



BUXORO VILOYATIDA MEHMONXONA XIZMATLARI BOZORIDAGI RAQOBAT MUHITI

Davronov I.O.

Buxoro davlat universiteti

Annotatsiya. *Ushbu tadqiqot ishinining asosiy maqsadi Buxoro viloyati mehmonxonalari xizmat bozorida raqobat muhitini tahlil qilish, muammolarini ko'rib chiqish va o'rganish hisoblanadi. Mavzuning dolzarbligi shundan iboratki, hozirgi vaqtda raqobatbardosh mehmonxona bozorida mijoz va uning ehtiyojlariga yo'naltirilgan mehmonxonalar kelajakda barqaror rivojlanadigan mehmonxonalar qatoriga kiradi. Undan tashqari shuni inobatga olish joizki, mehmonxona xizmatlari sifatiga ta'sir etuvchi omillarga e'tibor qaratish mehmonxona xizmatlarini ishlab chiqarish samaradorligini va xizmat ko'rsatish darajasini oshirishda katta rol o'ynaydi. Mehmonxona rahbariyati oldida doimo xizmat sifatini doimiy ravishda takomillashtirish va boshqarish, uni kengaytirish, texnologiyalarni joriy etishga e'tibor qaratish zarurligi, muammolar sodir bo'lganda esa darhol bartaraf etish vazifasi turadi.*

Kalit so'zlar: *sifat, mehmonxona xizmatlari, sifat kategoriyasi, mehmonxona turlari, mijozlar ehtiyoji, sifat madaniyati, raqobatbardoshlik.*

Аннотация. *Основной целью данной исследовательской работы является анализ конкурентной среды на рынке услуг гостиниц Бухарской области, рассмотрение и изучение ее проблем. Актуальность темы заключается в том, что отели, которые в настоящее время ориентированы на клиента и его потребности, входят в число отелей, которые будут устойчиво развиваться в будущем. Кроме того, следует учитывать, что уделение внимания факторам, влияющим на качество гостиничных услуг, играет большую роль в повышении эффективности производства гостиничных услуг и уровня обслуживания. Перед руководством отеля всегда стоит задача постоянно улучшать и управлять качеством обслуживания, расширяя его, уделяя внимание внедрению технологий, и оперативно решать возникающие проблемы.*

Ключевые слова: *качество, гостиничные услуги, категория качества, типы гостиниц, потребности клиентов, культура качества, конкурентоспособность.*

Abstract. *The main purpose of this research work is to analyze the competitive environment in the service market of hotels of Bukhara region, consider and study its problems. The relevance of the topic is that hotels that are currently focused on the client and his needs are among the hotels that will develop sustainably in the future. In addition, it should be taken into account that paying attention to the factors affecting the quality of hotel services plays a major role in increasing the efficiency of production of hotel services and the level of service. The management of the hotel is always faced with the task of constantly improving and managing the quality of service, expanding it, paying attention to the introduction of technologies, and solving problems immediately.*

Key words: *quality, hotel services, quality category, hotel types, customer needs, quality culture, competitiveness.*

1. Kirish.

So'nggi yillarda mehmondo'stlik industriyasi sezilarli o'zgarishlarga duch keldi. Turizm biznesining uzluksiz rivojlanishi bu sohada raqobatning kuchayishiga, raqobatning kuchayishi esa, o'z navbatida, mehmondo'stlik sifatiga qo'yiladigan talablarning oshishiga olib keldi.

2021-yil davomida O'zbekistonga tashrif buyurgan xorijiy sayyohlar soni 1 881 345 nafarga yetib, turistik xizmatlar eksporti 422,1 mln. AQSH dollarini tashkil etdi. Pandemiya dan so'ng ichki turizmni tiklash va aholining tizimli sayohatlarini tashkil etishga alohida e'tibor qaratildi. Statistik ma'lumotlarga muvofiq, 2021-yilda hudud, ya'ni viloyatlar, Toshkent shahri, Qoraqalpog'iston Respublikasidan tashqariga chiqqan aholining safarlari soni qariyb 6 mln. ga (5 813,9 ming) yetdi.

Hududlarda 133 ta yangi mehmonxona (xonalar soni 3 384 ta) va 210 ta hostel (xonalar soni 1 946 ta) faoliyati yo'lga qo'yilib, jami joylashtirish vositalari soni 1 442 ta, ulardagi o'rinlar soni esa 71 247 taga yetkazildi.

Turistik obyektlarda internet tarmog'iga ulanish uchun joriy yilda 702 ta Wi-Fi nuqtalari tashkil etilib, ularning soni respublika bo'yicha 3450 taga yetkazildi.

Shuningdek, yil boshida turizm infratuzilmasini yaxshilash, xususan, yo'lovchi sayyohlarning ko'zlangan manzil bo'ylab to'g'ri harakatlanishini ta'minlash bo'yicha jami 1 747 ta, shundan 2021-yil davomida 437 ta turistik yo'l ko'rsatkichlari o'rnatildi.

1 096 ta oilaviy mehmon uy (xonalar soni 3 952 ta) lari tashkil qilinib, ularning umumiy soni 2 458 ta, o'rinlar soni 21 018 taga yetdi¹.

Biryoqlama iqtisodiyot barqaror bo'lmaydi. Shu bois mamlakatimizda iqtisodiyotni tarkibiy isloh qilib, keng ko'lamda rivojlantirish choralari ko'rilmog'da. Xususan, turizm drayver sohalardan biri sifatida belgilanib, zarur sharoitlar yaratilmog'da.

Masalan, sayyohlarga viza berish yengillashtirildi. Aeroportlarda navbatlar va tekshirishlarga barham berildi, yashil yo'laklar qilindi. Valyuta ayirboshlash bema'lol bo'ldi. Turizm korxonalarini uchun ijtimoiy soliq va aylanma soliq stavkalari 1 foiz etib belgilandi, yer solig'i va mol-mulk soliq stavkalari 90 foizga kamaytirildi. Mehmon o'rinlari soni 2017 yilga nisbatan 3 barobar ko'payib, 125-mingtaga yetdi. Mehmonlar elektron ro'yxatdan o'tkaziladigan bo'ldi.

2022-yilda turizm pandemiya dan keyin qayta tiklandi. Sentyabrgacha yurtimizga kelgan xorijiy turistlar soni 2021 yilga nisbatan 3 baravarga ko'paydi. Yil boshidan buyon turizm eksporti hajmi 926 million dollar bo'ldi. Yurtimizga kelgan mehmonlarning sayohati o'rtacha 4-5 kungacha, sarflagan mablag'i 305 dollargacha ko'paydi.

Ichki sayyohlar soni ham 2021-yilga nisbatan 3,5 baravarga o'sib, 7,5 million nafarni tashkil qildi.

Prezidentimiz bu sohaga alohida e'tibor qaratib, sharoit yaratayotgani bejiz emas. Chunki turizmda topilgan daromadning 30 foizi odamlarning qo'lga ish haqi bo'lib boradi. Boshqa tarmoqlarda bu 10 foizdan oshmaydi. Turizm sohasida yaratilgan bitta ish o'rni turdosh tarmoqlarda qo'shimcha ikkita ish o'rni paydo bo'lishiga turtki beradi. Ya'ni, turizm ham aholi bandligini ta'minlash, daromadini ko'paytirish, ham xizmatlar eksportini oshirishda juda katta manba. Umuman, kelgusi yilda 7 million xorijiy va 12 million mahalliy turistlarni jalb qilish, turizm eksportini 2 milliard dollarga yetkazish imkoniyati borligi ta'kidlandi².

Bugungi kunda har qanday mehmonxona mijozlari o'zlari uchun yuqori darajadagi xizmat ko'rsatishni kutishadi, mehmonxonalarni tanlashda esa asosan avvalgi

¹ <https://uzbektourism.uz/news/view?id=2263> - Turizm va madaniy meros vazirligining hisobot matbuot anjumani

² <https://checkoffice.ru/blog/amp/1357/> - so'rovnomalarga asoslangan mobil audit platformasi

mehmonlarning qoldirgan fikrlari (review) asosida tanlashadi. Shuning uchun ko'pgina mehmonxona rahbariyati oldida yuqori standartni ya'ni sifatli xizmat ko'rsatishni ta'minlash vazifasi oldingi o'rinda turadi. Shuningdek, xizmat ko'rsatish sifatini oshirish bo'yicha uzluksiz ishlarni olib borish, kamchiliklarni o'z vaqtida aniqlash va ularni bartaraf etish, xizmat ko'rsatish sifati darajasini oshirish strategiyasini ishlab chiqish va unga puxta amal qilish kelajakda potensial mijozlarning oshishiga olib keladi.

Nazariy tadqiqotlar va amaliyot shuni ko'rsatadiki, xizmat ko'rsatish sifati ko'p jihatdan mijozning tanlangan mehmonxonaga qayta tashrif buyurishi yoki kelmasligi orqali aniqlanadi. Agar birinchi tashrif muvaffaqiyatli reklama (boy interyer, mazali menyu va boshqalar) natijasi bo'lgan bo'lsa, unda mijozlarning sodiqligi va keyingi tashriflar tanlovi boshqa kriteriyalarga ham bog'liq bo'ladi. Mijozlarning xizmatlar sifatidan qoniqishi to'g'ridan-to'g'ri xodimlarning qanchalik mehmondo'st va xushmuomala bo'lganiga, xona qulay va shinamligiga, tozalash va jihozlar haqida shikoyatlar bo'lgan-bo'lmaganiga va hokazolarga bog'liq. Boshqacha qilib aytganda, mehmon kutgan sifat mehmonning umidlarini qay darajada oqladi.

2. Adabiyotlar sharhi.

Xizmat ko'rsatish sifati tushunchasi dastlab sifat ko'rsatkichlarining mukammal ko'rsatkichlariga mos kelishi sifatida ko'rib chiqilgan. Ushbu yondashuv bunday ko'rsatkichlar ahamiyatining haqiqiy darajasini va ularning maqsadli maksimal ahamiyatini o'lchashga asoslangan sifatni baholash usullarini aniqlab berardi. Shunday qilib, sifat tushunchasi har doim sifat standartlari tushunchasi, shuningdek, faoliyatning operasion standartlari bilan chambarchas bog'liq bo'lgan. Mehmonxona sohasida sifat ko'rsatkichlari bahosi tarixan, baholanayotgan ko'rsatkichlar qanchalik mehmonxona yoki mehmonxona tarmog'ining operasion standartlarida ko'rsatilgan maksimal ahamiyatni qanchalik to'g'ri aks ettirishi asosida o'lchangan.

Y.N.Garanina (2015) keltirishicha, mehmonxona sanoatida raqobat vositasi sifatida sifat tushunchasi asta-sekin rivojlanib bordi. Iste'molchining tanlovi va uning mehmonxona korxonasi xizmatlari sifatini baholashi ko'p jihatdan tarixning har bir lahzasida jamiyatning texnik, texnologik, madaniy va iqtisodiy rivojlanishiga asoslanar edi.

M.Morozov va T.Lvovlarning (2008) keltirishicha, xizmat sifatining milliy uch omilli modelida sifatni baholashga korporativ sifat omili – ma'lum bir mehmonxonaning imiji va ishbilarmonlik obro'si ta'sir ko'rsatgan, shuning uchun standartlarni ta'minlash, ayniqsa mehmonxona tarmoqlarining bozordagi ustunligini ta'minladi. Mehmonxonalarning hozirgi ish sharoitida, uch omilli modelda korporativ sifat omili nafaqat oldingi tajriba, brend imiji, balki, birinchi navbatda, amalda iste'molchilar bahosi tufayli mijozning tanloviga muhim ta'sir qiladi.

Mehmonxona xizmati sifati - bu mijozlarning dam olishlari, sayohatlari va turistik iste'molining boshqa tarkibiy qismlarida nazarda tutilgan yoki kutilayotgan ehtiyojlarini qondirish uchun mehmonxona xizmatlari xususiyatlari, xizmat ko'rsatish jarayonlari va shartlari to'plami. So'nggi yillarda ko'plab mehmonxona korxonalari mehmonlarga xizmat ko'rsatish tizimini takomillashtirish va xizmatlar sifatini oshirishni o'z farovonligining kaliti deb bilishadi. Xizmat sifati muammolari birinchi o'ringa chiqadi va mehmonxona sanoati kelajakka umidlarini ularning yechimiga bog'laydi. Mehmonxona biznesida muvaffaqiyatga erishish mumkin, agar mehmonxona boshqaruvining asosiy maqsadi xizmat ko'rsatish sifatining eng yuqori darajasiga erishish bo'lsa va mehmonxona boshqaruvining o'zi sifat menejmentiga aylantirilsa. A.Kotlyarovich (2021) sifatli mehmonxona xizmatlarini ko'rsatishda yuzaga keladigan muammolar tabiiy sabablarga ko'ra turli mehmonxonalarni doimiy ravishda tashvishga solayotganini ta'kidlaydi.

Xizmat ko'rsatish bozorining ochiqlik darajasini oshirish va mehmondo'stlik sanoati korxonalarini o'rtasidagi raqobatning kuchayishi ular oldiga xizmatlar sifatini va mijozlar uchun jozibadorligini doimiy ravishda oshirish vazifasini qo'yadi. Iste'mol va iste'molchini o'zgartirish omili, uning murakkabligining o'sishi sifatni oshirish masalalarini birinchi o'ringa qo'yadi. Sifat deganda, iste'molchida qoniqish hissini yoki kamchiliklarning yo'qligini keltirib chiqaradigan, mijozdan qoniqish holatini oshiradigan xizmatning xususiyatlari va xarakterli xususiyatlari tushuniladi. Demak, sifat, eng avvalo, mijozning xizmatdan qoniqish hissi, sifatli xizmat esa mehmonning ehtiyojlarini qondiradigan xizmatdir. A.Donets (2013) fikricha, sifat darajasi, o'z navbatida, mehmondo'stlik korxonalarida mijozning haqiqiy va kerakli xizmat haqidagi g'oyalari mos kelishi darajasiga bog'liq.

Oxirgi yillarda kuchli raqobat sharoitida, birinchi navbatda, iste'molchilarning ehtiyojlarini qondirishga intiladigan mehmonxona korxonalarini g'olib chiqadi. Muvaffaqiyatli faoliyat olib bormoqchi bo'lgan mehmonxonalar avvalo, o'zlarining iqtisodiy manfaatlarini ko'zlab, ijtimoiy ehtiyojlarni ta'minlaydi va mijozlarning istaklarini qondiradi. Ushbu maqsadlarga erishish uchun mehmonxona biznesi yangi texnologiyalarni joriy qilmoqda, xodimlarni boshqarishning yangi usullari va yangi xizmatlar paketlarini ishlab chiqmoqda. Amaliy tajriba shuni ko'rsatadiki, mehmonlarga xizmat ko'rsatishda bu muhim nazorat elementidir. E.Pogoreleva va A.Sergeyev (2017) fikricha, "xizmat ko'rsatish sifati" tushunchasi - bu turli xil xususiyatlar bilan tavsiflangan mehmonxona xizmatlarining butun majmuasi: mehmonxona xonalarining sifati, restoranda ko'rsatiladigan xizmatlar, ijaraga taklif qilinadigan texnik jihozlar; xodimlar bilan bevosita o'zaro aloqada xizmat ko'rsatish sifati; xushmuomalalik, do'stona munosabat, xodimlarning mehmonlarga nisbatan sezgirligi.

Mehmonxonada xizmat ko'rsatish sifatini oshirish va uni doimiy ravishda yuqori darajada ushlab turish qiyin va qimmatli vazifadir. Ammo bu yo'nalishda barcha zarur chora-tadbirlarni amalga oshirish o'z samarasini beradi, to'g'ro va aniq yondashuv orqali mehmonxonaning rentabelligini oshiradi. Zero, mijoz xizmatdan to'liq mamnun bo'lib mehmonxonani tark etsa, kelajakda nafaqat uning o'zi, balki ushbu mehmonxonani tavsiya qiladigan do'stlari, hamkasblari, yaqinlari ham doimiy daromad manbaiga aylanishi mumkin.

Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, yangi mijozni qo'lga kiritish eski mijozni saqlab qolishdan ko'ra besh baravar qimmatga tushadi. Va bu farq, birinchi navbatda, marketing tadbirlari kompleksining narxini o'z ichiga oladi. Bu xizmatni yaxshilash muhim dalillardan biridir. Mehmonxonada mijozlarga xizmat ko'rsatishni yaxshilash uchun qo'shimcha xizmatlarni joriy qilish kerak bo'lishi mumkin (V.A.Nazarkina, B.I. Shteyngols,, 2014).

3. Tadqiqot metodologiyasi.

Tadqiqot jarayonida xizmatlar sifatini yaxshilash va rivojlantirishga oid xalqaro hamda milliy tajribalar bo'yicha ilmiy tadqiqotlar o'rganildi. Maqolani shakllantirish jarayonida kuzatish va tanlab olish, ilmiy-nazariy, empirik kuzatuv usullardan foydalanilgan. Tadqiqot natijalarining ishonchligi tadqiqotda qo'llanilgan xorijiy va milliy statistik rasmiy manbalardan foydalanilgani bilan izohlanadi.

4. Tahlil va natijalar.

Mehmonxona uchun raqobatbardosh bozorda qanday qolishni bilish juda muhimdir. Buning uchun esa mehmonxonalarda xizmat ko'rsatish sifati yuqori bo'lishi va mijozlarning barcha ehtiyojlarini qondirishi zarur.

1-jadval.

Buxoro mehmonxonalarida xizmatlar sifati tahlili (10 ballik shkala bo'yicha)³

<u>Hotel name</u>	Buxoro Malikasi	Hotel Volida Boutique	Boutique Hotel Minzifa	Lyabi House Hotel	Komil Bukhara Boutique Hotel
<u>Service categories</u>					
Staff	9.5	9.6	9.7	9.3	9.7
Facilities	8.9	9.3	9.4	8.9	9.4
Cleanliness	9.2	9.4	9.5	9.1	9.4
Comfort	9.1	9.4	9.4	9.7	9.4
Value for money	8.9	9.2	9.4	8.9	9.3
Location	9.9	9.7	9.8	9.9	9.8
Free Wi-Fi	9.1	8.9	8.9	8.3	8.9
Overall:	9	9.3	9.4	9	9.5

Afsuski, bugungi kunda O'zbekistonda mehmonxona xizmatlari uchun qat'iy va aniq standartlar yo'q. Bu omil butun O'zbekiston mehmondo'stlik tizimini yirik xalqaro mehmonxona zanjirlari tizimidan ajratib turadi. G'arb mehmonxonalarining muvaffaqiyati asosan G'arbda mavjud bo'lgan yuqori standartlar bilan belgilanadi.

Booking.com, Expedia.com va TripAdvisor, shuningdek mehmonxonalarini bron qilishga ixtisoslashgan boshqa web-saytlardagi sayyohlarning sharhlarini solishtirish va hisoblash natijasida turist uchun mehmonxona xizmatlari sifatining eng muhim mezonlari quyidagilar ekanligi aniqlandi:

- mehmonxonada xodimlarning yetarlicha ekanligi;
- mehmonxona xizmatlari bozorida mehmonxonaning ishonchliligi va obro'si;
- mehmonxona xodimlarining sezgirligi;
- mijozlarning ehtiyojlarini tushunish;
- mijoz uchun zarur bo'lgan ma'lumotlarga ega bo'lish;
- xavfsizlik va boshqa sifat ko'rsatkichlari.

Mehmonxona xizmatlar sifatining raqobatbardoshligini baholash bo'yicha biz quyida xalqaro tajribani o'rganib chiqqan holda, mehmonxona xizmatlari sifatini baholashning ekspert tizimi taklif etganmiz.

2-jadval xizmatlarning raqobatbardoshligi uchun tanlangan mezonlarni aks ettiradi. Ularning bahosi ekspertlar tomonidan ushbu mezon bo'yicha (mijozlarning qoniqishiga qarab) qo'yilgan ballning ko'paytmasi va yig'indisi bir yoki 100% ga teng bo'lgan mezonlarning umumiy hajmidagi har bir mezonning ahamiyati (muhimlik koeffitsienti) bilan belgilanadi. Baholash qulayligi uchun har bir mezon turli baholash variantlariga ega (ballar shkalasi 0 dan 10 ballgacha) va ahamiyatlilik koeffitsienti 0 dan 1 gacha aniqlanadi.

Shunday qilib, turist uchun eng muhim mezonlar quyidagilardir: xodimlarning sezgirligi, uning mavjudligi, o'z vaqtidaligi, obro'si, xavfsizligi va mehmonxona xizmatlarining aniqligi Mehmonxonada ishning asosiy qoidasi xodimlarning professional ishi, yuqori sifatli xizmat ko'rsatish va mehmonxona mijozlariga e'tibor va mijozlarning barcha ehtiyojlarini qondirish istagi bo'lganda mehmonxonada muvaffaqiyatga erishiladi. Xizmatlarning yuqori sifati mehmonxona muvaffaqiyatli faoliyatining asosiy ko'rsatkichidir. Hozirgi vaqtda sayyohlar har bir narsaga, xizmat ko'rsatishdagi har bir mayda-chuyda narsaga juda talabchan va e'tiborli bo'lib, ular doimo mehmonxonadan

³ Muallif izlanishlaridan booking.com web sahifasidan olingan

ularga barcha asosiy xizmatlar – qulay turar joy, sifatli ovqatlanish, xavfsizlik, xodimlarning xushmuomalaligi va e'tibori bilan ta'minlanishini istaydi⁴.

2-jadval.

Mehmonxonalarda xizmatlari raqobatbardoshligi mezonlari

Mehmonxona xizmatlarining raqobatbardoshligi mezonlari	Turist uchun ko'rsatkichning ahamiyatlilik koeffitsienti (0-1)	Ko'rsatkich qiymati variantlari	Ball (1-10)
Mehmonxona xodimlarining hozirjavobligi	0,16	Qisman	7
		To'liq	9
Mehmonxona xizmatlarining aniqligi	0,12	Ajoyib	9
		O'rtacha	5
		Yomon	3
Ishonchlilik, mehmonxonaning obro'si	0,12	Ishonchli	8
		Shubhali	4
		Yomon	0
Aloqa	0,04	Ha	8
		Yo'q	2
Mehmonxona xizmatlarini o'z vaqtida taqdim etish	0,11	O'z vaqtida	8
		Kechikish bilan	5
Javobgarlik (mijozlarning barcha istaklarini qondirish va yordam berish istagi)	0,12	Doimiy	9
		Vaqti-vaqti bilan	4
		Yordam bermaslik	0
Mehmonxona xizmatlarini taqdim etish tezligi	0,06	Tez	9
		O'rta	7
		Past	3
Xavfsizlik	0,17	Xavfsiz his qilish	9
		Ogohlik hissi	3
		Xavf hissi	0
Xodimlarning xushmuomalaligi va munosabati	0,06	Muloyim	8
		O'rta	7
		Chidab bo'lmas	0
Kompaniya xodimlarining o'z mijozlariga individual yondashuvining namoyon bo'lishi	0,02	Namoyon qilinadi	8
		Kamdan-kam hollarda	4
		Ko'rsatmaydi	0
Mijozlarni tushunish	0,04	O'z mijozlarining ehtiyojlariga e'tibor qaratish	8
		Tanlab mijozlarning ehtiyojlariga e'tibor qaratish	6
		O'z mijozlarining ehtiyojlariga e'tibor qaratilmaslik	2

⁴ E.Pogoreleva va A.Sergeyev (2017)

Mehmonxonalarda xizmat ko'rsatish sifatiga ta'sir qiluvchi omillar.

Mehmondo'stlikni mezon sifatida miqdoriy jihatdan o'lchab bo'lmaydi, ammo mehmonlarning qoniqishini sifatli baholash mumkin. U quyidagi omillardan iborat:

- mehmonxonaning moddiy-texnik bazasining holati - bu omil jihozlar, joylashuv va yorug'lik bilan bog'liq bo'lgan barcha narsalarni o'zida mujassamlashtiradi: xonalarning joylashuvi va interyeri, xonalarda zarur maishiy texnika mavjudligi, mebellarning qulayligi, sifati, va boshqalar.,

- xizmat haqida umumiy taassurot - xonalarni tozalash chastotasi va sifati, ro'yxatdan o'tish va ro'yxatdan chiqarish qulayligi, to'lov usullari va boshqalar,

- xodimlarning professionalligi va malakasi - xizmat ko'rsatish tezligi, xushmuomalalik, yordam berishga tayyorlik, muloqot qilish madaniyati darajasi.

Zamonaviy mehmonxona korxonalarida eng muhim omil bu xizmat sifatini boshqarish bo'lib, u sifat standartlarini ishlab chiqish va joriy etish, xodimlarni o'qitish, mehmonxonaning barcha nuanslarida xizmat ko'rsatishni nazorat qilish, sozlash va yaxshilashni o'z ichiga oladi.

Salbiy omillar. Har qanday omil mijozning qoniqish darajasiga ijobiy ta'siri bilan birga, ijobiy taassurot yaratishga to'sqinlik qiladigan salbiy omillarni ham unutmaslik kerak. Ushbu omillardan biri butun mehmonxona biznesini boshqarishga xos bo'lgan konservativizmdir. Bu xizmat sifatining pasayishiga olib keladi va quyidagi muammolarni keltirib chiqaradi:

- ko'rsatiladigan xizmatlarning yagona standartining yo'qligi – har qaysi xodimlar mehmonlarga turli yo'llar bilan xizmat ko'rsatishadi, bu esa mijozlar ehtiyojini qondirishga ta'sir qilmasdan qolmaydi;

- xodimlar va rahbariyat o'rtasida ikki tomonlama aloqaning yo'qligi (qoidaga ko'ra, aloqa bir tomonlama - "yuqoridan pastga"). Xodimlarning fikr-mulohazalari kamdan-kam hollarda hisobga olinadi. Bundan tashqari, rahbariyat ko'pincha "joyida sodir bo'lgan" muayyan muammolar haqida axborotga ega bo'lmaydi va shuning uchun bu muammolarni bartaraf etish choralari ko'rmaydi. Nazorat tekshirov varaqalari bu yerda samarali yechim bo'lib xizmat qilishi mumkin. Tekshirish varaqalari xizmat ko'rsatish standartlariga rioya etilishini nazorat qilishni va kamchiliklarni aniqlashni osonlashtiradi, menejer va xodimlarning ishini soddalashtiradi;

- muammolarning haqiqiy sabablarini tushunmaslik yana bir salbiy omildir. Agar sifatli xizmat yetishmasligining asl sababi aniqlanmasa, bu yetishmovchilikni "izida" samarali tarzda bartaraf etishning iloji yo'q (masalan, xodimning qo'polligi ularning malakasini oshirishdagi kamchiliklarning natijasi bo'lishi mumkin);

- mehmonlarning shikoyatlariga tegishli javobning yo'qligi – shikoyatlar paydo bo'lganda ko'pincha boshqaruv strategiyasi sabab va oqibatlarini tahlil qilish va xizmat ko'rsatish jarayonini takomillashtirish emas, balki aybdorlarni qidirishga aylanadi;

- muvaffaqiyatli biznesda ma'lum bir rahbarga bog'lanmagan boshqaruv tizimi mavjudki bu orqali butun tashkilotni emas balki xodimlarni boshqarish orqali amalga oshiriladi. Bugungi kunda bu muammo asosan har qanday qurilmadan kirish mumkin bo'lgan korporativ axborot tarmoqlaridan foydalanish orqali hal qilinmoqda. Bunday tarmoq xizmat ko'rsatish standartlari bo'yicha dolzarb va doimiy yangilanib turadigan ma'lumotlarni o'z ichiga oladi va har qanday xodim unga kirish huquqiga ega. Ko'pgina kompaniyalar ma'lumotlarni tizimlashtirish va jarayonlarni boshqarish uchun maxsus mobil ilovalardan ham foydalanadilar. Yagona boshqaruv sxemasini yaratish mustaqil ob'ektiv standartlarni yaratish orqali rahbarning shaxsiyati bilan bog'liqlikdan xalos bo'lishga imkon beradi.

Yuqorida ko'rib chiqilgan salbiy omillar konservativ boshqaruv siyosatining natijasi bo'lib, endi samarali emas. Sifatli xizmat ko'rsatish bilan bog'liq muammolarni oldini olish va moliyaviy tavsakalchilik xavfini bartaraf etish uchun doim zamon bilan birga harakat

qilish va mijozlar ehtiyojini maksimal darajada qondirishga intilish kerak - faqat bu holda rentabellik muhim rol o'ynaydi.

Xizmat ko'rsatish standartlarini qanday yaxshilash mumkin? Xizmat sifatini oshirish quyidagi omillarga asoslanadi:

- xizmatdagi "zaif tomonlar"ni bilish va mehmonlarning xizmatdan noroziligini oldini olish maqsadida ularni oldindan o'rganish;
- mijozlar ehtiyojini qondirish darajasini oshirish;
- xodimlarni to'g'ri rag'batlantirish;
- korxonada boshqaruvi samaradorligini oshirish;
- ichki va tashqi omadsizliklar sonini kamaytirish: mehmonxonada haqida salbiy fikr, ko'rsatilayotgan xizmatlar sifatiga ishonchsizlik, baxtsiz hodisalarni bartaraf etish (jihozlarni ta'mirlash uchun rejalashtirilmagan xarajatlar va boshqalar).

Mijozlarning ehtiyojlarini oldindan ko'ra olish va tushunish qobiliyati muvaffaqiyatning eng muhim tarkibiy qismi hisoblanadi. Mijozlarning sodiqligini oshirish mashaqqatli va qiyin vazifadir, ammo uni muvaffaqiyatli hal qilish mehmonxonada biznesi rentabelligining kalitiga aylanadi.

So'ngi yillarda mehmonxonada biznesi bu butunlay mijozlar ehtiyojini qondirish va mijozlar kutadiganidan ham sifatli xizmat ko'rsatishga qaratilgan. Ushbu maqsadga erishish uchun tashkilot faoliyatini doimiy ravishda yaxshilash, umumiy mehmonxonada muammolarini hal qilishda hamma xodimlarni jalb qilish, ma'lumotlarni tahlil qilish va faktlar asosida qarorlar qabul qilish yordam beradi. Hozirda mehmonxonada biznesi rivojlangan davlatlarida asosan foydalaniladigan mobil audit xizmatlari - mijozlarning sodiqligini pasayishiga olib keladigan muammolarni aniqlashga va ularni ijobiy hal qilishga yordam beradi.

Xodimlar malakasini oshirish. Ma'lumki, sifatli xizmat mijozda yaxshi xizmatdan ko'ra kuchliroq hissiy reaksiyaga sabab bo'ladi. Mijoz maqtashdan ko'ra salbiy sharh berishga tayyor. Bu kriteriyalarni inobatga olgan holda, xodimlarni malakasini oshirish va ularni tayyorlash xizmat ko'rsatish sifatini oshirish bo'yicha amalga oshirilgan harakatlar ro'yxatida birinchi o'rinlardan birini egallashi kerak.

Mehmonxonada xodimlari professional kasbiy tayyorgarlikka (ideal holda - professional ta'limga) ega bo'lishi, mijoz uchun zarur bo'lgan barcha ma'lumotlarga ega bo'lishi va uni aniq va to'g'ri yetkaza olishi, shuningdek, o'z vazifalarini aniq bilishi va puxta egallashi kerak. Bundan tashqari, ayniqsa xodimlarning mehmondo'stligi ham muhim rol o'ynaydi - ya'ni mijozning ehtiyojlariga e'tiborli bo'lishi va ularga yetarlicha g'amxo'rlik qilish qobiliyati.

Tozalik va tartibni saqlash. Vizual komponent mijozlarning sodiqligini saqlashning yana bir asosiy elementidir. Mehmonxonada xonalari, koridorlar va foyelar qanchalik ozoda ko'rinishga ega bo'lsa, mehmonxonada haqida sayyoh shunchalik yoqimli taassurot qoldiradi.

Afsuski, rahbariyatda har daqiqada barcha xonalarda tozalash sifatini nazorat qilish imkoni yo'q. Biroq, bu yerda zamonaviy texnologiyalar orqali muammolarni hal qilish mumkin. Mobil audit xizmatlari mehmonxonadagi muammolarni aniqlash va ularni bartaraf etish bo'yicha ishlarning to'liq siklini taqdim etadi, bu esa xodimlarning ish sifati va muhim bo'lgan kamchiliklarni tezkor nazorat qilish imkonini beradi. Mobil ilova orqali ma'lumotlarni tezkor uzatish va qulay nazorat ro'yxati tufayli monitoring vaqtini qisqartirish, muammoli joylarni aniq belgilash va kamchiliklarni bartaraf etish imkonini beradi.

Ichki auditlarni o'tkazish. Muntazam so'rovnomalar va ichki tadqiqotlar xizmat sifatini yaxshilashning yana bir foydali usuli hisoblanadi. Zaif nuqtalarni to'g'ri aniqlay olish va ularni darhol analiz qilib chiqish albatta, xizmat ko'rsatishni yaxshilash imkonini beradi va shu bilan birga mijozlarning sodiqligini oshiradi.

Mobil audit ilovalari qulay nazorat anketalari yordamida audit o'tkazish vaqtini sezilarli darajada qisqartirish imkonini beradi. Mobil audit hujjatlardan butunlay voz kechib, haqiqatan ham muhim biznes jarayonlariga e'tibor qaratish imkonini beradi. Tekshirish anketalar kutubxonasi doimiy ravishda yangilanadi va nazorat varaqlarining o'zi mehmonxona biznesidagi amaldagi xizmat ko'rsatish standartlariga mos keladi.

Xodimlarni rag'batlantirish. To'g'ridan-to'g'ri sohada ya'ni "ichkarida" ishlaydigan xodimlar mehmonxona xizmat sifati haqida bebaho ma'lumotlarga ega. Ular amaliyotdan kelib chiqqan holda ko'plab qimmatli maslahatlar berishi mumkin, shuning uchun xodimlarni tinglash muhim hisoblanadi. Bugungi kunda ko'plab kompaniyalar nafaqat mijozlar, balki xodimlarning qoniqish darajasini faol ravishda kuzatib boradilar. Bu ko'rsatkich ularning ishining muvaffaqiyatini aks ettiradi. Tajribali, professional xodimlar qimmatli boylikdir, shuning uchun mas'uliyatli va mehnatkash xodimlarni to'g'ri yo'l bilan rag'batlantirish muhimdir.

Bugungi kunda ko'plab mahalliy kompaniyalar Yevropa modeliga o'tishni olqishlaydilar, unga ko'ra vijdonli xodimlar rag'batlantiriladi - bonuslar, dap olish vaucherlari, diplomlar va boshqalar. Mehmonxona manfaati yo'lida halol va samarali mehnat qilayotganlarni ko'rish - o'z biznesi ravnaqiga intilayotgan uzoqni ko'ra oluvchi rahbarning vazifasidir.

Zamonaviy texnologiyalardan foydalanish. IT ning joriy etilishi mehmonxona biznesini rivojlantirishda yangi yo'nalishi deb atash mumkin. Bugungi kunda texnologiyalar va aqlli mashinalar ko'pgina oddiy vazifalarni o'z zimmasiga olgan holda inson yordamchisi sifatida ishlaydi.

Hozirgi kunda deyarli barcha mehmonxonalar mijozlarga xonalarda bepul Wi-Fi taqdim etishyapti. Shuningdek, IT texnologiyalari orqali onlayn ro'yxatdan o'tish, virtual sayohat, internet orqali qo'shimcha xizmatlarga buyurtma berish, kecha-yu kunduz ma'lumot ega bo'lish va boshqa qo'shimcha funksiyalarni joriy qilish orqali mehmonxonada xizmat ko'rsatish sifatini oshirish mumkin⁵.

5. Xulosa.

Bugungi kunda zamonaviy va sifatli xizmat ko'rsatish bu mijozning istak va talablarini aniq tushunib, uning ehtiyojlarini to'la qondirish hisoblanadi. Zamonaviy texnologiyalar mehmonning ehtiyojini aniq tushunishga yordam beradi va shu bilan birga xodimlarning ishini soddalashtiradi. Onlayn xizmatlarni taqdim etish asosan mijoz va xodimlar o'rtasidagi o'zaro munosabatlarni yanada samarali amalga oshirishga va operativ ishlash imkonini beradi. Mehmonxona menejmenti barcha muammolarni imkon qadar tezroq hal qilish imkoniga ega bo'ladi. Yuqorida berilgan ma'lumotlarga asosan quyidagi takliflar berildi:

1. Mehmonxonalarda mehmonlar so'rovnomasidan foydalangan mijozlar uchun anketa-so'rovnoma o'tkazishning amaliy tajribasini joriy etish. Ushbu taklif mehmonxonada ko'rsatiladigan mehmonxona xizmatlari sifatini adekvat va ob'ektiv baholash jarayoniga yordam beradi. Mehmon beradigan fikrning o'ziga xos jihati shundaki, u mehmonxona boshqaruvi sohasida mutaxassis bo'lmagani uchun xizmat sifatini o'z qarashlari va taassurotlari asosida baholaydi. Shuning uchun, mehmonlar so'rovnomasi, birinchi navbatda, ko'pgina mehmonxonalar majmuasidagi xizmatdan olingan taassurotlarni aks ettirishga qaratilgan. Ushbu so'rovnomaning o'ziga xos jihati shundaki, mehmonxona mijozlari nafaqat "ha" yoki "yo'q" degan savollarga javob beradi, balki o'z mulohazalariga izoh berishi yoki takliflar berishi, shuningdek, xizmat ko'rsatishning afzalliklariga e'tiborini qaratishi mumkin. Mehmonxona majmuasining mijozlari mehmonxona haqida o'z fikrlarini bildirishlari, mehmonxona ishidagi kuchli va zaif

⁵ <https://checkoffice.ru/blog/amp/1357/> - so'rovnomalarga asoslangan mobil audit platformasi

tomonlarini aniqlashga ko'maklashadi va bu keyingi navbatda esa mehmonxonaning kelajakda bu muammolarni bartaraf etishga harakat qilishi va tegishli faoliyatini amalga oshirishi uchun bevosita qo'llanma bo'ladi. Ushbu yangilik yordamida mijozlarning mehmonxonaning bevosita vakillari bo'lgan mehmonxona xodimlari bilan munosabatlarini nazorat qilish imkoniyatiga ega bo'lishadi;

2. Mehmonxona xizmatlari sifatini aniqlashda olib borilgan tadqiqotlar natijalarini monitoring qilish va baholash. Mehmonxona mijozlar bilan qayta aloqa o'rnatishi muhim hisoblanadi, bu esa olingan javoblarni baholash asosida ma'lumotlarni yangilash imkonini beradi. Mehmon so'rovnomasini o'rganish natijalari xizmat ko'rsatish bo'limi xodimlari uchun kasbiy tayyorgarlik dasturlari asosini tashkil qiladi. Ichki nazorat monitoring asosan mehmonxonada ushbu muammolarni mehmonlarning ehtiyojini qondirish nuqtai nazaridan ko'rib, sifatni yaxshilashga e'tibor qaratishga yordam beradi. Boshqa tomondan esa sifatni nazorat qilish dasturi mehmonxona bo'limlari o'rtasidagi o'zaro munosabatlarni yaxshilashga yordam beradi.

3. Mehmonxona xizmatlar sifatini yanada yaxshilashda kadrlar malakasini oshirish ham katta rol o'ynaydi. Hozirgi kunda ko'plab mehmonlar mijozlarning kasbiy etikasi va professionallik darjasiga ham e'tibor berishadi. Shuning uchun mehmonxona boshqaruvchilari tomonidan kadrlar uchun treninglar yoki malaka oshirish kurslarini tashkil etish xizmatlar sifatini yanada yaxshilashda muhim rol o'ynaydi.

4. Asosan, qabul qilish va joylashtirish xizmatlarida ishlaydigan mehmonxona xodimlar uchun til bilimlarini oshirish darajasiga e'tibor qaratish ham muhim hisoblanadi. Chunki xizmatning qanaqa ekanligini birinchi navbatda mijozlar shu xodimlar orqali amalga oshirishadi. Xodimlar kamida bitta chet tilini yaxshi bilishlari kerak, bu haqiqatdan ko'pgina mehmonxonalarda bunday emas. Ikkinchi (va undan ham ko'proq uchinchi) chet tilini bilish, afsuski, bu savol emas, chunki ingliz tilidan boshqa chet tilini bilishadigan bo'lsa ham, u holda bilim boshlang'ich darajada. Bunda mehmonxona tomonidan qo'shimcha chet tillarini o'rganishni yo'lga qo'yish maqsadga muvofiq.

5. Mehmonxonani targ'ib qilishning barcha mumkin bo'lgan usullaridan foydalanish. Raqobat bozorida muvaffaqiyatga erishish uchun onlayn sayyohlik agentliklari va bron qilish saytlari bilan hamkorlik qilishga alohida e'tibor qaratish lozim. Bu yerda mehmonxona o'z veb-saytiga alohida e'tibor qaratishi va jiddiy hamkorlar bilan professional ishni olib borishi kerak. Bundan tashqari mehmonxona o'z saytida berilgan matn tafsilotlariga ham e'tibor qaratishi lozim. Veb-vositachilar o'z sahifalarida yuzlab standart mehmonxona tavsiflariga ega. Shuning uchun mehmonxonalar yorqin matn va illyustratsiyalardan foydalangan holda o'zlarini yangi hamkorlarga taklif qilishlari mumkin. Bu kichik sa'y-harakatlar mehmonxona majmuasi uchun ma'lum raqobatdosh ustunliklarni yaratadi.

Adabiyotlar:

Гаранина, Е.Н. (2015) Клиентоориентированная концепция конкурентоспособности гостиницы / Е. Н. Гаранина // Вестник РМАТ. № 1. – С. 78-89.

Донец А.А. (2013) Повышение качества услуг как инструмент управления конкурентоспособностью гостиничного предприятия // Russian Journal of Economics and Law. №. 4 (28). – С. 138-143.

Котлярович А.П. (2021) Способы повышения качества обслуживания в индустрии гостеприимства //Новая экономика, бизнес и общество. С. 1178-1181.

Морозов, М. А., Львова Т. В. (2008) Анализ влияния качества средств размещения дестинации при организации делового туризма / М. А. Морозов, Т. В. Львова // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. № 4. – С. 138-141.

Назаркина, В.А., & Штейнгольц, Б.И. (2014). Особенности потребительского спроса в гостиничной сфере. Наука о человеке: гуманитарные исследования, (2), 122-126.

Погорелова Э. И., Сергеев А.А. (2017) Качество обслуживания туристов в гостиницах как фактор привлечения туристов //Интерактивная наука. №. 11. – С. 193-196.