

КОНСАЛТИНГ ХИЗМАТЛАРИ ЁРДАМИДА МЕҲМОНХОНА ФАОЛИЯТИНИ ЙЎЛГА ҚЎЙИШНИНГ АМАЛИЙ УСУЛЛАРИ



Юлдашев Камол Шарифович,
Алимова Шахноза Октямовна
Бухоро давлат университети ўқитувчилари
E-mail: kamolyuldashev1987@gmail.com.

Аннотация. Ушбу мақолада консалтинг хизматлари ёрдамида меҳмонхоналар фаолиятини барқарор ривожлантиришнинг илмий асослари таҳлил қилинган, номавсумий даврда меҳмонхоналарда меҳмонлар сонини ошириш йўллари кўриб чиқилган, пандемия шароитида ташриф буюрувчилар сони кам бўлган вақтда қўшимча хизматларни жорий қилиш асосида молиявий барқарорликка эришиш йўллари кўрсатиб ўтилган ва тавсиялар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: консалтинг хизматлари, меҳмонхонада маркетинг, ходимларнинг иш сафарлари, хорижий меҳмонхоналарда амалиёт, хорижий инвесторлар, меҳмонхонада қўшимча хизматлар.

Аннотация. В статье проанализированы научные основы устойчивого развития отелей с помощью консалтинговых услуг, рассмотрены способы увеличения количества гостей в отелях в межсезонье и несезонное время, во время пандемии, показаны способы достижения финансовой устойчивости за счет внедрения дополнительных услуг.

Ключевые слова: консалтинговые услуги, гостиничный маркетинг, командировки сотрудников, стажировки в зарубежных отелях, иностранные инвесторы, дополнительные услуги в отеле.

Abstract. The article analyzes the scientific foundations of sustainable development of hotels using consulting services, considers ways to increase the number of guests in hotels in the off-season, during a pandemic, shows ways to achieve financial sustainability through the introduction of additional services.

Keywords: consulting services, hotel marketing, staff business trips, internships in foreign hotels, foreign investors, and hotel additional services.

Кириш

Пандемия даврида мамлакатда туризм соҳасида янги хизматларни ишлаб чиқиш, кадрлар малакасини ошириш, янги туристик ҳудудлар, минтақалар, қишлоқлар, жаҳон стандартларига жавоб бера оладиган ва катта ҳажмдаги сайёҳларни қабул қила оладиган йирик меҳмонхоналар қурилиши учун қулай ҳисобланади. Чунки пандемиядан сўнг яна эски ҳолатга қайтгандан кейин сайёҳлар ташриф буюришганда бутунлай бошқа Ўзбекистонга ташриф буюрганини ҳис этиши лозим. Мамлакат туризмини янгича қиёфада акс эттириш вақти келди. Бу борада ҳаттоки баъзи бир қонунлар ҳам тасдиқланди.

Хусусан, 2019-йил 27-майдан кучга кирган Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Меҳмонхона хўжалиги фаолиятини янада ривожлантириш учун қулай шарт-шароитлар яратиш чора-тадбирлари тўғрисидаги» 433-сонли фармони доирасида меҳмонхоналарда сервис сифатини ошириш ҳамда инвесторларга янги меҳмонхона қуриш ва уни жиҳозлаш учун субсидия ажратиш ҳамда ташкилотларни

франчайзинг тўғрисидаги шартнома асосида қисман молиялаштириш учун давлат бюджетидан маблағ ажратиш тартиби ҳақидаги низом қабул қилинган [1].

Жойлаштириш воситалари туризм соҳасида асосий бўлин бўлиб ҳисобланади. Шу сабабдан меҳмонхоналарда кўрсатиладиган сервис ҳар доим юқори даражада бўлиши лозим. Чунки сайёҳатчининг етарли даражада дам олганлиги унинг кун давомидаги кайфиятига бевосита таъсир кўрсатади. Айниқса Ўзбекистондаги турлар, яъни Тошкент – Самақанд – Бухоро – Хива тарихий шаҳарларда ташкил этилган турларда узоқ масофани босиб ўтишига тўғри келади. Табиийки сайёҳ чарчаб қолишига олиб келади ва шу пайтда меҳмонхонадаги кўрсатилган юқори сервис барча чарчоқларни эсдан чиқаришига сабаб бўлади.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили

Хориж тажрибалари шуни кўрсатадики, меҳмонхона фаолиятини ривожлантириш мақсадида консалтинг хизматларидан фойдаланиш, унинг келажакдаги ривожига бевосита таъсир кўрсатади. Унга бўладиган эҳтиёж кун сайин ортиб боради.

Консалтинг хизматлари меҳмонхона фаолиятида қай даражада таъсир этишини ўрганган чет эллик олимлардан Зоран Ваупон, Нигел Ҳеммингтон, Барри Кар, Беннет Р, Хертел СЭ Ж.& Маккол – Кенеди, Дж. Р, Бренден Жонс, А. Люис ва бошқалар ушбу мавзу борасида кўп изланишлар олиб боришган ва консалтинг хизматларининг айнан қайси тури меҳмонхона ривожига таъсир кўрсатишини таҳлил қилишган. Аниқса Зоран Ваупон [2] фикрича, меҳмонхоналар мижозлар кўзи билан, истаги ва хоҳиши билан ўз бизнесини олиб бориши лозимлигини таъкидлаб ўтган. Консалтинг хизматларидан унумли фойдаланиш таклифи билан чиққан. Унинг фикрича, ҳар бир ишни ўз мутахассисига ишониб топшириш энг тўғри йўл бўлиб ҳисобланади.

Рус олими Арсенев Алексей [3] фикрига кўра, консалтинг корхонасининг мақсади – меҳмонхона фаолияти билан шуғулланмоқчи бўлган мижозга барча маълумотларни етказиш, хилма-хил вариантларни тақдим этиш ва хавф – хатарлардан хабардор қилишдан иборат деган фикрни илгари сурган.

МДХ давлатлари олимларидан бири Грузиядаги «**Туррис**» меҳмонхоналарни ривожлантириш бўйича консалтинг компаниясининг иш бошқарувчиси Алексей Петровнинг [4] фикрича, агар мулк эгасининг ер майдончаси бўлса-ю, лекин уни қандай ишлатиш стратегияси бўлмаса, унда консалтинг корхоналарга мурожаат қилиши керак, консалтинг компания туристик бозорни максимал даражада ўрганиб мулк эгасига имкон даражада турли хил маслаҳатларни беришга ҳаракат қилади деб, ўз фикрини яқунлаган.

Осиёлик олимлардан Лиза Руханен, Нозоми Сайто ва Меган Аксельсен [5] фирларига кўра, ривожланаётган туризм соҳасида маслаҳатчилар бир томонлама ёндашувлардан кўра билимларни биргаликда ишлашга асосланган интерфаол усулларга ўтказиш учун билимларни алмашиш жараёнида ўзгариш ҳолатлари мавжуд деган фикрни илгари сурган.

Маҳаллий тадқиқотчилардан Н.С.Ибрагимов туризм ҳудуди бренди рақобатбардошлигини аниқлаш усуллари ва барқарор ошириш йўллари [9], каби муаммоларга ўз эътиборларини қаратилганлар, аммо туризмда консалтинг хизматлари ҳақидаги муаммолар очиқлигича қолмоқда.

Ҳозирда пандемия даврида туризм фаолияти нисбатан анча секинлашган. Аммо шунақа вазиятдан ҳам унумли фойдаланиш мақсадга мувофиқ. Яъни мамлакатимиз туризм соҳасида янги йўналишни ташкил этиш лозим. Айниқса меҳмонхоналар

фоолияти билан шуғулланиб келаётган ва эндигина фоолиятини олиб бориш ниятидаги тадбиркорларни тўғри йўналтириш зарур. Меҳмонхонада ички тизимни тўғри шакллантириш, бошқарув тузилмасини меҳмонхона ривожига бор эътиборини қаратиш каби муаммолар ҳозиргача ўз аксини топган.

Тадқиқот методологияси

Ўзбекистонда туризм соҳасида, айниқса меҳмонхона бизнесида консалтинг хизматлари кўрсатишни такомиллиштириш йўлларинини тадқиқ этиш жараёнида кузатиш, қиёслаш, эмпирик тадқиқот, қиёсий таҳлил ҳамда эксперт баҳолаш каби усуллари орқали инфратузилманинг таркибий қисмлари ривожланиши йўналишларини белгилаб бериш методологияларидан фойдаланилди.

Таҳлил ва натижалар

Келажакда меҳмонхоналар эски ишлаш принципларидан воз кечиб янгича ёндашиш йўлини излаб топишлари зарур. Консалтинг компания шундай йўналишлардан бири ҳисобланади. Унинг асосий вазифаси янги меҳмонхоналарнинг фаоолиятини йўлга қўйиш ва уни келажакда барқарор ривожлантиришдан иборат. Яъни:

- меҳмонхона тузилмасини ташкил этиб бериш;
- ходимларни тўғри танлаш ва уларга ишлаш тамойилларини ўргатиш;
- меҳмонхонада маркетинг фаоолиятини йўлга қўйиш;
- ходимларнинг ҳар йили чет – элларда малакасини оширишни ташкил этиб бериш;
- барча электрон банд қилиш тизимларидан фойдаланишни йўлга қўйиш.

Демак, келажакда консалтинг компаниялар фаоолиятини яратиш ва унинг хизматларидан фойдаланиш туризм соҳасининг самрадорлигини оширишга олиб келади. Консалтинг компаниялари фаоолиятининг асосий мақсади хорижий инвесторларни жалб қилишдан иборат. Биз юқорида хорижий давлатларнинг ушбу йўналишдаги таржибалари билан танишиб чиқдик ва унинг туризм соҳасида бераётган фойдасини ҳам кўришимиз мумкин. Туризм соҳаси жаҳон иқтисодиёти ривожланишида муҳим роль ўйнайди. Дунёнинг кўплаб мамлакатларида давлат аҳолиси фаровонлигининг муҳим қисми, туристик фаоолиятдан тушадиган даромадга асосланади. Туризм ноишлаб чиқариш соҳасининг бир қисми сифатида дунёдаги етакчи экспорт саноати бўлиш истиқболларига эга [6].

Ушбу тенденция иқтисодий ўсиш, аҳолининг маданий ва моддий даражасининг ошиши, транспорт хизматларининг яхшиланиши ва бўш вақтнинг кўпайиши билан боғлиқ. Минтақавий иқтисодиётга, хусусан, туризм саноатига инвестицияларни жалб қилиш устувор вазифалардан бири ҳисобланади. Туризмни ривожлантиришнинг стратегик мақсади – чет эллик инвесторлардан фойдаланиш, замонавий туристик хизматлар тармоғини яратишдан иборатдир. Хусусан, мамлакатимизда хорижий инвесторларни жалб этиш муҳим вазифалардан бири бўлиб ҳисобланади.

Чунки, Ўзбекистон юқори туристик салоҳиятга эга бўлган туристик ҳудуд ҳисобланади. Аммо шунга қарамай баъзи бир камчиликлар катта ҳажмдаги сайёҳлар оқимини қабул қилиш каби муаммолар ҳали ҳам мавжуд. Бунга биринчи навбатда бир вақтнинг ўзида катта ҳажмдаги сайёҳларни қабул қиладиган меҳмонхоналар билан таъминлаш муаммоси ҳисобланади. 4* ва 5* юлдузли меҳмонхоналарни қуришда эса анчагина маблағни талаб этади. Бу учун эса чет эллик инвесторларни жалб этиш талаб этилади. Чет эллик инвестор ўз капитали билан биргаликда янги технологияларни ва инновацияларни олиб киради, ва улар билан узоқ муддатли инвестициялар киритиш

ҳақида битимларни тузиш талаб этилади. Мамлакатимиз раҳбариятидан эса бундай ижобий тенденцияни қўллаб-қувватлаш талаб этилади.

Меҳмонхона қурилишида инвесторларни жалб этиш қўйидаги афзалликларга эга:

- ўзгача дизайнда меҳмонхона қуриш;
- янгича иш моделини шакллантириш ва уни тарғиб қилиш;
- юқори ва сифатли сервисни ташкил этиш;
- янги ва юқори маошли иш жойларини яратиш;
- малакали ходимларни тарбиялаш.

Ўз навбатида инвестиция киритиш бу кенгайтирилган ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш, янги хизмат турларини яратиш, уларнинг сифат даражасини оширишдан иборат. Бу билан хизматларнинг жозибадорлигини ва рақобатбардош муҳитни яратишга хизмат қилади. Инвестор ҳар доим ўз бизнес фаолиятини даромади юқори бўлган ҳудудда шакллантиришга интилади. Худди шундай туризм индустриясига сармоя киритмоқчи бўлса, биринчи навбатда сайёҳлар кўп ташриф буюрадиган ҳудудларни ўрганишдан бошлайди ва одатда жозибадорлиги юқори туристик ҳудудларни танлайди.

Европа ва Осиёнинг туризм соҳалари ривожланган мамлакатлар тажрибаси шуни кўрсатадики, ҳозирда инвесторларнинг аксарияти консалтинг компанияларига ишонч билдириб ўз сарможаларини киритишмоқда. Масалан, Туркия давлатини таҳлил қилсак, 10 йил ичида туризм соҳаси жуда ривожланиб кетди. Туркияда 16 та тарихий объект ЮНЕСКО муҳофазаси таркибига кирган, яна 69 таси шу таркибга кириш арафасида. 2019 йил статистик маълумотларга кўра, мамлакатга ташриф буюрган сайёҳлар сони 52,500,000 ва улардан тушган маблағ эса 26,6 млрд. АҚШ долларини ташкил этган. Туркия давлати 2019 йилда Жаҳон туристик ташкилоти (ЮНВТО) томонидан тузилган рейтингга нисбатан сайёҳларни қабул қилш бўйича 6-ўринни эгаллаган. Шулардан 7 млн. киши Россия Федерациясидан сайёҳлар ташриф буюришган. Айнан шу жиҳатга яхшилаб эътибор бериш керак. Анталия шаҳрида туристик ҳудуднинг ташкил этилиши сабаб қилиб кўрсатиш мумкин. Ўзбекистонга эса 2019 йилда жами 6 748 500 сайёҳ ташриф буюрган. Шу ерда катта фарқни кўриш мумкин. Биргина туристик ҳудудни ривожлантириш шунча ўзгаришларга олиб келиши мумкин.

Биргина Бухоро шаҳрининг ўзида 829 дан ортиқ тарихий-меъморий объектлар мавжуд, аммо улардан етарли даражада фойдалана олишмаяпти. Унинг атрофидаги хизмат кўрсатиш ташкилотлари эса катта ҳажмдаги сайёҳларга хизмат кўрсатишга мослашмаган. Инвесторларни жалб қилиш орқали, 5 юлдузли меҳмонхоналарни қуриш мақсадга мувофиқ. Мисол тариқасида янги реконструкция қилинган «Саҳид Зарафшон» меҳмонхонасини айтиб ўтишимиз мумкин. Ушбу меҳмонхона Индонезиялик инвесторлар ва маҳаллий тадбиркорлар билан шериклик асосида қурилган. Бу билан юқори даражадаги сифатнинг янгича талқинини кўришимиз мумкин ва бу юқори сервиснинг бошланиш нуқтаси ҳисобланади [7].

Шундай меҳмонхоналарнинг эски шаҳар атрофида қурилиши сервис соҳасини янги даражага кўтаради. Мавжуд бўлган туристик инфратузилмасидан фойдаланиш, уни туристик ҳудуд, туристик маҳалла ёки туристик овулга айлантириш мақсадга мувофиқ бўлади. Бугунга қадар жойлардаги давлат органлари, тегишли вазирликлар ва туризм соҳасидаги ваколатли давлат органи ўртасида туризмга инвестицияларни жалб қилиш бўйича ҳамкорликнинг аниқ механизми йўқлиги республикада зарур

туристик инфратузилма яратиш ва соҳани тезкор ривожлантириш йўлидаги тўсиқлардан бири бўлиб келган [8]. Консалтинг компаниялар хорижий инвесторларга аниқ тизимни тақдим эта олмаслиги ҳам бунга сабаб бўлмоқда. Аммо бунга жавобан қатор қабул қилинган Президент фармонлари, ушбу йўналишда ҳам анчагина иш ижобий олиб бораётгани кўриниб турибди.

Хуллас, Ўзбекистон туризмга киритилган ҳар бир инвестиция:

- туризм соҳасининг жадал ривожланишига;
- замонавий туристик ҳудудлар ва маҳаллаларни шакллантиришга;
- 5 юлдузли ва осмонўпар меҳмонхоналарнинг қад кўтаришига;
- юқори ва сифатли, ранг-баранг хизматларнинг хориждан кириб келишига;
- туризмда консалтинг корхоналарининг кўпайишига;
- мутахассис кадрларнинг кўпайишига;
- бўш иш ўринларининг яратилиши ва бошқа ижобий ютуқларни қўлга киритишимиз учун туртки бўла олади.

Қисқа қилиб айтганда, хорижий инвестор киритган сармоясидан максимал даражада фойда олишга интилиши, бу – соҳанинг мамлакатга ривожланишига туртки бўлиб ҳисобланади. Шу орқали меҳмонхонани бошқариш тузилмаси янгича кўринишга эга бўлади [9].

Ҳар бир бизнесда реклама биринчи ўринда туради. Янги ишлаб чиқарган маҳсулот етарли даражада реклама қилинса, унинг тезроқ сотилишига сабаб бўлди. Шу билан бирга янги қурилган меҳмонхона ҳам биринчи навбатда рекламага муҳтож бўлади. Ҳозирда Бухородаги меҳмонхона эгалари реклама учун кўп пул сарфлашни ишташмайди. Шу сабабдан кўп ҳолларда меҳмонхоналар фақатгина туристик мавсумда хорижий сайёҳлар билан ишлашга боғланиб қолишган. Номавсумий даврда эса бўшаб қолишмоқда. Охирги пайтда ички туризмни ривожлантириш ва ташкилот ишчи ходимларининг хизмат сафари ҳисобига ташриф буюриши номавсумий пайтда ҳам меҳмонхонанинг барқарор ишлашини бемалол таъминлаши мумкин. Бу учун албатта меҳмонхонада реклама ва шартномалар билан ишлайдиган маркетинг бўлимини шакллантириш ҳозирги пандемия даврида муҳим вафифалардан бири бўлиб ҳисобланади. Кўплаб меҳмонхоналарда эса ҳаттоки маркетинг бўлими ҳам шакллантирилмаган.

Маркетологнинг асосий вазифаси бу реклама. Яъни меҳмонхона даражасига қараб реклама бозорини аниқлашдан иборат.

Турли ташкилотлар билан шартномалар тузиш, тақдимот ёки семинар тренинглар орқали меҳмонхонани реклама қилиш, нарх сиёсатини олиб бориш, электрон банд қилиш тизимларида доимий равишда реклама қилиб туриш, янги мижозларни оширишдан иборат бўлади.

Маркетинг ва сотув бўлими – меҳмонхонанинг умумий иш фаолиятига, унинг даромадига катта таъсир кўрсатади. Чунки унинг асосий мақсади – меҳмонхона хизматларини тарғиб қилиш ва сотишдан иборат. Меҳмонхонада фаол сиёсатни шакллантириш билан бирга, бир вақтда хоналар бандлигини таъминлаш, жисмоний шахслар ва ташкилотларга анжуман ўтказиладиган хона ва ресторан хизматларини таклиф этиш эвазига бунга эришиш, меҳмонхонада мавжуд қўшимча хизматларни тарғиб қилиш каби ишларни фаол олиб боради [10].



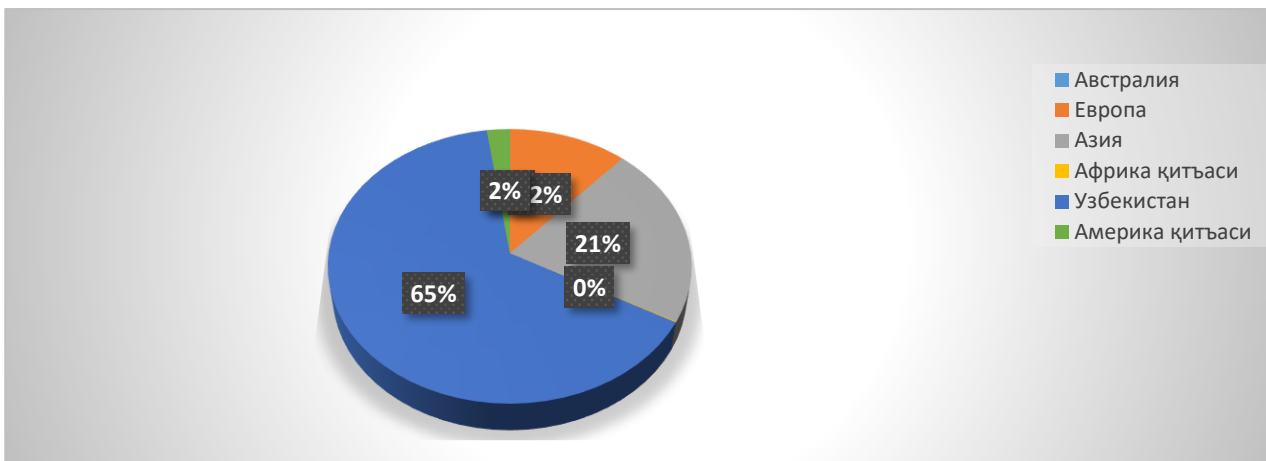
1-расм. Маркетинг ва сотув бўлиминг тузилмаси

Манба: муаллиф ишланмаси

1-расмда меҳмонхонада маркетинг бўлимининг ишлаш тузилмаси таҳлил қилинган. Расмда, ушбу бўлим қай даражада меҳмонхона даромадини барқарор равишда ошириш ва унинг бевосита муҳимлик даражасини кўришингиз мумкин.

Ходимлар – меҳмонхоналарнинг мияси, юраги, қони, қўл ва оёғи, энг муҳим активларидан бири ҳисобланади. Ходимлар ўз ишини севиши, унга садоқатли бўлиши, ишбилармонлиги, қобилиятли, ташаббускор, корхона учун ситқидилдан ишлаши, энг муҳим омиллардан биридир. Уларни ҳар доим рағбатлантириш, ҳурмат билан муомала қилиш, ҳар йилда бир марта малакасини ошириш эса меҳмонхона бошқарув аъзоларига қўйиладиган талаб ва таклифдан иборатдир. Ходимлар, администраторлардан тортиб то хизматкорларгача ҳар доим малакасини ошириб бориш талаб этилади. Ҳар йили охирида навбат билан бошқа шаҳарларда жойлашган меҳмонхоналарда ёки чет – эл меҳмонхоналари билан тажриба алмашиб малакасини оширса мақсадга мувофиқ. Бу келажақда меҳмонхона сервисини юқори даражада бўлишини таъминлаб беради. Ходим бир жойда неча йиллардан бери турса у шу муҳитга кўникади ва ривожланишдан тўхтайдди, бу эса корхона ривожига, мижозларга кўрсатиладиган хизматлар сифатидан қониқмаслигига олиб келиши мумкин. Туризм соҳасида ҳар доим янгича хизматлар жорий этиляпти, шу сабабдан хориж тажрибасини бориб ўрганиши мақсадга мувофиқ бўлади.

Пандемия пайти мамлакатимизда туристик мавсумнинг бошланиш даврида тўғри келиб қолди. Шу сабабдан туристик мавсумга таёргарлик кўрган янги қурилган меҳмонхоналар анчагина зарарга тушиб қолишди. Сабаби кўпчилик янги меҳмонхоналар кредит асосида қурилган. Пандемия сабабли эса меҳмонлар ташрифи тўхтатилди. Ва бу вазиятда кўпчилик меҳмонхоналар қийинчиликка дуч келгач, янги қўшимча хизматларни жорий этиш эҳтиёжи кучайди.



2-расм. Пандемиядан олдин Бухоро меҳмонхоналарида ташриф буюрган сайёҳлар сони

Манба: муаллиф ишланмаси

Ҳозирда пандемиядан сўнг мамлакатда ички туризм ва ҳаттоки четдан ташриф буюрувчи сайёҳларни ҳам кўришимиз мумкин. Табиийки меҳмонхоналарда меҳмонлар ташрифи ҳам анча жонланган. Шу сабабдан жойлашишдан ташқари қўшимча хизматлардан ҳам фойдаланилса меҳмонхонанинг қўшимча даромадини оширади.

Ҳисоб-китобларимизга кўра, меҳмонхонада қўшимча хизматлардан фойдаланиш ҳам юқори даромадни келтирмаса ҳам, ўз харажатларини қоплаш ва малакали ишчи ходимларни сақлаб қолишга эришиш мумкин. Ушбу жараён 3-расмда келтирилган қўшимча хизматлардан қай даражада даромад олиш мумкинлиги кўрсатиб ўтилган.

Қўшимча хизматлардан тушадиган даромадлар:

01	ФОТОСЕССИЯ ХИЗМАТИ	Бир кунда 1 марта	Бир кунда 3 марта	Бир ойда 30 кун
		350 000 сўм	1 050 000 сўм	31 500 000 сўм
03	КОНФЕРЕНЦИЯ ХОЛЛИ (кофе брейк 50 кишига)	1 та конференция	1 ҳафтада 2 марта	1 ойда 8 марта
		1 200 000 сўм 2 000 000 сўм Жами: 3 200 000 сўм	6 400 000 сўм	25 600 000 сўм
03	РЕСТОРАН ХИЗМАТИ 100 кишилик тўй ва маъросимлар ўтказиш	1 марталик тўй маросими	Ҳафтада 1 марта	Ойда 4 марта
		20 000 000 сўм	20 000 000 сўм	80 000 000 сўм

2-расм. Қўшимча хизматлардан тушадиган даромад

Манба: муаллиф ишланмаси

Хулоса ва таклифлар

Ҳозирда пандемия даврида халқаро туризм тўхтатилганлиги, меҳмонхоналарда хорижий сайёҳларнинг ташрифи камайганини ҳисобга олиб, меҳмонхонада мавжуд бўлган қўшимча хизматлардан фойдаланиш мақсадга мувофиқ. Улар қуйидагилардан иборат:

1. Масалан, Бухорога ўқиш мақсадида ташриф буюрадиган талабалар, иш сафарлари билан бир йилгача қолиб кетиб ижараларда яшовчилар давлат ташкилотларидан мунтазам равишда иш сафарлари билан келадиганлар ҳисобидан меҳмонхона бандлик даражасининг 25% га олиб чиқишга эришиш мумкин.

2. Меҳмонхона ресторандан унумли фойдаланиш. Кам кишига мўлжалланган тўй маросимларни, турли хил банкетларни, туғилган кун, янги йил базмларини ва шунга ўхшаш маросимларни ўтказиш ва албатта хонадонларга буюртма асосида таомларни етказиб беришни йўлга қўйиш.

3. SMM ва Target хизматларидан фойдаланиш. **SMM – маркетинг** бу барча ижтимоий тармоқларда меҳмонхона саҳифасини очиш ва уни реклама қилишдан иборат. Бу орқали кўплаб корхоналарни ва турли хилдаги тадбиркорларни жалб қилишга эришилади. **Target** – бу реклама механизми бўлиб ҳисобланади. У айнан сизнинг йўналишингиз билан қизиқувчи аудиторияни танлаб олади ва жамоани шакллантиради. Улар ҳар доим мижозларни меҳмонхона янгиликлари билан таъминлаб турадиган бўғим бўлади.

4. КОНФЕРЕНЦ – ЗАЛЛ. Агарда меҳмонхонада конференц зал мавжуд бўлса, ҳар доим семинар ва тренинглари, ёки турли хил тақдимотлар орқали ўз маҳсулотларини реклама қиладиган ташкилотларни жалб этиш мақсадга мувофиқ. Масалан: Фармацевтика тармоғини ривожлантирувчи агентликлар. Улар камида 1 ойда 2 марта шифокорлар учун презентациялар ўтказишади ва янги дориларни реклама қилишади. Ёки шунга ўхшаш турли хил агентликларни жалб этиш мумкин.

5. ФОТОСЕССИЯЛАР. Охириги йилларда тўй маросимларда келин кувлар миллий дизайндаги меҳмонхоналарда фотосессия маросимларини ўтказиш модага айланиб кетди. Бир кунда камида 2 ва ундан ортиқ фотосессияларни ўтказадилар. Улардан тушадиган даромадлар меҳмонхона барқарор даромад олишининг бир омили бўлиб хизмат қилиши мумкин.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 – йил 27 майдаги Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини тиклаш ва ривожлантириш учун қулай шарт-шароитларни яратиш чора-тадбирлари тўғрисидаги 433 – сонли фармони доирасидаги қарори.

2. Zoran Vaupon. Февраль, 2019 г. DOI: [10.20544 / Horizons.A.23.2.18.P52](https://doi.org/10.20544/Horizons.A.23.2.18.P52).

3. Arsenev Aleksey. 5-Май, 2015 г. Оpubликовано в журнале Hotel Master №3.

4. Aleksey Petrov. Гостиница и ресторан: Бизнес и управление № 5 (76) 2009.

5. Лиза Руханен, Нозоми Сайто ва Меган Аксельсен Роль консультантов: обеспечение рыночной позиции. - СПб.: Герда, 2013.

6. https://smart-venture.ru/strategy_consulting.html автор книги "Создание и развитие эффективного бизнеса с нуля".

7. К.Ш. Юлдашев., “Туризм соҳасида ахборот-консалтинг хизматлар кўрсатишни такомиллаштириш йўллари”, «Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар» илмий электрон журнали. № 5, сентябрь-октябрь, 2020 йил.

8. К.Ш. Юлдашев., “Способы улучшения информационных и консалтинговых услуг в сфере туризма”, Наука и общество, инновации: Актуальные вопросы и современное аспекты, Монография. Пенза 2021, 95-стр.

9. Ибрагимов Н.С., “Туризм ҳудуди бренди рақобатбардошлигини аниқлаш усуллари ва барқарор ошириш йўллари”, “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. № 2, март-апрель, 2019 йил.

10. <https://studbooks.net/>

11. <https://hotelmaster.ru/consulting-v-gostinichnom-biznese.>