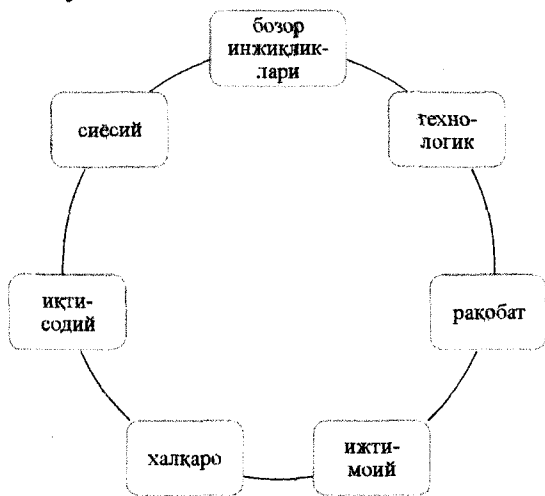
- ҳодиса ва ҳолат сифатида дастурларни амалга ошириш учун унсурлар йиғиндиси.

Кишиларнинг ташкилотдаги ҳаракати расмий ва норасмий тартиб-қоидалардан келиб чиқади ва қоидалар, қадриятлар тушунчасига асосланиб, ташкилотнинг жамият ва бозордаги ўрнини билдиради. Демак, ташкилот аъзоларининг ҳаракатларни белгилаш тартиб-қоидаларни ўрнатиш ва унинг муқобил таркибини яратишдан иборат бўлади.

Туристик ташкилот туристларнинг у ёки бу талабларини қондирадиган ва улар томонидан ҳақ тўланадиган ҳар қандай ҳизмат кўрсатиш туридир. Тор доирадаги туристик ташкилот туристик саноатнинг аниқ йўналишида ҳизмат кўрсатиш бўлиб, у орқали туристларга битта “пакет”да сотиладиган стандартлашган ҳизматлар

тўплами таклиф қилинади. Ҳамда халқаро туристик ташкилот туризмда маркетингнинг мижозлар билан алоқа ўрнатиш, ривожланиш ва назорат каби вазифаларини ҳисобга олади.

Ташкилотнинг ташқи муҳити халқаро омиллар ҳисобланиб, бу ташқи савдо монополиясига барҳам берилган шароитда ташкилот учун ўта аҳамиятлидир. Бугунги кунда улар халқаро бозорларга иштирок этиш ҳуқуқига эга бўлдилар. Корхона раҳбарлари шундай катта сегментда содир бўлаётган ҳолатларни кузатиш, улардан огоҳ бўлиш ва корхона манфаатини кўзлаб ҳаракат қилиши лозим. Бунинг учун корхона ёки ташкилот учун ташқи муҳит хавфи мавжуд бўлиб, уни ўз вақтида олдини олиш ушбу субъект учун келажақдаги катта имконият бўлиб ҳисобланади.



3.7-расм. Корхона ёки ташкилотларда ташқи хавфлар таснифи

Ташқи муҳит омилларини ҳисобга олиш бевосита хориж рақобатчиларига нисбатан ҳукумат ҳимоясини аниқлаш, ички бозорни мустаҳкамлаш, халқаро муносабатларни янада фаоллаштириш ва кенгайтиришга имкон беради. Ташқи муҳит таъсири менежерлар томонидан доимо катта эътибор беришини талаб қилади. Шу боис, у катта ҳажмдаги ахборотни ўрганиш асосида амалга оширилади ҳамда ўз вақтида тўғри қарор чиқариш учун аниқликни талаб қилади.

3.8. Атроф-муҳит омилларининг таснифи

Туризм соҳаси тармоқларида ўзаро муносабатларни амалга оширишда атроф-муҳит омиллари ҳисобга олинади. Атроф-муҳит омиллари экологик барқарорликнинг муҳим омили сифатида жаҳонда ўз ўрнига эга. Атроф-муҳит омиллари бўйича БМТ томонидан 1972 йилда 5 июнь Жаҳон атроф-муҳитни муҳофаза қилиш кuni сифатида белгиланган. Унда глобалъ экологик муаммолар, уларнинг келиб чиқиш сабаблари, мазкур соҳада халқаро ҳамкорликнинг янги йўналишлари кўрсатиб берилган.

Мамлакатимизда ҳам атроф-муҳитни муҳофаза қилиш, табиат неъматларидан оқилона фойдаланиш ва уларни асраб-авайлашга устувор эътибор қаратилмоқда. Жумладан, Ўзбекистон Республикаси Конституцисида атроф-муҳитга бўлган муносабатларни тартибга солиш негизи мустаҳкамлаб қўйилди. Шу асосда 30 дан ортиқ муҳим қонунлар ҳамда 100 дан ортиқ қонуности норматив ҳужжатлар ҳаётга татбиқ қилинди ва бир қатор халқаро ҳужжатлар ратификация қилинди. Хусусан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 3 октябрда ПҚ-3956-сонли “Экология ва атроф-муҳитни муҳофаза қилиш соҳасида давлат бошқаруви тизимини такомиллаштириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги Қарори қабул қилиниб, унда экологик хавфсизликни таъминлаш, экологик вазиятни яхшилаш, чиқиндиларнинг инсонлар соғлиғига зарарли таъсирининг олдини олиш, шунингдек, ҳаёт даражаси ва сифатини ошириш учун қулай шароитлар яратиш мақсадида атроф-муҳитни муҳофаза қилиш соҳасида техник ва технологик жараёнлар оқибатида юзага келаётган муаммоларни ҳал этишга янги ёндашувларни жорий қилиш белгиланган.

Мазкур ҳужжатлар асосида меҳмондўстлик муносабатларини амалга оширишда меҳмонхонада ишловчи ходимлар ва ташриф буюрган меҳмонлар атроф-муҳитга эътиборли муносабатда бўлишлари лозим. Бу ҳолатда туристлар учун бўладиган муносабатларни амалга оширишга қаратилган атроф-муҳит омиллари қуйидаги таснифланади:

- ҳудуд
- сув
- ҳаво
- флора
- фауна
- нарх ва ҳ.к.

3.8-расм. Туристлар учун атроф-муҳит омиллари таснифи

Ҳамда атмосфера босимининг ўзгариши, ёгингарчилик, ҳаво намлиги, ҳаво ҳароратининг ўзгариши атроф-муҳитга таъсир қилувчи омиллар бўлиб ҳисобланади. Туристлар учун турни ташкил қилишда қулай фаслни танлаш, туристик тадбирларни амалга ошириш учун қулай кунлар, туристик йўналиш учун трассани мақсадга мувофиқ ҳолда танлаш, об-ҳаво ва шарт-шароитларини ҳисобга олиш, ёгингарчиликдан бекиниш учун жой бўлиши лозим.

Атроф-муҳитни муҳофаза қилишни таъминлаш учун ривожланган инфраструктурага эга зоналарда объектларнинг тўпланиши, экологик объектларни доимий назорат қилиб бориш ва туризмни ривожлантиришга ўз вақтида ўзгартиришлар киритиб бориш муҳим лозим. Бу орқали салбий таъсирни йўқ қилиш ёки энг кам даражага туширишга эришилади. Бироқ, туристик мавсум пайтида экологик муаммолар вужудга келади. Шу боис, атроф-муҳитга бўлган экологик салбий таъсирларни камайтириш учун режаларни ишлаб чиқишда махсус чора-тадбирлар кўзда тутилади.

3.9. Сиёсий ва ҳуқуқий омиллар. Иқтисодий омиллар

Туризм соҳасини бошқаришнинг муҳим хусусиятларидан бири меҳмонхоналар фаолиятига таъсир қилувчи турли омилларни ҳисобга олишдир. Бу омиллар ташқи омиллар сифатида улардан энг муҳимлари бўлиб, сиёсий, ҳуқуқий ва иқтисодий омиллар саналади.

- **сиёсий омиллар.** Булар аҳолининг турмуш даражаси, таълим олиш даражаси, шаҳар ва қишлоқ аҳолисининг нисбати, аҳоли миграцияси ёки кўчиши, жамиятнинг ижтимоий тузилиши саналади. Сиёсий омил давлатнинг ташқи жамиятдаги олиб бораётган тўғри сиёсатини белгилайди.

Сиёсий омилларни таҳлил қилиш жараёнида мамлакатлараро савдодаги таъриф келишувлар, божхона сиёсатида учинчи мамлакатга қарши йўналтирилган протекционизм сиёсати, мазкур давлат ва унинг етакчи сиёсатчиларининг антимонополия қонунига бўлган муносабатлари ва маҳаллий ҳокимият органларининг кредит сиёсати, ссуда олиши ва ишчи кучи ёллаш бўйича чекловларига алоҳида эътибор берилади. Шунга асосан, меҳмондўстлик муносабатларида сиёсий омил меҳмонхонага келадиган туристларнинг мамлакат ҳақида қарашлари, билишларига қизиқиши, ўрнига баҳо беришидир.

- **ҳукукий омиллар.** Бу омиллар ҳукукий меъёр ва чегараларни ўрнатадиган қонунлар ҳамда бошқа ҳужжатлар орқали намоён бўлади. Унинг таҳлили меҳмонхона ҳаракатининг чегаралари ўз манфаатларини ҳимоя қилиш услубларни аниқлаш имкониятини беради. Бунда бутунлай хўжалик фаолияти, хусусан туристик бизнесни тартибга келтирувчи қонуний-ҳукукий ҳужжатлар эътиборга олинади. Ҳамда қонунлар орқали давлат томонидан тартибга солиш тизими амалга оширилади. Қонуний-меъёрий ҳужжатлар меҳмонхоналар учун солиқ солиш, меҳнат муносабатларини амалга ошириш, хизматларга қўйиладиган стандартларни қўллаш, нархни шакллантириш ва давлат муассасаларига маълумот топшириш масалаларини ўз ичига олади.

- **иқтисодий омиллар.** Бу омиллар ташқи омил сифатида унга давлатнинг кредит сиёсати, давлатнинг солиқ сиёсати, иқтисодий ўсишнинг ҳаракатчанлиги, аҳолининг харид қобилияти ва мамлакатда инфляция даражаси кабилар киради. Иқтисодий омилларни таҳлил қилишда мамлакатнинг инфляция ёки дефляция суръати, солиқ ставкаси, халқаро тўлов баланси, аҳолининг бандлик даражаси, корхонанинг тўловлилик даражаси кабиларга алоҳида эътибор қаратилади.

Меҳмонхона фаолиятининг муҳим жиҳатларидан бири иқтисодий фойда олиш ҳисобланади. Буни қуйидаги кўрсаткичлардан фойдаланган ҳолда баҳолаш мумкин:

- туризм соҳасидан олинган даромад (туризм соҳасининг ялпи миллий маҳсулот ёки ялпи ички маҳсулотдаги салмоғи);

- халқаро туризмда ишлаб топилган хорижий валюта улуши (хорижий туристлар харажатлар миқдорини чегириб ташлаган ҳолда ялпи даромад ва соф фойда);

- иш ўринлари сони (туризмни ривожлантириш туфайли яратилган янги ишчи ўринлари).

Шунингдек, соҳада бандлик иқтисодий омил сифатида унга бевосита туристик корхоналарда яратилган ишчи ўринлари, туризм билан турдош соҳаларда яратилган ишчи ўринлари ва қурилиш ва туристик инфраструктура соҳаларида яратилган иш ўринлари киради.

3.10. Ижтимоий ва маданий омиллар.

Технологик омиллар

- **ижтимоий омиллар.** Бу омиллар ижтимоий, яъни турмуш даражаси, таълим олиш даражаси, шаҳар ва кичик аҳолисининг нисбати, аҳоли миграцияси ёки кўчиши, жамиятнинг ижтимоий тузилиши бўлиб ҳисобланади. Меҳмондўстлик муносабатларида ижтимоий омил таркибига ижтимоий кадрият, удум, муносабат ва феъл-атворлар киради олади.

Ижтимоий омиллар маҳаллий аҳолининг маданий ҳаётига ижобий таъсир кўрсатади. Аммо, меҳмонлар билан ўзаро муносабатларни амалга оширишда ижтимоий омил кўриниши бўлган ижтимоий таъсир сабаби ҳисобга олинади. Айниқса, тўғри режалаштирилган, ривожлантирилган ва бошқарилган ижтимоий омил катта фойда келтиради. Хусусан, бу маҳаллий аҳолининг турмуш даражасини оширишга, коммунал объект ва хизматларни яхшилаш учун қўшимча маблағларнинг ажратилишига кўмаклашади.

- **маданий омиллар.** Маданият жамият томонидан қабул қилинадиган кадриятлар, анъаналар, фикрлар ва устувор тушунчалар тизими тушунилади. Маданият индивидуал, норасмий, моддий ва вақтнинг кадрлилигига қаратилган маданият сифатида талқин қилинади.

Маданий омиллар ҳудуднинг маданий меросини сақлаб қолиш, мусиқа, ракс, халқ оғзаки ижодиёти, санъат ва хунармандчилик, турмуш тарзи, иқтисодий фаолиятнинг анъанавий турлари ва

архитектура усуллари билан боғлиқ маданий меросларнинг ривожланишига ёрдамлашади. Ҳамда туристлар фойдаланадиган музейлар, театрлар ва бошқа маданий объектларнинг яратилиши ва қўллаб-қувватланишига хизмат қилади.

Маданий омил натижасида туристлар томонидан маҳаллий аҳоли маданиятига юкори баҳо берилади ва бу маҳаллий аҳолида фахр туйғусини кучайтиради. Турист ва маҳаллий аҳоли ўртасида маданият соҳасидаги алоқалар кучаяди.

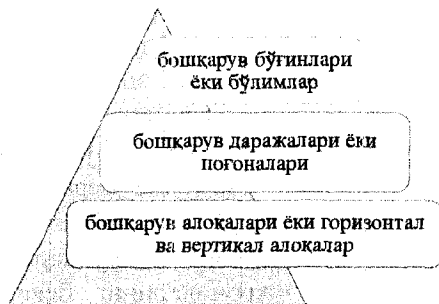
- **технологик омиллар.** Бу омиллар техниканинг ривожланиш даражаси, туристик тармоқлар учун мутахассисларни тайёрлаш, ахборот технологияларнинг ривожланиши, транспорт воситаларининг ривожланиши, меҳмонхона ва ресторан техникасининг ривожланиш даражаси ва экологияга йўналтирилган технологиялар қиради.

Меҳмонхона раҳбарияти технологик омилларга алоҳида эътибор бериши ва ўз диққатидан четда қолдирмаслиги зарур. Бундай таҳлил ишлаб чиқаришдаги технологиянинг ҳолати, ўзгариш суръати ва замон талабига жавоб бериши билан бирга янги хизматларни лойиҳалаштириш, ахборотларни йиғиш, қайта ишлаш ва узатиш, замонавий ҳисоблаш техникаларини қўллаш ва оқилона режалаштиришга имкон беради.

3.11. Ташкилий тузилма. Ташкилий тузилиш турлари

Меҳмонхоналар иқтисодий корхона сифатида қаралади. Бу корхона сифатида бошқариш мақсади, вазифаларининг бўлимлар ва муайян ходимларнинг ўртасида тақсимланиши билан тавсифланувчи мураккаб ташкилий тузилма ҳисобланади. Бошқаришнинг ташкилий тузилмаси бир-бирига бўйсунадиган тарзда жойлашган, бошқарувчи ва бошқарилувчи тизимлар ўртасидаги алоқани таъминловчи бошқарув бўғинларининг мажмуи саналади.

Бошқаришнинг ташкилий тузилмаси меҳмонхонадаги муайян кичик тизимларнинг таркиби, нисбати, жойлашиши ва алоқаларидан ташкил топади. Бундай тузилмани ташкил этишда меҳмонхонанинг муайян бўлимлари ўртасида ҳуқуқ ва жавобгарликни тақсимлаш лозим. Меҳмонхонани бошқариш тузилмасида қуйидаги таркибий қисмлар фарқланади:



3.9-расм. Меҳмонхонани бошқариш тузилмаси қисмлари

Меҳмонхоналар фаолиятида бошқарув бўгинлари мутахассислар ва менежерлардан таркиб топади. Яъни, бунга меҳмонхонанинг таркибий бўлимлари ва тегишли бошқарув функциялари ёки уларнинг бир қисмини бажарувчи муайян мутахассислар, хусусан бир нечта таркибий бўлимлар фаолиятини тартибга солувчи ва мувофиқлаштирувчи менежерлар киради. Бошқарув бўғинини ташкил этишда бошқарув функцияси бўлим томонидан бажарилади. Ҳамда бўлимлар ўртасида ўрнатиладиган алоқалар горизонтал хусусиятга эга бўлади.

Бошқарув даражаси меҳмонхонани бошқариш тизимида муайян поғонани эгаллайдиган бошқарув бўгинлари мажмуи саналади. Бунда бошқарув поғоналари ўртасида вертикал алоқалар ўрнатилади ва улар бир-бирига бўйсунди. Хусусан, бошқарув нисбатан юқори поғонали менежерлар ўртасида муайянлаштирилиб, улар орқали қуйи бўғинларга тушириладиган қарорлар қабул қилинади. Шунингдек, меҳмондўстлик саноатини бошқариш амалиётида ташкилий тузилмаларнинг чизикли ёки поғонали, функционал ва чизикли-функционал ташкилий тузилма турлари кенг тарқалган.

3.12. Чизикли бошқарув тузилма. Функционал тузилма

Бошқарувнинг чизикли ёки поғонали ташкилий тузилмасида чизикли ёки поғонали алоқалар поғона менежери, яъни меҳмонхона ёки унинг таркибий бўлимлари фаолияти учун тўла жавоб берувчи шахс қабул қилган бошқарув қарорлари ва тарқатган ахборотнинг ҳаракатини акс эттиради. Бу бошқарувнинг энг содда ташкилий тузилмаси бўлиб, ҳар бир таркибий бўлим барча ваколатларга эга

бўлган ва барча бошқарув функцияларини бажарадиган раҳбар томонидан бошқарилиши билан тавсифланади.

Бошқарувнинг чизиқли тузилмасида қарорлар “юқоридан пастга” занжир бўйлаб узатилгани ва бошқарув қуйи бўғинининг раҳбари нисбаган юқори бўғин раҳбарига бўйсунгани учун муайян меҳмонхона раҳбарларининг ўзига хос иерархияси шаклланади. Айни ҳолда бу ҳолатда яккабошчилик тамойили амал қилади. Бунда барча ходимлар битта раҳбарнинг буйруқларини бажарадилар. Юқори бошқарув органи ижрочиларнинг бевосита бошчилигини четлаб ўтиб, уларга кўрсатма бериш ҳуқуқига эга бўлмайди. Бошқарувнинг чизиқли тузилмаси мантиқан изчил ва шаклан аниқроқ бўлса-да, унча мослашувчан ҳисобланмайди. Мазкур тузилма оддий барқарор масалаларни ечишга мўлжалланганлиги сабабли унинг доирасида комплекс масалаларни ҳал қилиш мураккаб саналади. Чизиқли ташкилий тузилманинг ўзига хос ижобий томонлари ва камчиликлари мавжуд бўлади. Хусусан, бошқарув чизиқли ташкилий тузилмасининг ижобий ва салбий томонлари қуйидаги қисмлардан иборат бўлади:

ИЖОБИЙ УСТУНЛИКЛАРИ

- * фармойишлар бирлиги ва аниқлиги;
- * ижрочилар ҳаракатининг мувофиқлаштирилганлиги;
- * бошқариш соддалиги жавобгарлиқнинг белгиланиши;
- * вазифаларнинг тезкор ҳал этилиши;
- * бўлим натижалари учун раҳбарнинг жавобгарлиги.

САЛБИЙ КАМЧИЛИКЛАРИ

- * раҳбарга катта талаб қўйилиши;
- * қарорларни режалаштириш ва тайёрлаш бўлимининг мавжуд эмаслиги;
- * ахборотлар қўплиги;
- * ходим ва юқори раҳбарлар сонининг қўплиги;
- * буйруқбозлик ва расмийчиликнинг пайдо бўлиши.

3.10-расм. Меҳмонхонани бошқаришдаги чизиқли ташкилий тузилманинг ижобий ва салбий томонлари

Меҳмонхонани бошқаришда ушбу чизикли ташкилий тузилманинг ижобий ва салбий томонларига алоҳида аҳамият бериш талаб қилинади.

Бошқаришнинг функционал бошқариш чизикли бошқарув тизимида қарорлар қабул қилиш учун зарур бўлган муайян ишларни бажаришга меҳмонхоналарнинг ихтисослашган бўлимлари томонидан амалга оширилади. Бунда функцияларни бажариш мутахассислар зиммасига юкланади. Меҳмонхоналарда соҳа мутахассислари таркибий бўлимларга бирлаштирилади. Яъни, маркетинг, қабул қилиш ва жойлаштириш, режа бўлимлари биргаликда иш юритади.

Функционал бошқариш чизикли бошқариш тури билан бирга амал қилади ва ундаги ижрочилар икки томонга бўйсунди.

Функционал тузилма ҳам ижобий ва салбий жиҳатларга эга.

Ижобий жиҳатлари

- муайян функцияларни бажариш учун жавоб берадиган мутахассисларнинг юқори малакага эга бўлиши;
- поғона менежерларининг махсус масалаларни ҳал қилишдан озод қилиниши;
- ҳодиса ва жараёнларнинг стандартлаштирилиши, шакллантирилиши ва дастурлаштирилиши;
- бошқарув функцияларни бажаришдаги такрорланиш ва параллелизмга чек қўйилиши;

Салбий жиҳатлари

- функционал бўлимларнинг ўзига топширилган функцияларни сифатли бажариши;
- турли функционал бўлимлар ўртасида муттасил алоқа ўрнатишнинг мураккаблашиши;
- ҳаддан ташқари марказлашиш ҳолатларининг вужудга келиши;
- қарорлар қабул қилиш таомилларининг узайиб кетиши;
- ташкилий тузилма ўзгаришларга мослашишнинг қийинлиги.

3.11-расм. Меҳмонхонани бошқаришдаги функционал тузилманинг ижобий ва салбий томонлари

Бошқаришнинг чизикли-функционал тузилмаси чизикли тузилманинг ҳам, функционал тузилманинг ҳам камчиликларини анча бартараф этади.

Таянч иборалар: Бошқарув бўғинлари, бошқарув даражалари бошқарув алоқалари, иқтисодий омиллар, сиёсий омиллар, туризм соҳасида бандлик, туристлик диққатга сазовор жойлар, атроф-муҳит омиллари.

Назорат учун саволлар

1. Меҳмондўстлик соҳаси менежмент объекти сифатида нималар билан белгиланади?
2. Режалаштириши жараёни нима?
3. Сратегик режалаштириши деганда нимани тушунасиз?
4. Тактик режалаштириши деганда нимани тушунасиз?
5. Операцион режалаштириши деганда нимани тушунасиз?
6. Бошқарувда менежмент функциялари нималардан иборат?
7. Режалаштириши функцияси деганда нимани тушунасиз?
8. Ташкилий функция деганда нимани тушунасиз?
9. Бошқариши фуқцияси деганда нимани тушунасиз?
10. Менежментнинг энг муҳим вазифаси нималардан иборат?
11. Ташкилот тузилиши нималардан иборат бўлади?
12. Ташкилотнинг таиқи муҳити нималардан иборат бўлади?
13. Атроф муҳит омилларининг таснифи нималардан иборат бўлади?
14. Сиёсий ва ҳуқуқий омиллар нималардан иборат бўлади?
15. Иқтисодий омиллар нималардан иборат бўлади?
16. Ижтимоий ва маданий омиллар нималардан иборат бўлади?
17. Технологик омиллар нималардан иборат бўлади?
18. Ташкилий тузилма деганда нимани тушунасиз?
19. Ташкилий тузилиши қандай турларга бўлинади?
20. Чизиқли бошқарув тузилма деганда нимани тушунасиз?
21. Функционал тузилма деганда нимани тушунасиз?
22. Чизиқли функционал тузилма деганда нимани тушунасиз?
23. Матрицали бошқарув тузилмаси деганда нимани тушунасиз?

IV БОБ. МЕҲМОНДЎСТЛИК ИНДУСТРИЯСИДА МЕНЕЖМЕНТНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИНИ АМАЛГА ОШИРИШ

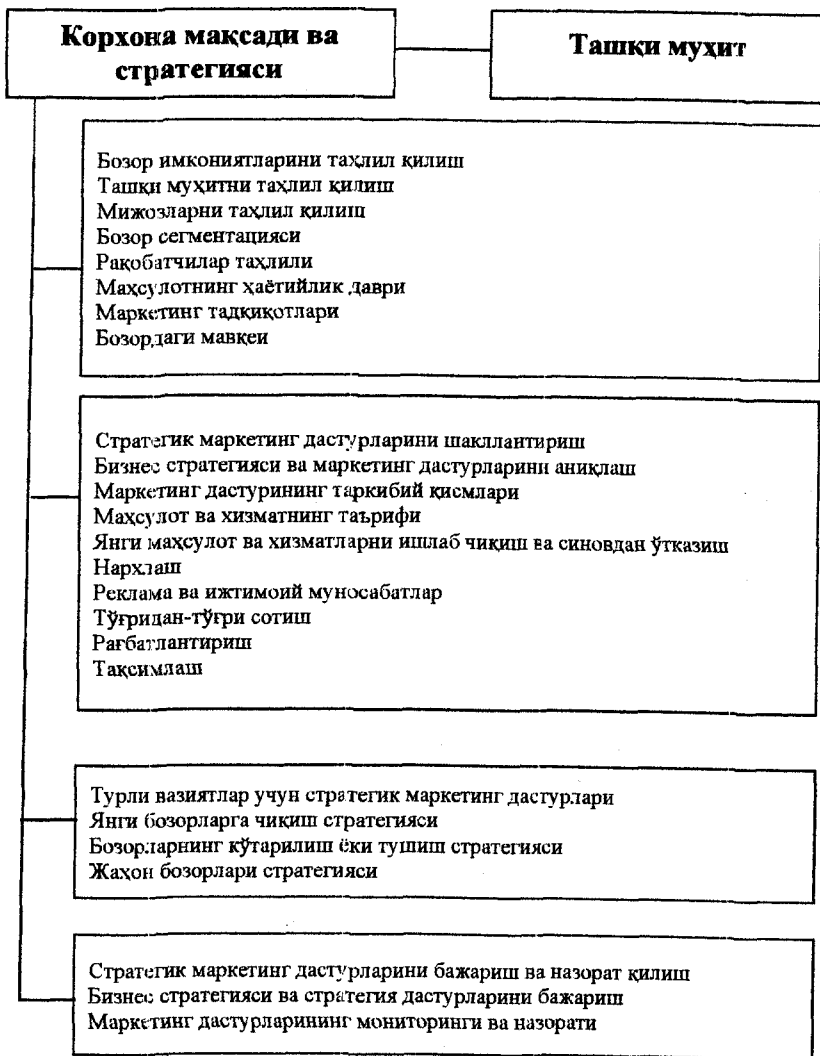
1. Меҳмондўстлик индустриясида маркетингни бошқариш

Маркетингни бошқариш - таҳлил қилиш, режалаштириш, бажариш, мувофиқлаштириш жараёни, маркетинг аралашмасининг барча унсурларини ўз ичига олган назорат дастурлари ва корхона мақсадларига эришиш учун маҳсулот бозори билан битимлар тузиш ҳисобланади. Маркетинг туристларга рақобатчиларига қараганда яхшироқ хизмат кўрсатишга интиладиган корхоналар томонидан ҳаётга татбиқ қилинадиган бутун мижозларга йўналтирилган “фалсафа” ҳисобланади.

Меҳмондўстлик соҳасидаги маркетинг туристларнинг эҳтиёжларини аниқлаш, жозибали туристик хизматларни яратиш, потенциал сайёҳларни ўзлари учун мавжуд бўлган туризм маҳсулотлари билан таништириш, уларга ушбу хизматларни сотиб олиш мумкин бўлган жой ҳақида кўрсатма бериш, яъни маркетингнинг мақсади бозорни ўрганиш, режалаштириш маҳсулот, уни реклама ва тарғиб қилиш, тарқатиш каналларини кўрсатишдир. Буларнинг барчасини амалга оширгандан сўнг, меҳмондўстлик соҳасидаги ташкилотлар даромад олиш ва ўз мақсадларига эришишни кутишлари мумкин.

Маркетинг орқали бозор имкониятлари, ресурсларни аниқлаш ва мақсадга эришиш учун зарур маркетинг фаолиятини режалаштириш ва амалга оширишга эришилади. Бунда меҳмондўстлик соҳасидаги стратегик маркетинг дастури бозордаги талаб ва рақобатбардош вазиятни акс эттириши лозим.

Мазкур жараёнларда маркетингни бошқариш жараёни қуйидаги қисмларга ажратилади:



4.1-расм. Маркетингни бошқариш жараёни ⁵

Меҳмонхона учун стратегик маркетинг дастурини ишлаб чиқишда менежерлар куйидаги вазифаларни бажарадилар:

- бозор улуши, савдо ҳажми ва рентабеллигини белгилаши;

⁵ Челнокова Е.А. Менеджмент индустрии гостеприимства, Учебно-методическое пособие. - Нижний Новгород 2013. - 51 с.

- мақсадли бозорда харидорни энг кўп сотиб олиш билан рақобатбардош устунликка эришиши;

- стратегик дастурни амалга ошириш учун ваколатли тактик маркетинг дастурини ишлаб чиқиш ва ўтказиш.

Меҳмондўстлик соҳаси учун самарали маркетинг ечимлари маркетинг стратегияси орқали топилади. Бу стратегия узоқ вақт давомида компанияларига ташқи муҳит таъсирига қарши туришга имкон беради. Маркетинг бўлими ходими узоқ муддатли истиқболда бизнес мақсади ва стратегиясини чуқур англаган ҳолатда маркетинг мақсадларини аниқ белгилайди.

Маркетинг стратегиясини ишлаб чиқишда меҳмондўстлик корхоналари қуйидаги қоидаларни алоҳида ҳисобга олишлари керак:

- бизнес мақсадларини аниқлаш;
- бизнеснинг ички ва ташқи муҳитини ўрганиш;
- бизнес юритиш учун имкониятлар ва мавжуд ресурсларни аниқлаш;

- маркетинг мақсадларини шакллантириш;
- мақсадга эришиш стратегиясини ишлаб чиқиш;
- ахборот тизимлари ва маълумотлар базаларини яратиш.

Аммо, хорижлик олимлар маркетинг стратегияси ёрдамида корхоналар маркетинг стратегиясини шакллантиришлари мумкинлигини таъкидлайдилар ва қуйидаги тамойилларни айтиб ўтадилар:

- стратегик марказларни стратегик бизнес бўлинмалари сифатида аниқлаш;

- стратегияни шакллантириш жараёнининг маълумотлар базасига асосланиши;

- фаолият турининг тасодифий танланмаслиги, аммо унинг муваффақияти бозор талабларини ҳисобга олишга боғлиқлиги;

- стратегик танлашларнинг чекланганлиги, яъни маркетинг, ишлаб чиқариш ёки тарқатишга эътибор қаратилиши.

Меҳмондўстлик саноатида стратегияни шакллантириш жараёни бир томондан мижоз ва хизмат ўртасидаги муносабатларни таҳлил қилиш, иккинчи томондан рақобатбардош савдо муҳити билан бошланади.

Меҳмондўстлик соҳасидаги энг муҳим йўналишлардан бири маркетинг стратегиясини қўллашни назорат қилиш бўлиб, бунда қуйидаги назорат усуллари кенг қўлланилади:

- бизнеснинг даромадли қисмини аниқлаш;
- таъсир омилларини таҳлил қилиш;
- қўлланиладиган стратегиянинг муваффақиятини аниқлаш учун ички ва ташқи аудит ўтказиш;
- индивидуал маҳсулотлар ва бозорлар бўйича тадқиқотлар ўтказиш.

Меҳмондўстлик соҳасидаги корхоналар тўғри қўлланилган стратегия асосида маркетинг режаларига эга бўлиб, қуйидаги вазифаларни бажарадилар:

- ташқи ва ички муҳитни таҳлил қилиш;
- бозор сегментацияси мақсадларини қайта кўриб чиқиш;
- ташкилот, унинг фаолият йўналиши ҳақида миссия баёнотини яратиш;
- белгиланган мақсадларга эришиш учун тегишли дастурларни танлаш;
- хизматларнинг функционал хусусиятларини амалга ошириш учун масъул шахсларни белгилаш;
- маркетинг режасини бажариш учун ресурсларни тавсифлаш усуллари аниқлаш;
- маркетинг фаолиятини баҳолаш усуллари аниқлаш.

Меҳмондўстлик индустриясида маркетингини бошқариш учун маркетинг концепцияси зарур. Буни амалга ошириш учун меҳмонхоналарда маркетинг хизмати амалга оширилади. маркетинг хизмати ҳар бир бўлим фаолиятини кўрсатувчи бўгин сифатида бўлимининг ташкилий тузилмалари қуйидаги гуруҳларга бўлинади:

- **функционал ташкил қилиш.** Бунда маркетинг соҳасига оид масалани ечишда жавобгарлик алоҳида шахс ёки гуруҳга бириктирилади.

- **маҳсулот принципи бўйича ташкил қилиш.** Бунда асосий эътибор туристик маҳсулот турларини таклиф қилишга қаратилади ва ҳар бир маҳсулот тўпламига бошқарувчи тайинланади.

- **минтақавий принцип бўйича ташкил қилиш.** Бунда маркетинг бўлимлари фаолиятини олиб бериш ҳар бир ҳудудда

амалга оширилади ва уларда ўзаро ҳамкорлик муносабатлари ривожланади.

Меҳмонхона бизнесида туристик маҳсулот ёки хизматни сотишни ифодаловчи шахсий сотув ва корпоратив сотув каби тупунчалар мавжуд. Шахсий сотув меҳмонхонанинг ўзи кўрсатадиган хизматларни сотиш мақсадида бир потенциал харидорлар гуруҳи билан бевосита алоқа қилишидир. Бу сотишнинг қиммат ва самарали усулидир ҳамда потенциал харидор ёки буюртмачиларни излаш, уларга хизматлар намойиш этилишини ташкил қилиш, музокаралар ўтказиш ва сотувларни якунлаш ёки хизматлар кўрсатиш учун шартнома тузиш кабиларни ўз ичига олади.

Корпоратив сотув хизматларни воситачилар орқали сотиш бўлиб, унда бир неча меҳмонхона битта савдо вакили хизматларидан фойдаланади. Мазкур вакил улар таклиф қилган хизматларни потенциал харидорлар эътиборига ҳавола этади.

Дарҳақиқат, сотув ва маркетинг фаолияти бир-бири билан боғлиқ бўлса-да, улар фаоллигининг ҳар хил функция ва фарқлари мавжуд. Маркетинг тўғри маҳсулот, жой, вақт ва тўғри нарҳда мавжудлиги ва харидорнинг мазкур маҳсулотни билишига бўлган ишончини англатади. Сотувлар харидор шахсий алоқа қилиш орқали ўз эҳтиёжлари ёки меҳмонхона мақсадларига мос келадиган маҳсулот ёки хизматни олиш ҳақида қарор қабул қилишни англатади.

4.1-жадвал.

Туристик маҳсулотнинг хусусиятлари

Бозорга қараб мўлжалланлиги	Мавсумий фарқлари	Мослашувчанлиги
Устунликлар тўплами	Туристик маҳсул ёки меҳмонхона маҳсули	Моддий ва номоддий шаклга эгаллиги
Вақтида истеъмол қилинишининг чекланганлиги	Узоқ муддатли эмаслиги	Қимматининг турлича идрок қилиниши

Меҳмонхона хизматлари маҳсули ўзига хос ва бетакрор бўлиб, моддий бўла олади. Аммо, хизмат сифатида уларнинг комбинацияси бўлади ва меҳмонхона хизматлари ўзига хос хусусиятларга эга бўлади.

Меҳмонхона маҳсули – эгаллаш, фойдаланиш ёки истеъмол қилиш учун бозор ҳаридор эътиборига ҳавола этиш мумкин бўлган нарсалар мажмуаси сифатида табиий объект, хизмат, жой, ташкилот ва ғояларни ўз ичига олади. Хусусан, меҳмонхонада яшаш ҳақидаги тасаввур турист ёки бизнесменда сафарга чиқишидан илгари шаклланади ҳамда виза, саёҳат усули, миллий маданият, таом, дам олиш жойларининг ўзига хос хусусиятлари ҳақидаги тасаввурларини ўз ичига олади.

Меҳмонхона маҳсули ва туристик маҳсулатнинг ранг-баранглиги турист ижодий фантазиясининг имкониятлари билан чекланади. Меҳмонхона хизматларида ўзгариш бўлиши учун рақобатчилар билан ҳамкорликда янги хизматларни ишлаб чиқиши, номер билан бирга пакетга ресторан хизматлари, автомашина ижараси, театрға чипта ва экскурсиялар киритилади.

Туристтик маҳсулотни яратиш ва реклама қилиш учун сотувлар пайтидаги хулқ-атворга унинг нархи ва унинг бозордаги ҳаракати таъсир кўрсатади. Туристтик маҳсулотга кўпгина маҳсулотларнинг хусусиятлари хос бўлиб, бунда ҳаёт цикли концепциясига эътибор қаратилади. Бунинг учун туристик маҳсулотни режалаштириш ва ривожлантириш учун сотиш ва унинг маркетинги муҳим йўналиш бўлиб хизмат қилади.

Концепцияга мувофиқ, туристик маҳсулотнинг ҳаёт цикли куйидаги босқичлардан ташкил топади:

- маҳсулотни ишлаб чиқиш ёки янги маҳсулот ғоясининг топилиши;
- жорий этиш ёки турмаҳсулотнинг бозорға чиқарилганидан кейин ўсиб бориши;
- ўсиш ёки турмаҳсулотнинг бозорда кенг тарқалиши ва меҳмонхона даромадларининг ўсиб бориши;
- етук ёки сотувлар ўсишининг тўхташи.
- таназзул ёки сотув ва даромадларнинг кескин камайиб кетиши.

4.2. Меҳмондўстлик хизматлари сифатини бошқариш

Меҳмондўстлик хизматларини кўрсатишда сифатни бошқариш муҳим аҳамият касб этади. Бу ерда сифат менежменти бизнес самарадорлиги ва тезкорлигини оширадиган ёндашув саналади. Бу барча бўлимлар ва ҳар қандай даражадаги фаолият турини ўз ичига олган меҳмонхона учун муҳим йўналишдир ҳамда ҳар бир ходим учун миқозга керакли вақт ва жойда хизмат кўрсатишга йўналтирилган шарт-шароитларни ўрнатишга ҳаракат қиладиган бошқарув ёндашувидир. Унга меҳмонхонанинг сифат талабларига риоя қилиниши бўйича мажбуриятларини акс эттирувчи корпоратив маданият, шунингдек меҳмонхона ходимлари ўртасидаги ўзаро муносабатлар тизими орқали эришиш мумкин.

Меҳмондўстлик хизматлари сифатини бошқаришда сифат менежментига нисбатан турли ёндашувлардан фойдаланилади ва меҳмондўстлик соҳаси ҳам ушбу фаолият турига киради. Бунда туристик хизматнинг истеъмолини меҳмондўстлик саноатида туристларга таклиф қилиш амалга оширилади.

Миқоз, яъни турист хизматни истеъмол қилишда сифатга алоҳида эътибор қаратади ва бошқа миқозларга ҳам маслаҳат бера олади. Хусусан, бу бората халқаро менежмент институти (Швейцария) профессори Ж.Хоровитнинг ушбу йўналишда ўтказган тадқиқотлари кўрсатдики, хизматдан норозилигини билдирган 100 нафар харидорнинг тўрттаси ёмон хизмат тўғрисида хабар тарқатиш орқали хизматдан қониқиш ҳосил қилиб, бу ҳақида фақат 3 нафар кишига хабар берадиганларга қараганда деярли 3 баробар кўпроқ потенциал миқозларни олиб кетиши мумкин экан. Шуларни ҳисобга олиб, меҳмонхоналарда меҳмондўстлик муносабатларини ривожлантириш учун сифатни бошқариш зарурдир.

Сифатни бошқариш жараёни қуйидаги босқичлардан иборат бўлади:

- сифатни амалга ошириш учун сифат менежменти концепциясини қўллаш. Бунга мутахассислар фаол жалб қилинади ва меҳмонхоналардаги туристлар билан мулоқот қиладилар;

- меҳмонхонанинг сифат мақсадлари ва мажбуриятларини аниқлаб, сифат менежменти сиёсатини ишлаб чиқиш;

- ташкилий тузилмани ҳисобга олиб, миқозлар сўраган хизматларни яратиш;

- миқозлар ўртасида хизматдан кутаётган натижа тўғрисида сўровнома ўтказиш ҳамда унга асосан сифатни ўлчаш ва таҳлил қилиш;

- турли хил таҳлил усулларида фойдаланган ҳолда хизматлар билан боғлиқ операцияларни режалаштириш;

- хизмат кўрсатиш занжири дизайни билан доимий боғлиқ бўлган тизимни яратиш;

- меҳмонхона миқозларининг талабларини қондириш қобилиятини ўрнатиш;

- меҳмонхона ходимлари ўртасида хизматларни “биринчи марта” тўғри тақдим этиш қобилиятини аниқлаш учун статистик назорат ўтказиш;

- ташкилотда мазкур кўринишдаги ўзаро алоқаларни ўрнатиш;

- ходимларни доимий ўқитиш ва қайта тайёрлашни амалга ошириш.

Меҳмонхонага келадиган замонавий миқоз тақдим этилаётган хизматларнинг муқобил стандартларини яхши билади ва уларнинг талаби юқори бўлади. Шу боис, хизматлар сифатига кўпроқ танқидий муносабатда бўлиш лозим. Бу борада юқори сифатли хизматни муваффақиятли тақлиф қиладиган меҳмонхоналар қуйидагиларни ҳисобга оладилар:

- миқозларнинг эҳтиёж ва талабларини тушуниш;

- эҳтиёткорлик билан ишлаб чиқилган хизмат кўрсатиш стратегияси;

- миқоз ва ходимларга йўналтирилган таъминот тизими;

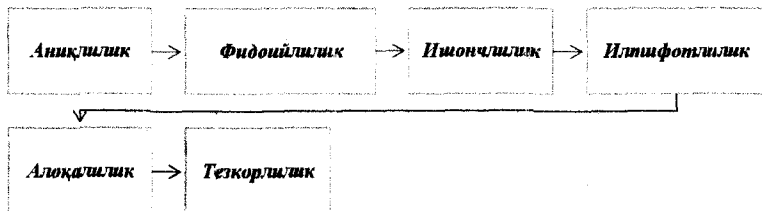
- миқоз талабларини яхши тушунадиган, яхши ўқитилган, ғайратли ва топшириқларни тўғри бажарадиган ходимлар.

Меҳмонхоналарда “хизмат сифати” тушунчаси муҳим қаралади. Ушбу тушунчани талқин қилишга нисбатан турли ёндашувлар мавжуд. Хусусан, бу борада ISO8402-94 “Сифатни бошқариш ва таъминлаш. Луғат” номли халқаро стандартида “Хизматнинг сифати – хизматнинг белгиланган ёки тахмин қилинган эҳтиёжларини

қондириш қобилиятини таъминловчи хусусиятлари мажмудир, деб таърифланади.

ISO8402-94 халқаро стандартида “хизмат кўрсатиш сифати” атамаси ҳам қабул қилинган бўлиб, у истеъмолчининг аниқланган ёки тахмин қилинган эҳтиёжларини қондириш имконини берувчи хизмат кўрсатиш жараёнининг ўзига хос хусусият ва шартлари мажмуи, деб қаралади.

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



4.2-расм. Хизматнинг хусусиятлари таснифи

Меҳмондўстлик хизматлари сифатини бошқаришда фойдаланувчида таассуротлар кучаяди. Натижада, улардаги ижобий таассуротлар мустаҳкамланади ва салбий таассуротлар йўқотилади. Бу борада фойдаланувчининг хизмат сифатини қабул қилиш тавсифланган модели мазкур тушунчага асосий, зарур ва ихтиёрий сифат, деб қараш имконини беради.

Миқјозларнинг эҳтиёжларини қондириш нуқтаи назаридан америкалик олимлар Кедотт ва Терженлар хизмат кўрсатиш унсурларини таклиф қиладилар. Унга асосан, бу типология сифатида миқјозлар хизматларни харид қилиш тўғрисида қарор қабул қиладилар. Унга асосан, хизмат кўрсатиш унсурларини қуйидаги гуруҳини ажратадилар:

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

Шунингдек, “сифат” тушунчаси истеъмолчи нуқтаи-назаридан кўп ўрганилган. Бу борада Ф.Татарский “Сифат ўз ҳолича мавжуд бўлиши мумкин эмас, у фақат муайян истеъмолчиларнинг муайян

талабларига нисбатан мавжуд бўлади”, деб қайд қилади. Ж.Харингтон бу тушунчани, яъни сифат – истеъмомчида туғилган эҳтиёж унинг қурби этадиган нархда қондирилишидир, деб таъкидлайди. Ҳамда унинг таъкидлашича, юқори сифат – истеъмомчи эҳтиёжини мўлжаллаганидан паст нархда ва кутганидан зиёда тарзда қондирилиши лозим. Шу нуқтаи назардан америкаликлар мижозларнинг хизматга баҳо беришда қуйидаги формулани келтирадилар:

$$ХҚ = \frac{С + В + Хкқ}{Н}$$

Бу ерда ХҚ – хизмат кадри ёки қиммати, С – сифат, И – ишончлилик, Хкқ – хизмат кўрсатишда қулайлик, Н – нарх.

Шундай қилиб, истеъмомчи талабининг қондирилиши фақат сифат билан белгиланмайди. Талабнинг қондирилиши нарх ва фойдани таҳлил қилиш ва сифат билан нархни таққослаш натижаси бўлиб ҳисобланади.

Меҳмонларга хизматларни кўрсатиш тизимида мижоз, яъни истеъмомчи “сифат-нарх-натижа” нисбатини муттасил таҳлил қилади. Бу хизматлар сифатини бошқаришда “нархнинг сифати” тушунчасини қўллашга имкон беради. Унга асосан, “хизмат сифати” тушунчаси қуйидаги қисмлардан ташкил топган комплекс саналади:

- салоҳият сифати ёки техник сифат;
- жараён сифати ёки функционал сифат;
- маданият сифати ёки ижтимоий сифат.

Салоҳият сифати ёки техник сифат – меҳмондўстлик корхоналарининг ишлаб чиқариш ҳолатига тегишли мезонлардан ташкил топади. Унга меҳмонхоналардаги меҳмонхона номерлари, ресторандаги овқатлар, ижарага берилувчи автомобиль ва коммуникацион техника сифати кабилар киради. Бироқ, истеъмомчи меҳмонхона хизматини харид қилгунга қадар унинг техник сифатига қисман баҳо бериш имкониятига эга.

Функционал сифат – меҳмонхона хизматлари кўрсатиш жараёнининг сифати бўлиб, бунда истеъмомчи меҳмонхона ходимлари билан бевосита алоқа қилади. Функционал сифатнинг юқорилиги орқали мижозларда номердан олинган таассурот

яхшиланади. Бироқ, функционал сифат паст бўлса, меҳмонхонадаги энг яхши номер кўрсатилган хизматдан қониқмасликка олиб келади.

Ижтимоий сифат – меҳмонхона ходимларининг ҳуқ-атвори ва меҳмонларга нисбати билан белгиланувчи маданият сифатидир. Унга ходимларнинг ҳушмуомалалиги, жонқуярлиги ва серилтифотлиги кириб, бу ижтимоий сифатнинг муҳим мезони бўлиб хизмат қилади.

4.3. Меҳмондўстлик саноатида инновацияларни бошқариш

Меҳмондўстлик саноатида инновация зарур ва уларни бошқариш эса мураккаб жараён бўлиб хизмат қилади. Бугунги кунда инновация ва инновацион фаолият илмий-техник тараққиёт йўналиши ва илмий тадқиқотлар ҳамда ишланмалар натижаларининг амалиётга жорий этилиши билан боғлиқ жараён сифатида қаралади. Инновациялар соҳаси кенг кўламли бўлиб, илмий-техник ишланмалар ва ихтиролардан амалий фойдаланиш ҳамда маҳсулот, жараён, маркетинг ва меҳмонхонадаги ўзгаришларни ўз ичига олади.

Инновация ўзгариш омили янги ёки такомиллаштирилган маҳсулот, технологик жараёнлар, ижтимоий эҳтиёжларни қондиришнинг янги хизматлари ва янги ёндашувлари саналади. Замонавий талқинда “инновация” атамасини Й.Шумпетер биринчи марта қўллаб, инновация - бу янги материал ва қисмлардан фойдаланиш, янги жараёнларнинг жорий этилиши, янги бозорлар очилиши, ташкилий шаклларнинг киритилишига асосланган барча янги услубларнинг янгича қўшулуви ва тижоратлашувидан иборат ҳосила функцияларининг жиддий ўзгаришидир, деб таъкидлайди.

Инновация – туризм бозоридаги янги маҳсулот, янги ҳодиса ёки хатти-ҳаракат бўлиб, у туристни ўзига жалб қилади. Унинг эҳтиёжларини қондиришга хизмат қилади ва тадбиркорга даромад келтиради. Шунга асосан, инновацион ривожланишни белгиловчи бозорга оид конъюнктура ва рақобат, муҳит, кадрлар ва ресурслар каби омиллардан иборат бўлади. Бу меҳмондўстлик индустрияси ҳам тегишлидир.

**Меҳмондўстлик соҳасида инновацияларнинг
асосий йўналишлари**

туристик маҳсулотнинг янги турлари, ресторан маҳсулотлари, меҳмонхона хизматлари ва бошқаларнинг чиқарилиши
анъанавий маҳсулотлар ишлаб чиқаришда янги ускуна ва технологиялардан фойдаланиш
илгари фойдаланилмаган янги туристик ресурслардан фойдаланиш ҳамда ноёб мисол сайёҳларнинг космик кемаларга саёҳати
анъанавий сайёҳлик, ресторан маҳсулотлари, меҳмонхона хизматлари ва бошқаларни ишлаб чиқариш ва истеъмол қилишни ташкил этишдаги ўзгаришлар ҳамда янги маркетинг ва менежмент
меҳмонхона ва ресторанларнинг тармоклари учун янги бозорларни аниқлаш ва улардан фойдаланиш
илгари фойдаланилмаган янги туристик ресурслардан фойдаланиш ҳамда ноёб мисол сайёҳларнинг космик кемаларга саёҳати

Меҳмонхоналарда турли соҳаларда юз бераётган доимий ўзгаришлар инновацияларга туртки беради. Улардан ҳар бирида янгиликларнинг мақсадлари барқарор ва узоқ муддатли иқтисодий ўсишни таъминлашга қаратилган янги хизматлар жорий қилишдир.

Меҳмондўстлик муносабатларини амалга оширишда инновация – мижоз талаб қилган ва меҳмонхона учун самарага эришиш мақсадида янгиликни жорий этиш натижасидир. Ёки инновация - таваккалчилик хавфи билан боғлиқ ҳар қандай яратувчанлик фаолиятининг аниқ натижаси бўлиб, туристларнинг эҳтиёжларини тўлароқ қониқтирувчи хизматларни олға сурилиши ва жорий этилишини таъминлайди.

Меҳмонхоналар фаолиятида олиб борилаётган ислохотлар ва туристик бозорда кадрларга оид янгиликлар меҳнат жараёнининг ажралмас қисмига айланган ва уларни бошқаришни талаб қилади. Ушбу фаолият соҳаси **инновацион кадрлар менежменти (ИКМ)** бўлиб ҳисобланади.

ИКМ - бу меҳмонхоналарда ташкил қилинадиган ўқув курслари, инновацион менежмент ва соҳа ходимларини бошқариш соҳаларининг мажмуасидир. ИКМ орқали кадрларга оид ижтимоий-иқтисодий тизимларни янгилаш, ривожлантириш ва усулларига барҳам берилади.

ИКМ объекти - меҳмонхонадаги ижтимоий-иқтисодий тузилмаларнинг кадрлари, кадрлар тизимларини янгилаш, ривожлантириш жараёнлари, инновацион хосса, эҳтиёж ва мезонларидир.

ИКМ субъекти - меҳмонхона ва бошқа тузилмаларнинг кадрлар ва меҳнат хизматларини ташкил этувчи бўлимлар, секторлар, гуруҳлар, турли мутахассислардир.

Меҳмонхонадаги ИКМнинг мақсади - меҳмонхонанинг жорий ва истиқболдаги манфааги ва мақсадлари, ходимларни ривожлантиришнинг замонавий қонуниятлари, стандарт талабларига мувофиқ кадрлар тизимини янгилашнинг самарали миқёслари ва суръатларини таъминлашдир.

ИКМнинг вазифалари турли гуруҳлар бўйича таснифланади. ИКМнинг бошқарув объекти бўлган кадрларга оид янгиликларни рўёбга чиқариш соҳасидаги вазифаларига қуйидагилар киради:

- инсон ресурсларини ривожлантириш соҳасида илмий-аналитик ишларни ташкил этиш ва ўтказиш, меҳмонхонанинг кадрларга оид янги муаммоларини излаб топиш ва ҳал қилиш;

- кадрларга оид янгиликларнинг самарадорлигига баҳо бериш;

- инновацион кадрлар сиёсатининг истиқболлари, концепциялари, режалари, дастурлари ва лойиҳаларини ишлаб чиқиш;

- кадрларга оид янгиликларни молиявий ресурслар билан таъминлаш;

- кадрларга оид янгиликларни ташкил этиш ва уларни рўёбга чиқарилишини назорат қилиш;

- кадрларга оид янгиликларни илмий асослаш ва ҳ.к.

Кадрларга оид янгиликлар (КОЯ) лойиҳалари ишлаб чиқилади ва амалга оширилади. Буни ташкил этиш “КОЯни ишлаб

чиқиш - КОЯни жорий этиш” тизимида амал қилади ва унинг қуйидаги ташкилий шакллари фаркланади:

- алоқа гуруҳи (КОЯ лойиҳасида кадрларга оид тадқиқот олиб бориш ва уни тугашидаги ижобий натижаларни таърифлаш);

- ходимни кадрлар хизматидан КОЯни ишлаб чиқувчи бўлимга ўтказиш (КОЯ лойиҳалари билан бевосита танишиш, тузатиш киритиш ва муваффақиятли амалга оширишга эришиш);

- муаммоли гуруҳ (турли бўлинма мутахассисларидан йиғилган мутахассисларни вақтинчалик гуруҳи сифатида КОЯни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш ўртасидаги муносабатни яхшилаш ташкил қилинади);

- сифат тўгараги (бу мутахассислар гуруҳи сифатида ихтиёрийлик асосида ташкил этилади ҳамда доимо меҳнатни ташкил қилиш, унинг унумдорлиги ва сифатини ошириш йўллари муҳокама қилинади);

- интрапренерлик (инновацион тадбиркорлик фаолияти ичидаги шакли сифатида ташаббускор ва ижодкор ходим ёки “интрапренер”дан иборат бўлиб, янгиликларни амалга ошириш имкониятига эга).

Меҳмонхоналарда инновация менежмент мавжуд функция ва тамойиллар асосида инновацияларни бошқариш жараёнини англатади. Бу эса меҳмонхона стратегиясини шакллантириш тизими қисми ва унинг рақобатбардор стратегияси асосидир. Инновацион фаолият вазифаси узоқ муддатли истиқболда самарали ишлашни таъминлаш учун доимо ўзгариб турадиган турли ташқи омилларга мослашувчан тизимни яратишдир. Аммо, меҳмонхона бизнесидаги инновацион ёндашув илғор ахборот технологиялари билан бирга менежмент соҳаларига таъсир кўрсатадиган бутун инновация мажмуи ва энг самарали фойдаланишни назарда тутати.

Меҳмондўстлик соҳасида инновацион йўналишларни аниқлаш учун инновациялар қуйидагича таснифланади:

- янгилик даражаси бўйича: бирламчи ва иккиламчи инновациялар;

- хулқ-атвор сабаби бўйича: мослашувчан ва илғор инновациялар;

- инновация объекти бўйича: технологик, бошқарув, маҳсулот ва маркетинг янгиликлари.

Бирламчи инновацияларда ходимларни бошқариш усули ёки янги ғоядан бирламчи фойдаланишга асосланган бозор учун тубдан янги бўлган технология муҳим ҳисобланади. Бирламчи инновацияларни ишлаб чиқиш ва уларни амалга ошириш учун муҳим салоҳият ва ресурслар етарли бўлиши лозим.

Иккиламчи инновациялар - бирламчи инновацияларга тақлид сифатида янги бўлиб, улар тадқиқотларни тежашга имкон беради.

Объект турига кўра инновациялар маҳсулот, маркетинг, менежмент ва технологик каби турларга бўлинади.

Маркетинг фаолияти ҳам инновация объекти сифатида қаралиши мумкин. Маркетинг янгиликлари маркетинг тадқиқотларининг янги усуллари, стратегия ва тадбирларни ишлаб чиқиш ва улардан фойдаланишга йўналтирилган бўлади. Маркетинг инновацияларининг пайдо бўлиши бошқа янгиликларни киритиш билан боғлиқ.

Бошқарув янгиликлари меҳмонхона ташкилий тузилмаси ва унинг индивидуал унсурлари, ходимларни бошқариш усуллариининг ўзгаришини англатади. Улар муқаррар равишда бошқарувнинг бошқа соҳаларида ўзгаришларга олиб келади.

Технологик янгилик хизмат кўрсатиш жараёнидаги трансформациялар билан боғлиқ. Меҳмонхона учун улар биринчи навбатда турли жараёнларни бошқариш тизимларида замонавий ахборот-компьютер технологияларини жорий қилишда ифодаланади.

Инновациялар билан боғлиқ жараёнлар ўзига хос хусусият касб этар экан, унга хос бўлган инновацион менежментнинг асосий функциялари бўлиб, режалаштириш, маркетинг, ташкил этиш, инновациялар самарадорлигини назорат қилиш ва таҳлил қилиш қабилар ҳисобланади. Ҳамда инновацияларни умумий шаклда амалга ошириш қуйидаги ишларни ўз ичига олади:

- ахборот ва тадқиқотларни тўплаш;
- инновация концепциясини ишлаб чиқиш;
- инновацияни амалга оширувчи тадбирларни амалга ошириш;
- инновацияларни жорий этиш самарадорлигини назорат қилиш.

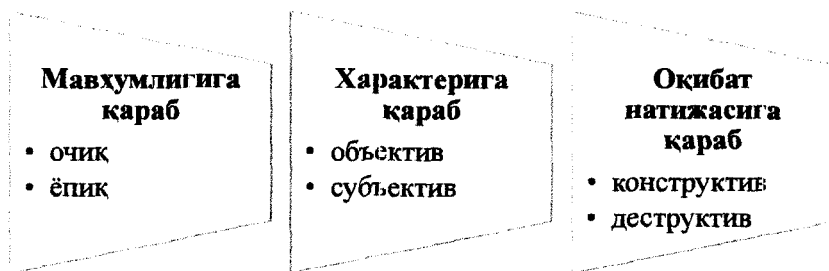
4.4. Мехмондўстлик саноатидаги ташкилотларда низоларни бошқариш

Мехмонхоналарда бошқариш жараёнида низо учрайди. Чунки, низо раҳбар, ходим, туристлар ўртасида муайян масалаларни ҳал қилишда томонларнинг бир-бири билан бир ечимга кела олмаганлиги туфайли вужудга келади. Низо барча ҳолатларда унинг сабаблари ўрганилади. Бунда раҳбар ҳар бир аниқ вазиятга адолат ва объективлик билан ёндашиши ва тўғри хулоса чиқариши муҳим.

Мехмонхоналарда ходимларнинг ишдан норозилиги, уларнинг ўзаро мурося кила олмаслиги низога сабаб бўлади. Хусусан, иш фаолиятида низоли вазиятлар қуйидаги сабабларга кўра вужудга келади:

- меҳнатни ташкил қилишдаги камчиликлар;
- ҳақ тўлашнинг такомиллаштирилмагани;
- ёмон меҳнат шароитлари;
- меҳнат ҳақидаги қонунларнинг бузиш;
- раҳбарликнинг қониқарсиз савияси;
- ўзаро муносабатлар маданиятининг паст савияси ва ҳ.к.

Шунингдек, ходимлар ўртасида низолар вазифаларни тақсимлашдаги адолатсизлик ва ўзаро боғлиқлик, турли мақсадларнинг ҳукмронлик, эркинлик, мустақиллик ва ўз қадрини билиш, ҳамда манманлик, қайсарлик ва ўзаро алоқанинг қониқарсизлиги каби сабаблар туфайли содир бўлади.



**4.3-расм. Туризм ва меҳмондўстлик соҳасида
низоларнинг таснифи**

Низолар турлича кўринишда экан, уларнинг ҳар бири ўзига хос хусусият касб этади.

Очиқ низолар қарама-қарши томонларнинг кўз олдида тўғридан-тўғри вужудга келади ва тўкнашиш содир бўлгунга қадар тўлиқ етилган бўлади. Бундай низолар раҳбарият назорати остида турганлиги сабабли меҳмонхона учун унчалик хавф туғдирмайди ва уларни бошқариш осон кечади.

Очиқ низолар нидо ва чақириқ шаклида ривожланиши оқибатида вужудга келади. Улар очикдан-очиқ чақириқ, товуш чиқариш ва даъват этишда ўз ифодасини топади. Бунда бир гуруҳ ходимлар ўзларига қарама-қарши бўлган расмий ёхуд норасмий гуруҳларнинг манфаатини ўзининг манфаати томон буришга ҳаракат қиладилар.

Ёпиқ низолар ўта хавфли бўлиб, бу низоларни аста-секин ривожланиб бориб, охири ёмон оқибатларга олиб келади. Агар низо ҳали “етилмаган” ёки уларни ходимлар нигоҳидан яширилса ёки низо кишилар “ичида” бўлса, бу ниҳоят хавфли ва уни бошқариш жуда қийин бўлиб, у ёпиқ низога айланади.

Ёпиқ низолар кўпинча фитна, хийла-найранг ва фисқ-фасод шаклида ривожланиш оқибатида вужудга келади. Улар орага нифоқ солиш, бузғунчиликка қаратилган бўлиб, ёлғончилик, уйдирма ва бўҳтон гаплар муҳолифлар учун асосий қурол вазифасини бажаради.

Объектив низолар меҳмонхонанинг ривожланиш жараёнида юзага чиқадиган ҳақиқий камчилик ва муаммолар билан боғлиқ низолар саналади. Бу низолар амалий низолар бўлиб, меҳмонхона фаолиятини ривожлантириш, раҳбарлик услубини такомиллаштириш ва нормал “руҳий иқлим”ни яратиш учун хизмат қилади.

Субъектив низолар ходимларнинг турли воқеликка бўлган шахсий фикрларининг турличалиги оқибатида вужудга келадиган низоларди. Бу низолар ҳис-туйғуга, ҳиссиётга берилиш ва қизиққонлик оқибатида юзага чиқади. Бундай низолар бир-бирини руҳан кўра олмайдиган ёки бир-бирини тушунмайдиган ёхуд тушуннишни хоҳламайдиган кишиларнинг қарама-қарши фикрлари оқибатида вужудга келади.

Конструктив низолар меҳмонхонада мақсадга мувофиқ ўзгартиришлар қилиниши ва оқибатда низо чиқадиган объектни бартараф қилишни назарда тутати.

Деструктив низо ҳеч қандай асоссиз ҳолатдир. Бундай низолар ходимлар ўртасидаги муносабатларни барбод қилади, сўнгра иш фаолияти жараёни ва бошқарувчиларни издан чиқаришга олиб келади.

Меҳмонхоналарда ходимларнинг ўзаро муносабати расмий ёки норасмий доирада амалга ошади. Расмий гуруҳ ходимларнинг ўз фаолиятидаги маъмурий жиҳатдан мустаҳкамланган расмий алоқаларини кўрсатиб беради ҳамда уларнинг лавозим бурчларидан келиб чиқувчи ўзаро муносабатларига кўра белгиланади.

Норасмий гуруҳ шахсий симпатия ва антипатиялар асосидаги норасмий муносабатлар, манфаатларнинг умумийлиги, характерларнинг ўхшашлиги ва ўзаро бир-бирини тушунишни ифодалайди. Ҳар иккала гуруҳ доимо бир-бирига таъсир қилиб туради ва шу жараёнда низоли ҳолатлар вужудга келади.

Меҳмондўстлик саноатини ташкил этиш мураккаб ташкилий тузилмадир. Бу ўзаро боғлиқ бўлган, бир-бири билан барқарор алоқада бўлган, уларнинг умуман ишлашини таъминлайдиган унсурларнинг тўпламидир. Шу билан бирга, ушбу ташкилотнинг мавжудлиги ва ривожланиши доимий равишда муайян шахслар ёки шахслар гуруҳи ўртасида қарама-қарши мақсадлар, манфаатлар, позициялар, фикрлар ёки қарашлар туфайли зиддиятларнинг пайдо бўлиши ва ҳал этилиши билан бирга қўшма меҳнат фаолияти жараёнида, баъзида улар кескинлашиб кетади ва тўқнашувга айланади.

Кўпгина вазиятларда низо ёки зиддият турли хил қарашлар ёки муаммоларни очиб беришга ёрдам беради, қўшимча маълумот беради, ходимлар ўз фикрларини ифода қиладилар. Бу гуруҳнинг қарор қабул қилиш жараёнини самарали қилади ва ходимлар ҳурмат ва кучга бўлган шахсий эҳтиёжларини қондира оладилар. Бундан ташқари, турли хил қарашларни муҳофама қилиш энг тўғри ечимни ишлаб чиқиш ва режа, стратегия ва лойиҳаларни янада самарали амалга оширишга имкон беради.

Низо жараёни қуйидаги босқичлардан иборат бўлади:

Биринчи босқич - қарама-қарши вазиятнинг юзага келиши, томонларнинг бирон бир масалада қарама-қарши позициялари ёки қарама-қарши мақсад ёки уларга эришиш воситалари ёки манфаатлар, истакларнинг мос келмаслигидир.

Иккинчи босқич - ходисанинг пайдо бўлиши, яъни курашаётган томонлар фаолиятини фаоллаштириш учун сабаб бўлган воқеалар.

Учинчи босқич - муносабатлардаги инқироз, яъни бу зиддиятли вазият очик ва яширин шаклларда давом этиши мумкин бўлганда шаклланади.

Тўртинчи босқич - зиддиятнинг тугаши, яъни зиддият ҳал қилинганда юзага чиқади.

Меҳмонхоналардаги вазиятни мураккаблаштирадиган низоларнинг салбий оқибатлари маълум бўлиб, у қуйидагиларни ўз ичига олади.

- ходимларнинг асосий фаолиятдан четлашиши, қўшимча моддий харажат ва йўқотишларнинг пайдо бўлиши, қарама-қарши гуруҳларни шакллантириш;

- жамоада ижтимоий ва психологик иқлимнинг ёмонлашиши;
- ходимлар ўртасидаги ҳамкорликнинг заифлашиши;
- ишлашнинг пасайишига олиб келадиган ҳиссий стресс.

Бироқ, меҳмонхонанинг муваффақиятли ишига ҳисса қўшиши ва унинг ижтимоий-психологик иқлимини яхшилайдиган конструктив зиддиятнинг ижобий оқибатларига қуйидагилар киради.

- айрим ходимларни ўзгартириш ва ривожлантиришни рағбатлантириш;

- қарор қабул қилишда турли хил фикрлар;

- ходимларнинг уларнинг фикри инобатта олинганидан қониқиш;

- қўшма қарорларни амалга оширишда қийинчиликларни қамайтириш;

- келгуси ҳамкорликка мойиллик;

- ходимларнинг маънавий ҳолатини яхшилаш ва уларнинг меҳнат мотивациясини ошириш;

- шахснинг ривожланишига ижобий таъсир қилиш.

Меҳмонхоналарда низонинг оқибатлари асосан унинг қанчалик самарали бошқарилишига боғлиқ. Низоларни бошқариш ижтимоий муносабатларини тартибга солиш жараёнининг муҳим қисмидир. Уни бошқариш учун ривожланиш механизминини тушуниш, зиддиятли вазиятларнинг юзага келиши мумкин бўлган шарт-шароит ва сабабларини тушуниш ҳамда бошқарув амалиётида низоларни ҳал қилиш усулларини қўллаш лозим.

Меҳмонхонада юзага келадиган зиддиятли вазиятларни аниқлаш ва хабардор қилиш менежердан уларни пайдо бўлишининг сабабларини тушунишни талаб қилади ҳамда низони келтириб чиқарадиган салбий таъсирларнинг олдини олади.

Менежерлар низоларнинг олдини олиш стратегиясига мувофиқ ҳаракат қилишлари лозим. Яъни, жамоада соғлом иш шароити ва психологик муҳитни яратиши муҳим. Бу эса низоларнинг юзага келиш эҳтимолини камайтиришга хизмат қилади.

***Таянч иборалар:** Маркетингини бошқариш, сифатини бошқариш, инновацияларни бошқариш, низоларни бошқариш, эҳтиёж, маҳсулот, маркетинг фаолияти, компаниянинг стратегияси.*

Назорат учун саволлар

1. Меҳмондўстлик индустриясида маркетингини бошқариш нималардан иборат бўлади?

2. Меҳмондўстлик хизматлари сифатини бошқариш қандай амалга оширилади?

3. Меҳмондўстлик саноатида инновацияларни бошқариш нималардан иборат бўлади?

4. Меҳмондўстлик саноатидаги ташикilotларда низоларни бошқариш қандай амалга оширилади?

V БОБ. МЕҲМОНДЎСТЛИК ИНДУСТРИЯСИНИНГ ЗАМОНАВИЙ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ

5.1. Меҳмондўстлик индустриясига замонавий ёндашув

Халқаро амалиётда кичик ва ўрта корхоналарни қўллаб-қувватлашнинг кенг тизими ишлаб чиқилган. Бунинг учун ҳукумат кафолат ва солиқ имтиёзлари орқали ёрдам бериши керак. Аввало, замонавий халқаро туризм турли давлатларнинг жаҳон туризм бозорига чиқишининг ўзига хос механизми бўла олади. Ўз вақтида миллий туристик мажмуаларнинг жаҳон бозорига кириб бориши натижасида миллий иқтисодиётнинг бошқа соҳалари хизматлар бозорига кириб боришлари учун шароит яратилади.

Туризм мустақил соҳа сифатида маълумотлар дазрининг муносиб вакили ҳисобланади. Индустрлаштиришни мақсад қилиб олган мамлакатлар учун туризмдан миллий иқтисодиётда мавжуд барча маълумотларни тўплаш воситаси сифатида фойдаланиш ривожланган мамлакатлар қаторидан жой олишга ёрдам беради. Туризмнинг мустақил соҳаси бўлиб меҳмонхона хўжалиги саналади.

Ташқи ёки ички бозорга мослашганлигидан қатъий назар, меҳмонхона хўжалиги миллий туризмнинг муҳим бўғимларидан бирига айланиб қолади. Ўз навбатида меҳмонхона хўжалиги менежменти тизимининг асосини меҳмонхона хизматлари маркетинги ташкил қилади.

Меҳмонхона хизматлари мавжуд меҳмонхона хўжалигини ривожлантириш, меҳмонхона бозорида фаол фойдаланиш мақсадга мувофиқ бўлган янги ўринларни очиш мақсадида тадқиқотлар олиб бориш технологияси ва ажратилиши режалаштирилаётган инвестициялар ҳисоб-китобини ўзи ичига олади. Ундан ташқари, меҳмонхона хўжалигини мустақил туристик маҳсулотга айланишига ёрдам беради.

Меҳмондўстлик индустриясини ривожлантириш, унга замонавий ёндашувнинг асосий йўналишлари қуйидагилардан иборат:

- мунтазам равишда журнал, газета, радио ва телевидение орқали реклама;
- ходимлар иштирокида туризм мавзусига бағишланган махсус кўрсатувлар тайёрлаш.

Шунингдек, меҳмонхона сектори ривожланишининг бозор модели куйидаги тadbирлар орқали шаклланади:

- меҳмонхона бизнесида фаолият кўрсатувчи хусусий ва қўшма корхоналарни тузиш;

- бозор инфратузилмаси унсурларини ривожлантириш;

- меҳмонхоналардаги туристик хизмат нархлари ва тарифларини пасайтириш;

- юридик ва жисмоний шахсларнинг туризм соҳасида фаолият кўрсатиш учун лицензия олиш тартибини соддалаштириш, меҳмонхона хизматларининг алоҳида кўринишларига лицензияларни сотишни йўлга қўйиш;

- хорижий сармояларни жалб қилган ҳолда барпо қилинадиган қўшма корхоналар эвазига туризмнинг нодавлат секторини кенгайтириш;

- давлат-хусусий мулк шаклларидаги республика корхоналари, фирмалари ва компаниялари сонининг кўпайишига, ўрта ва кичик меҳмонхона бизнесининг ривожланишига хайрихоҳлик қилиш;

- меҳмонхона тadbиркорлиги бўйича антимонополия чораларини кўриш ва бунинг асосида рақобатчилик муҳитини яратиш;

- минтақавий меҳмонхоналарга тўлиқ мустақиллик бериш.

Меҳмондўстлик индустриясига замонавий ёндашувнинг амалий натижаси меҳмонхона имижини яратиш ҳисобланади. Имиж – бу реклама, оммавийлаштириш ва мижозга нисбатан эмоционал-психологик таъсир ўтказиш, бирор мақсадни кўзлаб яратилган образ ҳисобланади. Имиж – мижозларга оммавий тарзда таъсир этади ва улар онгидаги фикрларни ўзгартириб юбориш кучига эга. Бу ерда меҳмонхона образи – бу меҳмонхона имижини ҳисобланади.

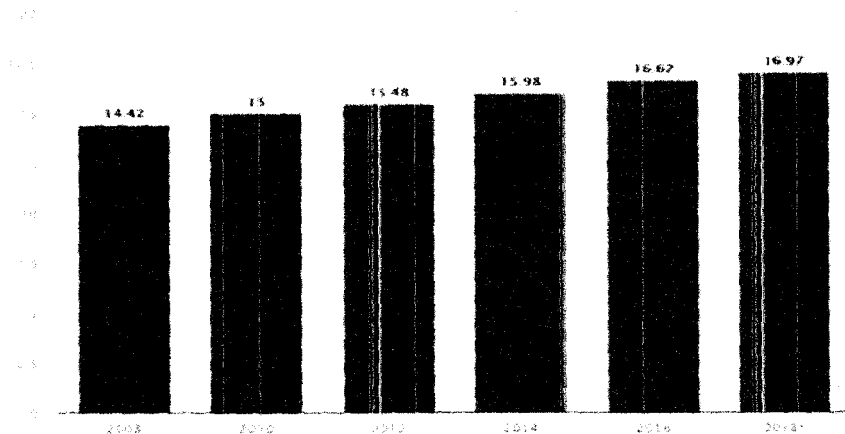
Меҳмонхона хўжалигининг ўсиб бораётган обрўи, унинг замонавий жамият ҳаётидаги ўрни иқтисодий, сиёсий ва ижтимоий аҳамияти жаҳондаги кўплаб мамлакатларнинг ҳукуматлари томонидан эътироф этилган. Меҳмонхона бизнеси улкан истиқболга эга бўлиб, унда меҳмонхона давлатнинг иқтисодий манфаатлари соҳаси ва умумий ялпи миллий маҳсулот ва валюта тушумларининг асосий ўсиш манбаига айланади.

Меҳмондўстлик индустриясига бўлган замонавий ёндашувни мижозларнинг ташрифи белгилайди. Аммо, уларни жалб этиш масаласи долзарб ҳисобланади ва меҳмонхона бизнесида бу муаммо мавжуд. Мижозларни меҳмонхонага жалб қилиш мураккаблиги салоҳиятли мижозларнинг – битта шаҳар кишилари эмаслиги,

кўпгина ҳолларда бошқа мамлакатдан ташиф буюришидир. Ушбу кишилар турли ижтимоий тоифа, даромад даражаси турлича, турли динларга эътиқод қилувчи, дунёқарашлари турлича, ўзларининг анъана ва урф-одатлари, қизиқиши ва эҳтиёжлари билан ажралиб туради.

Муайян мамлакатдан келган меҳмон - меҳмонхона танлаш муаммосига дуч келади. Чунки, меҳмонхоналар сони чекланган, бироқ айрим меҳмонхоналар бу муаммони юзага келишига имкон бермайдилар. Яъни, улар миқозларни ўзига жалб этишда турли қизиқтирувчи усуллардан фойдаланадилар ва ушбу меҳмонхоналар бошқаларга нисбатан ўзига хос афзалликларга эга. Шу боис, миқозларни жалб этишда меҳмонхона ўз хизматини меҳмонларнинг ижтимоий гуруҳларига йўналтирилади, нархлаш сиёсатини олиб боради ва хизматларнинг турларига қараб, ён босиши белгиланади. Айниқса, занжирли меҳмонхона саноати ўз хизматларини реклама қилиши учун катта сармоя сарф қилади.

Юқорида келтирилган омиллар натижасида жаҳон мамлакатларида меҳмондўстлик индустрияси шаклланди ва бу ҳолат меҳмонхоналар сонининг ошиши билан изоҳланади.



5.1-расм. 2008 йилдан 2018 йилгача дунё бўйлаб меҳмонхоналарнинг умумий сони (млн. киши)⁶

⁶ <https://www.statista.com/statistics/1092527/number-of-hotel-rooms-worldwide>

Жаҳон меҳмонхона саноатида сўнгги ўн йил ичида йиллик ўсиш кузатилади. Хусусан, 2018 йилда дунёда 16,9 млн. меҳмонхона хоналари мавжуд бўлган. Бу сўнгги 10 йил ичида дунё миқёсида 2,5 млн.дан ортиқ хоналар қўпайганлигини кўрсатади.

5.2. Жаҳон мамлакатларида меҳмондўстлик индустрияси тенденциясининг ҳолати

Жаҳон мамлакатларида меҳмондўстлик индустрияси шаклланиб, ривожланиш тенденциясига эга бўлмоқда. Бу борада дунё бўйича энг йирик отеллар рўйхати эълон қилинди ва уларнинг муҳим хусусиятлари бўлиб, хоналар сонининг мавжудлигидир.

5.1-жадвал.

Дунё бўйича энг йирик отеллар рўйхати⁷

Т/р	Меҳмонхона номи	Мамлакат	Хоналар сони
1	First World Hotel & Plaza	Гентинг-Хайлендс, Малайзия	7351
2	The Palazzo at The Venetian	Лас Вегас, АҚШ	7117
3	MGM Grand	Лас Вегас, АҚШ	6852
4	ARIA Resort & Casino	Лас Вегас, АҚШ	6790
5	Sheraton Grand Macao Hotel, Cotai Central	Макао, Макао	6000
6	Измайлово	Москва, Россия	5000
7	Wynn Las Vegas	Лас Вегас, АҚШ	4750
8	Mandalay Bay	Лас Вегас, АҚШ	4426
9	Luxor Las Vegas	Лас Вегас, АҚШ	4407
10	Ambassador City Jomtien	Паттайя, Таиланд	4219

Шунингдек, ҳар бирига албатта ташифр буюришга лойиқ бўлган энг катта қуйидаги меҳмонхоналар рўйхати ҳам эълон қилиниб, бу рўйхат доимо ўзгариб туради:

⁷ <https://batuminow.com/travel/largesthotelstop10>

- **EXCALIBUR HOTEL AND CASINO** (3850, Las Vegas, Boulevard South, Лас-Вегас, Стрип, Лас-Вегас, АҚШ). Лас-Вегасда жойлашган меҳмонхона 28 қаватга бўй чўзган икки минорадан иборат мажмуани ўз ичига олади. Бу ерда казино умумий майдони 9300 квадрат метрли ва 1700 та ўйин автоматлари жойлашган бир неча залдан иборат. Excalibur Hotel and Casino 1990 йилда очилган бўлиб, меҳмонлар унинг 4008 та номеридан бирида тўхташлари мумкин.

- **AMBASSADOR CITY JOMTIEN** (21/10, Sukhumvit Road, K.M. 155, Na Jomtien, Саттахип 20250, Таиланд). Меҳмонхона 40 акр жойни эгаллаган 5 иморатдаги 8 та ресторан, бир қанча барлар, тунги клублар, баҳайбат конференц-залдан иборат мажмуани ўз ичига олган. Шунингдек, у Осиёдаги энг катта бассейнли фитнес-маркази билан ҳам мақтанса арзийди. Бу ерда меҳмонлар 4219 та номерларнинг бирида жойлашишлари мумкин.

- **THE HOTEL AT MANDALAY BAY** (3950, Las Vegas, Blvd South, Las Vegas, NV, 89119, Paradise). Меҳмонхона ғайритабиий номидан ташқари Лас-Вегасда жойлашган 43 қаватли монументал биноси билан мақтовга сазовор. Бу ерда асосан казинода ўйнаш учун келган кишилар жойлашадилар, уларга стандарт номерлардан ташқари пентхаус, президент кошонаси ёки шунчаки катта кошоналарни ҳам таклиф этадилар. Ҳаммаси бўлиб унинг 4332 та номери бор. THE hotelat Mandalay Bay ўз меҳмонлари овқатланишлари мумкин бўлган ресторани билан ғурурланади. 2003 йилда очилган меҳмонхонани MGM Resorts International бошқарган.

- **LUXOR LAS VEGAS** (39006 Las Vegas, Blvd S, Las Vegas, NV, 89119) Лас-Вегаснинг навбатдаги меҳмонхонаси кираверишининг ёритилиши ва кечалари осмонга нур сочадиган дунёдаги энг кучли прожектори билан ғурурланади. Бу ерда 4408 номер, 1860 квадрат метр жойда эса 4 та бассейн, тўй маросимлари ўтказиш учун кичик ибодатхона, SPA салон, 29 та дўкон ва яна қўллаб қизиларли нарсалар бор.

- **WYNN LAS VEGAS & ENCORE LAS VEGAS** (3121, Las Vegas, Blvd. South, Лас-Вегас, 89109, Paradise). Аслида, бу бир-

бирига жуда ўхшаш эгизаклардай бир-бирига карама-қарши жойлашган икки меҳмонхона, яъни Wynn Las Vegas ва Encore Las Vegas ҳисобланади. 4734 та номеридан ташқари меҳмонхона кўп сонли ресторанилари, барлари, SPA салонлари ва мазмундор тунлари билан ғурурланиши мумкин. Wynn Las Vegas & Encore Las Vegas, Американинг бошқа беш юлдузли меҳмонхоналарига қараганда кўпроқ Forbes журнали мукофотларига сазовор бўлган.

DISNEY'S ALL-STAR RESORT (1901, W Buena, Vista Dr, Lake, Buena, Vista, FL, 32830, АҚШ, 499 272 2042). Орландода жойлашган бу меҳмонхона 5224 та номерларидан бирида тўхташ мумкин бўлган 30тауч каватли бинолардан иборат мажмуадир. Disney's All-Star Resortнинг ҳар бир биноси ўз мавзули йўналишига эга бўлиб, Диснейлендга етиб бормасдан турист эртақдагидай ҳис қилишига имкон беради.

FIRST WORLD HOTEL (Genting Highlands Resort, Гентинг Хайхлэндс, Гентинк тоғлари, Малайзия, 69000). Катталиги бўйича тўртинчи ўриндаги меҳмонхона Малайзияда жойлашган бўлиб, 4 каватли бинолар билан ўралган 24 каватли икки минорадан иборат. Бу ерда ҳаммаси бўлиб 6118 та номер ва апартаментлар, шунингдек кўплаб ресторан ва барлар, ҳамда мавзули кўнгиш очиш боғи бор. Меҳмонхонани First World Hotel and Resorts SendirianBerhad бошқаради.

- **MGM GRAND LAS VEGAS** (3799, Las Vegas, Blvd S, Las Vegas, NV 89109). 1993 йилда очилган MGM Grand меҳмонхонаси ўз вақтида дунёнинг энг катта меҳмонхонаси бўлган. Унинг 5 та очик бассейни, шаршаралари, дарёси, бир неча тунги клублари, 19 та ресторани ва Кларк округидаги энг катта казиноси бор. Бу ерда ҳаммаси бўлиб, 6852 та номер бор, шунингдек меҳмонхона Голливуднинг бир неча фильмларида суратга олинган.

- **ГОСТИНИЦА ИЗМАЙЛОВО** (105613, Москва, Измайловское шоссе, 71 уй, корп.4 Г-Д). Бу рейтингда Россия шарафини 30 каватли 4 та бинодан иборат Измайлово меҳмонхонаси ҳимоя қилади. Меҳмонлар 7500 та номер ёки апартаментлардан бирида тўхташлари мумкин. Шунингдек, ресторан, каф ва барлар меҳмонлар хизматида туради. Меҳмонхонага катта боғ ёндашган.

MECCA CLOCK TOWER (Oum Al Qura St., King Abdul Aziz Endowment Abraj Al Bait Complex, 24231 21955, Саудия Арабистони). Маккадаги AbrajAl-BaitTowers номи билан ҳам танилган Mecca Clock Tower дунёнинг энг катта меҳмонхонаси ҳисобланади. У Маккага келган зиёратчилар ўртасида ҳам, сайёҳ ва тадбиркорлар ўртасида ҳам бирдек машхур. Шунингдек, Mecca Clock Tower циферблатлари дунёда энг катта майдонни эгаллаган соатли дунёдаги энг баланд минорага эга. Меҳмонхона 8000 номер ва апартаментли уч минорадан иборат.

5.3. Меҳмондўстлик индустриясининг ривожланиш йўналишлари

Туризм тармоғи ичидаги меҳмонхоналарнинг асосий фаолияти меҳмонхона хўжалиги доирасида амалга оширилиб, у жойлаштириш воситалари ва тизими, яъни асосий воситалар саналади. Бу вақтинча келиб кетувчиларга турли даражада хизмат кўрсатиш билан боғлиқ ҳолда уларни қабул қилиш ва тунашни ташкил этиш ҳисобланади. Меҳмонхоналар фаолият олиб бориб, меҳмонхона хўжалиги доирасида амалга оширилади. Ушбу хўжалик ўзи ичига бутун бир мажмуавий хизматларни олиб, ташқи ва ички туризмнинг ривожланиши ҳамда халқаро туризм бозорида рақобатбардош бўлишининг бош омили ҳисобланади.

Меҳмонхоналар ўзаро рақобатлашиши лозим бўлиб, бу ҳолат мамлакатларда турлича йўналишларга эгаллиги билан ажралиб туради. Бу уларни иш юритиш ва даромад олишни тақозо қилади ҳамда республикамизда давлат сиёсатига кўтарилганлиги билан изоҳланади.

Бугунги кунда меҳмонхона хўжалигини ривожлантиришга тўғридан-тўғри хорижий инвестицияларни жалб қилиш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони қабул қилинди.⁸ Унга асосан, республикамизда 3 юлдузли тоифа учун 50 та хонадан кам бўлмаган ва 4 юлдузли тоифа учун 100 та хонадан

⁸ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 5 yanvardagi "O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PF-5611-sonli Farmoni

кам бўлмаган хоналар фондига эга меҳмонхона 2022 йил 1 январгача фойдаланишга топширилган тақдирда меҳмонхона тоифаси тасдиқлангач, янги меҳмонхонани куриш ва жиҳозлаш учун инвесторлар харажатларининг бир қисми Ўзбекистон Республикаси Давлат бюджети маблағлари ҳисобидан қопланади. Давлат бюджети параметрларини тасдиқлаш жараёнида ушбу миқдорни ҳар йили индексация қилган ҳолда 3 юлдузли тоифага эга меҳмонхоналардаги ҳар бир хона учун 40 млн. сўм, 4 юлдузли тоифага эга меҳмонхоналардаги ҳар бир хона учун 65 млн. сўмни ташкил қилади.

Мазкур ҳаракатлар меҳмонхоналар фаолиятида амалга ошириладиган иқтисодий жараёнлар бўлиб, унинг асосида меҳмонхона хўжалигининг энг асосий функцияси бажарилади ва унга асосан меҳмонларга вақтинчалик яшаш жойини бериш ва бунда меҳмонхона корхонаси ўзининг сигими, яъни номерлар сони, яшаш жойи билан бир-биридан ажралади. Бироқ, ўтиш даврида мавжуд муаммолар, шу жумладан, туристларга хизмат кўрсатиш фаолиятини замон талабларига мос равишда бошқара оладиган салоҳиятнинг етишмаслиги, ташкилотлар ўртасида ўзаро муносабатлар тизимининг такомиллашмаганлиги, имкониятларининг чекланганлиги ва улар томонидан маркетинг ва реклама ишларининг кам даражада амалга оширилаётганлиги каби муаммолар туфайли ривожланиш суст бормоқда.

Мазкур муаммони ечиш борасида меҳмонхона хўжалиги иқтисодиётнинг жадал ривожланаётган тармоқларидан бири бўлганлиги туфайли мамлакатимизда унинг юқори суръатлар билан ўсиши, катта ҳажмдаги валюта тушумларини таъминлаш орқали иқтисодиётга ижобий таъсир қилди ва туризм индустриясининг ривожланишига етарлича имкон яратмоқда. Кейинги йилларда меҳмонхона бозорида таклифнинг ортиши билан бир вақтда жойлаштириш хизматларига талабнинг пасайиши кузатишмоқда. Бу ҳолат рақобатнинг кучайишига олиб келди. Меҳмонхона бизнесида рақобатда устунликка эришишнинг асосий йўналишларидан бири рақобатчиларга юқори сифатли хизматларни таклиф қилишдир.

5.4. Меҳмондўстлик индустриясида меҳмонхона занжирлари ва брендлари

Жаҳон туризм бозорида занжирли меҳмонхоналар сони жуда кўпчилиқни ташкил қилади. Занжирли меҳмонхоналар бир нечта меҳмонхона корхоналарини ягона раҳбарият ва бир савдо белгиси остидаги умумий бизнесга бирлаштиришни назарда тутлади. Меҳмонхоналар занжирлари меҳмонхона бизнесидаги янгилик эмас, яъни ягона марказдан туриб бошқариладиган меҳмонхоналар бундан қарийб 60 йил олдин пайдо бўлган. Аввалига меҳмонхоналарни бошқаришнинг мазкур усули унча кенг тарқалмаган бўлса-да, занжирларга қўшилган меҳмонхоналар сонининг иккинчи жаҳон урушидан кейинги даврда бошланган жадал суръатларда ривожланиб келди.

Мазкур ходисанинг кейинги ривожланиш жараёни Америка меҳмонхоналар индустрияси билан боғлиқ. 1987 йилда меҳмонхоналар занжирлари АҚШ номерлар фондининг 62 % ини бирлаштирган бўлса, орадан 10 йил ўтгач, бу рақам 75 % гача кўтарилди. Яқин келажакда мутахассислар жами меҳмонхоналарнинг қарийб 90 % бирор-бир меҳмонхоналар занжири таркибига киришини тахмин қилмоқдалар. Ҳозирги кунда Intercontinental меҳмонхоналар занжири бутун дунёдаги энг таниқли ва сони жиҳатдан энг кўп меҳмонхоналар занжири ҳисобланади. Унинг белгиси остида 7 та бренд фаолият олиб бормоқда.

Марказий бошқарув тизими Англиянинг Denham, Buckinghamshireда жойлашган. Бошқарув тизимида раис бошқаради ва David Webtser, Richard Solomons, Tom Singer, Tracy Robbinsjiar IHG компаниясини энг юқори бошқарувчилари ҳисобланади. Бу тизим остида фаолият юритаётган брендларнинг энг кўп қисми давлатлар бўйича солиштирадиган бўлсак, АҚШ ва Хитой давлатлари ҳисобланади. Бошқарув тизимида 4 та минтақа бўйича директор ва майда минтақавий директорлар бошқариб боради. Жаҳон туризм бозорида ушбу компания катта аҳамиятга эга.

- **Hilton World wide Holdings.** Hilton World wide 1919 йилда Сиссо Сонрад Hilton томонидан Техасда ташкил этилган

Американинг кўпмиллатли меҳмондўстлиги компаниясидир. Ҳозирги кунда Кристофер Жассассанинг бошчилигида юритилмоқда. Hilton World wide - дунёдаги бешинчи йирик меҳмонхона занжири бўлиб, 104 та мамлакатда ва ҳудудларда жойлашган 4727 меҳмонхонага эга. Бозорнинг турли соҳаларида 14 та марка билан фаолият юритилмоқда. Форбес таҳлили бўйича 2013 йилнинг декабрь ойида АҚШнинг энг йирик хусусий компаниялари орасида Hilton World wide 36-ўринни эгаллади. Компания штаб-квартираси Калифорниянинг Беверли-Хиллс шаҳрида жойлашган бўлиб, у 164000 нафар ходимга эга. 2015 йилда компаниянинг даромади 11,3 млрд. долларни ташкил этди ва бу дунёдаги энг йирик меҳмонхона занжири рўйхатида иккинчи ўринда туради. 2016 йил декабрь ҳолатига кўра, Hilton World wide меҳмонхонаси тармоғида жами 4922 меҳмонхона мавжуд.

- **Accor.** Accor Hotels - бу 1960 йилларга бориб такаладиган тарихга эга бўлган, Парижда жойлашган ва кўп миллатли гуруҳдир. Marriott ва Hilton каби Ассоғнинг холдинги турли хил бўлиб, унинг портфели таркибига иқтисодий турар жойлардан тортиб, энг ҳашаматли беш юлдузли меҳмонхоналаргача бўлган 3700 меҳмонхона киради. Accor Hotelsга тегишли машҳур товарларга Formula 1, Novotel, Suite Hotel, All Seasons, Ibis, Etap, Motel 6, Pullman, Sofitel ва Mercur киради. Компания берган даромад 6,2 млрд. долларни ташкил этмоқда ва бу рўйхатда учинчи ўринни эгаллайди.

- **Wyndham world wide.** Marriott ва Hilton каби Wyndham АҚШда жойлашган яна бир катта меҳмонхона корпорациясидир. Меҳмонхона гуруҳидаги 7800 меҳмонхонага эгалик қилади ва фаолият юритади, шунингдек, унинг 100 та мамлакатда дам олиш соҳасидаги дам олиш хоналари мавжуд. Wyndhamнинг даромади 5,5 млрд. \$ ни ташкил этиб, тўртинчи рақамда туради.

- **Radisson Blu меҳмонхонаси.** Radisson меҳмонхоналар тармоғи – дунёдаги машҳур меҳмонхона брендларидан бири, Америка Қўшма Штатларидан жаҳон меҳмонхона саноатига кириб келди. Radisson меҳмонхоналарини Европа, Осиё, Африка ва Америкадаги деярли барча машҳур дам олиш масканларида учратиш мумкин. Тармоқнинг тўлиқ номи - Radisson Hotels & Resorts ҳисобланади.

Radisson меҳмонхоналарининг кўпчилиги 4-5 юлдуз даражадаги юкори сифатли хизмат кўрсатади. Компаниянинг бозордаги ўрни – бу ҳашаматли меҳмонхона, шунингдек, йирик курорт мажмуалари ҳисобланади.

Radisson тармоғи бозорда икки маркада – АҚШда Radisson ва дунёнинг бошқа қисмида Radisson SAS бренди номидан фаолият юритади. Сўнгги маркали бренд Скандинавия SAS авиакомпанияси ҳамкорлигида ишга туширилган. Шу боис, меҳмонхона номидаги иккинчи сўз вужудга келган. Ҳозирги кунга келиб Radisson SAS бренди остида 150 дан ортиқ меҳмонхоналар очилган. Европадаги Radisson SAS меҳмонхоналарини бошқариш, штаб-квартираси Брюсселда жойлашган The Rezidor Hotel Group томонидан амалга оширилади.

1962 йилдан бошлаб, Карлсон оиласи Radisson тармоғига эгалик қилади. Карлсонлар оиласи АҚШдаги бадавлат сулолалардан бири бўлиб, дунё бўйлаб 60 дан ортиқ мамлакатда жойлашган 450 та меҳмонхонани бошқаради.

Radisson Gold Points Plus – бу Radisson меҳмонхоналарига ташриф буюрувчилар учун бонусли дастурнинг замонавий кўриниши. Дастур меҳмонлар учун компания меҳмонхоналари томонидан кўрсатилаётган хизматлардан фойдаланганлиги учун бериладиган баллар йиғиндиси тизимини таклиф қилади. Баллар йиғиндисини мижоз меҳмонхона тармоғида хоналарни ижарага олаётганда бонус сифатида ишлатиши мумкин. Содиқлик дастурида бошқа меҳмонхона тармоғи, яъни The Rezidor Hotels Group меҳмонхоналар тармоғига кирувчи (Country Inns, Regent, Park Plaza, Park Inn) мижозлар ҳам иштирок этиши мумкин.

Тармоққа мунтазам ташриф буюрувчилар учун, The Rezidor Hotels Group Plus бонусли дастури кўзда тутилган. Бунинг моҳияти шундан иборат – мижоз, ҳамкорлар хизматида фойдланиб, баллар йиғади, баллар йиғиндисига қараб маълум бир мақом олиш ҳуқуқини олади, шундан сўнг у бир қанча афзаликлардан баҳраманд бўлиши мумкин, яъни ҳашаматли хона, меҳмонхонаги навбатсиз жойлашиш, ҳамкорлар ва эксклюзив хизматлардан фойдаланиш, бепул тулар жой кабилар. Ҳозирги кунда Radisson

компанияси туроператорлар учун содиқлик дастурини такдим этган (Look To Book), ягона меҳмонхона тармоғи ҳисобланади.

Radisson компаниясининг сўнги янгиликлари – махсус алоҳида ишлаб чиқилган Select Comfort ётоқлари билан жуда қулай Sleep Numbers хоналаридир. Бундай хоналар АҚШ, Канада ва Кариб денгизи курортларидаги меҳмонхоналарда мавжуд. Аслида, Radisson хоналаридаги ётоқлар, меҳмонхона даражасига қарамай, ҳар доим тармоқ меҳмонхоналарининг асосий афзалликларидан бири бўлиб келган.

- **Hyatt Regency меҳмонхонаси.** Чикагодаги штаб-квартирада жойлашган Hyatt Hotels корпорацияси дунёнинг 13 та брендлари ва 50 дан ортиқ мамлакатда 600 дан ортиқ меҳмонхона портфелига эга меҳмонхоналар занжири билан ишлайди. Компаниянинг мақсади - одамларга сифатли хизмат кўрсатиш, ўзларининг бизнес қарорлари ва ўсиш стратегияларини етказиш, одамларга фойда келтириш ҳамда ғамхўрлик қилишдир.

Компаниянинг бўлинмалари Park Hyatt®, Grand Hyatt®, Hyatt Regency®, Hyatt®, Andaz®, Hyatt Centric™, The Unbound Collection тўшамлари остида ишлаб чиқаради, эгалик қилади, бошқаради, имтиёзлар беради, лицензияларга эга ва жаҳоннинг олти қитъасида жойлашган. Улар шаҳарнинг бизнес марказида жойлашган. Ҳар бир меҳмонхонада замонавий хоналар мавжуд бўлиб, ажойиб таомлар ва конференциялар ўтказиш учун қулай шароитлар яратилган.

Hyatt Hotel Corporation дунёнинг энг йирик меҳмонхона занжири рўйхатидаги бешинчи ўринни эгаллайди. Бугунги кунда Global Hyatt корпорацияси бутун дунё бўйлаб 45 та мамлакатда жойлашган, 483 дан ортиқ меҳмонхона ва дам олиш масканларида хизмат кўрсатиб келмоқда. Айни пайтда Hyatt бренди мижозларни юқори даражадаги сервисли люкс классдаги ётоқлар билан таъминлайди, унинг бозордаги биринчи рақамли харидорлари бизнес саёхатчилар ҳисобланади: асосан ёлғиз саёхат қилувчи одамлар, бизнес масалаларини ҳал қилиш мақсадида, музокаралар ўтказиш, янги амалий алоқаларни ўрнатиш ниятида дунё кезаётган кишилардир. Hyatt турли хилдаги мижозларни ўзига жалб қилиш мақсадида, ўзининг муассасаларини стратегик жиҳатдан қуйидаги брендларга

ажратади: Hyatt Regency, Grand Hyatt, Park Hyatt, Hyatt Place, Hyatt Summerfield Suites, Andaz.

Hyatt Regency меҳмонхоналари катта шаҳарлар марказида, шаҳар бизнес-марказлари яқинида жойлашган бўлиб, асосан бизнес сайёҳатчиларга мўлжалланган. Меҳмонхона томонидан тақдим этилган хизматлар конференция ва учрашувлар учун кўп сонли хоналар, Wi-Fi, таржимон ва котиб хизмати, спорт зали, шинам ресторан ва барларни ўз ичига олган. Бу бренд компаниянинг асосий маҳсулоти бўлиб, “беш юлдуз” тоифасига киради.

Hyatt Place меҳмонхонаси 2004 йилда Ameri Suites меҳмонхона тармоғини сотиб олиш натижасида пайдо бўлди. Бу бренд меҳмонхоналари йирик шаҳарларда, ҳамда кичик аҳоли пунктларида жойлашиши мумкин. Улар мустақил ишбилармон сайёҳларга, ҳамда дам олиш кунларини биргаликда ўтказаётган oilаларга мўлжалланган.

Hyatt Summerfield Suites бренди 2005 йилда Black Stone Group сотиб олинган. У узоқ ва фаровон яшаш учун мўлжалланган хоналарга эга меҳмонхона тармоғини тақлиф этади. Ҳар бир дам олиш хонасида меҳмонхона, ётоқхона ва ошхона бор. Бу бренд дам олиш хоналари ўртача 125 дан 200 тагача бўлади. Hyatt Summerfield Suites меҳмонхоналари шаҳарда, аэропортда ва шаҳар ташқарисида жойлашган. Бу корпоратив мижозлар учун узоқ муддатли вазифаларни бажаришга келган ходимларини жойлаштириш учун идеал тақлиф.

Andaz бренди Лондонда 2007 йилда Hyatt корпорацияси томонидан ишга туширилган. Ҳар бир меҳмонхона архитектурасида ўша ҳудуднинг ноёб маданий хусусиятлари кўрсатилган. Меҳмонхона кўрсатилган хизматлар сифати билан бирга, оддий услубни афзал кўрувчи меҳмонларни кутиш учун мўлжалланган. Andaz меҳмонхоналари бизнес сайёҳатчилар ва дам олувчи меҳмонлар индивидуал эҳтиёжларини қондириш учун мўлжалланган хизматларни тақлиф этади. Меҳмонхона, шунингдек, кичик учрашув, расмий ва норасмий маросимларни ўтказишда индивидуал ёндошувни таъминлайди.

Hyatt компанияси Россия бозорига 2002 йилда Ararat Park Hyatt Moscow меҳмонхонасини очиш орқали кириб келди. 2012 йилда меҳмонхона International Hotel Awards “Россияда энг яхши меҳмонхона” номинацияси бўйича мукофот олган. Ararat Park Hyatt Moscow меҳмонхонаси Россия пойтахтининг энг марказида - Большой театр ёнида, Қизил майдондан бир неча қадам берида, Давлат думаси биноси ва Москва ишбилармонлар маркази яқинида жойлашган. Ararat Park Hyatt меҳмонхонаси дам олиш хоналар фондига 220 та ҳашаматли ва шинам хоналарни, шу жумладан, 17 та апартамент индивидуал дизайн асосида безатилган хоналарни ўз ичига олади. Меҳмонлар учун ресторанлар, кафе, бар, конференц ва банкет заллари, фитнес-марказ ва соғломлаштириш клуби хизмат килади.

- “Marriott International” меҳмонхонаси. Marriottнинг тарихи 1927 йилга бориб тақалади. Marriott корпорацияси сифатида 1927 йилда Jon Villard Marriott ва унинг хотини Alice Sheath Marriott томонидан ташкил этилган.

Мазкур жуфтлик ўзларининг билимдонлиги сабабли “Буюк депрессия” йилларидан корпорациянинг осон ўтиб кетишини таъминлай олишди. 30 ёшининг охирларида эса Jon Villard Marriott The Шоппе Инс ресторан занжирлари ва катеринг билан шуғулланувчи корхона эгасига айланди. Джон Марриотт ўзининг биринчи меҳмонхонасини 1957 йилда курди. Бу меҳмонхона “Twin Bridges Marriott” дея номланган бўлиб, Виржиния штатининг Арлингтон шаҳрида қурилган эди. Джон ўзининг бизнесини ягона фамилияли қилишни ният қилган эди ва кейинчалик компания бошқарувини ўғлига топширди. Кичик Марриотт ҳам бу ишда отасидан қолишмади. 1964 йил компания “Marriott Corporation” номига ўзгартирилди. Корпорация меҳмонхона ва ресторан бизнеси билан боғлиқ барча соҳаларга эътибор беришни бошлади. 1977 йилда франшиза орқали миллиардлаб фойда олишни бошлади.

Корпорация 80-йилларнинг охирига келиб учта концепция ишлаб чиқиб фаол равишда иш юритди. Бу компания АҚШнинг учта секторида фаолият юрита бошлади, яъни тўлиқ комплекс хизматли

меҳмонхоналар (Marriott suites), қиммат бўлмаган меҳмонхоналар (Residence Inn) ва қиммат бўлмаган меҳмонхоналар (Fairfield Inn).

Ҳозирги кунда АҚШ ва 64 та давлатда 3400 га яқин объекти мавжуд бўлиб, 150 мингдан ортиқ хизматчилар фаолият олиб борадилар. Хоналар сони эса 700 мингга яқин. 2010 йил 10 ноябрда келтирилган маълумотга қараганда Marriott International 2015 йилгача 600 га яқин меҳмонхоналарни кўпайтиришни маълум қилган.

Marriott International меҳмонхоналари бандлиги дунёнинг бошқа рақобатчиларининг ўртача ҳисобидан 10% га ортиқ. Шу билан бирга, бевосита рақобатчиларига қараганда, Marriott International меҳмонхоналарининг анча қиммат таърифлари ҳам мавжуд. Бир меҳмонхона занжири 14 та меҳмонхона занжирларини ўз ичига олади. Бу улкан компанияни бошқариш учун ҳам катта маҳорат керак бўлади. Лекин, бунча меҳмонхона занжирига қарамасдан бронлаш тизими ягона саналади.

5.2-жадвал

Marriott компанияси таркибига кирувчи меҳмонхона занжирлари

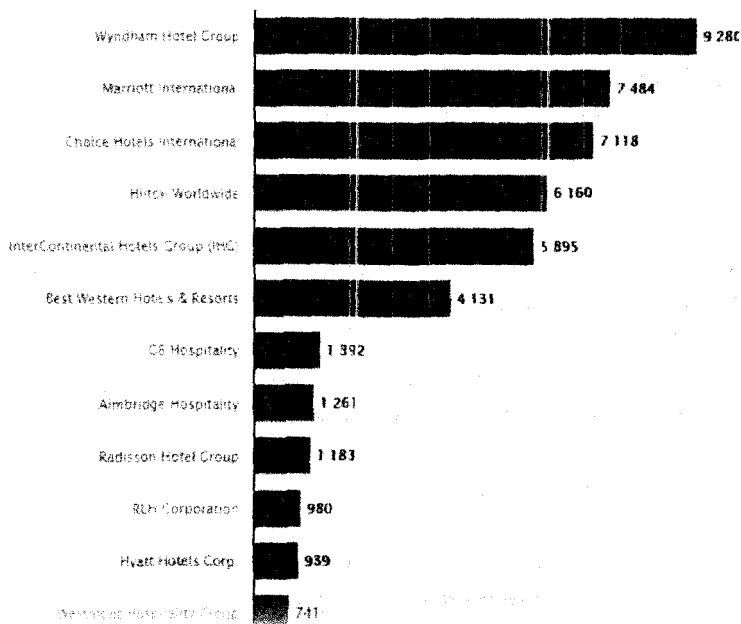
Big Boy (restaurant)	Marriott Rewards
Courtyard by Marriott	Nickelodeon Resorts by Marriott
Fairfield Inn by Marriott	Renaissance Hotels
JW Marriott Hotels	Residence Inn by Marriott
JW Marriott Kuala Lumpur	Ritz-Carlton
Marriott ExecuStay	Spring Hill Suites
Marriott Hotels & Resorts	Town Place Suites

Манба: Жадвал муаллиф томонидан www.marriott.com маълумоти асосида тузган.

Жаҳон меҳмонхона индустриясида меҳмонхоналар хизмат кўрсатиш ва қулайлик даражасига қараб, қуйидаги сегментларга ажратилади ҳамда меҳмонхона компанияларнинг сони ҳам кўпайиб бормоқда:

- luxury – люкс;
- upper upscale - энг юқори класс;
- upscale - юқори класс;

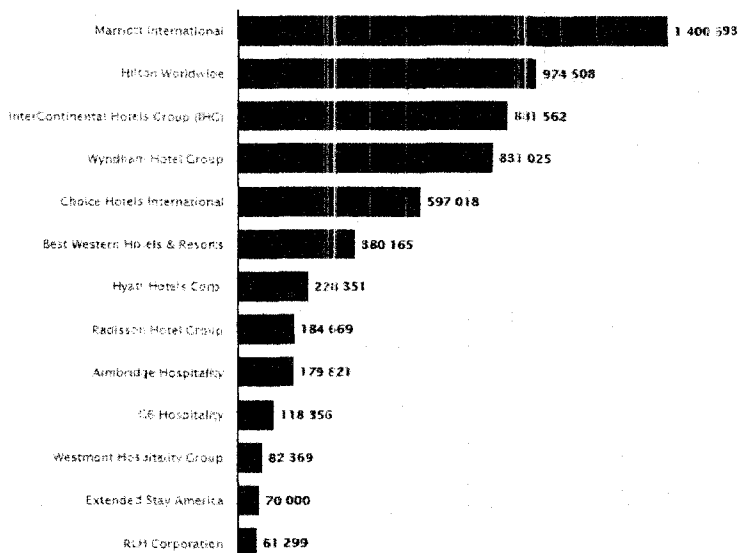
- upper midscale - ўрта класс - тўлиқ хизмат;
- midscale - ўрта класс чекланган хизматлар.



5.2-расм. Жаҳондаги етакчи меҳмонхона компаниялари сони (2020 йил июнь ойи ҳолатига кўра)⁹

Бугунги кунда жаҳондаги етакчи меҳмонхона компаниялари сони кўпайиб, меҳмонхоналар саноати рақобатга тўла ва глобал савҳатчилар оқимининг кучайиши ҳисобига ўсишда давом этмоқда. Бу компаниялар объектларни қуриш, сотиб олиш ёки сотиш билан боғлиқ. Баъзи шаҳарларда ва мамлакатларда қутилмаган тарзда эмас, режалаштирилган тарзда янги меҳмонхоналар ташкил этилди. Хусусан АҚШда 2020 йил март ойида 5700 дан ортиқ кўчмас мулк объектлар умумий жойлаштирув воситаларига айлантирилди. Нью-Йорк шаҳрида энг кўп янги турар-жой лойиҳаларини амалга оширилди, натижада – АҚШ жаҳонда етакчи энг самарали янги умумий жойлаштириш воситалари қурилган мамлакатга айланди.

⁹ <https://www.statista.com/statistics/197869/us-hotel-companies>



5.3-расм. Дунёдаги етакчи меҳмонхона компаниялари хоналари сони (2020 йил июн ҳолатига кўра)¹⁰

Дунёдаги етакчи меҳмонхона компаниялари хоналари сони ҳам кўпайиб, унда энг олдинги ўринни Marriott меҳмонхона занжири эгаллайди ва жорий йилда унинг хоналари 1400693 тани ташкил этди. Аммо, Luxury сегментига кирадиган меҳмонхоналар фақат Intercontinental тизимига мансуб меҳмонхоналар саналади. Intercontinental меҳмонхоналари IHG тизимини энг юқори сегменти ҳисобланади ва асосий даромадни шу бренд орқали топади.

Халқаро миқёсда занжирли меҳмонхоналарни бир неча киёсий таҳлил орқали меҳмонхона фаолиятининг қай даражада олиб борилаётгани ва молиявий ҳолатини кўриш мумкин бўлади. Шунга асосан, меҳмонхоналар энг яхши хизматларни кўрсатишга ихтисослашса, уларга бўлган миқдорларнинг талаби ортиб боради. Бу борада дунёдаги меҳмонхоналар мавжуд бўлиб, улар қуйида келирилган давлатларга тўғри келади:

¹⁰ <https://www.statista.com/statistics/197859/total-number-of-guestrooms-of-us-hotel-companies-worldwide/>

**5.3-жадвал. Дунёда энг яхши хизмат кўрсатувчи
меҳмонхоналар рўйхати¹¹**

№	Меҳмонхона номи ва жойлашган давлати	Меҳмонхоналарнинг асосий хусусиятлари
1	Сингита Лодге, Серенгети, Танзания	Мазкур меҳмонхона ходимлари “жуда яхши” тарбия кўрган. Муассаса даромадининг бир қисми атрофдаги жой ҳимояси учун сарфланади. Бу еса ўз навбатида ходимларнинг оилаларини қўллаб-қувватлайди. Бу механизм меҳмонхонада ҳайратланарли даражада бахтли ва ажойиб муҳитни ҳосил қилади
2	Сачер, Вена, Австрия	Бу ердаги хизмат кўрсатиши ва муаммоларни ҳал қилиш тезлиги доим юқори даражада бўлади
3	Кемпински Адлон, Берлин, Германия	Ушбу оилавий меҳмонхона мижозлар сўровини қондириш учун қўлидан келган барча ишни қилади
4	Ариа, Будапешт, Венгрия	Меҳмонхонадаги музика билан шуғулланувчи оқсоч одатий сўровларга жавоб бериб, музиканинг турли жанрларига яхши тушунади ва мижозларга керакни таклиф қилади
5	Вилла Фелтринелли, Гарняно, Италия	Бу ернинг ходимлари яхши тарбия кўрган, хотиржам, классик услубга риоя қилади ва меҳмонларга ғамхўр бўлади. Ҳамда улар Европадаги хусусий қасрларнинг хизматчиларига ўхшайдилар.
6	Аманему, Исе- Сима, Япония	Аманему меҳмонхонаси Исе-Дзингу синтоистлар ибодатхонаси яқинида жойлашган. Унинг эгаси шарқнинг анъанавий қадриятлари асосида тарбия кўрган, меҳмонларга ғамхўрлик қиладиган, меҳрибон, ҳушмуомала ва профессионал ходимларни танлайди

¹¹ <https://daryo.uz/2017/08/24/dunyoda-eng-yaxshi-xizmat-korsatuvchi-mehmonxonalar-royxati-foto>

Ушбу жадвалда келтирилгандек, туризм соҳасида меҳмонхоналар ўзларининг кўрсатадиган хизматлари туфайли туристларга ёқиб қолганлиги боис, мазкур соҳада муҳим ўринни эгаллайди.

Ҳозирги кунда меҳмонхона корпорациялари меҳмонхона хизмати бозорида мустаҳкам ўрнашиб олган. Бутун дунёдаги йирик шаҳарларда улкан меҳмонхона занжирларига тегишли меҳмонхоналар мавжуд. Ўзбекистон ҳам бундан истисно эмас. Ҳозирги кунда дунё меҳмонхона занжирлари Ўзбекистоннинг меҳмонхона бозорини фаол равишда эгалламоқда. Кўпгина шаҳарларда асосан пойтахтда дунёнинг улкан меҳмонхона занжирлари номи пайдо бўляпти.

Меҳмонхона занжири - бу бир хил дизайндаги, бир хил даражадаги хизматлар тури, бир хил хизматлар, миқдорга бир муомала, муносабат, қараш йўлининг ўхшашлигини ўз ичига оладиган меҳмонхоналарнинг бирлашган ҳолатдаги жамланмасидир. Одатда, меҳмонхона занжириги тегишли бир меҳмонхона занжирдаги бошқа меҳмонхонанинг қандайлиги ҳақида гувоҳлик бера олиши мумкин. Шундай қилиб, меҳмонхона занжирларига тегишли меҳмонхоналар материал-техникавий ва хизматларнинг бир хиллигига қаттиқ риоя қилишади. Меҳмонхона занжирлари бир давлатда ёки бир неча давлатларда фаолият юритишади, яъни миллий ёки халқаро бўлиши мумкин. Дунёдаги энг йирик меҳмонхона занжирлари қуйидагилардан иборат¹²:

- Marriott International, Inc.;
- Hilton;
- AccorHotels;
- Wyndham Hotel Group;
- Hyatt Hotels Corporation;
- Jin Jiang International Hotel Management Co. Ltd.;
- Shangri-La Hotels and Resorts;
- Meliá Hotels International;
- InterContinental Hotels Group PLC (IHG);
- NH Hotel Group.

¹² <https://tophotel.news/get-know-five-biggest-hotel-chains-world/>

Ҳар бир меҳмонхона занжирининг диққат марказида занжирга кирадиган меҳмонхоналарни устувор юксалтиришга қаратилган ўз ҳисоб-китоб тизими мавжуд. Шунини таъкидлаш жоизки, меҳмонхона резервацион тизимининг ўзи интеграция жараёнларига таъсир кўрсатиши керак. Бундай тизимларда электрон заҳирани киритиш қиммат ва мустақил меҳмонхоналар буни амалга ошира олмайди.

Меҳмонхона занжирларини бошқаришнинг тўғри ташкил этилганлиги, уларнинг дунё бозорига қай даражада кириб боришига ва у ерда ўз мавқеига эга бўлишига ёрдам беради. Ҳар бир меҳмонхона занжирлари ўзининг классификациясига, жойлашган жойи ва стратегиясига эга. Битта меҳмонхоналар занжирига ҳар хил категорияга тегишли меҳмонхоналар кириши мумкин.

Европада шундай меҳмонхона занжирлари борки улар арзон меҳмонхоналар бирлашиши орқали вужудга келган. Уларга Formula 1, Etap, Premier Class ва бошқаларни мисол сифатида келтириш мумкин. Аммо, Европада юқори классификацияли меҳмонхоналар бирлашган меҳмонхоналар занжирлари ҳам мавжуд. Уларга Sheraton, Forte, Le Meridien кабилар киради.

Кўпгина меҳмонхоналар занжирларининг бошқармаси АҚШда жойлашган. Аммо, фойда бошқа давлатлардан олинади. Корпоратив меҳмонхона занжирларига кирувчи меҳмонхоналарнинг ҳаммаси ҳам шу меҳмонхона занжирларининг шахсий меҳмонхоналари ҳисобланмайдилар. Бу меҳмонхоналар ўзининг хўжайинига эга бўлиши мумкин. Меҳмонхоналарнинг меҳмонхоналар занжиридаги иштироки эса ижара шартномалар, франшиза ва бошқалар асосида олиб борилади. Бу эса меҳмонхоналарда хоналар бандлигини таъминлашда устунликка йўл очади. Халқаро меҳмонхона занжирлари ўзининг марказий таъминот корхоналари, марказий ўқитиш муассасалари, мебель, жиҳоз ва ускуналарни ишлаб чиқариш корхоналари, тузатиш фабрикаларига эга.

Меҳмонхона занжирлари билан бирга меҳмонхона брендлари ҳам ривожланиб бормоқда. Бренд ва савдо маркаси – бу икки тушунча орасида боғлиқлик бўлса ҳам бир-биридан сезиларли даражада фарқ қилади. Махсус ваколатли идорада мажбурий рўйхатдан ўтган маҳсулот ишлаб чиқарувчи корхонани ажратиб

кўрсатувчи белгиси савдо маркаси ҳисобланади. Савдо маркасининг автори буни қадокқа ёки маҳсулотнинг ўзига жойлаштириши мумкин. Рўйхатдан ўтган товар белгисига, у кимга тегишлилиги ҳақида гувоҳнома берилади, бу гувоҳномадан фақат ёлғиз ўзи фойдаланиши мумкин. Савдо маркаси маҳсулот учун ўйлаб топилган образ ҳисобланади ва бу марка брендининг асоси ҳисобланади.

Бренд - бу харидорнинг онгида сақланиб қолган маҳсулотнинг савдо маркасидир. Бренд ва савдо маркаси маҳсулотни бозордаги бошқа маҳсулотлардан ажратиб олиш имкониятини беради. Маҳсулот бозорида савдо маркаларининг кўп миқдорда бўлиши сабабли инсон онгида савдо маркасидан кўра бренд номи кўпроқ сақланиб қолади. Савдо маркаси кўп ташкилотларда бўлиши мумкин, аммо бренд ҳаммада ҳам бўлавермайди. Бренд ва савдо маркасининг сезиларли фарқи шундаки, айрим харидорларга маҳсулотнинг сифат кўрсаткичи муҳим аҳамиятга эга, айримларга фарқи йўқ.

Брендининг асосий мақсадларидан бири бошқа брендлардан ажралиб туриши, рақобатбардош бўлиши ва юқори нархларни ўрната олишидир. Қачонки харидор ушбу меҳмонхона маҳсулотининг устунлик томонларини сезсагина бунга эришиш мумкин. Шунда харидор, баланд баҳодаги меҳмонхона маҳсулоти ёки хизматидан фойдаланади.

“Меҳмонхона брендини ҳар қандай соҳада яратиш мумкин, бундан ташқари – хўжалиқ брендига на фақат меҳмонхонада меҳмонхона бизнесини таклиф этган меҳмонхона маҳсулоти, ўз-ўзидан мазкур ҳудуд, мамлакат ва дам олиш маскани айланиб бормокда. Жойлаштириш, аниқлаштириш, боғлантириш ва ваъдалар – бу меҳмонхона-хўжалиқ бренди стратегиясининг асосидир”¹³.

Меҳмонхона маҳсулотининг савдо маркаси – расмий, юридик тушунчаси бўлиб саналса, бренд эса харидорнинг онгида сақланиб туради. Бренд тушунчаси кенгроқ ҳисобланиб, унга меҳмонхона маҳсулотидан фойдаланиш гартиблари, маҳсулот билан боғлиқ

¹³ З.И. Тимошенко, Г.Б. Муни, В.П. Дышлевой Маркетинг гостинично-ресторанного бизнеса 2011-2017 tourism-book.com

ўзгаришлар, фойдали маслаҳатлар киради ва бренд муаллифи томонидан киритилаётган янги маълумотлар кузатиб борилади.

Меҳмондўстлик саноатида брендингнинг асосий вазифаси истеъмолчиларда унинг савдо белгиси билан боғлиқ ижобий хулосаларни шакллантириш ва янада ривожлантиришдан иборат. Меҳмондўстлик ташкилотлари бренди алоҳида маънога эга бўлиб, у рационал ва эмоционал элементларни ўз ичига олиб, компаниянинг моддий ва номоддий қиймати орқали ифода этилади.

Шуни таъкидлаш лозимки, меҳмонхона сегментлари кўп бўлишига карамай, деярли барча бренд меҳмонхона ташкилотларини тузилиш белгилари бирлаштиради. Бирок, бир брендинг бошқасидан фарқи, одатда, оддий қўшимча хизматлар кўрсатиш, муайян миқозлар гуруҳларининг эҳтиёжларини қондиришга қаратилган.

Таянч иборалар: *Замонавий ёндашув, тенденция, ташиқ бозор, ички бозор, меҳмонхона хизматлари, меҳмонхона бизнеси, меҳмондўстлик индустрияси тенденцияси, меҳмонхона имиджи.*

Назорат учун саволлар

- 1. Меҳмондўстлик индустриясига замонавий ёндашув нималардан иборат бўлади?*
- 2. Жаҳон мамлакатларида меҳмондўстлик индустрияси тенденциясининг ҳолати нималар билан белгиланади?*
- 3. Меҳмондўстлик индустриясининг ривожланиш йўналишлари нималардан иборат бўлади?*
- 4. Меҳмондўстлик индустриясида меҳмонхона занжирлари ва брендлари деганда нимани тушунасиз?*

VI БОБ. МЕХМОНДЎСТЛИК СОҲАСИДА ПЕРСОНАЛГА ҚЎЙИЛАДИГАН ТАЛАБЛАР ВА КАДРЛАР МЕНЕЖМЕНТИ

6.1. Меҳмондўстлик соҳасидаги ходимларни бошқариш тушунчаларининг моҳияти ва мазмуни

Жаҳон туризми бугунги кунда иқтисодиёт соҳалари ичида даромад келтириши бўйича юқори ўринни эгаллайди. Меҳнатга лаёқатли аҳолининг иш билан бандлиги ва ижтимоий-иқтисодий ривожланиш кўрсаткичларининг юқори бўлишини таъминлайди. Чунки, меҳмондўстлик соҳаси ривожланаётган мамлакатларда меҳнат ресурсларидан самарали фойдаланишга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Бу борада меҳмонхоналарда ходимлар фаолияти тўғри ташкил этилиб, уларнинг салоҳиятидан тўғри фойдаланиш иқтисодий муваффақиятни таъминловчи омил бўлиб қолмоқда.

Меҳмонхоналарда ходимлар билан ишлаш жараёнини ташкил этиш аввало, унда ишлайдиган ходимнинг фаолияти билан боғлиқ саналади ҳамда у турлича талқин қилинади. Маълумки, “ходим” сўзи ўзбек тилининг изоҳли луғатида “бирор-бир муассасасада ишловчи киши ёки хизматчи” маъносида талқин этилади. Бошқарув амалиётида “ходимлар”, “кадрлар” ва “меҳнат ресурслари” каби бошқарув объектлари алоҳида ажратиб кўрсатилади ва улар категория сифатида қуйидагича талқин қилинади:

6.1-жадвал.

Ходимлар категориясининг турлича изоҳланиши¹⁴

Категория	Категорияларнинг мазмуни	Вужудга келиш омиллари
Ишчи кучи	Меҳнат жараёнидаги умумий фойдаланиши мумкин бўлган қобилият ва сифатлар эгаси	Шахсий омилни белгилаш ва ҳисобга олиш
Меҳнат ресурслари	Ташқи бошқарувнинг нофаол объекти ва режалаштириши-ҳисоблаш бирлиги	Иқтисодиётни марказлашган бошқарув шароитида ишчи кучини такрор ишлаб чиқариш кўрсаткичларини ўлчаши

¹⁴ Абдурахмонов К.Х. Меҳнат иқтисодиёти. Дарслик. - Т.: Меҳнат. 2004. - 339-340 б.

Мехнат потенциали	<i>Мехнат соҳасидаги эҳтиёж ва қизиқишлари билан ажралиб турувчи субъект</i>	<i>Шахсий омил билан боғлиқ имкониятларни фаолаштириш ва ундан самарали фойдаланиш</i>
Инсон омили	<i>Ижтимоий ишлаб чиқаришнинг асосий ҳаракатлантирувчи кучи ва мехнат унумдорлигини ошириш воситаси</i>	<i>Ижтимоий-сиёсий шарт- шароит ва шахсий омил самарадорлигини ошириш</i>
Инсон капитали	<i>Энг самарали қўйилма объекти ва уларни билимлар мажмуиға айлантирувчи ва сўнгр ундан фойдаланишни мақсад қилган субъект</i>	<i>Инсон қадрияти ва унинг иқтисодиётга сарфлаган инвестицияларнинг ишлаб чиқариш хусусиятини эътироф қилиш</i>

Мамлакатимиз ва хориж олимларининг фикрларини таҳлил қилган ҳолда “ходимлар” сўзини турлича талқин қилиш мумкин. Хусусан, “ходимлар” сўзи йиғма маънога эга, яъни малакавий хусусиятлар бўйича бирлашган ва корхона ва муассасаларнинг шахсий таркибини англатади. “Кадрлар” сўзи ҳам унга ҳамоҳанг сўз сифатида корхона, муассаса ёки малакали гуруҳларнинг асосий тайёрланган ходимлар таркибини ташкил қилади. Шуларга асосан, “инсон ресурслари” ёки “мехнат ресурслари” маъносини ҳам ёритиш мумкин бўлади. Инсон ресурсларини бошқариш ходимларни бошқариш билан шуғулланадиган ва яхши менежерлар қўллаши лозим бўлган янги атамадир¹.

Шундай қилиб, меҳмондўстлик соҳасидаги ходимларни бошқариш тушунчалари турлича талқин қилиниб, бошқарув объекти сифатида қаралади. Ушбу тушунчалар ҳамжиҳатликда пировард натижага эришиш мақсадида ягона ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш тизими доирасида фаолият кўрсатади.

6.2. Кадрлар бошқаруви зарурати

Сўнгги йилларда меҳмонхона саноатида янги технологияларнинг кенгайиши иш жойларининг кискаришига олиб келди. Бу эса меҳнатни ташкил этишда муқобил усулларнинг қўлланиши ва бошқарувда ижодий ва янгича ёндашувларнинг кўпайишига олиб

¹ Kuming M.V. The Theory and Praktike of Personel management. Sixth edition, Heinemann, 2000.

келди. Ҳозирги кунда хорижий мамтакатларда бошқарув муаммолари билан шуғулланувчи мутахассислар ходимларни бошқариш муаммолари билан шуғулланиб бормокдалар. Ходимларни бошқариш муҳим бир жараён сифатида ходимларни танлаш, уларни тайёрлаш ва қайта тайёрлаш, улар ўртасидаги муносабатлар ва уларни рағбатлантиришни ўз ичига олади.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги қабул қилинган Фармонига¹⁵ асосан, 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси ишлаб чиқилиб, унинг IV банди ижтимоий соҳани ривожлантиришнинг устувор йўналишлари деб номланади. Унинг 4-банди “Таълим ва фан соҳасини ривожлантириш” ўз ичига узлуксиз таълим тизимини янада такомиллаштириш, сифатли таълим хизматлари имкониятларини ошириш, меҳнат бозорининг замонавий эҳтиёжларига мос юқори малакали кадрлар тайёрлаш сиёсатини давом эттиришни олади.

Кадрларни тайёрлашнинг натижаси ходимлар фаолияти бўлиб, уни тайёрлашга катта меҳнат сарф қилинади ва меҳмонхона фаолиятининг фаол бўғини бўлиб қаралади. Бунда ходимларни бошқариш мазкур қудратли фаол бўғинларни мувофиқлаштириш вазифасини бажаради, менежменти тизими ва услубини тарқатишга қўшилган катта ҳисса бўлиб ҳам ҳисобланади. Меҳмонхоналарда энг муҳим масала кадрлар бошқаруви амалиёти бўлиб, бунда танланадиган кадр миқдорларнинг талабларига жавоб бериши талаб қилинади.

Ходимларнинг кўпчилиги миқдорлар билан бевосита алоқа қилади ва меҳмонхонанинг асосий мақсадларига эришиш жараёнига ўз-ўзидан жалб қилинади. Бунда миқдорларга хизмат кўрсатиш сифати уларнинг маҳорати ва онглилик даражасига боғлиқ бўлади.

¹⁵ Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони. Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида (Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2017 й., 6-сон, 70-модда). Тошкент ш., 2017 йил 7 февраль, ПФ-4947-сон.

Хизматлар кўрсатишда миждозларни қанотлантиришга ходимларнинг хушмуомалалиги ва жонкуярлиги билан эришилади. Бунда миждозлар билан бўладиган алоқани самарали бошқариш ходимларни бошқаришнинг муҳим функциясига айланади.

Междонхона саноатида айрим ходимлар ёрдамчи қисм, деб қаралади. Ходимлар междонхонанинг ишига ёрдамлашади ва унинг иш фаолиятини амалга оширишга ўз хиссасини қўшади. Бундан пировард мақсад бўлиб, ходимлар ва уларнинг мажбуриятлари, шунингдек, ходимлар ўртасидаги оқилона муносабатларнинг аҳамиятининг ошиши саналади. Ҳамда бу тушунча узоқ истиқболда бизнеснинг бош стратегияси сифатида қаралади. У орқали миждозлар учун хизмат кўрсатишга кўпроқ эътибор бериш талаб қилинади. Миждоз учун кейинчалик ходим сифатида фаровонлигини ошириш ва уларни ривожлантириш ва ташаббускорликни оширишга маблағ сарфланади.

Ҳозирги кунда кадрлар билан ишлашда сифатга эътибор кучайтириш лозим. Бу эса междонхона саноатида малакали ходимлар билан таъминланишига хизмат қилади. Бу хизмат мураккаб ҳуқуқий муҳитга мос бўлиши ва таркиб топиши лозим. Кадрларни ишга қабул қилин, у юқори малакали ходим бўлиши ва унинг междонхонага муносиб ҳақ тўланиши лозим. Шу боис, кадрларни бошқариш хизмати междонхоналарга ўзгарувчан бизнес муҳитида ўз ўрнини топиш имконини берадиган жараёнларни бошқара олишига ва касбий жиҳатдан ўсишга хизмат қилади.

Кадрларни бошқарув соҳасига междонхоналарнинг ходимлар бўйича менежерлари кўп вақт сарфлаши талаб қилинади ва олий раҳбарият томонидан ва назорат қилиб борилиши лозим. Бунда междонхоналар томонидан уларнинг натижалари ўрганилиб борилади ва кейинчалик қисқа муддатли фойда келтиришига эришилади. Бироқ, междонхона менежерлари ходимлар билан ўзаро муносабат ва ходимлар ўртасида мажбуриятларни тақсимлаш масалаларига эътибор қаратилиши лозим.

Умуман, кадрлар бошқаруви междонхона сиёсати сифатида междонхона фаолиятининг самарадорлигини оширишга хизмат қилади ва аъзоларнинг ютуқлари бўлиб хизмат қилади. Бунда

маънавий муҳит, меҳнатдан қаноатланишни яхшилаш каби фойдани ҳисобга олиш керак. Шулар қаторида бўлғуси ходимларнинг хулқ-атвори ва малакаси, кадрларни бошқариш хизматининг оқилона сиёсати ва самарали фаолияти ижобий таъсир кўрсатади.

6.3. Меҳмондўстлик соҳасидаги ташкилотларда кадрлар менежменти тизими

Ҳар қандай корхона ва ташкилотни ривожлантиришнинг стратегик вазифалари ва қисқа муддатли режаларини амалга ошириш унинг ходимлари томонидан, яъни жалб қилинадиган инсон ресурслари томонидан кўпинча ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш функциялари, деб аталувчи муайян саъй-ҳаракатларнинг бажарилишини назарда тутати. Ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатишдаги хулқ-атвор атамасини ишлатиш анча тўғрироқ бўлади, чунки у ўзига фақат техникавий кўникмаларни эмас, балки хулқ-атворга доир кўникмаларни назарда тутати.

Кадрларни бошқариш умумкорпорациявий тизимдаги кичик тизим сифатида мураккаб тизим ҳисобланади. Бу бошқариш тизими чет эл ва Ўзбекистондаги илғор тажрибаларга таяниб шалдлантириш, фойдаланиш, барқарорлаштириш ва бошқаришнинг ўзини (режалаштириш, ҳисобга олиш, баҳо бериш ва ривожлантириш) камраб олади.

Мазкур жараёндаги хулқ-атвор ташкилот фойдаланадиган моддий ва табиий ресурсларга, унинг тузилиши ва маданиятига боғлиқ бўлади, лекин биринчи навбатда ташкилий мақсадлар билан белгиланади. Масалан, итальян таомларига ихтисослашиш ҳисобига даромад олишни 20 % купайтиришга эришган рестораннынг ошпазлари итальян таомлари рецептларини яхши билишлари ва шундай таомлар тайёрлаш кўникмаларига эга бўлишлари лозим. Официантлар эса итальян таомларининг хусусиятларини хўрандаларга зўр ихлос билан тушунтира олишлари, таом ва виноларни тавсия қила билишлари лозим.

Корхона ходимларининг ишлаб чиқаришдаги хулқ-атвори корхонанинг мақсадларига эришишга қанчалик яқин бўлса, улар ишининг самарадорлиги, инсон ресурсларидан фойдаланиш

самарадорлиги шунчалик юкори бўлади. Демак, инсон ресурсларини бошқариш вазифаси ташкилий мақсадларга эришиш учун ҳар бир ходимнинг талаб қилинган ҳуқ-атворини таъминлашдан иборат. Бундан ташқари, ходимни бошқаришнинг сифат хусусияти, яна миқдор хусусияти мавжуд. Яъни, корхона ўз мақсадларига эришиш учун зарур бўладиган миқдордаги ходимлар сонига эга бўлиши лозим. Инсон ресурсларини бошқариш корхонани ишлаб чиқариш вазифаларини бажариш учун талаб қилинадиган зарур миқдордаги ходимлар билан таъминлашдан иборат бўлади.

Алоҳида олинган ҳар бир ходимдан самарали фойдаланиш унинг талаб қилинган ишни бажара олиш қобилиятига боғлиқ. Қобилият дейилганда ходимда ўзига юкланган вазифаларни бажариш учун касб малакасининг мавжудлиги, етарли даражадаги жисмоний куч-қувват ва чидамлилик, ўқувлилик, умумий маданият борлиги ва шу кабилар тушунилади.

Корхонанинг мақсадига эришмоқ учун касбга доир вазифаларни бажара олишнинг ўзи кифоя қилмайди. Чунки, ходим канчалик малакали бўлмасин, унинг меҳнат унумдорлиги унинг ишлаш истагига ва меҳнат қилиш сабабига боғлиқ бўлади. Фақат меҳнат қилиш сабаби ва касб-маҳоратини бирга қўшиб олиб бориш мақсадга эришишни таъминлайди.

Меҳнат қилиш сабабига қўпгина омиллар мукофот берилиши, касбий жиҳатдан ўсиш ва унинг истикболи, ходимнинг умумий маданият даражаси ва хоказолар таъсир қилади. Ходимнинг касбга доир вазифаларни бажариш қобилияти қуйидаги омиллар билан белгиланади:

- ходим корхонага келганда ўзининг потенциали;
- у корхонада оладиган касбга доир таълим;
- унинг жисмоний ва маънавий ахволи;
- ходимнинг корхонадан олган баҳоси.

Хуллас, инсон ресурсларини бошқариш талаб қилинган малакани ва сабабини таъминлаш корхонанинг талаб қилган ходимини танлаб олиш ва уни сақлаб қолишдан, унга касб таълими бериш ва ривожлантиришдан, ҳар бир ходимнинг фасолиятига ташкилотнинг мақсадларига эришиш нуқтаи назаридан баҳо

беришдан иборат бўлиб, шу билан бирга ходимнинг хулқ-атвориға тузатишлар киритиб бориш, унинг сарфлаган куч-ғайратига қараб рағбатлантириш имконини ҳам беради.

Ҳозирги жамиятда мавжуд бўлган корхона лар қанчалик ҳилма-хил бўлмасин, фаолиятлари ҳам турлича бўлмасин, улардан ҳар бирининг ишида юқорида санаб ўтилган фаолият турлари мавжуд бўлади. Инсон ресурслари билан ишлаганда ҳар бир корхона ўзининг фаолиятига хос хусусиятлардан қатъий назар, мақсадга мос вазифаларни бажаради.

Биринчидан, ҳар бир корхона ўз мақсадларига эришиш учун зарур бўлган инсон ресурсларини, яъни ходимларни жалб қилади. Ходимларни танлаш усуллари ташкилотнинг фаолият хусусиятларига ва шарт-шароитларига боғлиқ бўлади, масалан, армияга давлат чакириғи, институтга танлов имтиҳонлари, сиёсий ташкилотлар аъзоларини жалб қилиш кабилар. Бугунги кунда ходимни корхона билан боғлашнинг кенг тарқалган усули уни ишга ёллашдир, яъни корхона билан шахс ўртасида шартнома тузишдир. Шу шартномага мувофиқ ўзининг ташкилотга мос жисмоний ва интеллектуал салоҳиятларини моддий рағбатлантириш ҳисобига муайян муддатга айирбошлайди.

Иккинчидан, истисносиз барча корхоналар ўз ходимларига “таълим беради”лар, бундан мақсад ўз олдиларида турган вазифаларни тушунтириш ва ходимлар кўникмаси ва малакасини ана шу вазифаларни мослаштиришдир. Бу ерда “таълим бериш” сўзларининг кўштирноқ ичига олинishiга сабаб шуки, ташкилотнинг ходимга кўрсатадиган таъсири турли шаклда бўлиши мумкин.

Учинчидан, ташкилотлар ўз мақсадларига эришишда ходимларидан ҳар бирининг иштирок этишига баҳо беради. Корхона турлари кўп бўлганидек, баҳо бериш шакллари ҳам турлича. Булар саф олдида миннатдорчилик билдириш, унвонини ошириш, навбатдаги разряд бериш, ҳар йилги аттестациядан ўтказиш ва ҳоказолардан иборат бўлиши мумкин.

Ҳар бир корхона ўз ходимларини маълум бир шаклда рағбатлантиради, яъни улар корхона нинг мақсадаларига эришиш

устида меҳнат қилиб, сарфлаган вақтлари, куч-қувватлари, ақл-идроклари ўрнини тўлдирадилар. Рағбатлантиришнинг энг кўп тарқалган ва одатдаги шакли албатта, пул билан мукофотлаш ёки иш ҳақи тўлашдир.

Юқорида санаб ўтилган вазифалар ҳар бир корхонада мавжуд. Бироқ, улар турли шаклларда турлича даражада бўлиши мумкин. Агар ташкилот мазкур вазифалар билан шуғулланмас экан, унинг инкирозга учраши муқаррар. Шундай қилиб, ташкилот муваффақиятли ривожланиши учун ходимни танлаш, ўқитиш, баҳо бериш ва рағбатлантириш, бошқариш, яъни мазкур жараёнларни ташкил этишнинг алоҳида усуллари, тадбирлари, дастурларини ишлаб чиқиши, фойдаланиши ва уларни такомиллаштириши зарур.

Биргаликда олинган бу усуллар, тадбирлар ва дастурлар инсон ресурсларини бошқариш тизимларидан иборат бўлади. Анъанавий равишда бундай тизимлар тўртта бўлиб, улар инсон ресурсларини бошқаришнинг асосий вазифаларига тўғри келади. Яъни, бу тизимлар ходимни танлаш, ходимни ўқитиш ва ривожлантириш, ходимга баҳо бериш ва ходимни рағбатлантиришдир. Баъзан бу сўнгги икки тизим бир-бирига ҳамбарчас боғлиқ бўлганлиги сабабли улар бирлаштирилади.

6.4. Меҳмонхона ходимларини бошқариш самарадорлиги

Гуруҳнинг самарадорлиги дейилганда гуруҳнинг умумий мақсадларини амалга ошириш даражаси тушунилади. Айрим тадқиқотчилар бунга гуруҳ аъзоларининг бу ерда бўлишдан қаноат ҳосил қилишини ҳам қўшадиладар. Бу билан шахснинг алоҳида эҳтиёжлари гуруҳ фаолиятининг ижтимоий аҳамияти билан қўшилиб кетади.

- маълумотларнинг биринчи қисми киши диққатини гуруҳ ишлаётган муҳитга қаратади. Одатда бу менежерлар гуруҳлари тузиладиган корхонадир. Унда гуруҳ фаолиятининг эркинлиги бирмунча чекланган бўлади, чунки ҳар қандай корхонанинг иш юритиш усуллари ва йиғилишлар ўтказиш коммуникация алоқалари ва шу каби муайян меъёрлари бўлади. Гуруҳ етакчисининг корхона доирасидаги тугган ўрни бўлиб, у гуруҳнинг самарадорлиги, унумдорлиги, маънавий ва жисмоний ҳолатига таъсир кўрсатади.

- кўпгина тадқиқотчиларнинг кўрсатишича, ҳатто гуруҳнинг корхонада жойлашуви ҳам унинг ҳолатига таъсир кўрсатади. Яъни, унинг ҳудудий яқинлиги, битта бинода ишлаши одатда ҳамкорликда ишлашга ёрдам беради, гуруҳнинг турли жойларда ёки ҳатто бинонинг турли қаватларида жойлашганлиги унинг самарали ишлашига ҳалакит бериши мумкин.

- вазифанинг тури гуруҳнинг талаб қилинадиган аҳми ва таркибини белгилаб беради. Масалан, ахборот тарқатиш кўпроқ миқдордаги иштирокчиларни талаб қилади. Уларнинг сони ўзига ҳос муаммоларни ҳал қилишдагига нисбатан кўп бўлади. Топпириқларнинг тақсимланиши таркибий ёндашувидан фойдаланиш имконини беради, ғояларни ифодалаш эса зарур даражадаги пухталиқни талаб қилади. Гуруҳнинг вазифалари вақт ва жойига қараб бўлиниши керак. Вазифанинг муҳимлиги ҳам катта аҳамият касб этади. Яъни, вазифа қанчалик муҳим бўлса, гуруҳ уни бажариш учун шунчалик кўп масъулият ҳис қилади.

Пировард натижада ҳар қандай вазифанинг барча жиҳатларини белгилаб олиш зарур, бу гуруҳнинг энг мақбул таркиби ва ҳажминини аниқлаш, вазифани бажариш учун вақт белгилаш учун керак бўлади.

- гуруҳнинг сони ютуқлар ва камчиликлар ўртасидаги “ўрта миёналик” ҳиссини акс эттириш ифодасидир. Бир томондан гуруҳ қанча катта бўлса, шунча хилма-хил билим ва малака талаб қилинади. Иккинчидан, катта гуруҳ унинг ҳар бир аъзосининг иштирок этиши ва таъсир кўрсатишини чеклаб қўйиши мумкин.

Кўпгина тадқиқотлар олиб борилмоқдаки, улар кичик гуруҳ тушунчасига аниқлик киритади. Гарчи изланаётган таъриф билан жамоанинг функционал вазифаси ўртасида мустаҳкам боғланиш бўлса ҳам, кўпгина олимлар 20-йиллардаёқ, россиялик педагог олим Макаренко айтган фикрга қўшилидилар. Гуруҳ яхшироқ натижа бериши учун муайян даражада тажрибага эга бўлиши лозим. Бундан ташқари, гуруҳга аъзолар керак бўлади, улар гуруҳ олдида қўйилган хилма-хил вазифаларни бажаришга ҳисса қўшадилар.

Гуруҳда кимлар бўлиши мақсадга мувофиқлиги малакасини ўрганишга кўпгина олимлар ўз тадқиқотларини бағишлаганлар. Гуруҳда бир хил типдаги кўғлаб кишиларнинг бўлиши мувозанат-

нинг бузилишига олиб келади. Одамлар сони етарли бўлмаса топшириқни бажармай қолиш хавфи туғилади. Чамаси, кичик командада бир киши бир неча вазифани ўйнайди. Тез-тез ўзгариш содир бўлиб турадиган жамоаларда одамларнинг тўлиқ бўлиши айниқса муҳимдир, холбуки анча барқарор гуруҳларда одамлар сони унчалик тўлиқ бўлмаслиги ҳам мумкин.

Шу муносабат билан Р.М.Белбин таклиф қилган менежерлик гуруҳини ташкил этиш ҳақидаги куйидаги тамойиллар анча кизиқарлидир:

- гуруҳнинг самарадорлиги унинг аъзолари касб вазифаларида ва гуруҳ ичидаги вазифаларда ўз кучларини қанчалик тўғри тақсимлаб олишларига боғлиқ бўлади;

- ҳар бир гуруҳ вазифаларнинг маълум даражада мувозанатли тақсимланиши билан ажралиб туриши зарур ва энг мақбул хусусият гуруҳнинг максадлари ва вазифаларига боғлиқ бўлади;

- гуруҳ аъзоларининг шахсий хусусиятлари уларнинг бир хил вазифаларни яхшироқ бажаришлари ва бошқа вазифаларни бажаришдаги имкониятларини чеклашга сабаб бўлади;

- гуруҳ ичида вазифаларни тегишли кишилар бажарган тақдирда гуруҳ ўз ресурсларидан энг яхши фойдаланишга муваффақ бўлади.

6.5. Меҳмонхона ходимларини бошқариш тизимини такомиллаштириш усуллари

Ҳозирги пайтда туризм корхоналарида халқаро стандартлар принципига асосланган бошқарув тизимини яратмасдан туриб хизматлар сифати ва рақобатбардошлигини таъминлаш мумкин эмас. Меҳнат ресурсларига қўйиладиган талаблар юқоридаги барча стандартларда мавжуд. Шу талабларга асосан ходимлар асосий капиталга тенглаштирилади, уларга қилинган харажатлар узоқ муддатли инвестиция деб қаралади. Кадрларни режалаштириш хизмат кўрсатиш жараёнини режалаштириш билан боғланиб, ишчи-ходимлар корпоратив стратегиянинг объектига айланадилар. Натижада бу жараён сертификатланган хизматлар истеъмолчиларини малакасиз ва виждонсиз “мутахассислар”дан ҳимоялайди.

Ходимларнинг малакавий даражасини сертификатлаш уни маълум бир фаолият турига лойиқлигини расмий тасдиқловчи ҳужжат ҳисобланади. Ходимларнинг малакавий даражасини сертификатлаш туризм хизматлари сифатининг ошиши ва рақобатбардошлигига олиб келади.

Сифатни бошқариш қонуний таъминотни талаб қилади. Сифатни таъминлаш жараёнига замонавий қараш TQM концепциясида ўз аксини топган. Унинг замирида товар ёки хизматлар ҳаётий циклининг исталган босқичида барча ишлаб чиқариш ресурсларини самарали бошқариш орқали сифатни мажмуали бошқариш ётади.

Туризм корхоналарининг имкониятларини кенгайтирувчи, стратегик вазифаларидан бири таклиф этиладиган хизматлар сифатини баҳолаш ҳисобланади. Туризм хизматлари таркибини асосий ва қўшимча хизматларга ажратишади. Бундай ажратишлар шартлидир, чунки истеъмол нуктаи назаридан улар ўртасида сезиларли фарқ йўқ. Асосий дастурга киритилган ва йўлланма билан расмийлаштирилган хизматлар асосий ҳисобланади. Қўшимча хизматларни турист таъриф буюрганидан сўнг мустақил харид қилади, улар йўлланма нархига киритилмайди.

Асосий ва қўшимча хизмат ўртасидаги фарқ харид пайтида уларнинг туристик пакетда мавжудлиги билан белгиланади. Туристик пакет - туристлар эҳтиёжини қондириш учун тузилган, нархлари, класслари белгилаб қўйилган хизматлар мажмуасидан иборат.

Туризм хизматларининг тақдим этилиш сифати таҳлилини туризм соҳасининг асосий корхоналари ва билвосита хизмат кўрсатиш жараёнига жалб этилган ёрдамчи корхоналар бўйича олиб бориш лозим. Шунинг таъкидлаш жоизки, хизматлар истеъмолчиси хизматлар сифатини асосий ва қўшимчага, туризм корхоналари, инфратузилмасини эса ёрдамчи корхоналарга ажратмаган ҳолда қабул қилади.

Туризм хизматларининг сифатини бошқариш қуйидаги туризм инфратузилмаси корхоналарига боғлиқ бўлади:

- туристик хизматларни ишлаб чикувчи ва таклиф қилувчи корхоналар: чикувчи туризмга ихтисослашган туроператор ва турагентлар;

- туристларни қабул қилишга яъни, кирувчи ва ички туризмга ихтисослашган корхоналар.

Ушбу корхоналар томонидан таклиф этиладиган хизматлар сифати куйидаги туризм инфратузилмаси контрагентларига боғлиқ бўлади:

- транспорт корхоналари - авиа, авто, сув, темир йўллари транспортлари;

- жойлаштириш корхоналари - меҳмонхоналар, санаториялар, дам олиш уйлари, кемпинглар, лагерлар, спорт-соғломлаштириш марказлари, мотеллар;

- овқатлантириш корхоналари – ресторан, кафе, барлар, ошхоналар.

Қуйидаги корхоналарнинг фаолияти туризм соҳасига бевосита боғлиқ бўлади:

- маданий муассасалар - музей, театр, галерея, киноконцерт заллари ва ш.к;

- спорт-кўнгилочар муассасалар - стадион, бассейн, тренажер заллари, спорт клублари;

- сувенир, ахборот-маълумотномалар, турист учун зарурий кийим ва ускуналар ишлаб чиқарувчи корхоналар;

- ижтимоий-маиший хизматлар кўрсатувчи корхоналар - гўзаллик салоҳи, тиббиёт муассасалари, кир ювиш, кимёвий гозалаш ва ш.к.

Демак, туризм хизматлари сифати юқорида санаб ўтилган корхоналар билан узвий боғлиқдир. Туризм хизматларини яратиш умумий максадларни белгилаш, дастлабки башоратларни аниқлашдан бошланади. Туризм хизматига индивидуал талаб унинг таркибий сифати ва нархига боғлиқ бўлади.

Туризм турларининг хилма-хиллиги ва шаклларида катъий назар, ҳар бир туризм фаолияти умумий талабларни қондириши керак. Ушбу талаблар туристик хизматнинг сифатли бажарилишини таъминлайди. Туризм хизматлари сифатини баҳолашнинг асосий

йўналишларига ташкилий ресурслар, корхона тавсифи ва сервис даражасининг сифатини баҳолаш кабилар киради.

Ташкилий ресурслар сифатини баҳолашнинг асосий тахлилий кўрсаткичлари қуйидагилардан иборат бўлади: меҳнат сифати яъни, ходимлар малакавийлиги даражаси, корхонадаги ташкилий-корпоратив маданияти даражаси, меҳнат ресурслари фаолиятининг самарадорлиги кўрсаткичлари. Меҳнат сифатига ходимлар таркибини баҳолашнинг меҳнат кўрсаткичлари тизими ва динамикаси таъсир кўрсатса, булар эса ўз навбатида туризм корхонаси фаолиятининг сифатига таъсир кўрсатади:

- ишчи кучининг ёши таркиби. Меҳнат ресурсларининг анъанавий статистик кўрсаткичи бўлиб, корхонадаги ходимларнинг ўртача ёши ҳисобланади;

- корхона ходимларининг маълумоти даражаси ва таркиби;

- ходимларнинг иш стажи. Бу ерда ходимларнинг стаж таркиби икки томонлама кўриб чиқилиши лозим: меҳнат самарадорлиги даражаси билан бевосита боғлиқ умумий стаж ва ушбу корхонадаги узлуксиз, доимий иш стажи;

- ишчилар сони: ўртача рўйхат бўйича, ўртача келаётганлар сони ва ҳақиқатда ишлаётганларнинг ўртача сони бўйича. Кадрлар сонининг ўзгариши қўнимсизлик кўрсаткичи билан боғлиқ ва 3 йиллик ишдан сўнг бу кўрсаткич пасаяди. Кадрлар қўнимсизлигининг бир йилда 5 % ни ташкил қилиши меъёрга тўғри келади.

- ходимларнинг ички муҳитда мобиллик коэффиценти. Таҳлил даврида ўз лавозимини нечта ходим ўзгартиргани сонининг корхонадаги ўртача ходимлар сонига нисбати билан аниқланади. Мобиллик коэффиценти 1, 3, 5 йиллар учун ҳисобланади.

- мобиллик коэффицентида ташқари ходимнинг ушбу лавозимда муқом ишлаш муддати, яъни неча фоиизи 1 йилгача, 1 йилдан 3 йилгача ва ш.к. ҳисобга олинади. Бундай таҳлил корхона ичидаги алмашинувлар динамикасини яхшироқ тушуниш имконини беради ва раҳбарият аралашуви шарт бўлган „нозик жойлар“ни аниқлашга имкон беради;

- ходимларнинг адаптация кўрсаткичи меҳнат фаолияти самарадорлигини, ҳар хил соҳаларда ходимлар фаолигини таъминлайди ва уларнинг ишдан мамнунлик даражасини билдиради;

- корхонанинг кадрлар сиёсати ва унинг алоҳида йўналишларига ишчи-ходимлар муносабатини билиш учун анкета ва интервьюлар ёрдамида аниқлаш, таҳлил қилиш усуллари қўлланилади. Бундай тадқиқотлар корхонага тегишли бошқа кенг қўламли масалаларни ҳам қамраб олиши мумкин.

6.6. Меҳмонхона персонали бўлими, персонални танлаш, уларни иш ўринларига қўйиш, ўргатиш, уларга қўйилган талаблар

Фирманинг иш режаси тузилганидан кейин менежернинг энг муҳим ишини бажариш ходимларни фурсати келади. Мазкур жараённинг моҳияти шундан иборатки, мавжуд бўш ўринга номзодга қўйилган талабларни ҳисобга олган ҳолда, баҳо бериш ва ишга қабул қилиш учун мос келадиган малакали ходимларни жалб қилиш саналади.

Менежернинг мазкур функцияси жуда муҳим аҳамиятга эга. Шунга қарамай, аксарият ҳолларда ходим интуитив тарзда, таниш-билишларнинг тавсияси ёки маслаҳати, иш билан таъминлаш хизматининг йўлланмаси ва ташқи белгиларга кўра танлаб олинади. Кадрлар танлашнинг синовдан ўтган усуллари йўқлиги шунга олиб келадикки, менежер ўрин бўш турганидан кўра, мос келмайдиган ходим уни банд этгани маъқул, деб ҳисоблайди.

Шу маънода ходимнинг ўзи эгаллаган лавозимга мувофиқлигини аниқлаш, яъни у бажарадиган ишларни, унинг функцияларини аниқ қайд этиш ва шу ишларга функционал мажбуриятларни сифатли бажариш учун зарур малакага эга кишиларни танлаб олиш лозим. Кадрларни танлаш иши номзодларда муайян фаолият турини бажариш учун зарур барча фазилатлар мавжудлигини тўғри баҳолашга асосланган тақдирдагина самарали бўлиши мумкин.

Ходимларни танлаш учун бутун жавобгарлик ходимлар билан ишлаш бўйича менежернинг зиммасига тушади. Кадрларни танлаш

жараёни бошқарув ишининг бошқа жабҳалари сингари жуда мураккаб саналади. Биринчи боскичда номзодга бўлғуси иш моҳиятини тўғри ва аниқ тушунтириш айниқса муҳим, акс ҳолда зарур малакага эга бўлмаган кишиларни қабул қилиш ва улар билан суҳбатлашишга кўп вақт сарфлаш мумкин.

Ходимларни танлаш соҳасидаги кадрлар сиёсати ишга қабул қилиш принципларини, тегишли функцияларни сифатли бажариш учун зарур ходимлар миқдорини, ходимларнинг кўникмаларини мустаҳкамлаш ва уларни касбий жиҳатдан ўстириш методологиясини белгилашдан иборат. Кадрларни танлашга бошқарувнинг шахсга нисбатан амалга ошириладиган кичик функцияси, деб қаралади.

Ходимларни танлаш жараёни номзодлар шахси ва ишига баҳо бериш мезонларини танлашдан бошланади. Мезонлар ҳуқ-атвор қоидалари ва касбий кўнималарнинг тафсилотларини ўз ичига олади. Ходимларни танлашнинг навбатдаги босқичи – номзодни эксперт баҳолашдир. Ушбу босқич тест ўтказиш, масалалар ечиш ва машқларни бажаришга асосланади.

Тест ўтказилганидан кейин кузатиш босқичи келади. Яъни, номзод суҳбатга чақирилади. Юқорида зикр этилган босқичлардан ўтилганидан сўнг, олинган натижалар тавсифланади ва улар номзодларни баҳолаш мезонларига солиштириб кўрилади. Номзодларни танлаш жараёни қарор қабул қилиш билан якунланади. Яъни, агар узил-кесил қарор қабул қилишда маълум қийинчиликлар туғилган бўлса, қўшимча тест ўтказилиши мумкин.

6.2-жадвал.

Ходимларни танлашда ахборот манбалари

Манба	Ахборот мазмуни ва унинг аҳамияти
Ишга олиш тўғрисида ариза	Номзод ҳақидаги дастлабки умумий таассурот ҳақида маълумот беради
Фотосурат	Номзоднинг ташқи кўриниши ҳақида маълумот беради
Таржимаи ҳол	Номзоднинг шаклланиш жараёни ва ҳаётининг тафсилотлари ҳақида маълумот беради

Шахсий сўровнома	Номзод ҳақидаги энг муҳим маълумотларни жамлайди ва тизимга солади
Етуклик аттестати	Номзоднинг мактабдаги давомати ҳақида маълумот беради, унинг касбий малакаси ҳақида нисбий маълумот беради
Меҳнат дафтарчаси	Олдинги иш жойларини тасдиқлайди ва меҳнат фаолиятини ёритади
Тавсиялар	Касбий лаёқатининг барча жиҳатларини ёритади ва факат кўшимча кўчирмалар олинади
Номзод билан суҳбат	Бошқа манбалар ёрдамида етишмаётган ахборот ўрнини тўлдириш ва номзод ҳақида шахсан тасаввур ҳосил қилиш имконини беради
Синов	Номзод муайян ишни бажариш қобилияти текшириб кўрилади
Тиббий кўрик ва психологик тестлар	Қисман номзоднинг касбий лаёқатини тавсифлайди
Графологик хулоса	Касбга лойиқликнинг умумий ва хусусий жиҳатлари ҳақида маълумот беради

Кадрлар танлаш муаммосини тўғри ҳал қилишнинг аҳамияти ишчи кучининг анча қимматлиги билан боғлиқ. Шу сабабли биринчи навбатда мазкур номзод фирмага керак ёки керак эмаслигини аниқлаш лозим. Кадрлар танлашда хатога йўл қўймасликда ҳар хил ахборот манбалари муайян ёрдам беради.

6.7. Меҳмонхона индустриясида персонал меҳнатига оид қонун ҳужжатлари

Меҳнат масалалари миллионлаб кишиларнинг ҳаётий манфаатларига тааллуқлидир. Айрим ҳолларда уларни ҳал қилиш жамиятдаги иқтисодий, сиёсий ва ижтимоий реалликларни ҳисобга олган ҳолда кенг ёндашишни талаб қилади. Кимдир ходимлар олдига мақсад қўйиши, тоншириқларни тақсимлаши, уларнинг

бажарилишини кузатиб бориши, одамларни қандайдир йўл билан меҳнатга ундаши, уларнинг ҳаракатларини келиштириб бориши керак. Меҳнатни бошқариш табиати, усул ва воситалари ҳам бундай ҳолатда ўзгармай қолмайди. Иқтисодий ривожлантиришнинг ҳозирги босқичида меҳнат ва ижтимоий меҳнат муносабатларига таъсир этишнинг янги шакл ва усуллари қўллаш зарур. Энг умумий тарзда бошқариш бирон-бир нарсага тартиблагштириш, сифат хусусиятларини сақлаб қолиш, такомиллаштириш ва ривожлантириш мақсадида таъсир этишни англатади.

Меҳнатни бошқариш бошқарув муносабатларининг турларидан биридир. Меҳнатни бошқариш объектив зарурияти биргаликдаги меҳнат, унинг кооперацияси ривожланиши жараёнида юзага келди. Бунда шу нарса аён бўлиб қолдики, бошқаришнинг мақсад, мазмун ва функциялари ишлаб чиқарувчи кучлар ва меҳнатнинг ўзи ривожланган сайин ўзгариб, аввало, ишлаб чиқаришнинг ҳар бир мазкур турига хос бўлган меҳнатнинг ижтимоий тузилиши билан белгиланади. Бевосита меҳнат фаолияти, унинг ташкил этилиши, шарт-шароитлари ва натижалари, ишчи кучини тиклаш, ижтимоий меҳнат муносабатлари меҳнатни бошқариш объектлари ҳисобланади.

Меҳнат ишлаб чиқаришнинг таркибий қисми сифатида ишлаб чиқариш ташкилотчиси, ишлаб чиқариш бошқарувчисини бошқа омиллар, яъни капитал, ер, асосий ишлаб чиқариш воситалари, хом ашё, ярим тайёр маҳсулотлар ва шу кабилар билан қизиқтиради. Аммо, меҳнат ишлаб чиқаришнинг бошқа омилларида жиддий фарқланади. Хусусан, унда фуқаро ҳуқуқи ва эркинликлари, ўз манфаатлари ва адолат тўғрисидаги тасаввурлари, иш берувчи билан муносабатда ўзини ҳимоя қилиш учун бирлашиш ҳуқуқи ва шу кабилардан иборат. Ёлланма ишчи ўзининг меҳнат қобилиятини сотади, зиммасига қонунда белгиланган ёки шартномада айтиб ўтилган шартларда меҳнат қилиш мажбуриятини олади.

Меҳнат бозори ва ишлаб чиқаришда ишдан кейин ҳам киши бир бутунлигича қолади. Бошқариш амалиётида бу билан ҳисоблашиш керак бўлади. Меҳнат омилининг бошқа омиллар билан бирикмасини эмас, балки меҳнат муносабати туфайли юзага

келадиган тирик одамларнинг жамият ва бир-бирлари билан ўзаро муносабатларнинг бутун мажмуасини бошқаришга тўғри келади.

Меҳнат билан чамбарчас боғланган жараён ва муносабатлар доираси ижтимоий-меҳнат муносабатларини юзага келтиради. Ижтимоий-иқтисодий жараён ва муносабатларни амалга оширишда меҳнат билан боғлиқ шарт-шароитларни амалга ошириш муносабатларида устуворлик қилинса, бундай соҳа ижтимоий меҳнат соҳаси дейилади. Ижтимоий-меҳнат соҳаси ходимларнинг ижтимоий ҳолати шаклланадиган, барқарор амалга ошириладиган ва ўзгарадиган аниқ ижтимоий муаммолар мажмуидан иборат бўлиб, уни ҳам бошқариб бориши зарур.

Меҳнатни бошқариш вазифалари жумласига иш самарадорлиги ва сифатини ошириш, иқтисодиётни ривожлантиришнинг мувозанатлилиги ва мутаносиблигини таъминлаш, меҳнатдаги ижтимоий-иқтисодий тафовутларни камайтириб бориш, инсонни ҳар томонлама камолга етказиш учун шарт-шароитларни яратиш, меҳнат жамоаларини ривожлантириш ва бошқаришдаги уларнинг ролини ошириш киради.

Меҳнатни бошқариш функциялари - қўйилган мақсадлар ва вазифаларга эришиш учун бошқариш объектларига нисбатан амалга ошириладиган ҳаракатлар бўлиб, улар орқали меҳнатни бошқариш механизми ишга солинади. Меҳнатни бошқариш жараёни бошқарув вазифаларини ҳал қиладиган ҳақиқий тизими мавжуд бўлган тақдирдагина амалга оширилиши мумкин.

Мазкур тизимни қуйидаги икки томондан олиб қараш мумкин. Бир томондан, у меҳнат соҳасидаги бошқариш муносабатларининг йиғиндисидир. Мазкур ҳолда меҳнатни бошқариш тизимининг ходимларни бошқариш, меҳнат фаолиятини ташкилий жиҳатдан таъминлашни бошқариш, меҳнат унумдорлиги ва сифатини бошқариш, меҳнатга қизиқтиришни ва меҳнатни рағбатлантиришни бошқариш ижтимоий меҳнат муносабатларини бошқариш функциялари мавжуд бўлади.

Иккинчи томондан, меҳнатни бошқариш тизимини ташкил этадиган махсус хизматлар меҳнат ва иш ҳақи бўлими, меҳнатни ташкил қилиш бўлими, кадрлар бўлими, ходимларни бошқариш

хизмати меҳнатни бошқариш институционал шаклининг бўғинларидир.

Давлат меҳнатни бошқариш субъекти сифатида қонун чиқарувчи, ижро этувчи ва суд ҳокимияти органлари кўринишида чиқади. Бу шаклларга кўра давлатнинг ижтимоий меҳнат соҳасидаги бошқарувчилик таъсири қонунлар, Ўзбекистон Республикаси Президент фармонлари ва фармойишлари, ҳукуматнинг қарорлари орқали ҳал қилинади.

Ўзбекистон Республикаси Конституциясига биноан, мамлакатда халқаро ҳуқуқ меъёрлари томонидан тан олинган тамойилларни ва шартномаларини республикада тан олиниши ва уларни ҳуқуқий тизимининг таркибий қисми мақомини бериши кенг амалга оширилмоқда. Шу орқали инсон ва фуқаронинг ижтимоий меҳнат соҳасидаги ҳуқуқ ва эркинликлари энг катта ҳуқуқий ҳимояга эга бўлди. Меҳнатни бошқариш қонунлар меъёрларини аниқ муаммолар ва уларнинг ҳал этилиш босқичлари билан мувофиқлаштириб, зарур ҳамда керакли даражада аниқлаштиришни назарда тутди.

Ижтимоий-меҳнат масалаларига оид бошқарувчилик қарорлари бир неча тенг ҳуқуқли субъектларининг биргаликдаги ҳаракат ва келишувлари асосида қабул қилинганда меҳнатни бошқаришнинг шартномали шакли юзага келади. ҳозирги кунда Ўзбекистон Республикасида шартномали шаклларнинг қуйидаги турларига амал қилинади:

- касаба уюшмалари бирлашмалари ва иш берувчилар бирлашмалари билан Ўзбекистон Республикаси ҳукумати ўртасидаги бош битим;

- касаба уюшмалари бирлашмалари ва иш берувчилар бирлашмалари билан Меҳнат муносабатлари вазирлиги ўртасида тармоқ тариф ва касбий тариф битимлари;

- меҳнат жамоалари вакиллари билан корхона маъмурияти ўртасидаги жамоа шартномалари;

- ишловчилар билан иш берувчилар ўртасидаги яқка тартибдаги меҳнат шартномалари.

Корхоналар маъмурияти ёки маҳаллий маъмурият меҳнат-кашлар турли ташкилотларининг биргаликда ёки мувофиқлашти-

рилган ҳаракатларини меҳнатни бошқариш шартномаси шаклининг турларидан бири, деб қарамоқ лозим. Бундай шакллар касаба уюшмалари фаол бўлган корхоналарда доимо бўлади. Меҳнатни бошқаришнинг шартномали шакллари фақат айрим ҳолларда, яъни мамлакат кўламида ишловчилар ва иш берувчилар, меҳнат ва капитал ҳуқуқлари эмас, кучлари тенг бўлган ҳолларда ижтимоий шериклик шакли, деб қараш мумкин.

6.8. Персонал билан меҳнат шартномаси тузиш

Ходимга бўлган эҳтиёжни режалаштириш кадрларни режалаштириш жараёнининг бошланич босқичи ҳисобланади ва мавжуд иш ўринлари ва режалаштирилган иш ўринлари тўғрисидаги маълумотлар, ташкилий-техник тадбирлар ўтказиш, штат жадвали ва бўш лавозимларни эгаллаш режасига асосланади. Ҳар бир аниқ ҳолатда ходимга бўлган эҳтиёжни аниқлашда тегишли бўлинмалар раҳбарларининг иштирок этиши тавсия этилади. Ходимни жалб қилишни режалаштиришнинг вазифаси ички ва ташқи манбалар ҳисобига келгусига кадрларга бўлган эҳтиёжни қондиришдан иборат.

Меҳмонхоналарда ходим билан ишлаш муаммоларидан бири кадрларни жалб қилиш пайтидаги меҳнатга кўникишини бошқаришдир. Ходимнинг меҳмонхона билан ўзаро ҳамкорлиги жараёнида уларнинг ўзаро мослашуви вужудга келади ҳамда унинг асосини ходим томонидан секин-аста меҳнатнинг янги касбий ва ижтимоий-иқтисодий шарт-шароитларига кириб бориши ташкил этади. Кўникишнинг қуйидаги йўналишлари ажратиб кўрсатилади:

- бошланғич кўникиш, яъни касб фаолияти тажрибасига эга бўлмаган ёш кадрларнинг мослашуви;

- иккиламчи кўникиш, яъни касб фаолияти соҳасида тажрибага эга бўлган ходимларнинг мослашуви.

Меҳнат бозори фаолият кўрсатаётган шароитда иккиламчи кўникишнинг аҳамияти ортади. Бунда ёш ходимнинг бирламчи кўникишига катта эътибор бераётган хорижий фирмаларнинг иш тажрибасини диққат билан ўрганиш зарур. Ходимнинг мазкур

тоифаси меҳмонхоналар маъмурияти томонидан алоҳида ғамхўрлик кўрсатишга муҳтож бўладилар.

Ходимни озод қилиш ёки қисқартиришни режалаштириш кадрларни режалаштиришда муҳим аҳамиятга эга. Ишлаб чиқариш ёки бошқаришнинг ихчамлашуви натижасида ишчи кучининг ортиқчалиги вужудга келади. Ходимни озод қилишни режалаштириш ташқи меҳнат бозорига малакали кадрларни бериб юбориш ва мазкур ходимлар учун ижтимоий қийинчиликлар вужудга келтиришга барҳам бериш имконини тудиради.

Ишдан бўшаётган ходим ишларини режалаштириш бўшаш турларини таснифлашга асосланади. Таснифлаш мезони сифатида ходимнинг меҳмонхонадан қуйидаги сабаблар билан ўз ихтиёри билан кетиш даражаси ҳисобланади:

- ходим ташаббуси, яъни ўз ихтиёри;
- иш берувчи ёки маъмуриятнинг ташаббуси;
- пенсияга чиқиши муносабати.

Меҳмонхонадан кетиш сингари воқеанинг муҳимлиги туфайли бўшовчи ходимлар билан ишлашда ходимни бошқариш хизматларининг асосий вазифаси мана шу бошқа ишлаб чиқариш, ижтимоий ва шахсий вазиятга ўтишни иложи борица юмшатишдан иборат. Булар бўшашларнинг кейинги икки турига тааллуқлидир.

Пенсияга чиқиш оқибатида меҳмонхонадан кетиш бўшашларнинг аввалги турларидан фарқ қиладиган бир қатор хусусиятлари билан ажралиб туради. Биринчидан, пенсияга чиқиш олдиндан кўзда тутилган ва вақт жиҳатидан етарли даражада аниқлик билан режалаштирилган бўлиши мумкин. Иккинчидан, бу воқеа шахсий соҳада жиддий ўзгаришлар билан боғлиқ. Учинчидан, кишининг турмуш тарзида муҳим ўзгаришнинг содир бўлиши унинг атрофидагилар учун яққол кўзга ташланиб туради. Ниҳоят, пенсияга кетишни баҳолашда инсонга хос бўлган икки томонлама фикр юритиш ва ўз-ўзи билан муайян ихтилофга бориш ҳосдир. Меҳмонхоналарнинг ёши улғайиб қолган ходимларга муносабати бошқарув маданияти даражаси ва иқтисодий тизим маънавийлик даражасининг мезони ҳисобланади.

Кадрлардан фойдаланишни режалаштириш штатдаги лавозимларни тўлдириш режасини тузиб чиқиш воситасида амалга оширилади. Иш ўрнини белгилашда малака белгиларини ҳисобга олиш билан бирга инсонга тўғри келадиган рухий ва физиологик юмушлар ва бу соҳада даъвогарнинг имкониятларини ҳам ҳисобга олиш зарур. Инсонга муносиб бўлган меҳнат шароитларини таъминлаб бериш керак.

Кадрлардан фойдаланишни режалаштиришда ёшлар, хотин-қизлар, кекса ходимлар, жисмоний ва рухий имкониятлари чекланган шахсларнинг бандлиги масалаларига эътибор бериш талаб қилинади. Ходимнинг бу тоифаларидан уларнинг малакаси ва имкониятларига мувофиқ фойдаланиш муҳим. Ана шу мақсадда меҳмонхонада тегишли иш ўринларини захира тарзида сақлаб туриш зарур.

6.9. Меҳмонхоналар персоналини баҳолаш, аттестациядан ўтказиш, қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш ишларини ташкил этиш

Меҳмонхоналарда таълим олишга эҳтиёж мавжуд бўлиб, у ходимларни қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини оширишни қамраб олади. Ходимга таълим беришни режалаштириш корхона ва унинг ташқаридаги таълим ва мустақил тайёргарлик кўришни ўз ичига олади. Ходимга таълим беришни режалаштириш ишловчиларнинг ўз ишлаб чиқариш ресурсларидан фойдаланиш, ташқи меҳнат бозоридан юқори малакали кадрлар изламаслик имконини беради.

Бундан ташқари, бундай режалаштириш ходимнинг ҳаракатчанлиги ва ўзини-ўзи бошқариши учун шарт-шароитлар яратиб беради. У ходимнинг ишлаб чиқаришдаги ўзгаргарган шароитга ўша иш ўрнининг ўзида мослашуви жараёнини тезлаштиради. Амалиётда меҳмонхона ходимини ўқитиш ёки таълим беришнинг иш ўрнида ва ундан ташқарида таълим бериш каби шакллари мавжуд.

Иш ўринда таълим бериш анча арзонга тушади ва тезкорлик билан ажралиб туради. У кундалик иш билан боғлиқ бўлиб,

ходимнинг таълим жараёнига киришини осонлаштиради. Бу аудиторияларда таълим олишга ўрганмаган ходимлар учун қулай саналади. Иш ўрнидаги таълимнинг муҳим усуллари топшириқларнинг мураккаблашиб бориш усули, иш ўрнини алмаштириш, тажриба ҳосил қилиш, ишлаб чиқариш йўл-йўриқлари бериш, ходимларнинг ассистентлар сифатида ишлашини йўлга қўйиш, бир қисм вазифалари ва жавобгарлигини бошқаларга беришдир. Иш жойидан ташқарида таълим бериш анча самарали ҳисобланади. Аммо, у қўшимча молиявий харажатлар ва ходимни хизмат вазифаларини бажаришдан чалғитиш билан боғлиқ. Бунда муҳит онгли равишда ўзгартирилади ва ходим кундалик ишдан узилиб қолади.

Иш жойидан ташқарида таълим беришнинг муҳим усуллари маърузалар ўқилиши, ишбилармонлик ўйинлари ўтказиш, аниқ ишлаб чиқариш вазиятларини таҳлил қилиш, конференция ва семинарларни ўтказиш, тажриба алмашиш гуруҳларини ташкил этиш, сифат тўғаракларини ташкил қилишдан иборат.

Ходимга сарфланадиган харажатлар меҳмонхонанинг ишлаб чиқариш ва ижтимоий кўрсаткичларини ишлаб чиқиш учун асос бўлиб хизмат қилади. Ходимга сарфланадиган харажатлар улуши маҳсулот таннархида ортиб боради ва бу қуйидаги омиллар билан боғлиқ бўлади:

- меҳнат унумдорлиги билан ходимларга сарфланадиган харажатлар ўртасида бевосита боғлиқликнинг йўқлиги;
- ходимнинг малакасига тобора юқорироқ талаблар қўядиган янги технологияларнинг жорий қилиниши;
- меҳнат ҳуқуқи соҳасидаги қонунларнинг ўзгариши, янги тарифларнинг пайдо бўлиши ва энг зарур товарлар нархларининг ортиши.

Ходимга сарф этиладиган харажатларни режалаштиришда биринчи навбатда харажатларнинг қуйидаги моддаларини назарда тутиш зарур:

- асосий ва қўшимча иш ҳақи, ижтимоий суғуртага маблалар ажратиш, хизмат сафарлари чиқимлари, кадрлар тайёрлаш, уларни қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш харажатлари;

- умумий овқатланиш учун қўшимча ҳақ гўлаш, уй-жой ва ишчи хизмат кўрсатиш, маданият ва жисмоний тарбия, соғлиқни сақлаш ва дам олиш, болалар муассасалари билан таъминлаш ва махсус кийим бошлар билан таъминлаш.

Агар кадрлар қўнимсизлиги катта бўлса, у ҳолда янги ишчи кучини излаш, унга йўл-йўриқлар бериш ва ишни ўзлаштириш билан боғланган қўшимча харажатлар пайдо бўлади. Кадрлар қўнимсизлиги юқори бўлган тақдирда ишдан ташқари вақтларда қилинадиган меҳнатга ҳақ гўлаш миқдори ортади. Буларнинг ҳаммаси ходим билан боғлиқ бўладиган харажатларни оширади, махсулот таннархининг кўтарилиши ва унинг рақобатга бардош бериши даражасини пасайитиришга олиб келади.

Таянч иборалар: Меҳмонхона ходимлари, кадрлар менежменти, ходимларини бошқариш самарадорлиги, кадрлар бошқаруви, персонални танлаш, меҳнатига оид қонун ҳужжатлари, меҳнат шартномаси, персонални баҳолаш, қайта тайёрлаш, аттестациядан ўтказиш.

Назорат учун саволлар

1. Меҳмондўстлик соҳасидаги ходимларни бошқариш тушунчаларининг моҳияти ва мазмунини нималардан иборат бўлади?
2. Кадрлар бошқаруви зарурати нималар билан белгиланади?
3. Меҳмондўстлик соҳасидаги таъкилотларда кадрлар менежменти тизими деганда нимани тушунасиз?
4. Меҳмонхона ходимларини бошқариш самарадорлиги қандай аниқланади?
5. Меҳмонхона ходимларини бошқариш тизимини такомиллаштириш усуллари нималардан иборат бўлади?
6. Меҳмонхона персонали бўлими, персонални танлаш, уларни иш ўринларига қўйиш, ўрғатиш, уларга қўйилган талаблар нималардан иборат бўлади?
7. Меҳмонхона индустриясида персонал меҳнатига оид қонун ҳужжатлари нималар билан белгиланади?
8. Персонал билан меҳнат шартномаси тузиш қандай амалга оширилади?
9. Меҳмонхоналар персоналини баҳолаш, аттестациядан ўтказиш, қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш ишларини таъкилот этиш қандай амалга оширилади?

VII БОБ. МЕҲМОНДЎСТЛИК ИНДУСТРИЯСИДА ИНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШНИНГ ХАЛҚАРО ТАЖРИБАСИ

7.1. Туризмда ахборот технологияси турлари ва уларнинг моҳияти

Маълумки, туризм соҳаси хизматлар савдосининг муҳим бўғини ҳисобланади. Бунда туризм индустриясининг асосини йўлланма ва турларни сотувчи, туристларга меҳмонхона ва овқатлантириш хизматларини ташкиллаштириб берувчи, мамлакат бўйлаб саёҳатни амалга оширувчи, туристик талаб ва бозорни ўрганувчи, туристик тадқиқотларни олиб борувчи, ахборот ва реклама тарқатувчи туроператор ва турагентликлар ташкил этади. Туризмнинг асосий фаолияти бўлиб, туристик хизмат бўлмаган тармоқлар хизмат қилади. Мазкур фаолиятни амалга ошириш учун ахборот зарурдир. Ахборот туризм соҳасига тадбиқ қилиниб, ахборот технологиясини шакллантиради.

Туризм соҳасида ахборот асосида ахборот оқимлари тарқатилади. Ахборот латинча “information” сўзидан олинган бўлиб, “тушунтириш”, “баён қилиш” ва “хабар” маъносини билдиради. Ахборотга ишлов бериш ривожланиб, илм-фан ва техника соҳаларига қўлланила бошланди. Натижада, ахборот устида амаллар бажарилиб, аниқ техник воситаларнинг йиғиндиси ёрдамида зарур ҳаракатларни бажариш жараёни шаклланди ва бу жараён ахборот технологияси номини олди.

Бугунги кунда ахборот туризм соҳасининг таркиби бўлган меҳмонхона хўжалиги соҳасида кенг қўлланилади. Унинг ижобий қўриниши “бронлаштириш” тушунчасига қарашни шакллантирди. Яъни, бу орқали меҳмонхоналарда тунаш, автомобилларни ижарага олиш, пакетли экскурсиялар ва самолётлардаги бўш жойлар ҳақида олдиндан ахборот (маълумот) бериш амалга оширилади. Ушбу хизматлар саёҳат қилувчиларига жўнатилмайди, яъни истеъмолчиларга сотилмагунча улардан фойдаланиш имконияти бўлмайди. Ушбу хизматларнинг мавжудлиги, уларнинг харажати ва сифати ҳақидаги маълумотлар узатилади. Мазкур маълумотлар ўз ўрнида ахборот ҳисобланади ва ахборот технологиялари орқали бажарилади.

Ахборот ўзининг хўсусиятлари асосида меҳмонхона фаолиятини ривожлантиришга хизмат қилади. Унинг натижасида ахборот технологияларидан кўпроқ фойдаланилиб, унинг тизимлари ҳам шаклланиб бормоқда. Ахборот технологиялари тизимлари қуйидаги турдаги йўналишлардан иборат бўлади:

Компьютер захира тизими

Телеконференция, компьютер-видео ва ахборотчи бошқариш тизимлари

Авиакомпаниялар учун электрон ахборот тизимлари

Электрон пул ўтказмалари, телефон тармоқи, мобил алоқа восити тизимлари

7.1-расм. Ахборот технологиялари ва тизимларининг турлари¹⁶

Ушбу тизимлар турагентлар, меҳмонхоналар ва авиакомпаниялар томонидан томонидан кенг қўлланилади. Бундан ташқари, туризм бозорининг барча сегментлари учун хизматни сотиб олиш ва сотишда барча иштирокчилар томонидан ахборот технологиялари тизимидан фойдаланиш муҳим аҳамиятга эга. Хусусан, меҳмонхона ички бошқарув тизимлари¹ компьютер глобал тармоқларига уланади. Бу эса турагентлар учун мавжуд бўлган меҳмонхона захира тизимлари билан алоқа қилиш учун асос яратади ҳамда кенг тарқалаётган ягона ахборот технологиялари тизимини ташкил этади.

Туризм соҳасида ахборот технологиялари авиакомпаниялар фаолиятини таъминлайди. Хусусан, бу технологиялар орқали авиаоперацияларини ташкиллаштириш, бошқариш, назорат қилиш ва таҳлил қилиш, кадрлар бошқаруви, бухгалтерия ҳисоби ва истиқболли режалаштириш ишлари бажарилади ва электрон тизимлар сифатида муҳим роль ўйнайди. Уларга хабарларни узатиш ва жўнатиш, ҳаво транспорти учун маълумот йиғиш ва узатиш учун йўлдошли, навигация, ҳаво транспортини назорат қилиш, микроўлқинли қўниш, авиация чипталари сотиш ва бошқа тизимлар киради.

¹⁶ Тўхлиев И.С. Туризмда геоахборот тизими. Маърузалар курси. – Самарқанд: СамИСи, 2017. - 135-136 б.

Замонавий шароитда меҳмонхоналарда хизмат кўрсатишнинг юқори даражасини таъминлаш учун янги технологиялардан фойдаланиш зарур. Шу боис, электрон брон қилиш, ташриф буюрувчилар ҳисоблари, шикоятлар ва таклифлар китоблари, яъни ҳар бир ишда ахборот технологияларидан кенг фойдаланилади.

Мамлакатимиз туризмида замонавий глобалъ бронлаштириш тизимларини жорий қилишда мавжуд муаммоларни бартараф қилиш лозим бўлиб, улар қуйидагилардан иборат бўлади:

- *ишончсизлик ва қўрқув*. Туризм индустриясининг кўплаб компаниялари бундай тизимлар ишига ишончсизлик билан қарайдилар ҳамда ушбу тизимларга қараганда меҳмонхона ва туроператор менежерлари орасида “жонли” ва интернет-суҳбатни афзал кўрадилар. Бунда мазкур тизимлар билан ишлашга хоҳишнинг йўқлиги, унинг ишлашини юзага келтирадиган қўшимча ускуналар ва мутахассис-кадрларни ўқитиш асосий муаммолар қаторига киради.

- *ривожланмаган замонавий тўлов тизимлари*. Хусусан, кредит карталари, электрон тўлов тизимлари ва масофали банкинг тизимларини қўллашнинг чекланганлиги глобалъ бронлаштириш тизимларини киритишга катта муаммони келтириб чиқаради. Бундан ташқари, мижозларнинг кредит карта, электрон тўлов тизимлари ва банкинг тизимлари хавфсизлигига ишончсизлик билан қараши ҳам глобалъ бронлаштириш тизимларини жорий қилишдаги катта муаммо бўлиб қолмоқда.

- *глобалъ бронлаштириш тизимларига нисбатан Ўзбекистондаги кам сонли туристик объектлар ва хизматларнинг киритилганлиги*. Бу ҳолат бевосита юқорида келтирилган омишлар асосида келиб чиқади ва комплекс равишда амалга оширилади.

7.2. Компьютер тизимида ўринларни бронлаштиришнинг пайдо бўлиш имкониятлари ва эволюцияси

Бугунги кунда мамлакатимизда сайёҳлик тармоғида замонавий ахборот технологиялари ва инновациялардан кенг фойдаланган ҳолда унинг иқтисодиётдаги улушини кўпайтириш, қисқа ва ўрта муддатли истиқболда ривожлантириш масаласига алоҳида эътибор

қаратилмоқда. Шу боис, кўпгина қабул қилинган лойиҳаларда, хусусан Олий Мажлис Қонунчилик палатасида “Ўзбекистон Республикаси Солиқ кодексининг 356-моддасига қўшимча қиритиш тўғрисида”ги Қонун лойиҳаси концептуал жиҳатдан кўриб чиқилиб, унда акс эттирилган маълумотларга кўра, туристик хизматларини онлайн тарзда бронлаштириш ва сотиш учун дастурий маҳсулотлар ва ахборот тизимларини жорий қилишга йўналтирилган маблағлар солиқ солинадиган базадан камайтирилиши кўзда тутилган.

Олиб борилган таҳлилларга қараганда, ҳозирги кунда юртимизда 1188 та меҳмонхона ва 1482 та туристик компаниялар мавжуд бўлиб, уларнинг қарийб 35 фоизи мижозларга онлайн бронлаштириш ва 5 фоизи туризм хизматларини онлайн сотишни амалга ошириб келмоқда. Мазкур меҳмонхона номерларини онлайн сотиш мақсадида олдиндан номерни банд қилиб қўйиш бевосита бронлаштиришнинг асл мазмۇни ва моҳиятини акс эттиради.

Ўзбекистонда туризм ва меҳмонхона хўжалигини ривожлантириш ахборот технологияларининг кенг тараккий қилишини тақозо қилади. Бу борада интернет тармоғининг машҳурлигини тармоқ абонентларининг сони ҳар 10 ойда 2 баробар ортиб боришини кўрсатади. Ҳар бир сонияда 1 млрд.дан ортиқ электрон хабарлар тармоқ орқали узатилади. Ҳамда саёҳат бизнесининг ривожланиши учун интернет технологияларидан кенг фойдаланилади. 1996 йилда илк бора интернетда сайёҳлик агентликлари, меҳмонхоналар ва авиакомпанияларнинг минглаб мустақил бўлинмалари, ўнлаб бронлаштириш тизимлари пайдо бўлди.

Туризм ва меҳмонхона хўжалиги соҳаларида бронлаштиришга бўлган зарурат кучайиб бормоқда. Бунинг учун туристик хизматларни амалга ошириш соҳасида компьютер техникасидан фойдаланиб келинмоқда. Компьютер бронлаштириш тизимларисиз меҳмонхонада хонани брон қилиш, авиа ва темир йўл чипталарини харид қилиш жуда мураккаб кечади. Чунки, автоматлаштирилган бронлаштириш тизимининг афзалликлари жуда кўп.

Компьютер тизимида ўринларни, яъни меҳмонхоналардаги хона қисмларини бронлаштиришнинг пайдо бўлишига турли бронлаштириш сабаб бўлиб, бугунги кунда унинг эволюцияси узоқ даврни ўз

ичига олади. Жаҳонда энг йирик бронлаш тизимлари мавжуд бўлиб, уларнинг жумласига “Amadeus”, “Galilo”, “Sabre” ва “Worldspan” каби тизимлар киради. Улар дунё бўйича туристик хизматларни бронлаштириш билан шуғулланувчи 800 минг туристик агентликларни ўз ичига олади ва тизимлар “олтин тўртлик” деб номланади. Аммо, жаҳон меҳмонхона бозорининг қолган бир неча фоизи бошқа бронлаштириш тизимларига тегишли бўлади.

Кейинчалик компьютер тизимида ўринларни бронлаштиришнинг имкониятлари кенгайди. Бу бронлаштириш ишларининг олиб борилиши билан боғлиқ. Бу ишларда олдиндан турли мулоқотлар амалга оширилади. Хусусан, номерни бронлаштириш ҳақидаги сўров турли каналлар, яъни электрон почта, факс, телефон ва телекс орқали келади. Бронлаштириш Сўров келганида компьютер ёки дафтарда мижоз ҳақидаги қуйидаги маълумотлар қайд қилинади:¹⁷

фамилияси, шахслар сони ва яшаш манзили	номери ва муддати	номер ҳақини тўлаш ва унинг кафолати	мижознинг алоҳида ҳожиш- истаклари
---	----------------------	--	--

7.2-расм. Ахборот технологиялари ва tizim.larining турлари¹⁸

Аммо, ҳар бир буюртмага рақам берилади ҳамда бронлашни кафолатлаш депозит ёки кредит карточкаси орқали амалга оширилади. Буюртмани қабул қилган хизматчи мижоз тарихини агар у меҳмонхонада илгари тўхтаган бўлса, текшириб кўриши ва унинг натижаларига кўра, турли белгилар қўйиши ёки бронлашни рад қилиши лозим.

Агар буюртма бир нечта номерга, жумладан, конгресс ўтказиш учун берилган бўлса, у билан махсус ходим шуғулланади. Компания ёки туристик фирмдан бронлашга сўров олинганида бронлаш хизматининг ходими меҳмонхона мазкур фирма билан хизмат

¹⁷ Алиева М.Т. Меҳмонхона хўжалиги менежменти. Маърузалар матни. – Т.: ТДИУ, 2011. – 140 б.

¹⁸ Тўхлиев И.С. Туризмда геоахборот тизими. Маърузалар курси. – Самарқанд: СамИСИ, 2017. -135-136 б.

кўрсатишга шартнома тузган ёки тузмаганлиги ва шартнома шартлари, яъни, меҳмонхона қандай корпоратив нархда номер тақдим қилиши лозимлигини текшириб кўриши лозим. Ҳамда меҳмонхонада бўш номерлар бўлган тақдирда миждозга тасдиқнома юборилади. Ушбу тасдиқномада номерга жойлашиш санаси, номер тури, номерда яшаш кунлари сони ва буюртма рақами кўрсатилади. Агар сўровда номерда яшаш кунларининг сони ҳақида маълумот бўлмаса, номер бир кунга бронлаштирилади.

Шуниси муҳимки, қонун ҳужжатларига мувофиқ, тасдиқланган буюртма ҳуқуқий жиҳатдан ёзма шартномага тенг бўлади. Бронлаштирилган номердан миждоз учун оқибатларсиз воз кечиш меҳмонхонага ташриф буюриш санасидан 48 соат олдин амалга оширилиши мумкин. Бироқ, курорт меҳмонхоналарида ушбу муддат кенгроқ диапазон шаклга тенг бўлади.

Бронлаштиришда қайта бронлаш ҳам юзага чиқиши мумкин. Яъни, бу бир номерга икки миждоз даъвогар бўлиши юзага келиши мумкин бўлган энг кўнгилсиз муаммо ҳисобланади. Статистик маълумотларига кўра, номерни бронлаштирган миждозларнинг тахминан 10 фоизи брондан воз кечади ва 5 фоизи белгиланган куни меҳмонхонага етиб келмайди. Шу боис, меҳмонхоналар баъзан таваккал қиладилар ва миждозларнинг бир қисми брондан воз кечади ёки келмайди деган умидда амалда жойлаштиришлари мумкин бўлганидан 10 фоиз кўпроқ миқдорда буюртмалар қабул қиладилар.

Қайта бронлашнинг бошқа учрайдиган сабаби мавжуд бўлиб, бу ноқулай об-ҳаво саналади. Бунда эски миждозлар меҳмонхонани тарк эта олмайди ва янги миждозлар эса аллақачон етиб келган бўлади. Ушбу ҳолатларда ўз обрўини қадрлайдиган меҳмонхона миждозни ўз ҳисобидан шундай ёки унда ҳам юқори тоифадаги меҳмонхонага юбориши ва тарифлардаги тафовутни қоплаши лозим. Ҳамда бунга тескари вазият юзага келиши, яъни айти бир миждоз номерни турли агентликлар орқали бронлаши ва унинг учун бир эмас, балки бир нечта номер бронлаштирилиши ҳам мумкин. Бронлаш хизматида бу “қўш бронлаш” деб номланиб, ана шундай ҳолларини диққат билан кузатиб бориши лозим.

Гуруҳий бронлаш ҳам бронлаштиришда қўлланилиб, у 10 дан ортиқ номерни бронлаш ҳисобланади ва якка тартибдаги бронлаштиришдан кескин фарқ қилади. Яъни, бунда бронлаш хизматининг менежери музокаралар ўтказиши ва шартнома тузиш учун ваколатли ёки воситачи шахс билан махсус учрашиши мумкин. Шартномада гуруҳга хизмат кўрсатишнинг барча шартлари белгиланади.

Бронлаштиришда қабул қилиш хизматининг ходими эрталаб навбатчиликни қабул қилишда бўш номерларни мижозлар тарқ этган номерларга қўшади, олинган йиғиндидан бронлаштирилган номерларни айиради ва натижада четдан келган меҳмонларга таклиф қилиши мумкин бўлган номерларни олади. Бунда қабул қилиш хизматининг маълумотлари хўжалик хизматидан олинган ахборот билан солиштирилади ва доимий равишда ўрганилиб борилади.

Меҳмонхоналарда хўжалик хизмати номерни бўш деб кўрсатади. Аммо, бронлаштириш хизмати маълумотларига кўра номер ҳақ тўлаш кафолатланган ҳолда бронлаштирилган бўлади. Шу боис, бунда номерга мижоз қўйилмайди ёки қабул қилиш хизматида номер банд деб қайд этилади. Хўжалик хизмати номерда юк йўқ ва унда мижоз тунамади, деб маълумот беради. Мазкур ҳолатлар бронлаштириш учун муҳим масала бўлиб ҳисобланади.

Кичик меҳмонхоналарда ҳозирги кунгача қўлда бронлаш техникаси қўлланилади. Бундай бронлаш жадваллар ёрдамида амалга оширилади ва жадвалдан самарали фойдаланиш натижасида меҳмонларнинг келиши исм ва фамилияларини ёзиб қўйиш билан рўйхатга олиб борилади. Бронлаштириш жадвали содда ёки оддий ва мураккаб кўринишда тузилиши мумкин ҳамда уларни қўллаш жиҳатлари бевосита бир-бирдан фарқ қилади.

Меҳмонхонани бронлаштириш ишларига юқорида келтирилган автоматлаштирилган ахборот тизимлари ёрдам беради. Мазкур тизимдан сурункали фойдаланувчи меҳмонхонанинг 100 дан ортиқ хизматчилари исталган вақтда қуйидаги йўналишлар бўйича ахборот олишлари мумкин бўлади:¹⁹

¹⁹ Алиева М.Т. Меҳмонхона хўжалиги менежменти. Маърузалар матни. – Т.: ТДИУ, 2011. – 138-139 б.

- резервлаш;
- бош маъмур офиси;
- жамоавий ташрифларни расмийлаштириш;
- доимий мижозлар ҳақида маълумотлар;
- ҳисоботлар матн муҳаррири;
- транспорт агентликларининг хизматлари учун счётлар;
- турларни расмийлаштириш;
- маъмурий-хўжалик масалалари;
- фоииз даромадларини бошқариш;
- комплекс дастурлар тузиш;
- улгуржи савдо;
- компьютер бўйича ҳисоб-китоблар учун интерфейс;
- кинофильмлар намойишини буюртма қилиш учун интерфейс;
- савдо нуқталари учун интерфейс;
- экологик назорат;
- марказлаштирилган резервлаш;
- кредиторлик қарзлари;
- уюшмаларни бошқариш;
- номерларни узоқ муддатга берганлик учун ижара ҳақи;
- таймшерлар учун ижара ҳақи.

7.3. “Amadeus” тизимининг ҳозирги даврдаги ҳолати

Туризм соҳаларини жадал суръатлар билан ривожлантиришда замонавий бронлаштириш тизимлари катта роль ўйнайди. Бу тизимлар Ўзбекистонда ўз фаолиятини олиб бормокдалар. Хусусан, “Amadeus” компаниясининг филиали Ўзбекистонда 2006 йилда ташкил қилинган. Бу тизим авиачипталар, темир йўл чипталарини бронлаш, меҳмонхона номерларини бронлаш, автомобиль ижарага бериш ва концерт ва ҳар хил томошаларга чипталарни сотиш билан шуғулланади.²³ Ушбу тизимдан туризм ва меҳмонхона хўжалиги соҳаси субъектлари самарали фойдаланиб келмоқдалар.

Бугунги кунда “Amadeus” бронлаштириш тизимидан 30000 дан зиёд турагентлик фойдаланадилар ва у 100 мингдан ортиқ ўз

²⁰ Манба: “Бухорода туристик эркин иқтисодий ҳудудни яратиш имкониятлари ва ривожланиш ястиқболлари” мавзусидаги илмий-амалий конференция материаллари. – Бухоро, 2017 йил. - 75 б.

терминалларига эга. Ҳамда 400 дан ортиқ авиакомпаниялар ҳам фойдаланиладилар ва улар тахминан 60000 терминалига эга. Бу тизим ҳозирги кунда 467 та авиакомпания, 90000 та меҳмонхона, 322 та меҳмонхона занжирлари ва 50 та автомобилни ижарага бериш компаниялари билан самарали алоқаларни ўрнатган. Ўзбекистонда ҳам ушбу тизимдан фойдаланиш туризмни ривожлантиришга катта туртки беради.

“Amadeus” жаҳондаги етакчи глобалъ дистрибьютер тизими бўлиб, туристик хизматлар етказиб берувчиларни, яъни авиакомпаниялар, меҳмонхоналар, автомобилларни прокатга бериш компаниялари ва суғурта компаниялари кабилар ҳақиқий вақт режимида ресурсларга киришни таъминлайди ва ушбу ресурсларни 139 та мамлакатнинг туристик агентликлари ўртасида тақсимлайди. “Amadeus” тизими 751 та авиакомпанияларнинг ресурсларига кира олади. Бу эса жаҳон бозорида мунтазам авиайўловчи ташишнинг 95 фоизидан ортигини ташкил қилади.

Ушбу тизим 322 та меҳмонхоналар занжирига бирлашган бўлиб, 52731 та меҳмонхона, 48 та автомобилларни прокатга бериш компанияларининг туроператорлар маҳсулотлари, темир йўллар, кемалар ва суғурта компаниялар билан ишлашига имкон беради. Натижада, бронлаштиришга бўлган эҳтиёж қондирилади ҳамда меҳмонлар билан алоқаларнинг яхшиланишига эришилади. Мазкур тизимнинг афзалликлари қуйидаги йўналишлардан иборат бўлади:

қайта ишланган маълумотларнинг ҳажмига қарамаган ҳолатдаги юқори барқарорлик

барча мижозларнинг фойдаланишлари учун қулай бўлган ва кўп функционалли интерфейс

tizimini бошқаришнинг мослашувчанлиги орқали фойдаланувчи ҳуқуқини аниқлаш, индивидуал созлама ва тизим журналларини сақлаш

мижоз ва етказиб берувчилар билан барча транзакцияларни назорат қилиш орқали ўзабо ҳисоб-китобларни тўлиқ амалга ошириш

7.3-расм. “Amadeus” тизимининг афзалликлари

“Amadeus” тизими мижозларга қуйидаги йўналишлардаги турли хизматларни тақдим қилади:

- Россия бозоридаги асосий йирик авиакомпанияларда автоматик бронлаштириш чипталарни тўлдириш ва бланкаларни нашр қилдириш. Бу орқали авиакомпаниялар фаолияти такомиллашади.

- йирик авиакомпанияларда ўзининг мижозлари учун таърифлардан фойдаланиш имконияти. Булардан “Lufthansa”, “Air France”, “Alitalia”, SAS ва “Transaero” каби компаниялар кенг фойдаланадилар.

- тизимда бевосита ахборот юбориш имконияти. Булар қаторига жадвал, бронни тасдиқлаш, йўналиш, тўловни амалга ошириш ва ҳоказо кабилар киради.

- авиакомпаниядаги тарифлар ва бошқа маълумотлар бўйича ўз базасини яратиш имконияти. Бу билан авиакомпанияларнинг маҳсулотлари яратилади.

- 100 дан ортиқ намунавий ҳисоботлардан фойдаланиш имконияти. Бу орқали ҳисоботларнинг таркиби такомиллашиб боради.

Бундан ташқари, дастурлаш тилидан келиб чиққан ҳолда охирига етмаган ҳужжатларни яратиш ҳамда “e-mail”ни тарқатиш имконияти ҳам мавжуд.

7.4. “Galileo” тизимларининг янги имкониятлари

“Galileo” тизими 1987 йилда ташкил этилган дунёдаги энг йирик тизимлардан бири ҳисобланади. Ҳозирги кунда ушбу тизимни амалга оширадиган компания 3000 нафар ходимига эга ва унинг маркази АҚШнинг Колорадо штатидаги Денвер шаҳрида жойлашган.

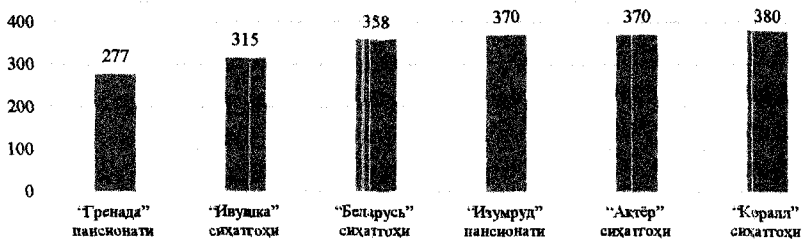
Ушбу тизимнинг пайдо бўлиши компанияларнинг тараққиёти билан боғлиқ. Бу борада аполлон тизимига эга бўлган “Совиа” компанияси “Galileo”га ўз фойдаланувчиларини йўналтирди ва 1993 йилда “Galileo” тизими Аполлон тизими билан бирлашиб, “Galileo International” деб номланди. Кейинчалик, янги компаниянинг қарийб 50 фоизи Шимолий Америка авиакомпаниялари ва қолган 50 фоизини Европанинг авиакомпаниялари эгаллади. Аполлон тизими АҚШ ва Мексикада жуда кенг тарқалган, бироқ Японияда жуда кам қўлланилади.

Мазкур тизим дунёдаги юзлаб мамлакатларда кенг тарқалган ва Европада ушбу тизимнинг 150 мингдан ортиқ терминали мавжуд. “Galileo” тармоғи туристларни туристик маҳсулот ва хизматлар ҳақидаги маълумотлар билан таништиради, автоматик равишда авиачипталарни бронлаштиришни амалга оширади ва натижада қўшимча хизматлар бўйича алоқалар алмашади. “Radisson”, “Hilton” ва “Holidays” каби 80 дан зиёд йирик меҳмонхона компаниялари мазкур тармоққа уланган ва бронлаштириш ишларини амалга оширадилар.

Меҳмонхоналарни бронлаштиришда “Калит” тизими ҳам қўлланилади. Мазкур тизим 1995 йилнинг декабрь ойидан Россияда қўлланила бошланди ва асосан бу тизим кирувчи ва ички туризмга йўналтирилган турфирмалар учун мўлжалланган. “Калит” тизимининг ўзига хос хусусияти Россия, МДХ ва Болтиқ бўйи мамлакатларининг 40 дан ортиқ шаҳарларида арзон турар жойларни банд қилишдир. Бу тизим корпоратив мижозлар учун қулай. Масалан, катта корхоналар кўпинча ўз ходимларини иш сафарларига жўнатади.

Россияда фаолият юритаётган бошқа тармоқлардан фаркли ўлароқ, “Калит” қиммат 4-5 юлдузли меҳмонхона учун хос бўлиб, Россиянинг 40 дан ортиқ шаҳарлари ва МДХнинг баъзи мамлакатларидаги (Киев, Минск ва Олма-ота шаҳарлари) ва Болтиқбўйи давлатларидаги (Рига, Журмала ва Вильнюс шаҳарлари) меҳмонхоналар ҳақида муҳим маълумот беради.

Туристлик агентликлар учун “калит” тизимининг асосий жалб этилиши бу ҳеч қандай бронлаштириш бўлмаган тақдирда ҳам пул тўламаслик ҳисобланади. Тизимнинг яна бир қулайлиги ўзаро ҳисоб-китобларни агентликнинг фақат битта ҳамкор, яъни “Калит тизими” билан амалга оширилишидир. Бироқ, бу ҳар бир меҳмонхона билан амалга оширилмайди. Масалан, Сочи санаторийларида даволаниш эрта бронлаштириш орқали амалга оширилади. Бу ерда қуйидаги меҳмонхоналар таклиф қилинади ва ундаги меҳмонхона нархлари бир киши учун икки ўринли жойлаштириш шарти билан кўрсатилади.



7.4-расм. Сочи санаторийларида бронлаштириш қиймати (долларда) ²¹

Ушбу дам олиш жойларида ҳеч қандай қатъий белгиланган минимал банд қилиш имкони йўқ ва мижозларга бўш ўрин бўлмаган тақдирда тўлов амалга оширилмайди.

7.5. Интернетда глобалъ дистрибьютор тизимининг интеграцияси

Глобалъ бронлаштириш тизимларига эгалик қилиш ва уларда фаолият юритиш мураккабликлари ҳамда уларни ишлаши учун кетадиган маблағ жуда юқори бўлганлиги бронлаштириш тизимларини киритишга тўсиқ бўлади. Аммо, глобалъ интеграцион жараёнларининг таъсири мамлакатимизнинг Европа ҳамжамияти ҳамда Осиё мамлакатларга ташқи сиёсати йўналиши ва улар билан самарали ўзаро ҳамкорлик муносабатларини юритиши Ўзбекистонни Европа ва Ўрта Осиёдаги йирик туристик масканларга айлантира олди. Бу эса мамлакатимиздаги туризм индустриясидаги сервис сифатига ҳам катта таъсир кўрсатади.

Интернетда глобалъ дистрибьютор тизими доирасида мавжуд муаммоларга қарамасдан мамлакатда иқтисодий аҳволни яхшилаш ва глобалъ бронлаштириш тизимларини мамлакатимиз доирасида ривожланиши учун жуда катта истикболли режаларни тузиш зарур. Бунда бевосита интеграция зарур, яъни онлайн кўринишда турли глобалъ дистрибьютор тизимлари ўртасида интеграция амалга оширилади.

Фаолият олиб бораётган турагентликларнинг иш фаолиятини такомиллаштиришда туристик таъсир ўтказишни жорий этиш

²¹ <https://tatil.uz/kr/tours/sanatorii-v-sochi>

лозим. Бунда поғонали маркетингли бошқарув аппарати зарур бўлиб, у халқаро, миллий ва маҳаллий туристик ташкилотларига асосланиб, замонавий менежмент тизимини яратиш билан белгиланади.

Ушбу ҳаракатлар орқали турагентликлар фаолиятида электрон бронлаштириш тизимлари ва глобалъ дистрибьютер воситачилари ўртасидаги алоқаларни юзага чиқарилишига олиб келади. Натижада, интернет тизимининг самарали ишлаши натижаси глобалъ дистрибьютор тизимининг интеграцияси амалга оширилади ҳамда ушбу тизимлардан самарали фойдаланишга эришилади.



7.5-расм. Турагентликлар фаолиятида электрон бронлаштириш тизимлари ва глобалъ дистрибьютер воситачиларининг фаолияти²²

Ушбу расмга асосланиб, турагентликлар фаолиятида электрон бронлаштириш тизимлари ва глобалъ дистрибьютер воситачалари ўзаро алоқада бўлади. Бу билан иқтисодиётимизнинг бошқа тармоқларидаги каби давлатлар ва ижтимоий ташкилотларнинг сиёсий, иқтисодий, маданий ҳамда бошқа соҳалардаги ҳамкорлигини акс эттирувчи глобаллашув тенденцияси ҳам шаклланади. Шуларга мувофиқ, Ўзбекистонда туризм ва меҳмонхона хўжалигининг ҳозирги ҳолати мазкур соҳанинг кенг тараққий қилиб бораётганлигини кўрсатади ва уларни янада ривожлантириш бронлаштиришга бўлган заруратни юзага чиқаради.

²² Манба: www.mdiss.org маълумотлари

7.6. Туристтик менежментда Интернет технологиялар

Туристтик менежментни амалга оширишда Интернет технологиялари қўлланилади. Ушбу технология бронлаштириш тизимлари ҳисобланади ва улра бўйича турли мамлакатлар тажрибалари тўпланган. Бу борада катта замонавий меҳмонхоналарда бронлаштириш жараёни компьютерлаштирилган. Бронлаштириш тизимлари ахборот технологияларисиз ишлай олмайди. Туроператор ва турагентлар ҳам ўз иш фаолиятида бронлаштириш тизимларидан фойдаланадилар.

Туризм соҳасида компьютер бронлаштириш тизимлари катта таъсир кўрсатди. Бунда туристик саёҳатни амалга оширишда тунаш жойининг олдиндан брон килиниши жуда муҳим ҳисобланади. Айниқса, битта модем орқали серверга уланган турагентлар мавжуд туристик хизматлар, уларнинг нархлари, сифати ва ўз харидорларига тақдим этиши мумкин бўлган вақтлар билан танишиш имконига эга бўладилар. Бундан ташқари, турагентлари ушбу маълумотлар базасига мурожаат қилишлари ва буюртмаларини тасдиқлаши мумкин.

Мазкур тизимларда ишлаш учун туристик хизматлар провайдерлари бундай тизимларга эга бўлиши ва ҳеч бўлмаганда ходимлар оддий технологиялар ҳақида билимларга эга бўлишлари лозим. Масалан, шахсий компьютерлар билан ишлаш ва турагентликларда тармоқ ресурсларидан фойдаланиш кўникмаларига эга бўлишлари лозим. Аввало, меҳмонхоналарни бронлаштириш тизимлари Россия давлатида кенг қўлланилиб келинмоқда. Чунки, ҳозирги кунда Москва халқаро туризм форуми доирасида келгуси 3 йилда сайёҳлик хизматларининг интернет бозори 8 маротаба ўсиши белгиланган. Ушбу маълумотларга асосан, шу мамлакат халқи интернетдаги барча авиачипталарнинг 13,6 фоизи, темир йўл чипталарининг 13,1 фоизи ва меҳмонхоналар 9,5 фоизини сотиб олади ва брон киладилар. Аммо, туристик пакетларнинг онлайн савдоси паст даражада 2,3 фоиз ва Европада ушбу кўрсаткич 29,6 фоизни ташкил этади.²³

²³ Тухлиев И.С. Туризмда геоахборот тизими. Маърузалар курси. – Самарқанд: СамИСИ, 2017. -134 б.

Москва халқаро сайёҳлик форуми доирасида ўтказилган таҳлилий маълумотларга кўра, туристик пакетларнинг паст даражада сотилишига сабаб бозордаги кам сонли таклифлар ҳамда онлайн харидорлар ва онлайн брон қилишдаги техник хатолик ва қийинчиликлар ҳисобланади. Яъни, сотиб олишни бошлаган истеъмолчиларнинг 30 фоизи ҳамда сотиб олганларнинг 64 фоизи туристик ваучерни сотиб олганлигидан хавотирда бўладилар. Улар пластик карта орқали тўловни амалга ошириб бўлгандан сўнг, сохта чипталарни харид қилиб қўйган бўлиши деган қўрқув остида қоладилар. Бироқ, ушбу омилларга қарамай, Россияда тўлиқ сайёҳлик пакетларига бўлган онлайн талабнинг ўсиши тахмин қилинмоқда. Хусусан, 2014 йилда интернет орқали саёҳат пакетларини сотишнинг улуши сотиладиган турлар сонининг 19 фоизини ташкил қилган.

Дарҳақиқат, туристик менежментда интернет технологиялар қўлланилиб, бу борада меҳмонхоналарни бронлаштириш тизимларини амалга оширишга қаратилган хорижий давлатларнинг тажрибалари тўпланган. Буларга “Amadeus”, “Worldspan”, “Galileo” тизимлари, шунингдек “booking.com” веб-сайтлари ва бошқалар киради.

7.1-жадвал.

Дунёнинг етакчи глобалъ бронлаштириш тизимлари ҳақида маълумот²⁴

Кўрсаткичлар	Galileo	Worldspan	Amadeus
Тизимга уланган терминаллари сони	220000 дан ортиқ	80000 дан ортиқ	300000 дан ортиқ
Ташувчи авиакомпаниялар сони	725 та	500 та	840 та
Таъминловчи меҳмонхоналар занжирлари сони	250 дан ортиқ	245 та	366 та
Таъминловчи меҳмонхоналар сони	60000 та	50000 та	150000 та
Автомобилларни ижарага берувчи компаниялар сони	48 та	49	70 та

Жадвалда келтирилган мазкур тизимлар глобалъ миқёсда бўлиб, уларга уланган терминаллар, авиакомпаниялар, меҳмонхоналар ва уларнинг занжирлари ҳамда ижарага берувчи компанияларнинг сони

²⁴ Манба: Экономика и организация туризма. - М., 2015.

жиҳатдан ажралиб туради. Бу орқали туристик менежментда интернет технологияларнинг натижаси соҳани барқарор ривожлантиришга қаратилган.

7.7. Туристик сайтлар хусусиятлари ва элементлари

Туристик сайтлар бир қатор элементларга эгалити билан ажралиб туради ва унинг хусусиятлари онлайн-бронлаштириш жараёнида намоён бўлади. Шуларга мувофиқ, меҳмонхоналарни бронлаштириш тизимлари мавжуд бўлиб, у асосан хорижий туристик сайтларидан фойдаланиш имкониятлари ва йўналишларига эга. Чунки, кўпчилик туристик агентлик фирмалари ўз иш фаолиятларида машҳур веб-сайтлардан кенг фойдаланадилар. Сайтлар асосида ўз иш фаолиятларини такомиллаштириб борадилар. Бунга интернет ва унда ишлайдиган веб-саҳифалар ёрдам беради. Хусусан, интернет орқали турагентлик фирмалари меҳмонхоналар ва уларнинг хизматлари ҳақида етарли маълумотларга эга бўладилар. Бу эса интернет орқали меҳмонхона хизматларини бронлаштириш ҳисобланади.

7.2-жадвал.

Интернет орқали меҳмонхона хизматларини бронлаштириш²⁵

www.travelweb.com. “travelweb.com” энг эски (1994 йил тармоқда пайдо бўлган) ва туризм бўйича кўпроқ кудратли интернет ресурслардан биридир. Сайт фойдаланувчиларга тур таркибига кирувчи авиабилетлар ва меҳмонхона кабиларни бронлаштиришни таклиф қилади.

www.expedia.com. “expedia.com” энг машҳур туристик ресурслар тармоқларидан бири бўлиб, унинг яратувчиси “Microsoft” корпорацияси ҳисобланади. Ушбу сайт бронлаштириш ва ташриф буюриш бўйича етакчи бўлиб, агентликлар ва фойдаланувчиларга авиабилетлар, меҳмонхоналар, автомобиллар, туристик пакетлар ва кемаларни резервлаш имконини беради.

www.hotelworld.com. “hotelworld.com” меҳмонхона сайти бугунги кунда турагентликлар ва мижоз-туристларга маълум. У жами 204 та мамлакатда 9000 дан кўпроқ меҳмонхонани бронлаштириш имконини беради. Бу сайт ресурслар базаси тармоққа кирувчи мингдан кўпроқ мустақил меҳмонхоналар бўйича ахборотларни сақлайди.

²⁵ www.google.com сайтига асосланиб, тузилди.

www.travelocity.com. “travelocity.com” асосий ишчи режими машхур туристик сайт бўлиб, у “sabre” бронлаштириш глобал тизимига жамланган. Яъни, авиабилетлар, отеллар, автомобиль ижараси, кема саёҳати ва йўлбошловчиларни ўз ичига жамлайди. Ҳамда сайт бронлаштириш ресурс базаси 400 авиакомпания, 45000 меҳмонхона ва 50 автоижара компаниялари маълумотларини ўзига жамлайди.

Ушбу жадвал маълумотларига асосланиб, туристик агентлик фирмасининг чикимларини унсурлар бўйича назорат қилиш самарадорликнинг турли шакллари таққослашга имкон беради.

7.8. Веб-сайтда умумий ахборот.

Веб-сайт хусусиятлари

Веб-сайтда умумий ахборотлар мавжуд бўлиб, бу сайтнинг хусусиятларини ўзида акс эттиради. Сайтларда тез ва осон кўринишдаги онлайн бронлаштириш жараёни амалга оширилади. Жумладан, бронлаштиришни амалга оширадиган кизиқарли хорижий сайтлар мавжуд.²⁶ Жумладан, Испаниянинг “Tour spain” <http://www.tourspain.es/turespai/marcol.htm> веб-сайти бўлиб, унда ҳақиқатдан ҳам бронлаштириш ишлари бажарилади. У фойдаланишда жуда оддий, яъни ҳар бир саҳифасида уй саҳифасига таянилади ва бўлимлар алоҳида кўрсаткичга эга бўлади. Мазкур сайтда режа ёки қидирув тизимидан фойдаланиб, ҳар қандай маълумотни осон топиш мумкин. Бунинг учун ҳар бир саҳифада қидирув ёки режа тизими бўлиши лозим. Шу боис, бу хусусият ташриф буюрувчига керакли маълумотни тезроқ топиб олишларига ёрдам беради.

Ушбу сайт бўлимлари саёҳатлар типларига тўла мос келади. Яъни, буларга ишга алоқадор сафарлар, дам олиш, саргузашт, гид кузатувида сафар ва бошқалар киради. Ундаги саёҳатнинг хусусияти, масалан ҳудудлар, жойлашиш, транспорт, магазинлар, ахборотнинг иккинчи даражасини ташкил этади ва сарлавҳа остида берилади. Шундай қилиб, бунда ахборот узатиш индивидуал туристга қаратилади.

“Tour spain” сайти хилма-хил ахборотларни таклиф қилади. Унда жойлашиш шароити, транспорт, одат, валюта ва магазинларнинг ишлаш вақти ҳақидаги маълумотлардан ташқари

²⁶ Mamatqulov X.M. Turizm infratuzilmasi. Ma'ruzalar kursi. – SamISI, 2009. - 117 б.

Испания ҳақида охирги янгиликлар ҳақида хабар берилади. Ушбу маълумотлар бутун дунёдаги газеталардан йиғилган. Шунингдек, 12 та испан ахборот агентликларига бевосита чиқиш имкониятини ҳам беради. Бундан ташқари, у испан тили курслари ҳақида кенг ахборотларни таклиф қилади.

“Tour Spain” веб-сайтининг ҳар бир саҳифаси электрон почта кўринишидаги манзилга эга. Унга таянилган ҳолда сўров учун қўшимча ахборотлар берилади. Сайтда Испания туризми бўйича хорижий бўлимлар кенгаши ва маҳаллий бўлимлар руйхати мавжуд. Яъни, фойдаланувчига махсус ахборот ёки қўшимча ёрдам керак бўлса, у Испания туризми бўйича кенгаш билан тўғридан-тўғри алоқанинг вариантларидан фойдаланиши мумкин.

Интернет тизимида “Tour Spain” сайти 1998 йил 1 январда пайдо бўлган. Уни яратишдан асосий мақсад жаҳон аудиториясига мамлакат бўйлаб кам харажатлар билан катта ҳажмдаги махсус туристик ахборотларни етказиш бўлган эди. Ушбу сайтни ишлаб чиқиш ва яратиш бевосита бозорни тадқиқ қилиш билан бирга олиб борилади. У умумий туристик статистика, шунингдек асосий Европа давлатлари ва йирик хусусий туристик компанияларнинг веб-сайтларини ўрганишни ўз ичига олди. Бу ҳақдаги тадқиқотлар 3 йил давомида олиб борилди. Шундан кейин, “Tour Spain” яратилди. Уни ишлаб чиқишга 150 минг АҚШ долларига яқин маблағ сарфланди.

Айниқса, сайтни сақлаш ва янгिलाш учун доимий ҳаракатда бўлган тадқиқот дастури тузилган. Бу бўйича Испания туризми бўйича кенгаш ҳар кун 100 та яқин сўровларни ўтказган. Улардан айримлари Испанияда туризмга тегишли бўлиб, бошқалари веб-сайтни такомиллаштириш бўйича таклифлардан иборат бўлган. Унга асосан ҳар бир ташриф буюрувчи ўртасида сайтда 20 минут давомида сўров ўтказилади. Тадқиқотлар ўз натижалари ва фойдаланувчиларнинг таклифлари асосида ахборот технологиялари бўлими сайт мазмунини ўзгартиради. Расмий миллий туристик маъмурият нашри эълон қилган махсус танловда ғолиб бўлган испан компанияси уни яратилишидан ҳозирги кунгача таркибини ўзгартириб келади.

Мазкур сайт туризм бўйича Испания кенгаши ҳукумат ташкилоти ҳисобланади ва миллий бюджетдан молиялаштирилади. Молиялаштиришни енгиллаштириш мақсадида кенгаш сайтида тижорат рекламаларини жойлаштиради. Сайт мазмунида миллий туристик маъмуриятнинг расмий нашри эълон қилган махсус

танловдаги ютуқнинг унча катта бўлмаган умуммиллий улуши кетади. Мазкур кенгаш сайтдан фойдаланиш бўйича маълумотларни тизимли таҳлил қилиш дастурини яратди. Бунда ахборот манбаи бўлиб, унга тушаётган сўровлар ва таклифлар хизмат қилади. Улар ҳар куни қайта ишланади, маркетинг тадқиқотлари қисмини ташкил қилади ва туризмнинг олға силжишида кенг фойдаланилади. Бироқ, статистик маълумотларни йиғиш учун “Web-Trends” дастур маҳсулоти қўлланилади. Унга асосан, статистик маълумотлар ҳар ойда таҳлил қилиниб борилади.

Шулар билан бир қаторда қуйидаги веб-сайтлар ўзига хос хусусиятларга эгаллиги билан ажралиб туради:

- www.onerail.com. Мазкур сайтда 2001 йилнинг март ойида интернетдан фойдаланувчилар темир йўл билетларини бронлаштириш бўйича йирик порталга кириш имконига эга бўлганлар. Бу тизимда ер юзининг деярли барча бурчакларидан 250 млн. маршрут тақдим этилган онлайн режимида уларнинг исталганига бронлаштириш мумкин. Бронлаштириш расмийлаштирилганидан сўнг, тизим электрон тасдиқ беради. Турист уни электрон билетлар сотиладиган киоска ёки кассаларда темир йўл билетиға алмаштириши лозим.

Мазкур “Onerail” веб-сайти портали турагентликлар учун жуда фойдали ҳамкорлик шартларини тақдим этади. Улар ҳар ойда ўтказилган ҳар бир бронлаштириш учун коммиссион мукофот олиш имкониятиға эға. Айниқса, компаниялар етакчи GDSлар билан фаол ҳамкорлик қилмоқда. Яъни, “Amadeus”, “Sabre”, “Worldspan” va “Galileo” шулар жумласидандир. Натижада, фойдаланувчиларнинг “Onerail” ресурсларига бемалол кириш имконига эға бўлдилар.

- www.eventclicks.com. Осиё-тинч океан ҳудудида интенсив туризм ва конгресси кўргазмада доимий ошиб бораётган талабға пешвоз чиқиб, Гонконг интернет компанияси, яъни “E-kong Group” 2000 йил июн ойида www.eventclicks.com сайтини яратди. У тўлиқ Осиёда туризмға бағишланган ва мазкур сайтда меҳмонхоналарнинг конгресси ва инсентив имкониятлари ҳақида бепул ахборотлар жойлаштиради.

Комиссия унинг эғаси фойдасига мижозларнинг бронлаштирган суммасидан ушлаб қолади. Тизимида барча меҳмонхоналар тенг ҳолатда бўлиб, бу ерда кўрсатиладиган хизматларға нархлар эълон қилинмайди. Демак, мижоз маъқул вариантни танлаб,

www.eventelicks.com командасини сўрайди ва у унинг меҳмонхона билан бўладиган келгуси суҳбатини таъминлайди.

- www.lastminute.com. Бу сайт биринчи навбатда тур ва билетларни “охирги минутда” ёки “ёниб бораётган” лаҳзаларда сотиш учун ташкил этилган. Айрим сабабларга кўра, бугунги кунда www.lastminute.com веб-сайти Европада биринчи рақамли туристик сайтга айланган кўп сонли обуначи ва хизматларни етказиб берувчи “Lufthanza” авиакомпаниясидан тортиб, Буюк Британиянинг миллий билетигача эга бўлади. У мутлако мустақил ва барча етказиб берувчиларга ресурслар ҳақида ахборотларни ҳам тақдим этади.

Ушбу сайтнинг яратилиши туфайли билан Буюк Британияда биринчи марта ташкил этилган ва машҳур бўлган. Унинг эгалари Франция, Швеция, Германия, Австралия ва Жанубий Африка Республикасида унинг маҳаллий версияларини яратдилар. Шунинг учун ҳам, яратилган мазкур концепция бугунги кунда Россияда давом қилмоқда.

- www.travelocity.com. Мазкур сайт электрон туристик агентлиги интернет тармоғида 1996 йилнинг баҳорида “Sabre Interactive” ва “Worldview Systems” компанияларининг савй-ҳаракатлари туфайли пайдо бўлди. “Travelocity” агентлиги мажмуали хизматларнинг тугунидан бирида олдиндан билетлар, меҳмонхоналар, автомобиллар, кема саёҳати, турли туристик марказлар ҳақида ахборот бериш, саёҳат қилувчилар ўз таассуротларини баҳам кўрадиган бўлимлар, шунингдек туристик анжомлар электрон магазинга буюртмалар бериш мақсадида ташкил этилди.

Мазкур яратилган кидирув тизими нарх бўйича меҳмонхонани топиш, жойлашган ўрни ва маълум тармоққа тегишлилиги ҳақида ахборот олиш имконини беради. Ушбу сервер кучли америкалашган бўлиб, унга боғлиқ бўлган меҳмонхоналарнинг катта қисми Шимолий ва Жанубий Америкада жойлашган.

“Travelocity” ўз серверини сақлаш учун миллион доллар сармоя сарфлайди ва онлайн режимида билетларни сотиш ва товарларни реализация қилиш бўйича белгиланган режалардан ўзиб кетган. Шундан келиб чиқиб, “travelocity”нинг даромад манбалари бўлиб, қуйидагилар ҳисобланади:



7.6-расм. “Travelocity” сайтининг даромад манбалари

Шулар каторида асосий реклама берувчилар, яъни “Avis”, “Hilton Hotels” va “American” билан шартономадан ташқари, сервернинг манзиллар ахбороти саҳифасида реклама эълонларни “DoubleCli” тармоғида жойлаштириш юзасидан компаниялар билан битим имзоланган. “Sabe interactive” va “Worldvii Systems” билетларни буюришнинг интерфаол шакли қулайлигига ишончи комил. Бунда “Flidhijinder” сервери бўлимидан фойдаланиб, мижоз саёҳатнинг бошланғич ва охири санаси, жўнаш ва келиш пункт каби ахборотларга киритилади. Бунда авиакомпанияни маъкул кўриши каби бир қатор параметрларга эга бўлади. Яъни, билетнинг нархи ёки кўнувсиз рейсни билиб олади.

Фойдаланувчи ўзининг веб-сайти ёрдамида тегишли сўровни тузади. У гиперматен шаклида (Hypertext Markup Language ёки HTML) билетларни резервлаштириш онлайн веб-серверга келиб тушади. Кейинги “Webtorce Challenge” компаниясининг қудратли сервери “Silicon Graphies” ҳисобланади. Унга “Commerce Server” фирмасининг “Netscape Communications” дастур таъминоти ўрнатилган. Сервер “Sabre Interactive” компаниясининг маълумотларни қайта ишлаш маркази махсус жиҳозланган ер тўла биносида жойлашган. Буюртма бу ерда трансакция менежери, сўровлар менежери томонидан синчиклаб қайта ишланади, ишлар сеанси ва ҳолати мониторларда кузатилади.

Шунингдек, мижоз эҳтиёжи ҳақида йиғилган маълумотлар классификацияланади ва маълумотлар базасида рўйхатга олинади. Бу барча дастурий қисмлар компаниянинг ўзи томонидан яратилган ва сўровларни тўғри хулоса чиқаришга хизмат қилади. Серверга ҳар кунга ташриф “Oscar” – “Webby Award” шаклида 1999 йилда йўлга қўйилган. Сайт провайдери дунёдаги йирик туристик концернлардан бири “Rosenbluth International” бўлиб ҳисобланади. Ушбу сайт ёрдамида иш доирасидаги сафарлар, жумладан, конгрессли турлар бронлаштирилади, учрашувлар режалаштирилади, ахборотлар олинади. Сайтда ишлаш учун албатта руйхатдан ўтиш талаб қилинади.

7.9. Онлайн-бронлаштиришнинг асосий хорижий туристик сайтлари

Онлайн-бронлаштиришнинг асосий хорижий туристик сайтларидан бири ушбу номдаги “booking.com” компаниясининг сайти ҳисобланади. Чунки, меҳмонхоналарда бронлаштиришда замонавий ва машҳур “booking.com” компаниясининг тажрибалари алоҳида ўрин тутди. Ушбу “booking.com” компанияси 1996 йилда Нидерландиянинг Амстердам шаҳрида ташкил этилган бўлиб, кичик Голландиядан бошланган саёҳатдан онлайн саёҳатларни брон қилишгача чиқиш бўйича жаҳон бозоридаги етакчилардан бирига айланди. “Princeline Group” бошчилигида 70 мамлакатда 198 та идорада 15000 дан ортиқ киши ишлайди.

“Booking.com” компанияси кишиларни янги кашфиётларга илҳомлантиради. Шу боис, у рақамли технологиялар ёрдамида иложи борица саёҳат қилишга қулай муҳитни яратиб беради. “Booking.com” турар жойлар ҳақида кўплаб вариантларни таклиф қилади. Улар жумласига хонадонлар, дам олиш уйлари ва кичик оилавий меҳмонхоналар, ҳашаматли 5 юлдузли меҳмонхоналар, дам олиш жойлари, дарахтдаги уйлар ва бошқалар киради. “Booking.com” иловалари 40 дан ортиқ тилга таржима қилинган. Мазкур компания дунёдаги 228 та мамлакат ҳудудларида 123171 та йўналиш бўйича 1534024 та турар жой вариантларини ўзида жамлаган.

Ҳар куни 1550000 дан ортиқ жойлар “booking.com” хизмати орқали брон қилинади. “Booking.com” компаниясида саёҳатчилар дам олиш ва хизмат сафари учун жуда қулай жойларни исталган

вакtda бронлаштириш мумкин. Меҳмонлар куннинг исталган вақтида қўллаб-қувватлаш жамоасига мурожаат қилишлари ва 40 дан ортиқ тилларда ёрдам олишлари мумкин.

“Booking.com” компаниясининг электрон почта манзили customer.service@booking.com деб номланади. “Booking.com” компанияси томонидан яратилган “booking.com” сайтига меҳмонхоналар ўз маълумотларини киритмоқчи бўлсалар, аввало онлайн рўйхатдан ўтишлари лозим бўлади. Рўйхатдан ўтиш бепул ҳисобланади. Кейинчалик компания ходимлари рўйхатдан ўтувчи билан боғланиб, ўз хизмат ҳақларини белгилайдилар ва ўз фаолиятларини амалга оширадилар. Ундан кейин меҳмонхона тўғрисидаги тўлиқ маълумот ва унга оид юқори сифатли фотосуратларни тақдим этиш лозимлиги сўралади. Меҳмонхона саҳифаси мукамал компьютер усталари томонидан яратилади ҳамда онлайн ўз мижозларига етказилади.

Бронлаштириш тўлови бронлаштириш комиссияси томонидан доимий равишда назорат қилиб борилади. Мазкур сайтда ривожланган хорижий давлатлардаги меҳмонхоналар киритилган бўлиб, хусусан бу борада 2018-2019 йилларга мўлжалланган Франциянинг 21 та энг яхши меҳмонхоналари рўйхати киритилган.

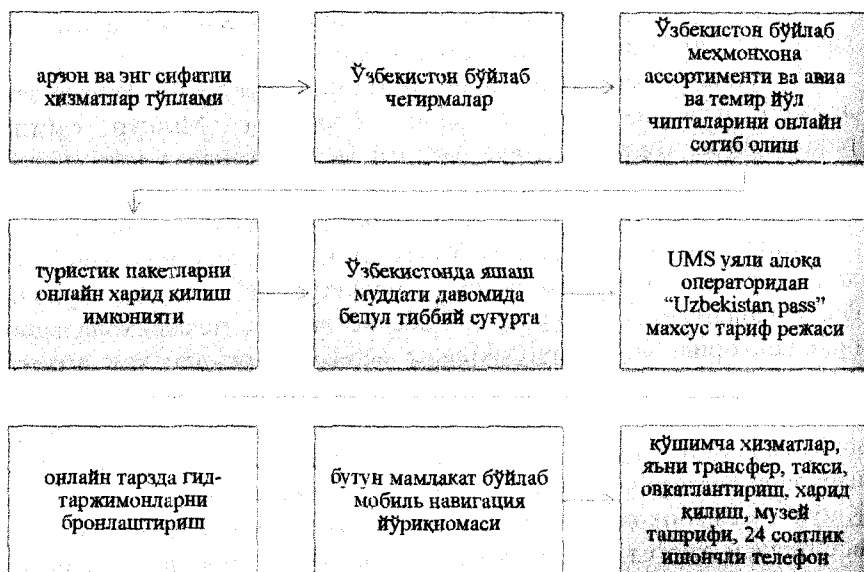
Маълумотларга қараганда, Ўзбекистонда фаолият юритувчи 290 дан ортиқ меҳмонхоналар “booking.com” хизматларидан фойдаланадилар.²⁷ Бирок, Ўзбекистонда меҳмонхоналарни бронлаштириш <https://mybooking.uz> веб-сайти орқали ҳам амалга оширилмоқда ва ушбу сайт ўзбек тилида кўринади. Мазкур сайтга 170 та меҳмонхона киритилиб, унинг ташқи кўринишдаги расмлари, юлдузларининг таснифи, жойлашган манзили ва белгиланган нархлари келтирилган. Сайтдаги биринчи меҳмонхона бўлиб, “**Бек Khiva**” меҳмонхонаси келтирилган. Мазкур сайтда жойлаштириш воситалари хостел, меҳмонхона, бутик, мотел, нонушта ва ётоқ, меҳмонлар уйи, соғлиқ маркази ва резорт меҳмонхона каби турларга ажратилган.

Ушбу сайтнинг e-mail манзили info@mybooking.uz ҳисобланади. Сайт таркибига хизматлар, туризм янгиликлари, қоида, шартлар ва Ўзбекистондаги жойлашган Тошкент, Бухоро, Самарқанд, Урганч, Хива, Қарши, Шаҳрисабз, Термиз, Фарғона, Қўқон, Наманган, Андижон, Нукус, Навоий, Жиззах, Чимён ва Гулистон каби

²⁷ Манба: www.booking.com

шаҳарлар ҳамда улардаги фаолият юритаётган меҳмонхоналар рўйхати киритилган.

Ундан ташқари, <https://uzbekistanpass.com> сайтида Ўзбекистоннинг етакчи сайёҳлик портали бўлиб, меҳмонлар ва туристлар учун бутун Ўзбекистон бўйлаб энг яхши ва кафолатли хизматларни таклиф қилади. Бунда у Ўзбекистон бўйлаб якка ҳамда гуруҳ бўлиб саёҳат қилиш давомида керак бўладиган барча хизматларни ўз ичига олади. Масалан, авиақатнов ҳамда темир йўл чипталари, меҳмонхоналарни олдиндан бронлаштириш хизматлари ва мамлакатимиз бўйлаб такси хизматлари ва бошқалар шулар жумласидандир. “Uzbekistan pass” сайёҳлик портали 600 га яқин меҳмонхоналар ҳақида маълумотлар берилган бўлиши билан бирга ўз фойдаланувчиларига қуйидаги хизматларни ҳам таклиф этади:



7.7-расм. “Uzbekistan pass” сайёҳлик порталининг қўрсатадиган хизматлари рўйхати

Мазкур сайёҳлик порталида юқоридаги хизматларнинг деярли барчаси текин бўлиб, хизматлардан фойдаланувчилар фақат хизматдан фойдаланиш жараёнида хизмат эгаси билан ҳисоб-китобни амалга оширадилар. Ҳамда веб-сайтларга асосланадиган

мехмонхоналарда бронлаштиришда замонавий ва машҳур “booking.com” компаниясининг тажрибалари кенг тарқалган ҳамда республикамизда ҳам мазкур компаниянинг тажрибалари кенг қўлланилиб, ривожланиб бормоқда.

Таянч иборалар: Туризмда ахборот технологиялари, компьютер тизими, бронлаштириш, “Amadeus” тизими, “Galileo” тизими, веб-сайт.

Назорат учун саволлар

1. Туризмда ахборот технологияси турлари ва уларнинг моҳияти нималардан иборат?
2. Компьютер тизимида ўринларни бронлаштиришнинг пайдо бўлиш имкониятлари ва эволюцияси нималар билан белгиланади?
3. “Amadeus” тизимининг ҳозирги даврдаги ҳолати нималардан иборат бўлади?
4. “Galileo” тизимларининг янги имкониятлари нималардан иборат бўлади?
5. Интернетда глобалъ дистрибьютор тизимининг интеграцияси қандай амалга оширилади?
6. Туристик менежментда Интернет технологияларга нималар киради?
7. Туристик сайтлар хусусиятлари ва элементлари нималардан иборат бўлади?
8. Веб – сайтда умумий ахборотга нималар киради?
9. Веб – сайт хусусиятлари нималардан иборат бўлади?
10. Онлайн-бронлаштиришнинг асосий хорижий туристик сайтлари нималар?

VIII БОБ. ХАЛҚАРО МЕҲМОНДЎСТЛИК МЕНЕЖМЕНТИДА ДИПЛОМАТИК МУНОСАБАТЛАР ВА ТАШКИЛИЙ МАДАНИЯТ

8.1. Халқаро меҳмондўстлик менежментида давлатлараро дипломатик муносабатларнинг тутган ўрни

Жаҳон тараққиётининг ҳозирги босқичида давлатларнинг халқаро муносабатлари ва ташқи сиёсати дипломатияси муҳим ўринни эгаллайди. Инсоният жамиятининг ривожланишига ҳар бир давлатнинг ташқи алоқаларида дипломатия муҳим ўрин тутади. Бу ҳолатда дипломатия бутун бир халқ ва давлатларнинг ҳамкорликка асосланган истиқболли тақдирини белгилайди. Айрим ҳолларда ҳукуматнинг иродасига кўра мунозараларни ҳам белгилайди.

Айниқса, дипломатия бошқарув учун зарурий унсур сифатида давлатларнинг ўз ҳокимиятини мустаҳкамлашда фойдаланилади. Бугунги кунда давлатлар ва халқларнинг ўзаро муносабатлари билан боғлиқ муаммоларни ҳал қилишда дипломатия алоҳида муҳим аҳамият касб этмоқда. Дипломатия ишларида халқларнинг фаол иштироки дипломатик муносабатларни таъминлайди. Бинобарин, мазкур халқларнинг манфаатлари ушбу масалаларнинг ҳал қилинишига боғлиқ.

Халқаро меҳмондўстлик муносабатларини амалга ошириш учун давлатлараро дипломатик муносабатлар зарур бўлиб, бу борада республикамызда мустақилликнинг дастлабки йилларида Ўзбекистоннинг давлат сифатида мавжудлиги ва ривожланиши унинг тараққиётини белгилаб берди. Бунда тинчлик, чегара ва қўшни давлатлардаги барқарорлик муаммолари муҳим аҳамият касб этади. Ўзбекистоннинг давлат мустақиллиги ва унинг кейинчалик мавжуд бўлиши, ривожланиши, унинг халқаро миқёсда тан олинishi Ўзбекистон мустақил ички сиёсат олиб боришининг гаровидир. Ҳозирги кунда республикамызда олиб борилаётган ўзаро дипломатик ҳамкорликка асосланган ташқи сиёсат унинг миллий манфаатларига мувофиқ бўлиб қолмай, балки мустақилликни мустаҳкамлаш ижтимоий-иқтисодий қийинчиликларни муваф-

фақиятли енгиш, халқ турмуш даражасини яхшилашнинг муҳим воситаси ва зарур шарт ҳисобланади.

Ташқи сиёсат мамлакатнинг жаҳонда олиб бораётган ривожланиш “усули”, йўли ва халқаро майдондаги мавқеи ёки нуфузи

Дипломатия француз тилидан олинган бўлиб, давлатларнинг ташқи сиёсат соҳасидаги вазифаларини амалга ошириш ва хорижда ҳуқуқ ва манфаатларини ҳимоя қилиш соҳасидаги расмий фаолияти. “Дипломатия” атамаси юнонча «икки букилган қоғоз» деган маънони билдиради

ТУШУНЧАЛАР

Дипломатик хизмат давлатларнинг ўзаро ҳамкорлик ва муносабатларни амалга ошириш босқисидagi фаолияти, ҳаракатлари ва вазифалари

Дипломатик муносабатлар давлат ташқи сиёсатининг энг муҳим воситаларидан бири сифатида бир мамлакатнинг бошқа мамлакатлар билан турли соҳаларни ривожлантириш бўйича амалга оширадиган ўзаро ҳамкорлиги ҳисобланади. Самарали ўзаро ҳамкорликка асосланган дипломатик муносабатлар сиёсат сифатида ўзининг мақсад ва вазифаларига эга

8.1-расм. Дипломатия билан боғлиқ тушунчалар таснифи

Давлатлараро дипломатик муносабатларни амалга оширишда дипломатик хизмат давлат хизматининг муайян тури бўлиб, ўз спецификаси ва хусусиятларига кўра, давлат хизматларининг бошқа турларидан фарқ қилади. Халқаро ҳаёт билан боғлиқ воқеалар ўрганилар экан, ташқи сиёсат, дипломатия ва дипломатик хизмат тушунчалари кенг қўлланилади.

Кўпгина ҳолларда ушбу тушунчалар бир хил маънони ифодалаш мумкин. Дипломатия тушунчаси кўпинча турли маъноларда ўз маъносидан узоқ бўлган тушунчани ифодалаш учун қўлланилади. Бу борада машҳур инглиз дипломати ва олими Г.Никольсон таъкидлаганидек, “дипломатия” атамаси сўзлашув тилида бир қатор турли-туман маъноларни англатиш учун хизмат қилади. Баъзан у “ташқи сиёсат” синоними сифатида ҳам ишлатилади. Бошқа ҳолларда унда ўзаро музокара маъносини англатиш учун кенг фойдаланилади. Шу билан бирга, у ташқи ишлар ва бошқаларнинг чет давлатдаги қисмини ҳам билдиради.

Халқаро меҳмондўстлик муносабатларини амалга ошириш борасида Ўзбекистон Республикасининг ташки сиёсати унинг ички сиёсати билан уйғун саналади. Хусусан, хорижий меҳмонхона брендлари ва занжирларининг республикада ўз филиаллари ва бўлимларини ташкил этиши самарали дипломатик алоқаларнинг муҳим кўринишидир. Туризм соҳасида оқилона сиёсатнинг олиб борилиши, кўп давлатлар билан кенг қамровли ва кўп томонлама ҳамкорлик қилиш жамиятни янгилаш йўналиш борасидаги муносабатларининг ривожланишига замин яратади.

Ҳозирги кунда Ўзбекистонда туризм соҳасидаги мавжуд муносабатларни амалга ошириш билан боғлиқ оқилона сиёсат доирасида соҳага оид бир қатор ҳужжат, шартнома ва битимлар имзоланди. Хусусан, туризм инфратузилмасидаги мавжуд муаммоларни ҳал этиш, тақдим этилаётган хизматлар сифатини ошириш ва жаҳон бозорларида миллий туризм маҳсулотларини фаол тарғиб қилиш, туризм тармоғининг кадрлар салоҳиятини кучайтириш орқали соҳада амалга оширилаётган ислохотлар самарадорлигини ошириш ҳамда республикага кириб келаётган хорижий фуқаролар сонини кескин кўпайтириш мақсадида ҳамда 2019-2025 йилларда Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожлантириш концепциясининг асосий йўналишларига мувофиқ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 13 августда ПФ-5781-сонли “Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони қабул қилинди.

Мазкур фармоннинг ижросини таъминлаш ва туризм соҳасида давлатлараро ўзаро дипломатик муносабатларни ривожлантириш борасида Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш қўмитаси томонидан бир қатор ишлар қилинди. Хусусан, қўмита ҳузуридаги Туризм соҳасини қўллаб-қувватлаш жамғармаси маблағлари ҳисобидан дипломатик алоқалар ўрнатилган давлатлар тилларида “uzbekistan.travel” миллий туризм порталининг фаолият юритиши таъминланди ва Ўзбекистоннинг тегишли мамлакатлардаги дипломатик ваколатхоналари орқали маълумотларни янгилаб бориш ишлари бажарилди. Ҳамда Ўзбекистон Республикаси

Транспорт вазирлиги Ташқи ишлар вазирлиги билан бирга хорижий давлатларнинг авиация маъмуриятлари ва чет эл авиаташувчиларини “Очиқ осмон” режими жорий этилган Ўзбекистон халқаро аэропортларининг рўйхатини дипломатик каналлар орқали хабардор этиш таъминланди.

8.2. Дипломатик муносабатларни амалга ошириш шакллари

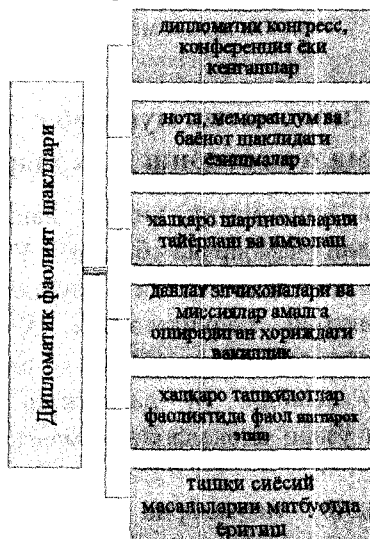
Дипломатия ва дипломатик хизмат давлатларнинг халқаро муносабатлари билан ҳамбарчас боғлиқ. Ушбу тушунчаларни биргаликда қўллаш дипломатик муносабатларни амалга оширишнинг моҳиятини ташкил этади. Хорижий алоқаларда дипломатия ва дипломатик хизмат давлатнинг миллий манфаатларини ифодалайди. Бу давлатнинг бошқа давлат ва мамлакатлар билан ўзаро алоқаларини амалга оширишда намоён бўлади.

Турли иқтисодий тизимларда давлатлар билан амалга ошириладиган ўзаро муносабатлар турли шакл ва усуллар орқали намоён бўлади. Амалиёт шуни кўрсатадики, давлатларнинг дипломатик фаолиятида олий шакллар ва асосий усуллар муҳим ўрин тутиб, устувор тамойиллар орқали амалга оширилади. Дипломатик муносабатларни амалга ошириш учун халқаро муносабатлар ва уларнинг ҳозирги даврдаги ҳолатини таҳлил қилиш муҳим бўлиб, бу орқали дипломатия ва дипломатик хизматни амалга оширишга эришилади.

Ҳозирги кунда мамлакатларда халқаро муносабатларнинг қуйидаги турлари кенг қўлланилади:

- тинч-тотув яшашига қаратилган турли ижтимоий тизимдаги давлатлар ўртасидаги муносабатлар:
- бир ижтимоий тизимдаги давлатлар ўртасидаги муносабатлар:
- мустақил ривожланаётган янги давлатлар ўртасидаги халқаро муносабатлар;
- мусулмон-монархистик давлатларнинг ўзаро халқаро муносабатлари.

Дипломатик муносабатларни амалга ошириш учун дипломатик фаолият амалга оширилади. Бунда дипломатик фаолиятнинг асосий шакллари бўлиб қуйидагилар ҳисобланади:



8.2-расм. Дипломатик фаолиятни амалга ошириш шакллари

Дипломатик фаолиятни амалга оширишда дипломатик муассаса масъул ходимлари бир қатор дипломатик имтиёз ва иммунитетлардан фойдаланади. Аммо, халқаро меъёрларга асосан, дипломатик вакилларга ўзлари ишлаётган мамлакат ички ишларига аралашиниш ман этилади.

Дипломатик муносабатларни амалга оширишнинг болқка шакллари ҳам мавжуд бўлиб, унга дипломатик қабул киради. Дипломатик қабул ташқи сиёсат доиралари, дипломатия ваколатхоналари ва дипломатлар ташқи сиёсий фаолиятининг умумий қабул қилинган ва кенг тарқалган шаклидир. Жумладан, расмий қабул муҳим саналар воқеалар нишонланиши мамлакатга олий мартабали меҳмонлар делегацияларининг ташрифи муносабати билан амалга оширилади.

Дипломатик ваколатхоналар томонидан уюштириладиған қабул мазкур мамлакат билан элчихона ўртасида самарали муносабатларни ўрнатиш мазкур муносабатларни қўллаб-қувватлаш ва ривожлантиришга хизмат қилади. Бундай қабулларда хорижий

дипломатлар ўз давлатлари сиёсатини ва тушунтирадилар, ўлари турган мамлакат ҳақида ахборот тўплайдилар ва муҳим масалалар бўйича фикр алмашадилар. Шу боис, ҳар бир қабул уни уюштирувчи ва меҳмонлар учун муҳим аҳамият касб этади.

Мамлакат раҳбар органлари томонидан олий мартабали меҳмон ёки делегациялар шарафига уюштириладиган қабулларнинг келиб чиқиши узоқ тарихга бориб тақалади. Қабул вақтида дипломат унинг давлатини қизиқтираётган ахборотларни олиши, бошқа манбалардан олинган ахборотларнинг қай даражада тўғрилигини аниқлаш ва қиёслаш имкониятига эга бўлади. Ўз давлатининг тегишли сиёсатини ишлаб чиқишда зарур бўлган шарт сифатида рўй бераётган воқеаларни таърифлаш дипломатик фаолиятнинг муҳим соҳаси ҳисобланади ва ҳозирги кунда юқори даражада баҳоланади.

Дипломатик фаолиятни амалга оширишда давлатлар ҳақида материал тўплаш шакли ва усуллари таҳлил объективлигига салбий таъсир қилувчи субъектив ҳолатларга катта аҳамият берилади. Ҳамда дипломатлар тайёрлайдиган ҳисоботлардан давлат ташқи сиёсати йўналишини белгилашда фойдаланилади. 1945 йилда ўтказилган Сан-Франциско конференциясида БМТ Устави қабул қилинди. Шуларга асосан, ҳозирги кунда кўп томонлама дипломатия аниқ мақсадли чақирилувчи халқаро конференция ва ташкилотлар сессиялари шаклида амалга оширилмоқда.

Кўп томонлама дипломатиянинг яна бир шакли халқаро ташкилотларнинг йиллик сессияларидир. Буларга БМТ Бош Ассамблеясининг йиллик сессияси, шунингдек Иктисодий ва Ижтимоий Кенгаш, ЮНЕСКО, ЮНИСЕФ ва бошқа ташкилотларнинг тadbирлари ва бошқалар киради. Халқаро кенгаш, анжуман ва ташкилотларнинг турли-туманлигига қарамай, уларнинг муваффақиятли иш олиб боришига риоя қилиш лозим. Аниқ меъёр ва қоидаларга риоя этиш мазкур анжуманларнинг самарали фаолиятини тартибга солинишини таъминлайди.

Музокара олиб бориш ҳам дипломатик фаолиятни амалга оширишнинг муҳим шакли бўлиб хизмат қилади. Бугунги кунда музокаралар жамият, давлат, сиёсий, иктисодий ва ижтимоий ҳаётнинг ажралмас қисмига айланган. Ҳозирги кунда халқаро муносабатларда музокараларнинг амалий зарурияти ва музокаралар олиб бориш санъатини эгаллаш муҳимдир.

Музокаралардан давлатлар ўртасидаги жиддий масалаларни ҳал қилишда кенг фойдаланилади. Агар вужудга келган муаммолар

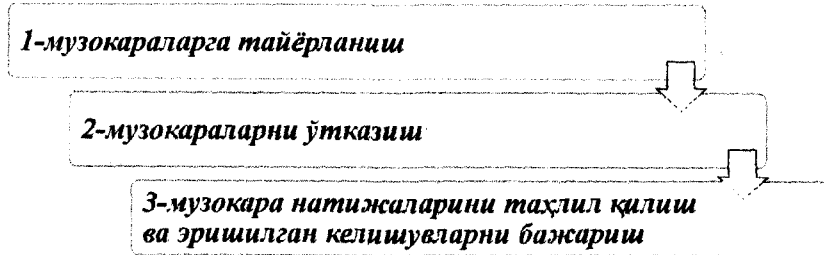
қонунчилик ёки меъёрий ҳужжатлар асосида ҳал қилинса, музокараларга эҳтиёж сезилмайди. Чунки, музокаралар икки томон учун ҳал қилиниши бир манфаатли бўлган муаммони муҳокама қилиш ва биргаликда қарорга келиш учун зарур ҳисобланади.

Айрим ҳолларда музокаралардан пайдо бўлган зиддиятларни бартараф этишда фойдаланилади. Музокаралар биринчи навбатда муаммони ҳал қилишга қаратилган қўшма ҳамкорлик фаолиятидир. Музокараларда икки иштирокчи бўлиб, уларнинг манфаатлари қисман бир хил бўлиб, қисман бир-бирига мос келмаслиги мумкин. Музокараларнинг турли таснифи мавжуд ва улар қуйидаги гуруҳларга ажратилади:

- турли зиддиятли ҳолатларни тартибга солиш билан боғлиқ музокаралар;

- ҳамкорлик доирасида олиб бориладиган музокаралар.

Музокараларнинг ўтказилиши ва унда давлатнинг иштирок қилишига кўра фарқланади. Кўп томонлама музокаралар нисбатан мураккаб тузилишга эга бўлади. Бундай музокараларда ўзаро мақбул бўлган қарор қабул қилиш мураккаб кечади. Музокаралар жараёнининг босқичлари қуйидаги кетма-кетлик асосида амалга оширилади:



8.3-расм. Музокара жараёнини амалга ошириш босқичлари

Музокаралар томонларнинг музокара ўтказишга ўтиришдан олдинроқ бошланади. Музокараларга тайёрланиш ўзаро боғлиқ бўлган икки йўналиш бўйича иш олиб боришни назарда тутати. Булар ташқи масала ва музокараларнинг асосий қисмини тайёрлайди. Ҳамда музокараларнинг ташкилий масалаларига делегацияларни шакллантириш, учрашув жойи ва ўрнини аниқлаш, ҳар бир мажлис кун тартибини белгилаш ва бошқалар киради.

8.3. Меҳмондўстлик соҳасида ташкилий маданият тушунчаси

Меҳмондўстлик соҳасини ривожлантириш учун маданият зарур. Маданият деганда жамиятда барча томонидан қабул этиладиган кадриятлар, анъаналар, фикрлар ва устувор тушунчалар тизими тушунилади. Маданият халқаро бизнес фаолият кўрсатаётган муҳит омили сифатида ҳам қаралади. Маданиятнинг муҳим кўриниши ва шакли ташкилий маданият ҳисобланиб, бу меҳмонхона корхоналарида маданиятнинг шакллланганлиги ва унинг маданийлашуви жиҳатларини акс эттиради.

Маданият меҳмонхоналарда турли хил хизмат ва ходимлар ягона маркетинг стратегиясига бўйсунмаса ёки айрим бўлинма ва ходимлар маркетингнинг умумий мақсадларини амалга ошириш манфаатини кўзламаса жуда зарур. Чунки, бундай ҳолатда “қарама-қаршиликлар” ҳодисаси рўй бериши мумкин. Бундай ҳолатга йўл қўймаслик учун энг жиддий таҳлилга учрайдиган корхонанинг маданиятини ошириб, ташкилий маданиятни шакллантириш лозим.

“Ташкилий маданият” атамасининг пайдо бўлиши XX асрнинг 70-йилларига тўғри келади ва унинг концептуал асослари 1980-йилларда АҚШда ишлаб чиқилган. Бу жараёнга индивидуал хатти-ҳаракат, бошқарув тизимлари ва ташкилот назарияси тадқиқотчилари таъсир кўрсатди. Ушбу маданиятни шакллантириш ташкилотнинг ривожланишига таъсир қилувчи ички ва ташқи омилларга боғлиқ бўлиб, улар ўз-ўзидан ёки ўзига йўналтирилган бўлиши мумкин. Бундан ташқари, унинг ижтимоий ва бизнес муҳити, шунингдек, давлат, миллий ва этник омиллар таъсир кўрсатади.

Меҳмондўстлик соҳасида ташкилий маданият бир қанча меъёр, қоида ва турли қимматликлардан иборат бўлади. Ташкилий маданият меҳмонхонадаги кишилар ўртасида муносабатлар тизими, ҳокимият тақсимотини бошқариш услуби ва кадрлар малакасини келажакда барқарор ривожланишни мужассамлаштиради. Ташкилий маданиятни шакллантиришган меҳмонхона унинг унумли ва савдоли ишлашини таъминлайди. Агар ташкилий маданият мавжуд бўлмаса меҳмонхоналарда ишбилармонлик ҳулқининг сусайишига олиб келади. Ташкилий маданият идоранинг безатилишидан бошланади ва у ходимларга ҳам ижобий таъсир қилиши лозим.

Ташкилий мақсадларга эришиш меҳмонхона ходимларининг биргаликда ишлашини назарда тутди. Хар бир корхона ва ташкилот мазкур ўзаро ҳаракатни мувофиқлаштириш ва муайян ички тартибнинг ўрнатилган бўлишига эҳтиёж сезади. Бевосита ушбу тартиб ташкилий тузилиш ва ташкилий маданият шаклида намоён бўлади.

Ташкилий тузилиш меҳмонхона ходимлари томонидан бажариладиган вазифалар ўртасидаги нисбатни белгилайди. Ташкилий тузилиш меҳнат тақсимоти, ихтисостирилашган бўлинмаларнинг ташкил этилиши, лавозимлар поғонаси, меҳмонхонада ўтказиладиган тадбирлар шаклларида намоён бўлади ва меҳмондўстлик муносабатларини самарали ташкил этишнинг зарур жиҳати ҳисобланади.

Ташкилий маданиятни шакллантириш мақсадида бажариладиган вазифалари нуқтаи назаридан меҳмонхона ходимлари раҳбарлар, мутахассислар ва ижрочилар каби тоифаларга бўлинади. Ҳамда меҳмонхоналарда алоҳида ташкилий маданият, яъни унинг ходимлари амал қиладиган қадриятлар ва ҳулқ-атвор меъёрлари мавжуд бўлади. Ташкилий маданиятнинг қуйидаги унсурлари мавжуд:

ўзаро муносабатларни белгиладиган корхона фалсафаси

ҳақиқий қиймат тизими

меҳмонхоналардаги муносабатлар меъёрлари

иш тартиблари ва ҳатти-ҳаракатлари тизими

ижтимоий-психологик иш шароитлари

рамз, қизикишлар ва маросимлар

8.4-расм. Ташкилий маданиятнинг унсурлари

Меҳмондўстлик соҳасида ташкилий маданият меҳмондўстлик муносабатларини ривожлантиришга хизмат қилиб, ушбу муносабатларда менежмент фаолиятини такомиллаштиришга ҳам хизмат қилади.

8.4. Ташкилий маданият шакллари ва уни меҳмондўстлик менежментида жорий қилиш имкониятлари

Қадрият ташкилий маданият шакли сифатида муайян гуруҳлар, қатлам ва кишилар гуруҳини умумий мақсад сари ўзаро бирлаштиради. Меҳмонхоналар учун қадриятлар “номоддийлик” касб этади. Яъни, ходимларнинг меҳмонхона билан ўзаро алоқаларининг бутун мажмуи саналади. Бу раҳбарлар, ҳамкасблар ва қўл остидаги ходимлар билан муомала қилишидир. Бироқ, унинг ташкилий маданиятнинг иш натижаларига таъсири катта бўлади. Хусусан, ташкилий мақсад ёки ходимларнинг қадриятлари ва қундалиқ ҳулк-атвор меъёрларига мос келмаслиги мумкин.

Меҳмонхона маданиятининг етарли даражада ифодаланмаганлиги учун уни ўрганиш мураккаб бўлади. Аммо, уни ойдинлаштирадиган қуйидаги бир неча омиллар мавжуд бўлади:

- биринчидан, юқори маданиятга эга бўлган меҳмонхоналарда ишлайдиган ходимларнинг муҳимлиги. Бундай меҳмонхоналарда ходимлар ўз ғояларини тарғиб қиладилар.

- иккинчидан, меҳмонхона маданияти тўғрисида рақибларнинг қарашлари ва ўз мижозларига бўлган муносабати. Бу меҳмонхонанинг обрўини белгилайди.

- учинчидан, меҳмонхона ходимларининг иш жойларида меҳнат қилиши, лавозим бўйича силжиши ва хизмат доирасидаги ходимлар ҳаракатини каби маданиятни баҳолайдиган мезонлар.

- тўртинчидан, маданият даражасини англаш ҳолати. Бунда меҳмонхонада барқарор тартиб-қоидаининг амал қилиши, ёзилмаган қоидаларнинг жиддийлиги ва уларга ходимларнинг аҳамият бериши ҳисобга олинади.

Меҳмонхонада ташкилий маданиятнинг мавжудлигини меҳмонхона ходимининг ўз корхонаси тарихини чуқур билиши, унинг тартиб-қоидалари ва рамзларини ҳурмат қилиши кўрсатади.

Ташкилий маданият шакллари меҳмондўстлик менежментида жорий қилиш муҳим. Чунки, кўп йиллар мобайнида қарор топадиган ташкилий маданият меҳмонхона фаолиятини мустаҳкамлайдиган барқарор жиҳат ҳисобланади. Бироқ, ташкилий маданият шаклларида қуйидаги ўзгаришли ҳолатлар ҳам кузатилади:

ташқи муҳитда берадиган ўзгаришларнинг таъсири
остида раҳбариятнинг

раҳбарият сий ҳодимларнинг нуфузли гуруҳ томонидан
ўзгартирилиши

ўзгартиришга доир қўлчилик уривишларнинг мағлубият
билан тугаши

8.5-расм. Ташкилий маданият шакллари ўзгаришли ҳолатлари

Бироқ, меҳмонхона раҳбарлари мазкур ўзгаришларга эътибор берадилар, яъни биринчи ва иккинчи ўзгаришни танлайдилар. Чунки, улар маданият натижаларга нисбатан бетараф ҳисобланмайди. Шу боис, муайян шароитда меҳмонхонанинг мақсадига эришишга имкон берадиган маданиятлар мавжуд бўлади. Аксинча, бунга тўсқинлик қиладиган маданиятлар ҳам мавжуд бўлади. Буни олдини олиш мақсадида ташкилий маданиятларни ўзгартириш учун кўп йиллар зарур бўлади.

***Таянч иборалар:** Дипломатик муносабатлар, ташкилий маданият, ташқи сиёсат, давлат хизмати, дипломатик хизмат, ташкилий тузилиш.*

Назорат учун саволлар

1. *Халқаро меҳмондўстлик менежментида давлатлараро дипломатик муносабатлар қандай ўрин тутади?*
2. *Дипломатик муносабатларни амалга ошириш шакллари нималардан иборат бўлади?*
3. *Меҳмондўстлик соҳасида ташкилий маданият тушунчаси деганда нимани тушунасиз?*
4. *Ташкилий маданият шакллари ва уни меҳмондўстлик менежментида жорий қилиш имкониятлари нималардан иборат бўлади?*

IX БОБ. МЕҲМОНДЎСТЛИК ИНДУСТРИЯСИДА ХИЗМАТЛАРНИ БОШҚАРИШ

9.1. Меҳмондўстлик саноатининг асосий хизматларини бошқариш

Республикамизда туризм индустриясини ривожлантириш меҳмондўстлик индустриясини ташкил этиш асосида самарали хизмат кўрсатишни талаб қилади. Бу эса бозор муносабатларининг шаклланиши ва чуқурлашиши билан мазкур соҳанинг таркибини ислоҳ қилиш ва янада ривожлантириш, унда рақобат муҳитини вужудга келтириш каби муҳим масалаларни қўймоқда. Булар туризм соҳасининг таркиби бўлган меҳмонхоналарда сифатли хизмат кўрсатишни йўлга қўйиш билан боғлиқ.

Шу билан бирга, ҳозирги кунда мамлакатимизга ташриф буюрувчилар сони ошмоқда. Бу эса туризм соҳасида катта янгилинишни тақозо этади. Туристларнинг асосий эҳтиёжларини қондирувчи меҳмонхоналарни сифат жиҳатдан яхшилаш лозим. Натижада, бугунги кунда республикамиздаги мавжуд меҳмонхоналарнинг аксарияти қайта таъмирдан чиқарилди ва замонавий бошқарув тизимлари жорий қилинди. Ҳозирги кунда замон талаблари даражасида, яъни 3-4-5 юлдузли меҳмонхоналар маҳаллий ва хорижий туристларга сифатли хизмат кўрсатиб келмоқда. Бу эса давлат бюджетига валюта тушумини кўпайтирмоқда ва аҳолининг иш билан таъминланишига имконият яратмоқда.

Хизмат - бу мижозлар ва хизмат кўрсатувчи ходимлар ўртасидаги ўзаро муносабатларда юзага келадиган номоддий фаолиятни ўз ичига олган жараён.

Меҳмондўстлик саноатида асосий хизматларини ташкил этиш ва кўрсатиш билан барча жараёнлар бошқарилади. Меҳмонхоналар фаолиятида сервис ва хизмат кўрсатиш даражасини ҳар жиҳатдан ривожлантириш муҳим омилларидан биридир.

Меҳмонхоналарда кўрсатиладиган хизматлар асосий ва қўшимча турларга бўлинади. Улар бепул ёки пуллик бўлиши мумкин. Умумий ҳолатда меҳмонхона хизматлари қуйидаги гуруҳларга бўлинади.

Мажбурий хизмат. Бу хизмат хона нархига киритилган ва кўшимча нархларда тақдим этилади.

Кўшимча хизмат. Бу хизмат бепул ва пуллик шаклда кўрсатилади.

Меҳмонхоналарда хона нархига киритилган хизматлар ҳам мавжуд бўлиб, уларга куйидаги хизматлар киради:

- резервация (*бронлаштириш, интернет, GDS, телефон орқали хизмат*);

- турли хил тўлов усуллари (*нақд пул ва кредит карталар*);

- қабулхона хизмати *тўғрисида маълумот*;

- *хавфсизлик*;

- *сейф*;

- *юкларни сақлаш*;

- *чекланган F & B таомлари (нонушта ва бар)*;

- *хоналарни тозалаш*;

- *халқаро телевидение*;

- *ҳожатхона буюмлари*;

- *портер хизматлари ва бошқалар*.

- *меҳмонларга кўшимча ҳақ олмайдиган хизматлар*:

- *тез ёрдам чақириш*;

- *тиббий биринчи тиббий ёрдам воситасидан фойдаланиш*;

- *қайнаётган сув, ислар, идишлар ва вилкалар пичоқ билан таъминлаш*;

- *муайян вақтда уйғотиш ва бошқалар*.

Меҳмонхоналар фаолиятида хизматлар таркиби уларнинг самарали фаолият кўрсатишини таъминлаб бериши билан ходимларнинг иш фаолиятини амалга оширишига катта ёрдам беради. Мазкур жараёнларда меҳмонхонанинг умумий хизматлари куйидагилардан иборат бўлади.²⁸

- *минимал яшаш шароитлари билан таъминлаш*;

- *меҳмонларни маълум бир вақтда уйғотиш*;

- *мижозларга турли хил маълумотларни тақдим этиш*;

- *биринчи тиббий ёрдам воситаси билан таъминлаш*;

- *тез ёрдам чақириш*;

²⁸ <http://inn35.ru/vidy-uslug-v-gostinitse/>

- ёзишмалар ёки интернет воситаси билан таъминлаш;
- меҳмонларнинг яшаи жойларини тозалаш.

Меҳмонхона фаолиятини амалга ошириш учун туристик хизматлар меҳмонхона ходимлари томонидан кўрсатилади. Ушбу жараёнларни амалга оширишда туристик хизмат кўрсатишнинг таркиби асосий ва қўшимча хизматлар билан фаркланади. Хусусан, туристик корхоналар кўрсатадиган асосий хизматларга қуйидагилар киради:²⁹



ташишни ташкил этиш
бўйича хизматлар



жойлаштириш
хизматлари



овқатлантириш
хизматлари



экскурсияни ташкил
этиш хизматлари

9.1-расм. Меҳмонхоналарда асосий хизматларнинг таснифи³⁰

Асосий хизматларга кирувчи жойлаштириш ва овқатлантириш хизматлари меҳмонхона томонидан амалга оширилади. Қонунчилик доирасида тасдиқланган бир қатор меҳмонхонанинг асосий хизматлари мавжуд бўлиб, улар барча меҳмонхоналар муассасаларида бепул тақдим этилиши керак. Уларнинг қаторига зарурат ҳолларида тез ёрдам чақириш, биринчи тиббий ёрдам воситасидан кеча-кундуз фойдалана олиш, меҳмонга мўлжалланган хатлар, газеталар ва бошқа ёзишмаларни етказиб бериш, меҳмонни белгиланган вақтда уйғотиш, мижозга идиш-товокларни алмаштириб бериш ва ундан фойдаланишни кабилар киради.

Меҳмонхона концепциясидан қатъий назар, меҳмонхона ушбу хизматларни тақдим этиши лозим. Бу борада Россиянинг “Острожский Вал” меҳмонхонасида унга берилган тоифага қараб, мижозларга кўрсатиладиган хизматлар рўйхати жуда хилма-хилдир.

²⁹ Тўхлиев И.С., Кудратов Ғ.Х., Пардаев М.Қ. Туризмни режалаштириш. Дарслик. - Т.: Иқтисод-молия, 2010. - 30 б.

³⁰ Манба: Amriddinova R.S. Mehmonxona servis xizmati. Ma'ruzalar kursi. - S.: SamISI, 2009. - 114 б.

Унда турар жой ва овқатланиш билан боғлиқ бўлган асосий хизматлардан ташқари, қуйидаги хизматлар одатда қўшимча тўловларсиз тақдим этилади:³¹

- маълум бир вақтда меҳмонларни уйғотиш;
- шаҳарнинг баъзи жойларига етиб бориш ва транспортнинг ишлаш вақтлари тўғрисида маълумот бериш;
- корхоналарнинг жойлашуви, нотаниш шаҳарда дам олиш жойлари, ресторанлар, кинотеатрлар ва бошқалар ҳақида маълумот бериш;
- тез ёрдам чақириш ва тиббий тўпламлар билан таъминлаш;
- хонага ёзишмаларни етказиб бериш;
- хонада минимал майший хизматларни кўрсатиш.

9.2. Қўшимча хизматларни ташкил этиш ва тақдим этиш

Меҳмонхоналарда қўшимча хизматларни кўрсатиш ёки ташкил этишга экскурсион хизматлар киради. Экскурсион хизматлар меҳмонхона ва экскурсион бюролар орқали тузилган шартнома асосида амалга оширилади. Қўшимча хизматлардан меҳмонхоналардаги майший хизматлар кўрсатиш таркибига кир ювиш, кийимларни кимёвий усулда тозалаш ва уларни дазмоллаш, шахсий буюмларни тозалаш, таъмирлаш, буюмларни сақлаш, юкларни тушириш, уларни номерга элтиб бериш, юкларни номердан олиб чиқиш ва автотранспортга ортиш ва бошқалар киради.

Меҳмонхонада кўрсатиладиган яна бир қатор пулсиз ёки тўловсиз хизмат кўрсатишларга тез ёрдам чақириш, хонадаги тиббий кутичадан фойдаланиш, белгиланган вақтда уйғотиш, қайноқ сув, игна-ип ва идиш-товоқлардан фойдаланиш каби индивидуал аҳамиятга эга бўлган хизматлар киради.

Меҳмонхонада қўшимча пуллик хизматлар кўрсатишга экскурсион хизмати кўрсатиш, гид-таржимонлар хизматига буюртма бериш, кино, театр ва концертларга билетлар сотиб олишни ташкил қилиш, такси чақириш, гул сотиб олиб ва келтириб бериш, сувенир ва бошқа маҳсулотларни сотиш, саунадан фойдаланиш,

³¹ <http://www.ostrovnn.ru/articles05.html>

кийимларни таъмирлаш ва дазмоллаш, кийим-кечакларни ювиш кабилар киради. Баъзан овқатлантириш хизмати қўшимча хизмат бўлиб ҳисобланади. Унинг таркибидаги асосий хизмат бўлган транспорт хизматларини транспорт ташкилотлари амалга оширсалар гид саёҳат каби асосий хизматни туристик фирмаларнинг гид-экскурсоводлари амалга оширади.

Меҳмонхоналарда қўшимча меҳмонхона хизматлари куйидаги кўринишларда пулли шаклда кўрсатилади:

- *гуруҳий ва индивидуал экскурсияларни таклиф қилиш;*
- *шахсий таржимонларни ёллаш;*
- *маданий тадбирларга чипталарни сотиш;*
- *валюта айирбошлаш;*
- *кийим-кечак, пойаббоз, кимёвий тозалаш ва дазмоллаш бўйича хизматлар;*
- *гулларни сотиб олиш ва етказиб бериш;*
- *таксиларга буюртма бериш.*

Албатта, меҳмонхоналар қанча кўп хизматларни бепул таклиф қилсалар-да, етакчи ўрин ва мижозларнинг фикр-мулоҳазалари учун шунча кўп имкониятларга эга бўладилар. Бунда яхши обрўга эришиш узок, қиммат ва мураккаб жараён саналади. Бунинг учун юқори сифатли хизмат зарур. Аммо, бугунги кунда қўшимча тўлов учун маълум бир хизмат турини таклиф қилиш “ёмон” шакл бўлиб ҳисобланади.

Немис олимларининг тадқиқотларига кўра, қўшимча хизмат ҳисобланган тиббий ёрдам куйидаги касалликларда чакирилади:

- *заҳарланган ва ошқозон-ичак касалликларида – 44 %;*
- *аллергияда – 31 %;*
- *инфекцияларда – 12 %;*
- *вақт зоналарини ўзгартириш оқибатларида – 5 %;*
- *бахтсиз ҳодисалар ва ҳашаротлар чақишида – 4 %;*
- *юрак-қон томир муаммоларида – 4 %;*
- *умумий ёмон аҳволда – 3 %;*
- *бошқа касалликларда – 7 %.*

Меҳмонхоналарда ёрдамчи хизматлар ҳам борки, буларни бевосита қўшимча хизматлар сифатида қараш мумкин. Ўз навбатида

меҳмонхонанинг ёрдамчи хизматлари қуйидаги таснифланган гуруҳларга бўлинади:



9.2-расм. Меҳмонхоналарда кўшимча ёрдамчи хизматларнинг таснифи³²

Расмда келтирилган ёрдамчи хизматлар ўз навбатида бир қатор хусусиятларга эга. Хусусан, инженерлик ёки муҳандислик хизмати таркибига мебель, гилам таъмирловчи ва номерларга бўяш ишларини олиб боровчи бўёқчилар фаолияти киради. Унда бош инженерлик хизмати сув, газ ва электр энергия сарфини назорат қилади ва улар томонидан бажариладиган барча ишлар махсус рўйхатга олиш журналида юритилиб борилади.

Меҳмондўстлик индустриясида инженерлик хизматининг энг муҳим вазифаси меҳмонхоналарда содир бўлиши мумкин ёнгин хавфсизлигини таъминлаш ва олдини олишдан иборат. Ёнгин меҳмонхона бизнесида кўп тарқалган ҳодиса сифатида қаралиб, унинг сабаблари бўлиб, чекувчи меҳмонларнинг мавжудлиги, носоз ошхона ва электр ускуналаридан фойдаланиш, омборхонадаги захарли моддалар, чиқиндиларни ёқиш ва бошқалар ҳисобланади. Шу боис, хавфсизлик хизмати меҳмонларнинг ўзи ва меҳмонларнинг мулкларини криминал унсурлардан ҳимоялаш мақсадида ташкил этилади. Яъни, бу жараёнда “меҳмонхона мулки” меҳмонхонанинг обрўи саналади.

Меҳмонхоналарда хавфсизлик хизматининг муҳим вазифаси жиноятни кўриб чиқиш эмас, балки уни олдини олишдир. Бу хизмат ходимлари милиция ходимларидан фарқли ўлароқ, кишини сўроққа тутиш ва тинтув ўтказиш ҳуқуқига эга бўлмайдилар. Аммо, хавфсизлик хизматининг муваффақиятли фаолият кўрсатиши унинг

³² Манба: Amriddinova R.S. Mehmonxona servis xizmati. Ma'ruzalar kursi. – S.: SamISI, 2009. – 114 b.

бошқа хизматлар билан бўладиган муносабатига боғлиқ бўлади. Бу хизматнинг назорати молиявий назорат билан уйғунлашиши ва кадрлар бўлими билан ишга қабул қилинаётган кадрларнинг назорати билан чамбарчас боғлиқ бўлиши керак.

Шунингдек, туристик корхоналарда кўрсатиладиган қўшимча хизматларга қуйидаги хизматлар киради:

- туристларни суғурталаш бўйича хизматлар;
- гид (туристларга изох ва тушунтириш берувчи шахс) ва гид-таржимон хизматлари;

- туристларни яшаб турган жойидан унинг вақтинчалик келиб тушган жойигача мамлакатгача ва трансфер ташиш бўйича ҳамда саёҳат шартларида кўзда тутилган мамлакат ҳудудида исталган бошқа ташишлар бўйича хизматлар;

- техникани таъмирлаш бўйича хизматлар;
- ижарага бериш бўйича хизматлар;
- валюта айирбошлаш хизматлари;
- телефон хизмати;
- почта хизмати;
- маиший хизмат кўрсатиш хизматлари;
- пляжлардан фойдаланиш хизматлари ва ҳ.к.

Меҳмонхона харид хизмати ҳам қўшимча хизмат сифатида унинг асосий вазифаси зарур товарларни керакли вақтда ва оқилона нархда сотиб олишдир. Бунда меҳмонхонанинг захира қуввати ҳисобга олинishi зарур. Чунки, захирага сақлаш пул туради ва бу қувват айрим товарларнинг узок сақланганида бузилади. Меҳмонхонанинг эҳтиёжлари учун харид қилинадиган зарурий товарлар рўйхати қуйидаги гуруҳларга бўлинади:

- озиқ-овкатлар;
- ичимликлар;
- ускуналар ва мебель, идиш-товоқлар ва чойшаблар;
- бошқа материаллар.

Бепул хизматлар барча меҳмонхоналарда кўрсатилади. Бундай хизматлардан ташқари, "Острожский Вал" меҳмонхонаси меҳмонларга пулли бўлган қўшимча хизматлар рўйхатини тақдим қилади ва ушбу хизматларнинг сифати жуда бошқача саналади, яъни

пуллик кўшимча хизматларнинг барча турларини тақдим этади. Ушбу меҳмонхонада mijozларни жалб қилиш ва жозибадорлигини ошириш учун меҳмонларга қуйидаги пуллик хизматлар тақлиф этилади.³³

- умумий овқатланиш хизматлари;
 - дўкон, савдо автоматлари ва тўлов терминалларида фойдаланиш хизматлари;
 - банкет зали, конференция зали ва бошқаларни ижарага олиш хизматлари;
 - дискотека, тунги клуб, ўйин автоматлари ва бильярд ўйинидан фойдаланиш хизматлари;
 - гид ва экскурсия хизматлари;
 - театр, кино, цирк, концертларга чипталарни буюртма қилиш ва сотиш хизматлари;
 - транспорт хизматлари.
 - гулларни сотиб олиш ва етказиб бериш хизматлари;
 - эсдалик совғалари ва бошқа босма маҳсулотларни сотиш хизматлари;
 - маиший хизматлар;
 - сауна, ھаммом, бассейн ва спорт залидан фойдаланиш хизматлари;
 - бизнес-марказ хизматлари, нусха кўчириш, ҳужжатлар ва фотосуратларни чоп этиш ва интернетга кириш хизматлари;
 - машиналарни қўриқлайдиган автотураргоҳ хизмати.
- Дарҳақиқат, ҳар қандай хизматни тақдим этишда ходимлар эҳтиёткорлик ва тўғрилигини кўрсатишлари лозим. Хизматлар кўрсатишда уларнинг миқдори ва сифат ҳам муҳимдир.

9.3. Мижозларга кенг қамровли (комплекс) хизмат кўрсатиш

Меҳмонхонада mijozларга кенг қамровли ёки комплекс хизмат кўрсатиш амалга оширилиб, бундай хизматлар кўрсатишда кўрсатилаётган хизматлар кутилаётган ёки белгиланган сифати стандартларига мос келиши лозим. Бу ерда стандартлар уларнинг

³³ <http://www.ostrovnn.ru/articles05.html>

ҳақиқий шакли ва мазмуни хизмат кўрсатиш сифатини баҳолаш кўрсаткичи ҳисобланади. Турист учун унга кўрсатилган хизмат сифатини баҳолаш кўрсаткичи унинг хизматдан қониққанлиги, яъни олинган хизмат сифатининг кутилганига тўла мос келиши ҳисобланади. Миқдорнинг қониққанлиги кўрсаткичи унинг яна бир марта қайтиш ва ўз дўстлари ва танишларига маслаҳат бериш истаги бўлиб ҳам саналади.

Миқдорларга кенг қамровли ёки комплекс хизмат кўрсатиш барча асосий ва қўшимча хизматлар кўрсатишдан иборат бўлади. Кўрсатиладиган комплекс меҳмонхона хизматлари иқтисодийётнинг ривожланиши, аҳолини иш билан таъминлаш ва уларни моддий фаровонлигини оширишда муҳим аҳамият касб этади. Бу борада меҳмонхоналарда миқдорларга кенг қамровли хизмат кўрсатишнинг амалга оширилишига қуйидаги омиллар ижобий таъсир кўрсатади:

- туристларни жой билан таъминловчи меҳмонхоналар;
- туристларга овқатланиш хизматини кўрсатувчи умумий овқатланиш корхоналари;
- туристларга транспорт хизмати кўрсатувчи транспорт корхоналари;
- туристларга экскурсия хизматларини кўрсатувчи экскурсия фирмалари, музейлар, кўргазма заллари, парк ва бошқа кўнгилочар ташкилотлар;
- мос равишда туристларга хизмат кўрсатувчи турли хўжалик хизматини кўрсатувчи корхоналар;
- туристларга спорт иншоотларидан фойдаланишни таъминловчи спорт ташкилотлари;
- туристларнинг ташриф буюришларини таъминловчи шоу, кино, видеозаллар ва театр корхоналари;
- туристларга хизмат кўрсатувчи кўриқхона ва табиат парклари;
- ўз фаолиятини қонун доирасида юритувчи маҳаллий ҳокимият вакиллари.

Меҳмонхона хизматларини кўрсатишда унинг сифатига қуйидаги омиллар таъсир қилади:

моддий-техника
базасининг
ҳолати, яъни
меҳмонхона
биноларнинг
қулай
режалаштиришга
илиш ва сифатли
мижозланганлиги

хизмат
кўрсатишнинг
илгор
технологияси

хизмат
кўрсатувчи
ходимнинг юқори
даражада касбий
даражаси,
унинг меҳмонга
аниқ, тез ва
маданиятли
хизмат
кўрсатишга
қодирлиги ва
тайёрлиги

замонавий
меҳмонхона
корхоналарида
хизмат
кўрсатиш
сифатини
бошқариш муҳим
омил эканлиги

9.3-расм. Меҳмонхоналарда ёрдамчи хизматларнинг таснифи³⁴

Меҳмонхоналарда комплекс хизматлар кўрсатишнинг ўзига хос хусусиятлари уларнинг хизматларини кўрсатиш билан боғлиқ барча жараёнларини акс эттиради ва кетма-кетликда бажарилиши тақозо қилади.

Меҳмонхоналарда комплекс хизматлар кўрсатиш халқаро аҳамиятга эга. Чунки, халқаро туристик бозорнинг ўсиши туризмда хизмат етказиб берувчиларга талабларнинг оширилишини тақозо қилади. Бу борада меҳмонхона индустриясини тадқиқ қилиш қуйидаги вазифаларни амалга оширишни тақозо қилади:

- меҳмонхоналар компютерлаштириш ва сафарларни бронлаштиришда ҳозирги замон технологияларидан фойдаланиш даражаси бўйича авиатранспорт ва туризм индустриясининг бошқа секторларидан орқада қолишда давом этади;

- меҳмонхоналарнинг солиқ салмоғи кўпаяди;

- туризм тарғиботига ҳукумат харажатлари ортади;

- меҳмонхона индустрияси ўз даромадларини ҳисоблаш усулини ўзгартиради, яъни бир номер даромадидан – бир миқдордан даромадга;

- меҳмонхона индустриясида компанияларнинг қўшилиш жараёнлари кучаяди, ташқи инвестициялар ва франшиза шартномалари миқдори кўчايishi кузатилади;

- “яшил” меҳмонхона бўлиш фойдали ва қулайликка айланади, яъни атроф-муҳит муҳофазасига эътиборни оширади.

³⁴ Манба: Amriddinova R.S. Mehmonxona servis xizmati. Ma’ruzalar kursi. – S.: SamSI, 2009. – 114 b.

Шунингдек, россиялик мутахассис Е.А.Жанжугазова меҳмондўстлик индустрияси таракқиётининг қуйидаги тенденцияларини ажратади ва жаҳон меҳмонхоналар бозорининг асосий тенденцияларига қуйидагиларни киритади:

- меҳмонхона бизнеси манфаатлари соҳаларини илгари бошқа тармоқ ҳисобланган корхоналар маҳсулотлари ва хизматларига тарқалиши. Бунга овқатланиш, бўш вақт, кўнгил очиш, кўргазма фаолияти ва бошқаларни ташкил этиш киради;

- меҳмондўстлик индустрияси демократлашувининг ўсиши, яъни оммавий истеъмол учун меҳмонхона хизматларини барчанинг кўли етадиган даражада бўлиши;

- туризм янги турларининг таракқий этиши. Бу экологик, саргузашт, экстремал, айрим тематик йўналишлар, амалда ҳар қандай тоифадаги истеъмолчи қизиқишларини ҳисобга олиш имконини беради ва турмахсулотни янада хилма-хил қилади;

- меҳмонхона бизнесининг глобаллашуви ва бир жойга тўпланиши. Бу туристик корпорация ва меҳмонхоналар занжирини яратишда намоён бўлади, шунингдек меҳмонхона ассоциациялари, уюшмалари, халқаро ҳукуматлараро ва ноҳукумат ташкилотлари тузилади;

- хизмат кўрсатишда миқдорларнинг талаб ва эҳтиёжларига тўлиқ диққат-эътиборни қаратиш;

- чуқур ва тизимли иқтисодий диагностика ўтказиш имконини берувчи коммуникация ва ахборот технологияларининг янги воситаларини кенг жорий этиш;

- меҳмонхона бизнеси ихтисослашувини кучайтириш. Бу турли белгиларни ҳисобга олган ҳолда истеъмолчиларнинг маълум сегментларига аниқ мўлжал олиш имконини беради;

- меҳмондўстлик индустрияси корхоналари ишбилармонлик стратегиясида янги технологияларни жорий этиш. Бу орқали меҳмонхона маҳсулоти ва хизматларини ҳаракатлантириш мақсадида интернетдан кенг фойдаланилади ҳамда бронлаштириш ва резервлаштиришнинг замонавий компьютер тизимини тарқатиш кучаяди.

Таянч иборалар: *Хизмат, қўшимча хизматлар, комплекс хизмат кўрсатиш, давлат хизмати, дипломатик хизмат, туризм индустрияси, меҳмонхоналар.*

Назорат учун саволлар

- 1. Меҳмонхона индустриясида асосий хизматларни бошқариш қандай амалга оширилади?*
- 2. Қўшимча хизматларни ташкил этиш ва кўрсатиш қандай амалга оширилади?*
- 3. Мижозларга комплекс хизмат кўрсатиш қандай амалга оширилади?*

Х БОБ. МЕҲМОНДЎСТЛИК СОҲАСИДА ФАОЛИЯТ ЮРИТУВЧИ ХАЛҚАРО ТУРИСТИК ТАШКИЛОТЛАР

10.1. Туризм соҳасида халқаро ҳамкорлик

XXI асрда туризм соҳаси орқали кўпгина мамлакатларда янги иш ўринлари яратилиб, хорижий валюта тушумларини кўпайтиришга хизмат қилди. Бу билан туризм соҳаси тез суръатларда ўсаётган иқтисодий секторда етакчи ўринни эгаллади. Халқаро туризм жаҳонда экспорт тармоғи ҳисобланади ва жуда кўп мамлакатларда тўлов балансига амал қилишда муҳим омил саналади. Сўнгги йилларда туризм дунёда аҳоли бандлигининг муҳим “генератори”га айланди. У жаҳон инфраструктурасига катта миқдорда инвестицияларни жалб этмоқда. Бу эса маҳаллий аҳоли ва ташриф буюрувчиларнинг турмуш фаровонлигини яхшилашга хизмат қилади.

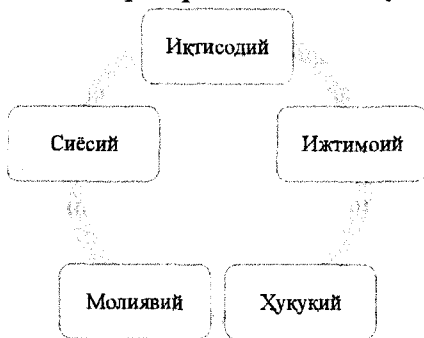
Туризм давлат ғазнасига солиқ кўринишидаги пул тушумлари кўпайишини таъминлайди. Туризм соҳасида жуда кўп иш ўринлари туристик корхоналар ривожланаётган ҳудудларда пайдо бўлади. Бу эса иқтисодий имкониятларни мувозанатлаштириш, кишлоқ аҳолисини барча қулайликка эга шаҳарларга қараб оқишининг олдини олишга ёрдам беради.

Маданиятлараро хусусиятларни англаш ва кўра билиш ҳақида шахсий алоқаларни ўрнатиш туризм соҳаси туфайли шаклланади. Туризм халқаро ҳамфикрликни мустаҳкамлаш ва халқлар ўртасида ҳамкорликни кучайтиришда кенг уфқлар очади. Бу эса ўз навбатида туризм соҳасида халқаро ҳамкорликни ривожлантиришга ҳисса қўшади.

Халқаро туристик алоқаларнинг жадал ривожланиши кўп сонли халқаро ташкилотларни ташкил этилишига олиб келди. Бу соҳада халқаро иқтисодий муносабатларни яхшилаш ва ҳамкорлик қилишга кенг имконият яратади. Халқаро алоқаларнинг ривожланиши мамлакатнинг ташқи сиёсатига ҳам боғлиқ бўлади. Ўзбекистон Республикаси Конституциясининг 17-моддасига асосан, Ўзбекистон Республикаси халқаро муносабатларнинг тўла ҳуқуқли субъектидир. Унинг ташқи сиёсати давлатларнинг суверен тенглиги, куч

ишлатмаслик ёки куч билан таҳдид қилмаслик, чегараларнинг дахлсизлиги, низоларни тинч йўл билан ҳал этиш, бошқа давлатларнинг ички ишларига аралашмаслик қоидалари ва халқаро ҳуқуқнинг умумэътироф этилган бошқа қоидалари ва нормаларига асосланади.

Туризм соҳасида халқаро ташкилотларни ташкил этиш учун маълум мотивларга амал қилиш лозим. Бу мотивлар ижтимоий-иқтисодий, иқтисодий, ҳуқуқий ва сиёсий мотивлар бўлиб ҳисобланади. Ёки туризм соҳасидаги халқаро ҳамкорликни амалга ошириш учун механизмлар сифатида намоён бўлади.



10.1-расм. Туризм соҳасидаги халқаро ҳамкорликни амалга ошириш механизмлари

Туризм соҳасида халқаро ҳамкорликни амалга ошириш учун ўзаро ҳурмат ва манфаатлар тенглиги, ўзаро ҳамжиҳатлик ва ишонч, очиклик ва шаффофлик, туристлар хавфсизлигини таъминлаш, хавфсиз инфратузилмани шакллантириш ва бизнеснинг ихтиёрийлиги каби тамойилларга риоя қилинади.

Умуман, туризм соҳасида халқаро ҳамкорлик қуйидаги кўри-нишларда намоён бўлади:

- жаҳон иқтисодиётига интеграциялашуви;
- халқаро меҳнат тақсимотининг чуқурлашуви;
- давлатларнинг қонунчилигининг мукаммаллашуви;
- транснационал корпорацияларнинг ривожланиши;
- байналмилал иқтисодий айирбошлаш механизмларининг такомиллашуви;
- халқаро савдо шартлари орқали қийматнинг ижтимоийлашуви;
- фан ва технологияларнинг тараққиёти.

10.2. Бутунжаҳон туристик ташкилоти (UNWTO) унинг ташкил этилиши, таркиби ва функцияси

Бутунжаҳон туристик ташкилоти (БТТ) туризм соҳасида етакчи халқаро ташкилот ҳисобланади. Бу ташкилот туристик сиёсат масалаларини муҳокама қилишда глобал форум бўлиб хизмат қилади. Шунингдек, бу ташкилот туристик статистика ва амалий технологиялар манбаи ҳамдир. Бу инглиз тилида - World Tourism Organization (WTO) туристик ташкилотлар расмий халқаро иттифоқи ва меросхўри сифатида 1975 йилда ташкил этилган. БМТ бош Ассамблеяси ЭКОСОС билан келишилган ҳолда БТТни ҳукуматлараро ташкилот макomini тан олган.

2002 йилда унинг таркибига 139 та мамлакат, 6 та ҳудуд ва 350 та га яқин хусусий сектор, ўқув юртлари, туристик ассоциациялар ва маҳаллий туристик ташкилотлар кирган.

БТТ раҳбарияти Испаниянинг Мадрид шаҳрида жойлашган. Ташкилот иқтисодий ривожланиш, халқаро тушуниш, тинчлик, яшаш ва инсон ҳуқуқлари ва фундаментал эркинликларни ҳурмат қилиш йўлида туризмни ривожлантириш мақсадида самарали фаолият кўрсатишда ҳал қилувчи роль ўйнайди. Бу мақсадни амалга оширишда БТТ туризм соҳасида янги ривожланаётган давлатлар қизиқишларига алоҳида эътибор беради.

БТТнинг асосий вазифаси янги иш ўринларини яратиш ва иқтисодий ўсишни рағбатлантириш, атроф-муҳит, маданий меросни муҳофаза этиш ва тарғиб қилиш ҳамда дунёда туризм орқали инсон ҳуқуқларини ҳурмат қилишга эришиш саналади.

БТТнинг асосий мақсадлари бўлиб, қуйидагилар ҳисобланади:

- иқтисодий тараққиёт воситалари сифатида туризмни қўллаб-қувватлаш ва тинчлик, халқлараро ўзаро тушуниш, фаровонлик, тили, ирқи, жинси, диний эътиқодидан қатъий назар, инсон ҳуқуқларига риоя этилишни таъминлаш;

- туризм соҳасида ривожланаётган мамлакатлар манфаатларига риоя этиш.

БТТ ҳукуматлар, хусусий сектор, маҳаллий ҳукумат органлари ва нодавлат ташкилотлари билан ҳамкорликда туризм соҳасида муҳим роль ўйнашга чақиради. БТТ камбағалликка барҳам бериш воситаси сифатида “турғун” туризмни ривожлантириш бўйича янги ташаббусларда ўз кучини ЮНКТАД билан бирлаштирди. “Турғун туризм – камбағалликка барҳам” (ST-EP) дастури ташкилотни узок

муддатга ишлашга мўлжалланган ва камбағаллик билан курашиши учун “тургун” туризм ҳаракатига қаратилган. Бу дастур 2003 йилда “Туризм камбағаллик билан курашиш, иш ўринлари яратиш ва ижтимоий гармония учун қудратли омит” шиори остида ҳаётга тадбиқ этилди.

БТТнинг барча аъзолари қуйидаги категорияларга бўлинади:

- ҳақиқий аъзо мақомига эга бўлган суверен давлатлар;
- ассоциациялашган аъзо мақомига эга бўлган давлатлар;
- БТТ бирлашган аъзолари туризм соҳасида манфаатдор ҳар қандай ҳукуматлараро ёки нодавлат ташкилотлари, шунингдек фаолият БТТ ваколати ёки туризмнинг баъзи асосларига дахлдор тижорат ташкилотлар ва бирлашмалар.

БТТ таркибидаги Бирлашган аъзолар қуйидаги гуруҳларга бўлинади:

- БТТ иш кенгаши;
- БТТ таълим бўйича кенгаши;
- БТТ туристик марказларни бошқариш бўйича оператив марказлари.

Шунингдек, БТТ таркибида бошқа гуруҳлар ҳам фаолият кўрсатади ва уларнинг ҳар бирига изоҳ берамиз:

- **Бош мажлис (Кансел).** Бош Мажлис БТТнинг бошқарувчи органи бўлиб, у аъзоларнинг ўз фаолиятини тўғри бажариб, бюджет чегарасидан чиқиб кетмаслигини назорат қилиб туради. Унда аъзолар ҳар икки йилда йиғилиб туради ва Бош Ассамблея томонидан ҳар 5 тўлиқ аъзога битта вакил тизими асосида сайланган 29 нафар аъзодан иборат бўлади. БТТнинг мезбон давлати сифатида Испания бош мажлисда ўзининг доимий ўрнига эга. Кейинги поғона аъзолари Бош Мажлисда кузатувчи бўлиб қатнаша оладилар.

- **Қўмиталар.** БТТ олти минтақавий қўмигага эга бўлиб, улар Африка, Шарқий Осиё ва Тинч океани минтақалари, Европа, Ўрта Шарқ ва Жанубий Осиёда фаолият кўрсатади. Қўмиталар камида йилига бир марта йиғилиб, улар ўша минтақадаги тўлиқ аъзолар ва тўлиқ бўлмаган аъзолардан таркиб топган.

БТТ аъзоларининг махсуслашган қўмиталари менежмент ва дастур таркиби асосида муҳокамаларни ташкил этади. Қўмиталар қуйидаги қисмларга ажратилади:

- дастур қўмитаси;
- бюджет ва молия қўмитаси;
- статистика ва туризмнинг макроиктисодий таҳлили бўйича қўмита;

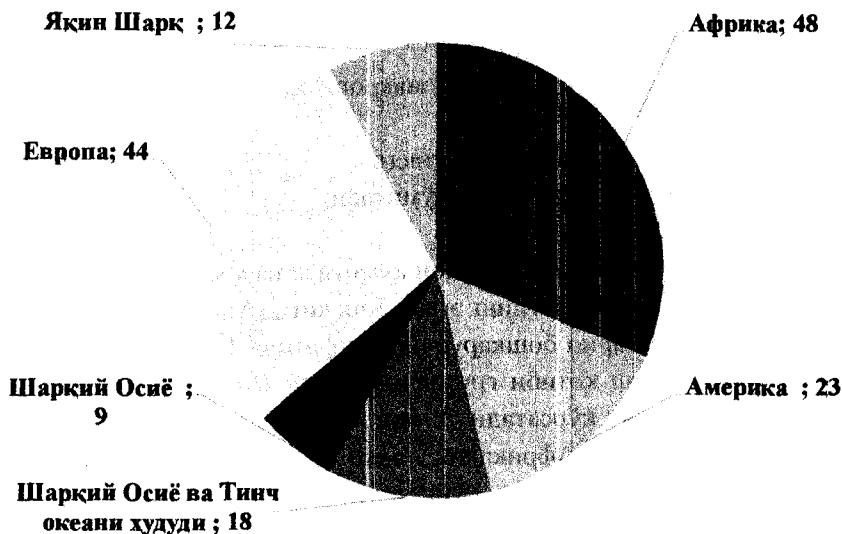
- маркетинг ва тарғибот қўмитаси;
- туризмни ривожлантириш қўмитаси;
- сифат назорати қўмитаси;
- туризм этикаси бўйича жаҳон қўмитаси ва ҳ.к.

- **Котибият.** Котибиятнинг эгаси бош котиб Мадриддаги офисда 90 га яқин ходимларни бошқарувчиси сифатида 4 йилга сайланади. Котибият БТТ бош котиби грузиялик *Зураб Пололикашвили*нинг қўл остида фаолият кўрсатади. Унинг ёрдамчиси, яъни бош котиб ўринбосари Жанубий Африкалик *Дэвид де Вильер* саналади. Улар БТТ иш дастурининг йўлга қўйилиши ва аъзолар эҳтиёжларини қондиришга жавобгар ҳисобланади. БТТ Бизнес Консилиуми молиясини Испания администрацияси ўз бўйнига олган. Котибиятга шунингдек, минтақавий кўмак офиси Осиё-Тинч океани регионлари учун Осака ёки Японияда жойлашган офис киради. Унинг молиявий ҳолатини япон ҳокимияти ўз бўйнига олган. БТТда муомалани амалга ошириш учун инглиз, испан, француз, рус ва араб тилларидан фойдаланилади.

Бу йиғилиш ҳар икки йилда бир марта чақирилиб, бюджет ва иш дастурини кўриб чиқиб, маъқуллаш ва туризм сектори учун ҳаётий заруратги эга бўлган мавзуларга доир суҳбат ўтказиш учун ташкил этилади. Ҳар тўрт йилликда ташкилотга янги бош котиб сайланади. Бош Ассамблея тўлиқ аъзолар таркиби ва кейинги поғона аъзоларидан тузилган. Бошқа халқаро ташкилотларнинг вакиллари кузатувчи сифатида қатнашадилар.

- **Бош Ассамблея.** БТТнинг муҳим йиғилиши бўлиб Бош Ассамблея ҳисобланади. Бош ассамблея томонидан ҳар икки йилда бир марта БТТ фаолияти дастури қабул қилинади. БТТ тўпламлар нашр қилади ва маълумотларнинг ахборотлар банкни таклиф этади.

Бутунжаҳон туризм ташкилотига 200 га яқин давлатлар аъзо бўлиб, ушбу давлатларнинг ҳудудий тақсимооти қуйидагича улушга эга:



10.2-расм. Бутунжаҳон туризм ташкилотига аъзо давлатларнинг ҳудудий тақсими

Янги технологик ўзгариш туфайли туристик хизматлар бозорини тизимлаштириш жараёни жадал равишда кечмоқда. Ахборот тизимларига мурожаат қилиш қиймати пасайди. Бу ҳодиса 2-3 нафар кишидан иборат туристик агентлигига фойдаланиш қимматга тушган хизматлардан фойдаланиш имкониятини беради. Бу катта бўлмаган турагентликлар катта ташкилотларга жиддий рақобатни юзага келтириши мумкин. Кундан кунга халқаро ва миллий рақобатнинг кучайиши, фан ва техниканинг тараққиёти туфайли технологияларни бошқариш масалаларининг долзарблиги ортиб бормоқда. Шу боис, туристик бизнес технологиялари бўйича мутахассисларни тайёрлаш ҳажми ортмоқда. Бу ўз навбатида ташкилотларнинг фаолиятини ва уларни самарали бошқаришга имконият туғдиради.

Бутунжаҳон туризм ташкилоти (WTO) Бирлашган миллатлар ташкилотига бирлашиб, Бирлашган Миллатларнинг Бутунжаҳон сайёҳлик ташкилоти (UNWTO) деб номланди. Аммо, WTO билан UNWTO иккаласи бир ташкилот ҳисобланади. Бу ташкилот Бирлашган Миллатлар ташкилоти (БМТ) махсус агентлиги бўлиб, у туризм соҳасидаги энг илғор халқаро ташкилот сифатида туризм

“ноу-хау” сининг амалий манбаи бўлиб хизмат қилади. Бу туризм соҳасидаги етакчи халқаро ташкилот сифатида туризмни иқтисодий ўсиш, инклюзив ривожланиш ва экологик барқарорликка айлантирувчи омил бўлиб, бутун дунёда билим ва туризм сиёсатини олиб бориш соҳасида етакчилик ва қўллаб-қувватлашни таклиф қилади.

Мазкур ташкилот туризмнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланишига қўшган ҳиссасини энг юқори даражага кўтариш ва мумкин бўлган салбий таъсирларни камайтириш мақсадида туризм учун ахлоқий ахборотлар кодексининг амалга оширилишини рағбатлантиради. Ҳамда туризмни БМТнинг барқарор ривожланишига камбағалликни бартараф қилиш ва бутун дунёда тинчлик ва барқарор ривожланишга кўмак беришга қаратилган мақсадларни амалга оширади.

UNWTO бозордаги билимларни ишлаб чиқаради, рақобатбардош ва барқарор туристик сиёсат ва воситаларни қўллаб-қувватлайди, туризмни ўқитиш ва ўқитишни тарғиб қилади ва дунёнинг 100 дан ортиқ мамлакатларида техник ёрдам лойиҳалари орқали туризмни ривожлантириш учун самарали восита яратишга ҳаракат қилади.

10.3. Халқаро туризмни ривожлантиришда хамкорлик қилувчи миллий ташкилотлар

Туристтик алоқалар турли хил мамлакатлараро сиёсий ва иқтисодий, маданий ва ижтимоий алоқаларнинг яхшиланишида катта аҳамиятига эга бўлган. Хусусан, 1925 йилда туризм ассоциацияларини ташвиқот қиладиган расмий конгресс тузилди. Кейинчалик 1927 йилда расмий туристик ташкилотлар халқаро конгресси ва 1930 йилда халқаро туристик ташкилотларни ташвиқот қиладиган иттифок тузилди.

1950-1970 йилларда халқаро турмушнинг ривожланиши 50-йилда халқаро туризм ҳажмининг ошиш даврига тўғри келди. Натижада, 1960 йилга келиб, сайёҳлар сони 71 млн. кишига етди.

1961 йилдан 1970 йилгача бўлган давр туристик бизнеснинг ривожланиш даври бўлиб ҳисобланади. 1971 йилга келиб, хорижий сайёҳларнинг сони 168,4 млн. кишига етди. Бу даврдаги

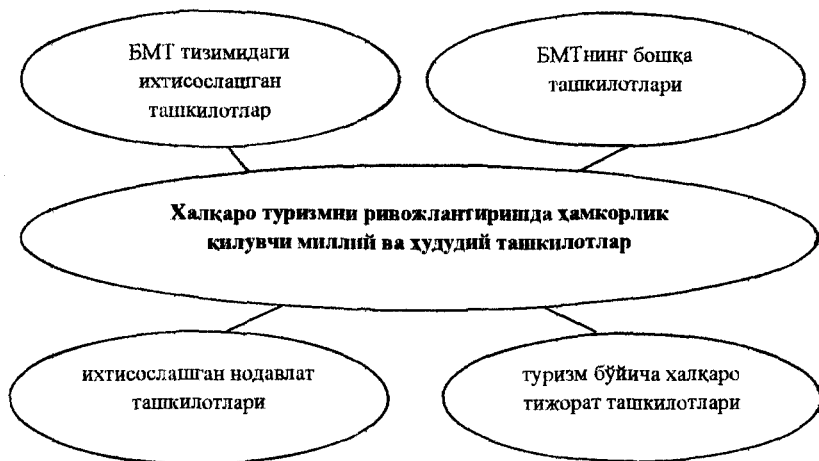
ривожланишга дунёдаги сиёсий муҳитнинг ўзгариши ва халқаро иктисодий муносабатларнинг ривожланиши сабаб бўлди.

1985-1992 йилларда халқаро туризмнинг янги босқичи бошланди. Бу даврга келиб, туризм бутун дунёда ўз ривожини танлаган эди.

1980 йилларда Европа ҳамда Шимолий Америка чет эл сайёҳларини қабул қилишда биринчи ўринларни эгаллаб турди.

Мазкур тарихий тараққиётнинг шундай прогрессив тартибда бўлишига туристик ташкилотлар фаолияти ўзининг ижобий таъсирини кўрсатди. Бугунги кунда дунёда бир қанча халқаро туристик ташкилотлар мавжуд бўлиб, уларнинг йўналишлари ҳам серқирра туризм индустриясининг йўналишлари турличалиги билан ажралиб туради.

Ҳозирги кунда халқаро туризмни ривожлантириш масалалари билан шуғулланувчи дунёда турли мақом ва касбдаги 70 га яқин халқаро ташкилотларни киритиш мумкин. Уларга қуйидаги ташкилотлар киради:



10.3-расм. Жаҳон миқёсидаги халқаро ташкилотлар таснифи

БМТ тизимидаги халқаро туризмни ривожлантириш масалалари бўйича шуғулланувчи ташкилотлар қаторига қуйидагилар киради:

- биринчи марта 1963 йил Римда ўтказилган туризм ва саёҳат бўйича БМТ конференцияси;

- иқтисодий ва ижтимоий кенгаш (EKOSOC).

1968 йилда Берн (Швейцария)да ривожланаётган мамлакатларда туризм муаммолари бўйича БМТнинг ҳудудлараро махсус семинарини ўтказди;

- савдо ва тараққиёт бўйича БМТ конференцияси (UNCTAD). 1972 йил III сессияда “Туризмни ривожлантириш” резолюцияси қабул қилинди. Унда халқаро туристик алмашинув статистикаси раҳбарлик тамойиллари тўғрисидаги масала акс этган;

- ҳудудий иқтисодий комиссия. 1975 йил БМТ Европа иқтисодий комиссияси (ЕЭК) Югославияда хорижий туризмни ривожлантириш масалалари бўйича конференция ўтказди;

- БМТ таълим, маданият ва фан масалалари ташкилоти (UNESCO);

- халқаро меҳнат ташкилоти (ILO);

- халқаро ассоциация транспорт авиацияси (IATA).

БМТ тизимида ихтисослашган ташкилотлар қаторига Бутунжаҳон туристик ташкилоти (БТТ) ҳам қиради. У 1975 йилда БМТнинг ихтисослашган органи сифатида ташкил этилган. Туризм бўйича 100 дан зиёд мамлакатлар ҳукумат ташкилотлари бирлаштирган. Кўплаб ҳукумат ва нодавлат ташкилотларини кузатувчи сифатида ҳам иштирок этади. Бу ташкилот мақсад ва вазифалари унинг Низомига мувофиқ иқтисодий ривожланиш, тинчлик, ўзаро ҳурмат ва гуллаб-яшнаш ва халқаро муносабатларда ўзаро ҳамфикрликка туризмни ривожлантириш орқали ҳисса қўшишдир.

Унинг томонидан халқаро туризм соҳасида бир қатор декларациялар қабул қилинган. Улар орасида жаҳонда туризм тўғрисида Манила декларацияси, Акапультко ҳужжати, туризм бўйича хартия ва турист ахлоқ кодекси ва туризм бўйича Гаага декларацияси мавжуд.

Шунингдек, халқаро туристик ташкилотлар қамрови, йўналиш соҳаси, фаолият тури ва мақсадларига кўра гуруҳланади:

- халқаро умумий характериға кўра: Жаҳон сайёҳлик ташкилоти (WTTO), Бутунжаҳон сайёҳлик ва сайёҳлик кенгаши (WTTC), Жаҳон сайёҳлик ассоциацияси (MT), Халқаро сайёҳлик

иттифоқи (TUI), Халқаро сайёҳлик альянси (AIT), Бутунжаҳон дам олиш ва дам олиш уюшмаси (WLRA) ва бошқалар.

- **халқаро тармоқ характериға кўра:** Халқаро ҳаво транспорти ассоциацияси (IATA), Халқаро денгиз йўловчи ташувчилар ассоциацияси (IASA), Халқаро меҳмонхоналар ассоциацияси (IHA), Миллий меҳмонхоналар, ресторан ва кафе уюшмаларининг халқаро уюшмаси (Ho-Re-Ka) ва бошқалар.

- **халқаро ҳудуд характериға кўра:** Европа туризм комиссияси (KET), Европа сайёҳлик гуруҳи (ETAG), Европа Иттифоқидаги АИТ аъзо ташкилотлари бюроси (AIT-EU), Европа туризм алмашинувини ривожлантириш ва мувофиқлаштириш ассоциацияси (ADSETE), Осиё Тинч океани туризм ассоциацияси (PATA)), Шарқий Осиё сайёҳлик ассоциацияси (EATA), ASEAN сайёҳлик ассоциациялари федерацияси (FATA), Американинг сайёҳлик саноати ассоциацияси (TIAA), Лотин Америкаси сайёҳлик ташкилотлари конфедерацияси (COT AL), Кариб денгизидаги сайёҳлик ташкилоти (СТО), Араб туризм иттифоқи (UAT), Пан Африка Туризм Ташкилоти (РАТО), Африка Саёҳат Уюшмаси (АТА) ва бошқалар.

- **ҳудудий тармоқ характериға кўра:** Европа авиакомпаниялари ассоциацияси (AEA), Осиё авиакомпаниялари ассоциацияси (UAA), Африка авиакомпаниялари ассоциацияси (AFRAA), Осиё-австралиялик меҳмонхоналар ва ресторанларнинг ассоциацияси (AAHRA), Америкааро меҳмонхоналар уюшмаси (IAHA), араб меҳмонхоналар уюшмаси (SAX), миллий меҳмонхоналар уюшмалари конфедерацияси Европа Иттифоқи ва Европа Иқтисодий Минтақасидаги (HOTREC) ресторанлар, кафелар ва шунга ўхшаш муассасалар, Европа Мотеллар федерацияси (EMF) ва бошқалар.

- **ихтисослашган йўналишиға кўра:** Халқаро сайёҳлик операторлари федерацияси (IFTO), Бутунжаҳон сайёҳлик агентликлари федерацияси (WATA), Бутунжаҳон саёҳат агентликлари ассоциацияси федерацияси (FUAHV-UFTAA), экскурсия ва сайёҳлик дастурлари ташкилотчиларининг халқаро ассоциацияси (ISTA), туристик ескорт қўлланмаларининг халқаро уюшмаси (IATM) ва бошқалар.

- **алоҳида характериға кўра:** Халқаро ишбилармонлик туризми ассоциацияси (IBTA), Халқаро ижтимоий туризм ташкилотлари федерацияси (IFPTO), Халқаро ижтимоий туризм бюроси (BITS),

Халқаро ижтимоий туризм федерацияси (FITS), Ёшлар туризми ва алмашинуви халқаро бюроси (BITEZH), Халқаро конфедерация талабалар туризми (ICST), Халқаро ёшлар туристик ташкилотлари федерацияси (FYUTO), кемпинглар ва карвонларнинг халқаро федерацияси (FIKK), от спорти туризми халқаро федерацияси (FITE), Европа сайёҳлик савдо ярмаркалари ассоциацияси (ETTFA) ва бошқалар.

Халқаро тижорат ташкилотлари халқаро туристик альянс, яъни автомобилда хорижга сафарга чиқиш ва суғурта қилишга ихтисослашган ташкилот, конгресслар касбий ташкилотчилари халқаро ассоциацияси ва туристик агентликлар бутунжаҳон ассоциацияси кабиларга бўлинади. Ҳамда, жаҳондаги нодавлат, тижорат ва миллий халқаро туристик ташкилотлар мавжуд.

Худудий халқаро туристик ташкилотлар каторига қуйидагилар киради:

- туризм бўйича Араб иттифоқи. Бу ташкилот 1954 йилда ташкил топган ва у 18 та араб давлатлари миллий туристик ташкилотларини бирлаштиради.

- Африка туризмни ривожлантириш ташкилоти. Бу ташкилот 1961 йилда ташкил топган. Африканинг 11 та француз тилида сўзлашадиган мамлакатларни бирлаштиради.

Ҳозирги кунда ўз фаолиятини олиб бораётган қуйидаги халқаро туристик ташкилотлар мавжуд: Bed and Breakfast League/Sweet Dreams and Toast (BBL), Center for Hospitality Research and Service (меҳмондустлик бўйича тадқиқотлар ва сервис Маркази), Council on Hotel, Restaurant, and Institutional Education (CHRIE), Cruise Lines International Association (CLIA) (Круиз сервиси халқаро бирлашмаси), Food Industries Suppliers Association (FISA) (Озиқ-овқат индустрияси таъминотчилари бирлашмаси), Food Processing Machinery and Supplies Association (FPMSA), Food Service Marketing Institute (FSMI) (Озиқ-овқат сервиси бўйича маркетинг институти), Foodservice and Packaging Institute (FPI), Franchise Consultants International Association (FCIA), Hospitality Lodging and Travel Research Foundation (HLTRF) (Меҳмондустликда жойлаштирув ва саёҳатлар тадқиқоти фонди), Hotel-Motel Greeters International (HMGI), Hospitality Sales and Marketing Association International (HSMIAI) (Халқаро меҳмондустлик сотувлари ва маркетинг

ассоциацияси), Institute of Certified Travel Agents (ICTA), International Association of Holiday Inns, International Association of Hospitality Accountants (IAHA).

Бутунжаҳон туристик агентликлар ассоциацияси федерацияси (ФУААВ), 71 та миллий ва ҳудудий ассоциацияларни ўзига бирлаштириб, 20 мингдан ортиқ туристик агентликларни ўз ичига олади. Туризм бўйича илмий экспертлар халқаро ассоциацияси (АИЕСТ) 1951 йилда ташкил этилган. Туризмда касбий таълим бўйича Бутунжаҳон туристик ассоциацияси 1969 йилда БТТ ҳомийлиги остида ташкил бўлган.

- **Халқаро ҳаво транспорти ассоциацияси** (International Air Traffic Association – IATA). Ҳаво транспортининг асосий қатнашчилари бўлиб, давлат авиация маъмурияти, авиакомпания ва авиакорхоналар, аэропортлар, сайёҳ фирмалари ва бошқа ташкилотлар авиаташишларини сотиш бўйича авиакомпания агентликлари, авиакомпания шерикчилик ташкилотлари ва самолётларга хизмат кўрсатувчи аэропортлар, йўловчилар ва юк юборувчилар ҳисобланади. Бу ҳозирги кунда халқаро ташиш тизими бир қанча географик минтақалар ва жаҳоннинг 150 дан ортиқ давлатларини камраб олган.

Мазкур ташкилотнинг асосий мақсади фуқаролик авиациясининг хавфсизлиги ва тартибли ривожланишини таъминлаш, ҳаво воситаларидан фойдаланиш ва тузилишни кенгайтириш, ҳаво трассаларни ривожланишини кенгайтириш, аэропорт ва бошқалар ҳисобланади.

Бу ташкилот дунёнинг 280 та авиакомпанияси ёки жами ҳаво транспортининг 83 фоизини ташкил этадиган дунё авиакомпаниялари учун савдо уюшмаси ҳисобланади. Бу туризмга қизиқиш кўрсатган энг қадимги илмий ва амалий экспертлар ассоциациясидир. Бу бутун қитъалардаги 49 та мамлакатда 300 га яқин аъзолари билан ноёб ижтимоий тармоқ ҳисобланади. Ушбу тармоқ сайёҳликни ўрганиш эҳтиёжларига хизмат қилиш учун фанлараро ёндашувга бағишланган. У халқаро илмий ва амалий алмашувни амалга ошириш имконини берувчи академик ва амалий оқимни ўз ичига олади. ИАТА ташкилотига ҳозирда 269 та авиакомпания аъзо ҳисобланади.

Ҳозирги кунда жаҳонда 1300 дан кўпроқ авиакомпаниялар мавжуд. Мазкур ташкилотнинг ёрдами туфайли авиатранспортда одамларни ташиш бўйича биринчи 4 та ўринни Америка компаниялари ("Delta Air Lines", "Pan American" ва бошқалар), 5 та ўринни Япониянинг ("Оу нью мен") компанияси эгаллаган. Компаниялар фойда олишларини юқорилиги бўйича қуйидагича жойлашади: "American", "Delta", "United" (АҚШ), "Air France" (Франция), "Lufthansa" (ГФР), "NorthWest" (АҚШ), "Federal express", "British Airways", "USA air", "Continental" (АҚШ).

- **Халқаро туризм профессионаллар ассоциацияси (ИТАП)** саёҳат агентлари ва туроператорлар учун ўртача ва кичик боғланишни қўллаб-қувватлаш мақсадида яратилган халқаро ташкилотдир. Бу ташкилотнинг фаолияти янги бозорларга кириб келаётган янги компанияларни қўллаб-қувватлаш, сайёҳлик фаолияти билан шуғулланувчи ҳар бир меҳмон учун, яъни меҳмонхона, йўриқчилар, транспорт компаниялари ва бошқаларга мўлжалланган. ИТАПнинг асосий мақсади барча туристик тузилмаларнинг ноёб тизимини таъминлаш учун ягона тизимга бирлаштиришдир.

- **Халқаро келаётган сайёҳлар ассоциацияси (ИАТА).** Бу Америка Қўшма Штатларнинг халқаро кириб келаётган сайёҳлик соҳасини англаувчи миллий нотижорат ташкилотлари уюшмасидир. ИАТА аъзолари мамлакатга келган сайёҳлик операторлари ва етказиб берувчиларни ўз ичига олади.

ИАТА келган сайёҳлик операторлари АҚШ саёҳат компаниялари халқаро саёҳатчиларни яратиш, уларни сотиш ва сотишда ихтисослашган АҚШ компаниялари ҳисобланади. Агар туроператор келаётган халқаро саёҳатчилардан АҚШга желиб тушса, сайёҳлик оператори келган сайёҳлик оператори ҳисобланади. Бу қирувчи операторлар ўзларининг гуруҳлари ва ФИТ йўловчилари учун АҚШ бўйлаб сайёҳлик хизматларини кўрсатиш учун чет элга агентлар ва бошқа саёҳат компаниялари билан шартнома тузадилар.

Бугунги кунда ИАТА хорижий сайёҳлар учун саёҳатга оид хизматлар сифатини яхшилаш мақсадида етказиб берувчилар, тартибга солиш органлари ва саёҳатни қўллаб-қувватлаш бўйича идоралар билан ишлашга қаратилган кенг турдаги саноат фаолиятига жалб қилинган. ИАТА маҳаллий, давлат ва федерал

даражадаги туризмга таъсир қилувчи иқтисодий ва давлат сиёсати масалаларига ҳам мурожаат қилади.

- **Халқаро сайёҳат хизматлари ассоциацияси (ИТСА).** Бу ташкилот ИИТА билан кучларини ўзаро бирлаштирди. ИТСА 1993 йилда қабул қилувчи туроператорлар ва мақсадли бошқарув компаниялари томонидан ташкил этилган. У ўз ичига муаммоларни ҳал этиш, таълим олиш имкониятлари ва ҳамкорлар билан ҳамкорлик қилиш учун бирлашган овоз яратишдан иборат.

- **“CrescentRating” агентлиги** жаҳон ҳалол туризм бозорида йирик эксперт ташкилотларидан бири саналади. Ташкилот 2015 йилдан бошлаб, **“Жаҳон мусулмон сайёҳлари индекси”** (Global Muslim Travel Index) рейтингини эълон қилиб келади. Мазкур рейтингга 130 та мамлакат аъзо бўлиб, унда 40 дан ортиқ мезонлар асосида мусулмон сайёҳлари учун таклиф этиладиган хизматлар баҳоланади. Рейтинг натижаларига кўра, юртимиз 2019 йилда **“Жаҳон мусулмон сайёҳлик индекси”**да 22-ўринда бўлиб, бу ўтган йилга нисбатан 10 поғона юқорилигини кўрсатади.

Ўзбекистонда миллий туристик ташкилотлар мавжуд ва фаолият кўрсатмоқда. Уларга меҳмонхоналар ассоциацияси, меҳмонхоналар уюшмаси, Ўзбекистон Аэроавиация федерацияси, Ўзбекистон экстремал ва тоғ туризми федерацияси ва хусусий туризм ташкилотлари уюшмаси кабилар қиради.

Шунингдек, республикамызда фуқаро авиацияси халқаро ташкилоти фаолиятини ташкил этиш бўйича Ўзбекистон Республикаси давлат комиссияси тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1993 йил 7 июнда 271-сонли қарори қабул қилинган. Мазкур фуқаро авиацияси халқаро ташкилоти (ИКАО) ишлари бўйича Ўзбекистон Республикаси давлат комиссиясининг функциялари қуйидагилардан иборат:

- республиканинг 1944 йилги Чикаго конвенциясидан келиб чиқадиган мажбуриятларини бажаришга доир тадбирларни ишлаб чиқади ва улар юзасидан қарорлар қабул қилади;

- ИКАО фаолиятининг асосий масалалари бўйича республиканинг сиёсий, техникавий, иқтисодий ва муҳофаза манфаатларини ҳисобга олган ҳолда ишлаб чиқилишни ташкил қилади ва уни тасдиқлайди;

- давлатнинг ваколатли органлари билан бирга халқаро ҳаво йўллари тўғрисидаги ҳукуматлараро битимларни ишлаб чиқади;

- республика вакилларининг ИКАО сессиялари, конференциялари ва бошқа тадбирларидаги иштироки, тайёргарлиги бўлган мутахассисларни ИКАОдаги расмий лавозимлар ва ИКАО котибиятида контрактлар бўйича ишлаш учун йўллаш тўғрисидаги таклифларни тасдиқлайди;

- республикада қабул қилинган қоидалар ва расмий маросимларнинг ИКАО стандартлари ва тавсияларига мувофиқлигини таъминлашга қаратилган тадбирларни ишлаб чиқади ва амалга оширади;

- илғор чет эл тажрибасини республика Фуқаро авиацияси фаолияти амалиётига жорий қилишга доир тадбирларни тасдиқлайди, жорий этиш натижаларини ҳисобга олади ва таҳлил қилади;

- республика Фуқаро авиациясига доир статистик маълумотларни, ИКАОга берилиши керак бўлган бошқа ахборотларни тасдиқлайди;

- ИКАО фаолиятидаги иштирокига доир тажрибани умумлаштиради ва унинг самарадорлигини янада ошириш чора-тадбирларини ишлаб чиқади.

Умуман олганда, юқорида келтирилган ташкилотларнинг асосий мақсад ва вазифалари қуйидагиларни ўз ичига қамраб олади:

- халқаро тинчлик ва мамлакатлараро осойишталикни сақлаш;

- инсон ҳуқуқларини ҳимоя қилиш;

- жаҳон мамлакатлари иқтисодиётининг ривожини туризмга асосланган давлатларнинг иқтисодий ривожланишига ижобий таъсир ўтказиш;

- кадрлар масаласини ҳал этиш ёки юқори малакали мутахассисларнинг сонини оширишга қўмаклашиш;

- экологик балансни сақлаган ҳолда туризмни кенгайтириш;

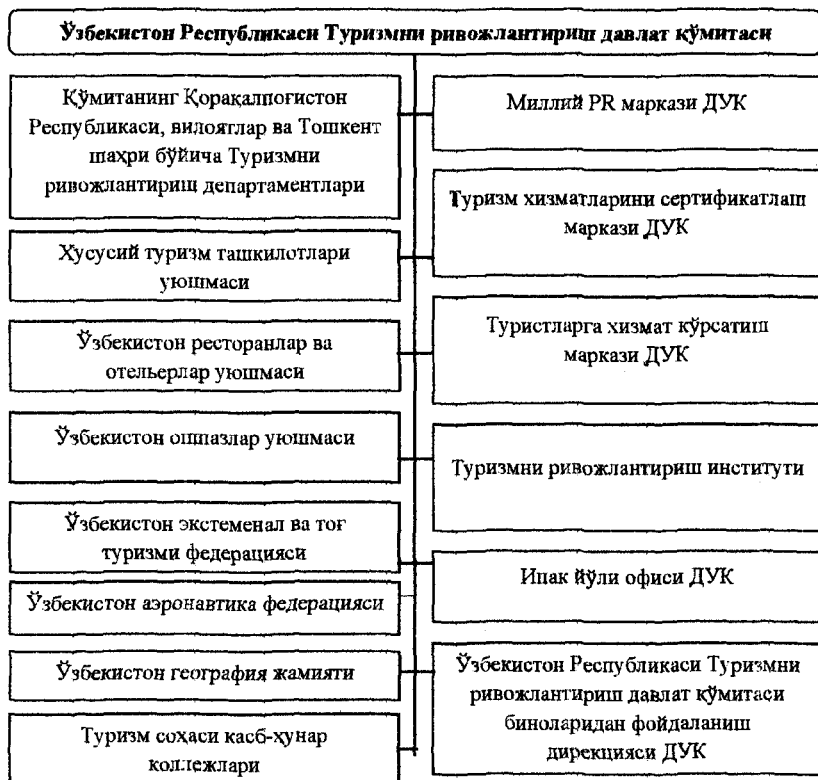
- статистик рақамлар ёрдамида туризмнинг ривожланиши учун янги стратегик йўللارни ишлаб чиқиш ва амалда уларни қўллаш;

- меҳмондўстлик индустриясининг ривожланиши калити бўлмиш сервисни юқорироқ даражага олиб чиқиш;

- рақобатбардош туристик маҳсулотни ишлаб чиқариш ва жаҳон бозорига оптимал шароитга олиб чиқиш учун маркетинг тадқиқотлари олиб бориш.

10.4. Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси ва унинг таркиби

Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 2016 йил 2 декабрдаги ПФ-4861-сонли Фармони бажариш ва Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси фаолиятининг самарали ташкил этилишини таъминлаш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитасининг таркиби, фаолиятининг асосий вазифалари ва йўналишлари белгилаб берилди. Қўмитанинг таркиби қуйидагича:



10.4-расм. Қўмитанинг ташкилий таркиби

Қўмитанинг асосий вазифалари ва йўналишлари қуйидагилардан иборат:

- мамлакатнинг туризм салоҳиятини тубдан оширишга, туризмга иқтисодийнинг стратегик сектори мақомини беришга, туризм соҳасида ягона давлат сиёсати ўтказилишига йўналтирилган туризмни ривожлантиришнинг яхлит концепцияси шакллантирилиши ва амалга оширилишини таъминлаш;

- туризм хизматларининг ташқи ва ички бозорларида маркетинг тадқиқотлари олиб боришга, тарихий-маданий меросни кенг тарғиб қилишга, Ўзбекистон Республикасининг туризм қиёфасини сақлаб қолиш ва ривожлантиришга, миллий туризм маҳсулотлари ва брендлари халқаро туризм бозорларига кириб боришга йўналтирилган фаол реклама-ахборот сиёсатини амалга ошириш;

- ички, кириш ва чиқиш туризмининг комплекс ривожлантиришнинг миллий ва ҳудудий дастурлари ишлаб чиқирилишини мувофиқлаштириш ва уларнинг амалга оширилиши мониторинги, туризм турларининг кенг доирасини жадал ривожлантириш, халқаро стандартларга мувофиқ бўлган туризм инфратузилмасини ривожлантиришга хорижий инвестицияларни, шунингдек халқаро молия институтлари ва бошқа ташкилотларнинг кредитлари ва грантларини жалб этиш;

- туризм фаолияти ривожланишини мувофиқлаштириш, минтақаларда янги туризм йўналишлари ташкил этилишини таъминлаш, уларни паспортлаштириш, туризм йўналишлари, гидлар ва туризм объектилари бўйича ягона миллий реестрларни шакллантириш;

- туризм хизматларини ташкил этишда, энг аввало, туристлар жойлаштириладиган жойларда, овқатланиш пунктларида, республика ҳудуди бўйлаб ҳаракатланишда ва туризм объектиларига ташрифларни уюштиришда туристларнинг хавфсизлиги ва соғлигини таъминлашга йўналтирилган туризм хизматлари кўрсатиш сифати ва хавфсизлиги стандартлари ишлаб чиқирилишини мувофиқлаштириш, туризм соҳасида хизматларни лицензиялаш ва сертификатлаштириш ҳамда лицензияланадиган ва сертификатлаштириладиган туризм хизматларининг белгиланган талаблар ва

стандартларга мувофиқлиги бўйича инспекция назоратини амалга ошириш;

- туризм соҳасини давлат томонидан ва бозор муносабатлари асосида тартибга солишни мақбуллаштириш ва туризм хизматлари бозорида рақобатни ривожлантириш, туризмни ривожлантиришга қаршилиқ қилаётган барча ғов ва тўсиқларни бартараф этишга қаратилган таклифлар ишлаб чиқиш, туризм соҳасида тадбиркорлик фаоллиги ошишига ҳар томонлама кўмаклашиш, ушбу соҳага ахборот-коммуникация технологияларини фаол жорий этиш;

- туризм фаолияти соҳасида биринчи навбатда БМТнинг Бутунжаҳон туризм ташкилоти, туризм бўйича нуфузли халқаро ва миллий ташкилотлар ҳамда туризм соҳасида фаолиятни амалга оширувчи хорижий компаниялар билан халқаро ҳамкорликни кенгайтириш, халқаро ва давлатларaro стандартлар ва нормаларни туризм фаолияти ва амалиётига жорий этиш;

- туризм фаолияти субъектлари ходимларини мунтазам равишда қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини оширишни юқори сифат даражасида ташкил этиш, тармоқ туризм фанларини ривожлантиришга кўмаклашиш.

Қуйидагилар Қўмитанинг бажарадиган асосий вазифалари қилиб белгиланган:

- мамлакатнинг туризм салоҳиятини тубдан ошириш, туризмга иқтисодиётнинг стратегик сектори мақомини бериш, туризм соҳасида ягона давлат сиёсатини олиб бориш мақсадида туризмни ривожлантиришнинг яхлит концепциясини шакллантириш ва амалга оширишни таъминлаш;

- туристик хизматларнинг ташқи ва ички бозорларида маркетинг тадқиқотларини амалга ошириш, туризм соҳасида Ўзбекистон Республикасининг тарихий-маданий меросини кенг тарғиб қилишга қаратилган фаол реклама-ахборот сиёсатини амалга ошириш, мамлакатнинг туристик имижини сақлаш ва ривожлантириш, халқаро туристик бозорларда миллий маҳсулотлар ва брендларни илгари суриш;

- ички, кириш ва чиқиш туризмни комплекс ривожлантиришнинг миллий ва ҳудудий дастурларини ишлаб чиқишни

мувофиқлаштириш ва амалга оширишни мониторинг қилиш, кенг қамровли туризм турларини жадал ривожлантириш, туризм инфратузилмасини халқаро стандартларга мос равишда ривожлантиришга хорижий инвестициялар, шунингдек, халқаро молия институтлари ва бошқа ташкилотларнинг кредитлари ва грантларини жалб қилиш;

- туристик фаолиятни ривожлантиришни мувофиқлаштириш, ҳудудларда янги туристик йўналишлар очилишини таъминлаш, уларни паспортлаштириш, туристик йўналишлар, гидлар ва туристик объектлар бўйича ягона миллий реестрларни шакллантириш;

- туристик хизматларни ташкил қилишда, авваламбор улар жойлаштирилган манзилларда, овқатланиш жойларида, республика ҳудуди бўйлаб ҳаракатланиш вақтида, туристик объектларга ташрифларни ташкиллаштиришда туристлар хавфсизлиги ва соғлиғини таъминлашга йўналтирилган туристик хизматларни кўрсатиш сифати ва хавфсизлигининг стандартларини ишлаб чиқишни мувофиқлаштириш, туризм соҳасидаги хизматларни лицензиялаш ва сертификатлаштиришни, шунингдек, лицензияланаётган ва сертификатлаштирилаётган туристик хизматларнинг белгиланган талаблар ва стандартларга мувофиқлиги устидан инспекция назоратини амалга ошириш;

- туризм соҳасини давлат томонидан ва бозор орқали тартибга солишни мақбуллаштириш, туризм хизматлари бозорида рақобатни ривожлантириш, туризмни ривожлантиришга ҳалақит бераётган барча тўсиқлар ва ғовларни бартараф этиш бўйича таклифларни ишлаб чиқиш, туризм соҳасида тадбиркорлар фаолигини оширишга ҳар томонлама кўмаклашиш, мазкур соҳага ахборот-коммуникация технологияларини фаол жорий этиш;

- туристик фаолият соҳасида биринчи навбатда, БМТ Жаҳон туризм ташкилоти, туризм бўйича нуфузли халқаро ва миллий ташкилотлар, шунингдек, туризм соҳасида фаолият кўрсатаётган хорижий компаниялар билан халқаро ҳамкорликни кенгайтириш, туристик фаолият амалиётига халқаро ва давлатлараро стандартлар ва нормаларни жорий этиш;

- туризм соҳаси учун кадрлар тайёрлаш бўйича таклифлар киритиш, туристик фаолият субъектлари ходимларини мунтазам қайта тайёрлаш ва малакасини оширишни юқори сифатли даражада ташкил этиш, туризм тармоқ илм-фанини ривожлантиришга қўмаклашиш.

Шунингдек, қўмита зиммасига юклатилган вазифаларга қўра, қуйидаги функцияларни амалга оширади:

а) мамлакатнинг туристик салоҳиятини тубдан ошириш, туризмга иқтисодийнинг стратегик сектори мақомини бериш, туризм соҳасида ягона давлат сиёсатини олиб бориш мақсадида туризмни ривожлантиришнинг яхлит концепциясини шакллантириш ва амалга оширишни таъминлаш соҳасида:

- туризмни ривожлантиришнинг асосий тенденциялари ва прогнозларини таҳлил қилишни инобатга олган ҳолда туризм соҳасини ривожлантиришнинг қисқа, ўрта ва узоқ муддатга мўлжалланган устувор йўналишлари ва вазифаларини белгилашда иштирок этади;

- давлат ва хўжалик бошқаруви органлари, маҳаллий давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари ва бошқа ташкилотлар, шунингдек, туристик фаолият субъектлари томонидан туризм соҳасида ягона давлат сиёсатининг амалий ижросини таъминлайди;

- туризм соҳасида давлат томонидан тартибга солиш ва бошқарув механизмлари ҳамда тузилмасини ташкилий-ҳуқуқий такомиллаштириш бўйича таклифлар ишлаб чиқади;

- туризмни ривожлантириш масалаларида норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар лойиҳаларини ишлаб чиқади ва уларни белгиланган тартибда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасига киритади;

б) туристик хизматларнинг ташқи ва ички бозорида маркетинг тадқиқотларини амалга ошириш, Ўзбекистон Республикасининг тарихий-маданий меросини кенг тарғиб қилишга қаратилган фаол реклама-ахборот сиёсатини амалга ошириш, мамлакатнинг туристик имижини сақлаш ва ривожлантириш, халқаро туристик бозорларда миллий туристик маҳсулотлар ва брендларни илгари суриш соҳасида:

- туристлар оқимининг салоҳиятли ва истиқболли бозорларини ўрганади, туризм соҳасида реклама-ахборот сиёсатини олиб боришнинг самарали услуб ва механизмларини белгилайди, унинг натижаларига кўра тегишли комплекс чоралар кўради;

- мамлакатнинг туристик салоҳиятини тарғиб қилиш самарадорлигини ошириш мақсадида хорижий туристлар нимани афзал кўришини ўрганиш ва талаб юқори бўлган туристик маҳсулотларни аниқлашга қаратилган маркетинг тадқиқоғларини ташкил этади;

- миллий туристик маҳсулотлар ва брендларни халқаро туристик бозорларда тақдим этишда кўмаклашади;

- туристик фаолият субъектлари ва бошқа манфаатдор шахсларни халқаро туристик бозорларда мамлакат туристик салоҳиятини тарғиб қилишда иштирок этишга рағбатлантиришни таъминлайди;

- Ўзбекистон Республикасида хорижий туроператорлар, оммавий ахборот воситалари ва бошқа таъкилотлар иштирокида ахборот турлари ёки инфотурларни ташкиллаштиради;

- Ўзбекистон Республикасининг хориждаги дипломатик ваколатхоналаридаги туризмни ривожлантириш масалалари бўйича маслаҳатчилар фаолиятини мувофиқлаштиради;

- туристик йўналишлар бўйлаб ҳамда туристик кўргазма ва инфратузилма объектлари яқинида истиқомат қилувчи аҳолининг туристик маданиятини ошириш бўйича чора-тадбирларни ташкиллаштиради ва ўтказади;

- меҳмонхоналар ва туристик фаолиятнинг бошқа субъектлари учун сайёҳларнинг хавфсизлигини таъминлаш, уларга биринчи тиббий ёрдам кўрсатиш, ҳуқуқни муҳофаза қилувчи органлар ва бошқа давлат органлари билан ўзаро ҳамкорлик масалалари бўйича қисқа муддатли курсларни ташкиллаштиради, ички, кириш ва чиқиш туризмни комплекс ривожлантиришнинг миллий ва ҳудудий дастурларини ишлаб чиқишни мувофиқлаштириш ва амалга оширишни мониторинг қилиш, кенг қамровли туризм турларини жадал ривожлантириш, туризм инфратузилмасини халқаро стандартларга мос равишда ривожлантиришга хорижий инвестициялар,

шунингдек, халқаро молия институтлари ва бошқа ташкилотларнинг кредитлари ва грантларини жалб қилиш соҳасида:

- мавжуд туристик салоҳият, туристик хизматлар бозорининг ҳамда туризм ва логистика соҳасидаги инфратузилмалар ҳолатини тизимли асосда таҳлил қилади, шунингдек, мазкур соҳадаги халқаро стандартларни ўрганади;

- давлат ва ҳўжалик бошқаруви органлари, маҳаллий давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари ва бошқа ташкилотлар иштирокида ички, кириш ва чиқиш туризмни комплекс ривожлантириш дастурларини ишлаб чиқишни ва уларни кўриб чиқиш учун Ўзбекистон Республикасининг Вазирлар Маҳкамасига киритишни ташкиллаштиради;

- туристик индустрияни ривожлантириш, туристик хизматлар инфратузилмасини, энг аввало, асосий туристик йўналишлар бўйлаб меҳмонхоналар ва кемпинглар, транспорт-логистика ва йўл инфратузилмаси, умумий овқатланиш объектлари ва туризмнинг бошқа инфратузилмаларини шакллантириш бўйича таклифлар ишлаб чиқишда иштирок этади;

- туризмни ривожлантириш бўйича миллий ва ҳудудий дастурлар бажарилишини мувофиқлаштиради, туризмни ривожлантириш дастурларининг амалдаги ижросини таъминлашга қаратилган комплекс чора-тадбирлар ишлаб чиқади, уларнинг бажарилиши устидан самарали мониторинг олиб боради;

- туристик соҳани ривожлантиришга инвестицияларни жалб қилиш ишларида, хорижий инвесторлар, энг аввало, етакчи дунё брендларини жалб қилиш учун туризм соҳасида энг қулай шарт-шароитларни яратиш бўйича таклифлар ишлаб чиқишда иштирок этади;

- туристик инфратузилмани ривожлантириш учун тақдим этилган маблағлар, грантлар, бошқа молиявий ва моддий ресурслардан оқилона ва мақсадли фойдаланишни таъминлаш бўйича чоралар кўради;

г) туристик фаолиятни ривожлантиришни мувофиқлаштириш, ҳудудларда янги туристик йўналишлар очилишини таъминлаш, уларни паспортлаштириш, туристик йўналишлар, гидлар (экскурсо-

водлар) ва туристик объектлар бўйича ягона миллий реестрларини шакллантириш соҳасида:

- туристик ташкилотлар, шунингдек, давлат ва хўжалик бошқаруви органлари, маҳаллий давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари ва бошқа ташкилотларнинг ички, кириш ва чиқиш туризм соҳасидаги фаолиятини мувофиқлаштиришга қаратилган комплекс чора-тадбирларни амалга оширади;

- давлат ва хўжалик бошқаруви органлари, маҳаллий давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари ва бошқа ташкилотлар билан биргаликда ҳудудларда янги туристик йўналишларининг ишлаб чиқишсини ҳамда уларнинг ички ва ташқи туристик бозорларда илгари суришни ташкиллаштиради;

- туристик фаолиятнинг белгиланган стандартларига мувофиқ туристик йўналишларни паспортлаштиришни амалга оширади;

- Ўзбекистон Республикасининг туристик ресурслари ва туристик йўналишлари, шунингдек, экскурсоводлари ва гид-таржимонлари реестрини юритади;

- давлат ва хўжалик бошқаруви органлари, маҳаллий давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари ва бошқа ташкилотларнинг туризмни ривожлантириш соҳасидаги фаолиятини умумлаштиради ва таҳлил қилади, шунингдек, уларнинг туризм соҳасидаги ишларини такомиллаштириш бўйича тавсиялар ишлаб чиқади;

- давлат ва хўжалик бошқаруви органлари, маҳаллий давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари ва бошқа ташкилотларга туризм соҳасини иқтисодиётнинг бошқа тармоқларини ривожлантириш билан ҳамоханг янада комплекс ривожлантириш бўйича таклифлар киритади;

д) туристик хизматларни ташкил қилишда, авваламбор, улар жойлаштирилган манзилларда, овқатланиш жойларида, республика ҳудуди бўйлаб ҳаракатланиш вақтида, туристик объектларга ташрифларни ташкиллаштиришда туристларнинг ҳаёти ва соғлиғининг хавфсизлигини таъминлашга йўналтирилган туристик хизматларни кўрсатиш сифати ва хавфсизлигининг стандартларини ишлаб чиқишни мувофиқлаштириш, туризм соҳасидаги хизматларни лицензиялаш ва сертификатлаштиришни, шунингдек, лицензия-

ланаётган ва сертификатлаштирилаётган туристик хизматларнинг белгиланган талаблар ва стандартларга мувофиқлиги устидан инспекция назорати соҳасида:

- туристик хизматлар сифати ва хавфсизлигига қўйиладиган талабларни шакллантириш учун туристик хизматлар кўрсатиш жараёнини ва улардан туристларнинг қониқиш ҳосил қилиши устидан мониторинг олиб боради;

- миллий ўзига хосликлар, иқлим шароитлари ва илғор хорижий тажрибани инобатга олган ҳолда туристик хизматларнинг сифати ва хавфсизлиги бўйича миллий стандартлар ишлаб чиқирилишини мувофиқлаштиради, уларнинг доимий такомиллаштириб борилишини таъминлайди;

- туристик хизматларни белгиланган тартибда лицензиялашни амалга оширади;

- Ўзбекистон Республикасининг сертификатлаштириш бўйича миллий органи «Ўзстандарт» агентлиги билан яқин ҳамкорликда туристик хизматларни мажбурий сертификатлаш, шу жумладан меҳмонхоналар классификациясини белгилашни амалга оширади;

- лицензияланаётган ва сертификатланаётган туристик хизматларнинг ўрнатилган талаблар ва стандартларга мувофиқлиги устидан инспекция назоратини амалга оширади;

- оммавий ахборот воситаларида тегишли маълумотларни жойлаштириш орқали туристик фаолият субъектлари ва иштирокчиларини муайян вақтда ташриф буюриш туристлар хавфсизлиги учун хатарли бўлган мамлакатлар тўғрисида хабардор қилади;

- туризм соҳасида «ишонч телефонлари» ишлашини ташкиллаштиради;

е) туризм соҳасини давлат томонидан ва бозор орқали тартибга солишни мақбуллаштириш, туризм хизматлари бозорида рақобатни ривожлантириш, туризмни ривожлантиришга ҳалақит бераётган барча тўсиқлар ва ғовларни бартараф этиш бўйича таклифларни ишлаб чиқиш, туризм соҳасида тадбиркорлар фаоллигини оширишга ҳар томонлама кўмаклашиш, мазкур соҳага ахборот-коммуникация технологияларини фаол жорий этиш соҳасида:

- туризм соҳасида тадбиркорлик фаоллиги механизмлари ва рағбатлантириш чоралари самарадорлигини оширишга қаратилган комплекс ташкилий-ҳуқуқий чора-тадбирларни ишлаб чиқади ва амалга оширади;

- туристик фаолиятни давлат ва бозор орқали тартибга солишни мақбуллаштириш, чет эл туристлари учун виза ва рўйхатга олиш тартиб-тамойиллари, паспорт ҳамда божхона назоратини янада соддалаштириш бўйича таклифлар тайёрлайди;

- туристик соҳада фаолият олиб боровчи тадбиркорлик субъектларини қўллаб-қувватлашга оид қонун ҳужжатларига риоя қилиниши устидан самарали мониторингни таъминлайди, қонун ҳужжатларининг бузилиш сабабларини таҳлил қилади ва уларни бартараф қилиш бўйича таклифлар киритади;

- туристик фаолият субъектлари томонидан туризм соҳасига оид қонун ҳужжатларига риоя қилиниш таъминлаш ва уларнинг фаолиятини ривожлантиришга тўсқинлик қилаётган ғовларни бартараф этиш бўйича чора-тадбирларни амалга оширади, туризм соҳасига оид қонун ҳужжатларига риоя қилиш юзасидан текширув материалларини таҳлил қилади ва умумлаштиради;

- республика туристик бозорининг ривожланиш тенденциялари ва уларда бўлаётган ўзгаришларни мониторинг қилади, рақобат муҳити шаклланган туристик хизматлар бозорини янада ривожлантириш бўйича таклифлар тайёрлайди;

- ахборот-коммуникация технологияларини кенг татбиқ этиш орқали туристик хизматлар кўрсатишнинг замонавий метод ва механизмларидан фойдаланиш бўйича чора-тадбирлар кўради;

ж) туристик фаолият соҳасида, биринчи навбатда, БМТнинг Жаҳон туризм ташкилоти, туризм бўйича нуфузли халқаро ва миллий ташкилотлар, шунингдек, туризм соҳасида фаолият кўрсатаётган хорижий компаниялар билан халқаро ҳамкорликни кенгайтириш соҳасида:

- халқаро туристик ташкилотлар, чет давлатларнинг ваколатли органлари, шунингдек, туризм соҳасидаги хорижий компаниялари билан халқаро ҳамкорлик, ўзаро самарали ҳаракат қилиш механизм-

ларини ривожлантириш ва такомиллаштириш соҳасида таклифларни ишлаб чиқишда иштирок этади;

- белгиланган тартибда Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг Жаҳон туризм ташкилоти (UNWTO) ва бошқа халқаро ташкилотларда Ўзбекистон Республикасининг манфаатларини ифода этади ва туризм масалалари бўйича ўзаро ҳамкорлик қилади, туризм соҳасини тартибга солишчи универсал халқаро конвенциялар ва шартномаларда Ўзбекистон иштирокини таъминлайди;

- Бирлашган Миллатлар Ташкилоти Жаҳон туризм ташкилоти (UNWTO) ҳужжатлари қоидаларининг ижроси мониторингини ташкиллаштиради, белгиланган тартибда тегишли ахборотларни тайёрлайди уларга юборади;

- туризмни ривожлантиришга йўналтирилган чет эл донорлари ва кредит ташкилотлари маблағларининг белгиланган тартибда жалб қилиниши ва ундан фойдаланилишини ташкиллаштиради;

- ҳар йили Тошкент шаҳрида Тошкент халқаро туристик ярмаркаси ва Халқаро Ўзбек туристик кўргазмаси ўтказилишини ташкил этишни таъминлайди;

- хорижий мамлакатларда ўтказиладиган халқаро туристик ярмаркалар, кўргазмалар ва бизнес-учрашувларда мамлакатнинг туристик фаолият субъектлари иштирокини ташкил этиш бўйича тайёргарлик чора-тадбирларини мувофиқлаштиради;

- шу жумладан халқаро туризм ташкилотлари, хорижий давлатларнинг ваколатли органлари, шунингдек, хорижий компаниялар билан ўзаро ҳамкорликда халқаро туризм тадбирларини ўтказиш ва уларда иштирок этади;

3) туризм соҳаси учун кадрлар тайёрлаш бўйича таклифлар киритиш, туризм соҳаси ходимларини қайта тайёрлаш ва малакасини оширишни ташкил этиш, туризм тармоқ илм-фани ривожига қўмаклашиш соҳасида:

- манфаатдор вазирлик ва идоралар билан биргаликда туризм соҳасидаги ўрта-махсус, касб-ҳунар ва олий таълим муассасалари битирувчиларининг бандлиги бўйича тадқиқотлар олиб боради, таълим муассасаларида кадрлар ва мутахассисларнинг касбий

тайёргарлик йўналишларини такомиллаштириш бўйича таклифлар ишлаб чиқади;

- туризм, айниқса менежмент ва маркетинг соҳасида касбий тайёрлаш, гидларни тайёрлашда кўмаклашади;

- кадрларнинг мунтазам малакасини ошириш ва қайта тайёрлашни ташкил этишни таъминлайди, Қўмита, унинг ҳудудий бўлинмалари ва идоравий мансуб ташкилотларининг раҳбарлари ва мутахассисларини аттестациядан ўтказди, шу жумладан уларнинг тегишли хорижий ўқув марказлари ва таълим муассасаларида стажировкадан ўтишини таъминлайди;

- туристик илм-фанни ривожлантириш чораларини кўради, туризм соҳасида илмий-тадқиқот, экспертлик ишларини ташкиллаштиради.

Таянч иборалар: *котибият, қўмиталар, ташқи сиёсат, туризмни ривожлантириш, БМТ, UNWTO.*

Назорат учун саволлар:

1. Туризм соҳасида халқаро ҳамкорлик деганда нимани тушунаси?

2. Бутунжаҳон туристик ташкилоти (UNWTO) унинг ташкил этилиши, таркиби ва функцияси нималар билан белгиланади?

3. Жаҳондаги нодавлат, тижорат ва миллий халқаро туристик ташкилотларга қайси ташкилотлар киради?

4. Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси ва унинг таркиби нималардан иборат бўлади?

ХУЛОСА

Иқтисодиётнинг барқарор ривожланиб бориши мамлакатимизда барча турдаги хўжалик юритувчи субъектларнинг бошқарув фаолиятини такомиллаштириш ва самарадорлигини оширишни талаб этмоқда. Хусусан, туристик фаолият билан шуғулланаётган барча ташкилотлар ҳозирги шароитда ўз фаолиятда ушбу масалани ечишни муҳим йўналиш сифатида қарайдилар. Бу борада республикаимизда меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар қабул қилиниб, унда асосан мутахассисларининг касбий маҳоратини кўтариш ва малакали кадрларни халқаро андозалар даражасида тайёрлашни тақозо этади. Айниқса, ҳозирги глобаллашув даврида менежмент соҳасидаги халқаро андозаларни қўллаш ҳозирги куннинг энг долзарб масаласи бўлиб ҳисобланади.

Мазкур вазифаларнинг амалга оширилиши натижасида меҳмонхоналар фаолиятида самарали бошқарув таъминланиб, бошқарувнинг илғор усуллари қўлланилмоқда ва халқаро миқёсда меҳмонлар билан бўладиган муносабатлар ривожланмоқда. Бунинг учун меҳмонхона фаолиятини самарали бошқариш учун билим ва кўникмаларни ривожлантириш талаб этилади. Ушбу масалаларнинг ечими сифатида талабалар учун “Халқаро меҳмондўстлик менежменти” фанидан тайёрланган қўлланмада талабаларга масаланинг ечими сифатида қўйилган қуйидаги ҳар бир мавзу ва йўналишлар бўйича маълумот берилди. Жумладан, халқаро меҳмондўстлик менежменти фанини ўрганишда фаннинг предмети, усуллари ва вазифалари кенг қўлланилади. Меҳмондўстлик менежментини амалга ошириш учун меҳмондўстлик индустрияси қўлланилади ва унинг асосий тушунчаларидан фойдаланилади, фаолият соҳаси аниқланади. Меҳмондўстлик соҳасини ривожлантиришда шу соҳа мутахассисларининг роли кучайтирилади.

Меҳмондўстлик индустриясида трансмилий компаниялар муҳим ўрин тутиб, бу ўз навбатида уларнинг моҳияти, фаолияти ва шаклларида намоён бўлади. Меҳмонхона хўжалигида трансмилий компаниялар соҳани халқаро миқёсда ривожланишига замин яратади, трансмилий компаниялар миллий иқтисодиёт ва

компаниялар жойлашган мамлакатлар иқтисодиётига ҳам таъсир кўрсатади. Бироқ, бу ҳолатда глобаллашув жараёнларини ҳам эътиборга олиш лозим бўлади.

Меҳмондўстлик менежменти фаолиятида меҳмондўстликни бошқариш энг йирик унсур сифатида намоён бўлади. Меҳмондўстлик соҳаси менежмент объекти сифатида менежментдаги режалаштириш функцияларининг турли шакллари орқали тадқиқ қилинади. Ҳамда режалаштириш билан бирга менежментнинг ташкилий функциясини қўллаш орқали ташкилот тузиш эътиборга олинади. Бироқ, меҳмондўстликни бошқаришда ташқи муҳит омилларини ҳисобга олиш лозим. Меҳмондўстликни бошқаришга ташкилий тузилма зарур. Бунинг учун ташкилий тузилишнинг энг мос бўлган турлари ва асосий йўналишлари танлаб олинади.

Меҳмондўстлик индустриясида менежментнинг асосий йўналишларини амалга ошириш учун маркетингни, хизматлар сифатини, инновацияларни ва низоларни бошқариш муҳим масала бўлиб қаралади. Аммо, бугунги кунда меҳмондўстлик индустрияси замонавий тенденцияларга эга. Бу борада меҳмондўстлик индустриясига замонавий ёндашув ишлаб чиқилган, жаҳон мамлакатларида меҳмондўстлик индустрияси тенденциясининг ҳолати ўрганилмоқда. Ҳамда меҳмондўстлик индустриясининг ривожланиш йўналишларини ишлаб чиқиб, меҳмонхона занжирлари ва брендларидан фойдаланилади.

Меҳмондўстлик соҳасида менежментни амалга оширишда персоналга тегишли талаблар қўйилган ва кадрлар менежменти ривожланмоқда. Бу борада ходимларни бошқариш лозим бўлиб, уни кадрлар бошқарувидан фарқлаш лозим. Кадрлар менежменти тизимида меҳмонхона ходимларини бошқариш самарадорлиги аниқланади, ходимларни бошқариш тизимини такомиллаштириш усулларида фойдаланилади. Яъни, меҳмонхона персонали бўлими, персонални танлаш, уларни иш ўринларига қўйиш, ўргатиш амалга оширилади ва уларга қўйилган талабларга алоҳида эътибор қаратилади. Меҳмонхона индустриясида персонал меҳнатига оид қонун ҳужжатлари ишлаб чиқилган. Аввало, персонал билан меҳнат шартномасини тузиш лозим. Меҳмонхоналар персонали ходим

сифатида уни фаолиятини баҳолаш, аттестациядан ўтказиш, қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш ишлари ташкил этилади.

Меҳмондўстлик индустриясида халқаро менежментнинг илғор усулларини қўллашда интернет технологиялардан фойдаланилади. Бу ўз навбатида туризмда ахборот технологияси турларини қўллашни тақозо қилади. Бу борада компьютер тизимида бронлаштириш тизими пайдо бўлиб, унинг имкониятлари ва эволюцияси натижасида ўринларни бошқаришда қўлланилмоқда. Улар қаторига “Amadeus”, “Galileo” ва бошқа глобал дистрибьютор тизимларини киритиш мумкин. Ҳамда менежмент фаолиятида интернет технологиялари туристик сайт шаклида онлайн-бронлаштириш учун кенг қўлланилмоқда.

Халқаро меҳмондўстлик менежментини амалга ошириш учун дипломатик муносабатлар ва ташкилий маданият жуда зарур. Бунинг учун халқаро меҳмондўстлик менежментида давлатлараро дипломатик муносабатларни турли шаклларда амалга ошириш ва меҳмондўстлик соҳасида ташкилий маданиятнинг турли шакллари қўллаб, уни меҳмондўстлик менежментига жорий қилиш лозим.

Меҳмондўстлик индустриясида хизматларни бошқариш орқали менежмент амалга оширилади. Бунда меҳмондўстлик саноатининг асосий хизматлари бошқарилади. Қўшимча хизматлар ҳам ташкил қилиниб, мижозларга тақдим этилади. Натижада, мижозларга комплекс хизмат кўрсатилади.

Меҳмондўстлик соҳасида кўпгина халқаро туристик ташкилотлар фаолият юритади. Бундан асосий мақсад соҳада халқаро ҳамкорликни амалга оширишдир. Энг йирик халқаро туристик ташкилот сифатида Бутунжаҳон туристик ташкилоти (UNWTO) маълум бўлиб, у ўзининг ташкил этилиш шарт-шароити, таркиби ва функциясига эга. Ундан ташқари, жаҳонда нодавлат, тижорат ва миллий халқаро туристик ташкилотлар ҳам фаолият юритмоқда. Миллий туристик ташкилотга Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси киритилиб, у ўзининг белгиланган таркибига эга ва ушбу ташкилот бугунги кунда меҳмондўстлик муносабатларини амалга оширишда давлатнинг устувор вазифаларини амалга оширмоқда.

ГЛОССАРИЙ

Атаманинг ўзбек тилида номланиши	Атаманинг инглиз тилида номланиши	Атаманинг рус тилида номланиши	Атаманинг ўзбек тилида номланиши
Агитпоход	Agitation campaign	Агитпоход	Ҳаракатчан туризми концепцияси шаклида туристларнинг тарғибот- ташвиқот ишлари ёки муайян сабаб билан ташвиқот мақсадида ташкил этилган сафар.
Анимация	Animation	Анимация	Бўш вақт, дам олиш ва спорт билан шуғулланишни ташкиллаштириш.
Агротуризм	Agritourism	Агротуризм	Қишлоқларда сайёҳлар томонидан ташкил этилган ҳаракатчан туризми концепцияси шаклида кишиларга ёрдам бериш учун.
Аннуляция	Cancellation	Аннуляция	Туризм сафарининг бекор килиниши бўлиб, уни амалга ошириш шарти ва тартиби шартномада махсус модда ёки бўлим билан белгиланади.
Апартамен тлар	Apartments	Апартамен ты	Квартира туридаги меҳмонхона номери бўлиб, безалиш жиҳатидан замонавий квартираларга ўхшаш, шук билан биймрга овқат тайёрлаш учун махсус жойлар ҳам ажратилади.
Апарт отель	Apart hotel	Апарт отель	Апартамент хоналардан иборат меҳмонхона.
Алмашув ваучер	Exchange voucher	Обменный ваучер	Турист ва туристик ташкилот ўртасидаги муносабатларнинг барча жиҳатларини акс эттирувчи юридик ҳужжат.
Беллмэн	Bellman	Беллман	Юкни олиб келувчи ва меҳмонлар топшириқларини бажарувчи меҳмонхона ходими.
Бизнес-тур	Business tour	Бизнес-тур	Ишбилармонлар учун зарур бўлган, махсус хизмат, учрашув хонаси, котиба хизматларини талаб этувчи саёҳат тури.

Ботель	Botel	Ботель	Сувда жойлашган кичикрок меҳмонхона.
Бунгало	Bungalow	Бунгало	Кичик сайёҳлик меҳмонхонаси ва туристларни жойлаштириш учун фойдаланилувчи, кўпинча тропик ва жанубий мамлакатларда таклиф этилувчи алоҳида бино. Ёшлар сайёҳлик марказларида кенг тарқалган.
Блок-чартер	Block charter	Блок-чартер	Бир ёки бир нечта доимий рейсга қатновчи транспортнинг маълум бир қисмини ижарага олиш.
Ваучер	Voucher	Ваучер	Туризм ёки транспорти компанияси томонидан берилган сайёҳнинг маълум турдаги хизматларга (турар жой, овқат, транспорт, экскурсия хизматлари ва ҳоказо) пул тўлагани ва бу хизматдан фойдаланиши учун асос бўлган ҳужжат.
Дьюти-фри	Duty free	Дьюти-фри	Аэропортларда, самолётлар бортида, паром ва бошқа транспорт воситаларида ёки хорижликлар ташири буюрувчи баъзи жойларда (сигарет, шароб, парфюмерия ва эсдалик буюмлари) божсиз савдо тизими.
Дайвинг	Diving	Дайвинг	Акваланг билан сув тубига шўнғиш.
Европа музей ташкилотлари тармоғи	Network of European Museum Organisations (NEMO)	Сеть европейских музейных организаций	Европада музей жамоатчилиги учун вакиллик ва ахборот берувчи мустақил музей тармоғи. У ўз ичига NEMO Европа Иттифоқи музей ташкилотлари ва давлат муассасаларини ўз ичига олади.
Жаҳон туризми кун	World tourism day	Всемирный день туризма	UNWTO томонидан 1975 йил 27 сентябрда қабул қилинган халқаро байрам.
Инглиз нонуштаси	English breakfast	английский завтрак	Тўлиқ нонушта бўлиб, у одатда меса шарбати, ветчинали ковурилган тухум, қотирилган нон, сариг, мураббо ва қаҳва ёки чойдан иборат.

Туристтик фаолият	Tourist activities	Туристическая деятельность	Саёҳат ва улар билан боғлиқ хизматларни ташкил этиш борасидаги фаолият.
Туристтик ресурслар	Touristic resources	Туристические ресурсы	Тегишли ҳудуднинг табиий-иклим, соғломлаштириш, тарихий-маданий, маърифий ва ижтимоий-маиший объектлари мажмуи.
Туристтик фаолият субъектлари	The subjects of tourist activity	Субъекты туристической деятельности	Белгиланган тартибда рўйхатга олинган ва туристик хизматлар кўрсатиш билан боғлиқ фаолиятни амалга ошириш учун лицензияси бўлган корхоналар, муассасалар, ташкилотлар.
Туризм соҳаси	Tourism industry	Индустрия туризма	Туристтик фаолиятнинг туристларга хизмат кўрсатишни таъминловчи турли субъектлар (меҳмонхоналар, туристик комплекслар, кемпинглар, мотеллар, пансионатлар, умумий овқатланиш, транспорт корхоналари, маданият, спорт муассасалари ва бошқалар) мажмуи
Туристтик хизмат	Touristic services	Туристические услуги	Туристтик фаолият субъектларининг жойлаштириш, овқатлантириш, транспорт, ахборот-реклама хизматлари кўрсатиш борасидаги, шунингдек, туристларнинг эҳтиёжларини қондиришга қаратилган бошқа хизматлар.
Маркетингни бошқариш	Marketing management	Управление маркетингом	Корхона мақсадларига эришиши учун аҳамиятли харидорлар билан фойдали айирбошлашни ўрнатиш, мустақамлаш ва қўллаб-қувватлаш юзасидан қилинган таҳлил, режалаштириш, тадбиқ қилиш ва тадбирлар бажарилишини назорат қилиш ҳаракатлари. Маркетингни бошқариш жараёни – қуйидагилардан таркиб топган бўлади: 1) бозордаги имкониятларни таҳлил қилиш; 2) мақсадли бозорни танлаб олиш; 3) маркетинг усулини ишлаб чиқиш; 4) маркетинг тадбирларини ҳаётга тадбиқ этиш.

Хона алмаштириш	Room change	Изменение номера	Мижоз меҳмонхонада яшаш жараёнида номерни ўзгартирган.
Халқаро туризм	International I tourism	Международный туризм	Халқаро туризм миллий чегараларни кесиб ўтадиган туризм. Глобаллашув туризмни оммабоп глобалъ бўш вақт фаолиятига айлантирди.
Меҳмонхонада яшашни давом этириш	Stay over	Пребывание	Меҳмонхонада яшаш муддатини узайтирган меҳмон.
Халқаро музейлар кенгаши	International Council of Museums	Между- народный совет музеев	Халқаро музейлар кенгаши (ИКОМ) – музейлар ва музей мутахассисларининг нодавлат ташкilotи, расмий равишда ЮНЕСКОга бўйсунади. ЮНЕСКО ўз фаолиятини мавжуд ва келажакдаги, табиий ва номоддий табиий ва мерос тўплари жамиятини сақлаб қолиш, тўлдириш ва боғлашга йўналтиради.
Халқаро музейлар қўмитаси	International Council of Museums (ICOM)	Международный совет музеев (ИКОМ)	Халқаро музейлар қўмитаси - ИКОМнинг автоном тузилмалар бўлинмаси. Музейшунослик соҳасида назарий тадқиқотларни мувофиқлаштиради.
Харвей уйи	Harvey House	Харви Хаус	“Харвей уйи” - қисқа муддатда яшаш ва овқатланиш учун йўл бўйидаги хизмат муассасаси. XIX асрда Америка Қўшма Штатлардаги темир йўлларнинг линиялари бўйича юзага келган.
Хона хизмати	Room service	Обслужива ние номеров	Меҳмонхонада озиқ-овқат, ичимликлар, газета ва журналларни хонага етказиб бериш хизмати мавжудлиги.
Хизмат	Service	Оказание услуг	Хизмат харидор эҳтиёжларини кондириш учун етказиб берувчи ва буюртмачининг ўзаро таъсири ва етказиб берувчининг ички фаолияти натижасидир. Ҳар қандай хизматларни яратиш ва амалга оширишдаги бизнеснинг бир тури.

Хостел	Hostel	Хостел	Минимал хизмат билан ялаш учун энг қулай жой. Одатда, ёшлар ва мавсумий туризм учун мўлжалланган.
Хотел гарни	Wanted garni	Огелъ гарни	Ресторансиз меҳмонхона.
Чартер рейслар	Charter flights	Чартерные рейсы	Фақат битта ташкилотга тегишли бўлган махсус гуруҳ ёки уларнинг бирортаси томонидан ташкил этилган парвозлар. Чартер рейслар мунтазам қатновларга нисбатан анча арзон бўлади. Ушбу рейслар мунтазам қатновларда ишлайдиган қўшимча самолётлар билан амалга оширилиши мумкин.
Чиқиш вақти	Check out	Выселение	Меҳмон хонани бўшатиш ёки муайян куннинг қолиш учун тўлаши керак бўлган вақт.

ҲОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎҲАТИ

1. “Туризм тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикасининг Қонуни. Ўзбекистоннинг янги қонунлари. Тошкент ш., 2019 йил 18 июль, ЎРҚ-549-сон

2. “Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси фаолиятини ташкил этиш тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг Қарори. 2016 йил 2 декабрь, ПҚ-2666-сон.

3. Ш. М.Мирзиёев. Танкидий таҳлил, катъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик – ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қондаси бўлиши керак. Ташкент : Ўзбекистон, 2017 й.,104 б.

4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида” ги №ПФ-4947 сонли Фармони. //Халқ сўзи. 2017 йил 8 феврал.

5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишлари бўйича Ҳаракатлар стратегиясини келгусида амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисида” ги 2017 йил 15 августдаги №3-5024 сонли Қарори.

6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикаси туризм салоҳиятини ривожлантириш учун қулай шароитлар яратиш бўйича қўшимча ташкилий чора-тадбирлар тўғрисида»ги 2018 йил 3 февралдаги ПФ-5326-сон Фармони

7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Кириш туризмни ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида” ги 2018 йил 6 февралдаги ПҚ-3509-сонли Қарори.

8. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 5 январдаги “Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-5611-сонли Фармони.

9. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 5 январдаги “Туризм тармоғини жадал ривожлантиришга оид чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-4095-сонли Қарори.

10. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг Олий Мажлис Қонунчилик палатаси биринчи йиғилишидаги нутқи. // Халқ сўзи газетаси. 2020 йил 21 январь, № 15 (7517)

11. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг Олий Мажлис Сенатининг биринчи мажлисидаги нутқи. // Халқ сўзи газетаси. 2020 йил 22 январь, №16 (7518)

12. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг Олий Мажлис Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги нутқи. // Халқ сўзи газетаси. 2020 йил 23 январь, №17 (7519)

13. 2020 йил – “Илм, маърифат ва рақамли иқтисодиётни ривожлантириш йили” Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг 2020 йил 24 январдаги Олий Мажлисга Мурожаатномаси // Куч-адолатда. Ўзбекистон Республикаси Олий судининг ҳуқуқий газетаси. 2020 йил 25 январь. №3-4 (777)

14. Абидова Д.И., Сафаева С.Р. Ресторан сервисини ташкил этиш. – Т., 2019.

15. Абдурахмонов К.Х. Мехнат иқтисодиёти. Дарслик. - Т.: Мехнат. 2004.

16. Алиева М.Т. Мехмонхона хўжалиги менежменти. Маърузалар матни. – Т.: ТДИУ, 2011.

17. Amriddinova R.S. Mehmonxona servis xizmati. Ma'ruzalar kursi. – S.: Samisi, 2009.

18. “Бухорода туристик эркин иқтисодий ҳудудни яратиш имкониятлари ва ривожланиш истикболлари” мавзусидаги илмий-амалий конференция материаллари. – Бухоро, 2017 йил.

19. Kuming M.V. The Theory and Praktike of Personel management. Sixth edition, Heinemann, 2000.

20. Mamatqulov X.M. Turizm infratuzilmasi. Ma'ruzalar kursi. – SamISI, 2009.

21. Pikkvorth James R.A. Profile of the Hotel Personnel Manager. The Kornell HRA Quarterly. 1981. Vol. 22, №1.

22. Tuxliyev I.S., Pardayev M.Q. Turizmда xizmat ko'rsatishni rivojlantirish - aholi bandligini oshirish manbai. - T., 2008.

23. Тухлиев И.С. Туризмда геоахборот тизими. Маърузалар курси. – Самарқанд: СамИСИ, 2017.

24. Тўхлиев И.С., Кудратов Ғ.Х., Пардаев М.Қ. Туризмни режалаштириш. дарслик. – Т.: Иқтисодиёт-молия, 2010.

25. Тимошенко З.И., Мунин Г.Б., Дышлевой В.П. Маркетинг гостинично-ресторанного бизнеса. – М., 2017.

26. Михайлин, А. А. Технология создания веб-сайта туристского предприятия (на примере ООО «КонТур», г. Владивосток) / А. А. Михайлин. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 24 (158). — С. 34-40. — URL: <https://moluch.ru/archive/158/44512/> (дата обращения: 05.12.2020).

27. Челнокова Е.А. Менеджмент индустрии гостеприимства. Учебно-методическое пособие Н.Новгород: НГПУ им. Минина, 2013.

28. Шилина О.А. Менеджмент в туристской индустрии. – Рязань, 2017.

29. Очилова Х.Ф., Рассохина Т.В., Жираткова Ж.В. Основы экскурсионной деятельности. Изд-во. ЮРАЙТ. Учебник и практикум / Москва, 2020. Сер. 68. Профессиональное образование (1-е изд.) <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41565670>

30. Collins G. R., Cobanoglu C., Bilgihan A. Hospitality Information Technology: Learning How to Use It. Kendall. Hunt Publishing Company. USA, 2013. – 405 p.

31. Умирова Д.С. Мехмонхона хўжалигини бошқариш. Ўқув қўлланма. Т.: ТДИУ, 2019.-249 б.

32. Абдувохидов А.М., Зайналов Н.Р., Умирова Д.С. Туризмда ахборот технологиялари. Дарслик. – Т.: ТДИУ, -2019.-705 бет.

33. Абидова Д. И. Мехмонхона хўжалигини ривожлантиришнинг халқаро тажрибаси. Ўқув қўлланма. Т.: ТДИУ, 2019.-312 б.

34. Тухлиев И.С., Ҳайитбоев Р., Сафаров Б.Ш., Турсунова Г.Р. Туризм асослари. Дарслик. – Т., 2014. – 388 б.

35. Камилова Ф.Қ., Ҳамидов О.Х., Камитов З.К. Мехмонхона ва ресторан хўжалиги маркетинги. Дарслик. ТДИУ, 2011. –143 б.

36. Ўзбек тилининг изоҳли лугати: 80000 дан ортиқ сўз ва сўз бирикмаси. Ж. 1-5. / Таҳрир ҳайъати: Т.Мирзаев (раҳбар) ва бошқ.;

ЎзР ФА Тил ва адабиёт ин-ти. –Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” Давлат илмий нашриёти, 2006.

37. Лотфуллин Р. Визуализация географических данных с помощью надстройки GeoFlow/ <http://exceltip.ru/>

38. SAFAEVA, Sayyora Rikhsibaевна et al. Organizational and Economic Aspects of the Development of the International Tourism and Hospitality Industry. Journal of Environmental Management and Tourism, [S.l.], v. 11, n. 4, p. 913-919, june 2020. ISSN 2068-7729. doi: [https://doi.org/10.14505/jemt.11.4\(44\).15](https://doi.org/10.14505/jemt.11.4(44).15).

39. Safaeva, S.R. (2019). Improving the organizational, economic and institutional mechanisms of managing the sphere of tourism in Uzbekistan. ISJ Theoretical & Applied Science, 03 (71): 545-552.

40. Safaeva, S.R., Ishankhodjaeva, D.A., Juraeva N.A. and other. 2019. Economic and Legal Aspects of Tourism Regulation in the New Economy: International Practice. Journal of Environmental Management and Tourism, 2(34): 460 - 465.

41. Библиотека туристической и экономической литературы/ <http://tourlib.net/lib.htm/>

42. Мобильный банкинг CLICK / <http://click.uz/>

43. Халқаро туристик ташкилотнинг кутибхонаси / <http://www.e-unwto.org/>

44. www.webofscience.com - Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi

45. www.scopus.com – Xalqaro ilmiy maqolalar platformalari

46. www.stat.uz – O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi sayti.

47. <https://uzbektourism.uz/>- Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси сайти.

48. www.cer.uz– Iqtisodiy tadqiqotlar markazi sayti.

49. Иқтисодий ва инновацион технологиялар. Илмий-электрон журнал. www.iqtisodiyot.uz

50. International Journal of Business Forecasting and Marketing Intelligence. www.inderscience.com

51. Journal of International Marketing. www.ama.org

ШОДИЕВ РУСТАМ ҲАМИДОВИЧ

УМИРОВА ДИЛНОЗА САФАРОВНА

ХУДАЙБЕРГАНОВ ДИЛШОД ТУХТАБАЕВИЧ

ХАЛҚАРО МЕҲМОНДЎСТЛИК МЕНЕЖМЕНТИ

Ўқув қўланма

«IQTISODIYOT» – 2020

*Масъул муҳаррир:
Ахмедов Д.К.*

*Мусахҳиҳ:
Матхўжаев А.О.*

Лицензия АИ № 240 04.07.2017 й. Босишга рухсат этилди 15.12.2020.
Қоғоз бичими 60x84 1/16. “Times” гарнитураси. Оффсет босма.
Шартли босма табағи 14,2. Адади 10 нусха. Буюртма №246.
Баҳоси келишилган нархда.

“IQTISODIYOT” нашриёти ДУКнинг матбаа бўлимида чоп этилди.
100066. Тошкент шаҳри, Ислон Каримов кўчаси, 49-уй.

65.43-21973

