ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

Маматқулов Х.М.

«МЕҲМОНХОНА ВА ТУРИСТИК КОМПЛЕКСЛАРДА ХИЗМАТЛАРНИ ТАШКИЛ ЭТИШ»

САМАРҚАНД – 2011

Маматқулов Х.М. «Меҳмонхона ва туристик комплексларда хизматларни ташкил этиш». Маърузалар матни. Самарқанд, СамИСИ, 2011. - 194 бет.

Тақризчилар: М.Қ.Пардаев – СамИСИ, «Статистика» кафедраси мудири, и.ф.д., профессор

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

КИРИШ

Туристик индустриянинг муҳим тармоқларидан бири меҳмонхона хўжалиги ҳисобланади. Меҳмонхона индустрияси энг муҳим туристик хизматлар (ташиш билан бир қаторда) – жойлаштириш хизматларини тақдим этиш учун ихтисослаштирилади. Бир қатор ҳолларда меҳмонхона ишларига овқатлантириш хизматлари ҳам қўшилади. Бу билан замонавий меҳмонхона хизматлари туристларга хизмат кўрсатишнинг комплекс пакети шаклини олади. Шу муносабат билан меҳмонхона ишлари соҳасида мутахассислар тайёрлашнинг долзарб муаммоси вужудга келади. Бизнинг мамлакатимизда олий таълим мутахассислиги энг кенг тарқалган: у «Ижтимоий-маданий сервис ва туризм» мутахассислиги бўйича мутахассислар тайёрлашни кўзда тутади. «Туризм» ва «Меҳмонхона сервиси»га ихтисослашиш доирасида турли ҳажмда «Меҳмонхона ишлари» фанини ўрганиш мўлжалланган.

Ҳозирги пайтда Россияда ва унинг ташқарисида, меҳмонхона ишлари бўйича жуда кўп ўқув адабиётлари чиқарилган. Ушбу адабиётлар учта катта гуруҳга бўлинади. Биринчи гуруҳни меҳмонхона ишлари профессионаллари учун амалий қўлланмалар ва ишланмалар ташкил қилади. Иккинчи гуруҳда луғат билан турли хилдаги спровочниклар келтирилган. Ва ниҳоят, учинчи гуруҳни олий ўқув юртлари талабалари учун кўп сонли қўлланмалар, меҳмонхона менежментига тегишли турли саволларни ўз ичига олган услубий материаллан эгаллаган.

Муаллиф «Ижтимоий-маданий сервис ва туризм» ихтисослигининг Давлат таълим стандартлари талабларига асосланиб ва меҳмонхона бизнеси ҳозирги замон амалиётига таяниб ўқувчилар диққатини унча катта бўлмаган, аммо анча ҳажмдор меҳмонхона ишлари курсига тортади, бу олий ўқув юртлари юқори курс талабаларига мўлжалланган. Ушбу иш доирасида қуйидаги саволлар ўз ифодасини топган:

- меҳмондорчилик индустриясининг тараққиёти ва ҳозирги аҳволи;
- туристик хизмат кўрсатиш тузилмасида меҳмонхона хизматлари;
- меҳмонхона корхоналари, уларнинг классификацияси ва типологияси;
- меҳмонхоналар фаолиятини давлат томонидан тартибга солиш;
- меҳмонхона корхоналарининг асосий хизматлари;
- отеллар ходимларини мижозлар турфирмалар билан ўзаро ҳамкорлиги;
- қўшимча меҳмонхона хизматларини ташкил этиш ва тақдим қилиш.

Қўлланма «Ижтимоий-маданий сервис ва туризм» мутахассислиги бўйича ўқиётган талабаларга мўлжалланган. Ундан сервис – туристик мутахассисликдаги бошқа олий ўқув юртлари талабалари ҳам «Туризм»; «Менежментни ташкил этиш» («Меҳмонхона ва туристик бизнес» ихтисослиги), «Сервис» ва «Иқтисодиёт ва туризм корхоналари ва меҳмонхона хўжалиги» курсларини ўрганишда фойдаланишлари мумкин. Қўлланма шунингдек ўрта махсус ўқув юртлари ўқувчилари учун ҳам асқотади.

1-БОБ. МЕҲМОНДЎСТЛИК ИНДУСТРИЯСИ ТАРАҚҚИЁТИ ВА УНИНГ ҲОЗИРГИ ЗАМОН ҲОЛАТИ

1.1. Туризм ва меҳмондўстлик индустрияси
1.2. Меҳмондўстлик индустрияси тараққиёти омиллари
1.3. Меҳмондўстлик индустрияси тараққиётининг ҳозирги замон тенденцияси
1.4. Меҳмонхона индустриясида интеграция жараёнлари

1.1. Туризм ва меҳмондўстлик индустрияси

Туристик корхоналарнинг тижорий йўналиши туристик ва сервис бизнесини пайдо бўлишига, шунингдек туристик мақсадларга мўлжалланган товарлар ва сувенирлар ишлаб чиқариш бўйича ихтисослашган тармоқнинг яратилишига олиб келади. Бу ҳолат туризм ва сервисни мустақил сервис-туристик корхоналар комплекси сифатида ажратиш имконини беради. Буларнинг барчасини туристик индустрия сифатида белгилаш мумкинки, қайсиким тараққиёт суръати ўзининг тезлиги билан ҳайратга солади.

Туризм соҳасида таниқли россиялик мутахассис олим, профессор В.А.Квартальнов фикрича, ҳозирги вақтда туризм индустриясининг асосий омиллари қуйидагилар ҳисобланади:

- аҳоли даромадларининг ўсиши, қайсиким, биринчи навбатдаги эҳтиёжларини (турар жой, овқатланиш, кийим-кечак) тўлароқ қондириш имконини беради, уларни рекреацион эҳтиёжларида даромаднинг тобора кўпроқ қисмини ўзлаштиришга имкон туғдиради. Иқтисодий жиҳатдан ривожланган мамлакатлар аҳолисининг истеъмолчилик комплекси харажатлар таркибида туристик хизматларга бўлган харажатлар, уй-жой харажатларидан кейин иккинчи ўринга чиқди;
- шаҳарларда экологик ҳолатнинг ёмонлашуви ва урбанизациянинг ўсиши экологик тоза муҳитда дам олишга бўлган талабнинг фаоллашувини тезлаштиради, бу урбанизациялашган ҳаёт стереотипидан бошқа фаолият билан алмаштиришни талаб қилади, кундалик ташвишлар ва бошқа кўнгилсизликлар эса маиший стрессдан қочишга ундайди;
- бўш вақт массивининг ўсиши, яъни инсон мажбуран эмас, балки эркин эгалик қиладиган вақт. Иқтисодий ривожланган мамлакатлар туризми амалиётида туризмнинг қуйидаги дифференциацияси вужудга келган: одатда вақтнинг таътил даври хорижий туристик сафарларга, уик-энд-мамлакат ичкарисида экскурсияда фойдаланилади, кечки бўш вақт эса шаҳарда дам олишга ажратилади. Бўш вақт таркибида уик-энд етакчи ўринни эгаллаши боис, ривожланган мамлакатларда ички туризмга эҳтиёж янада ошаяпти ва ички туризм индустрияси тез суръатлар билан ривожланмоқда;
- инфратузилма ва ташкилий воситаларнинг тараққиёт этиши ноёб туристик ресурсларни янада қулайлаштириш имконини беради, уларни

истеъмол қилиниши бўйича эса туристик фаолиятни янада кенгайтиришга йўл очади;

- халқаро савдо алмашинуви тараққиётида туризмнинг биринчи ўринга чиқиши, энг аввало, унинг тез ўсиб бораётган туристик талабларни қондиришга юқори самарадорлиги туфайлидир;
- оммавий ахборот воситалари, туризмда «паблик рилейшнз» ва телекоммуникацион тизимлар ва ахборот технологияларининг ривожланиши нафақат рекламани тараққий эттиришга, балки миллионлаб туристларга тез ва қулай сервис хизмати кўрсатишга имкон беради;
- ҳозирги замон туризм тизими хўжалик юритувчи бир қатор субъектларни ўз ичига олади;
- туристик хизматлар ишлаб чиқарувчи фирмалар (даволаш муассасалари, санаториялар, соғломлаштириш, дам олиш базалари, ишга доир консультациялар ва бошқ);
- туроператорлар-фирмалар, яъни улгуржи асосда устунлик берувчи туристик маҳсулотлар ишланмалари ва уларнинг реализацияси бўйича фирмалар;
- турагентлар-фирмалар, туроператорлар томонидан шакллантирилган туристик маҳсулотларни сотувчилар сифатида чиқарувчилар;
- ихтисослашган фирмалар, жойлаштириш бўйича хизматлар тақдим этувчилар (пансионатлар, дам олиш уйлари, мотеллар, меҳмонхоналар, кемпинглар ва бошқ.);
- ихтисослашган овқатланиш корхоналари (ресторанлар, барлар, кафелар, ошхоналар ва бошқ.);
- ихтисослашган транспорт корхоналари (авиакорхоналар, автокорхоналар, темирйўл маҳкамалари, денгиз ва дарё транспорти корхоналари);
- савдо корхоналари ва савдо фирмалари, туристлар учун товарларга ихтисослашувчи корхоналар;
- туризмда бўш вақт корхоналари (киноконцерт заллари, ўйин автоматлари заллари ва бошқ.);
- туристик реклама-ахборот муассасалари (реклама агентлари ва бюролари, туристик ахборот марказлари ва ҳ.к.);
- давлат корхоналари (миллий, минтақавий, унитар, мунципиал ёки акциядорлик характерида, туризмда тижорий ишлар билан шуғулланувчи).

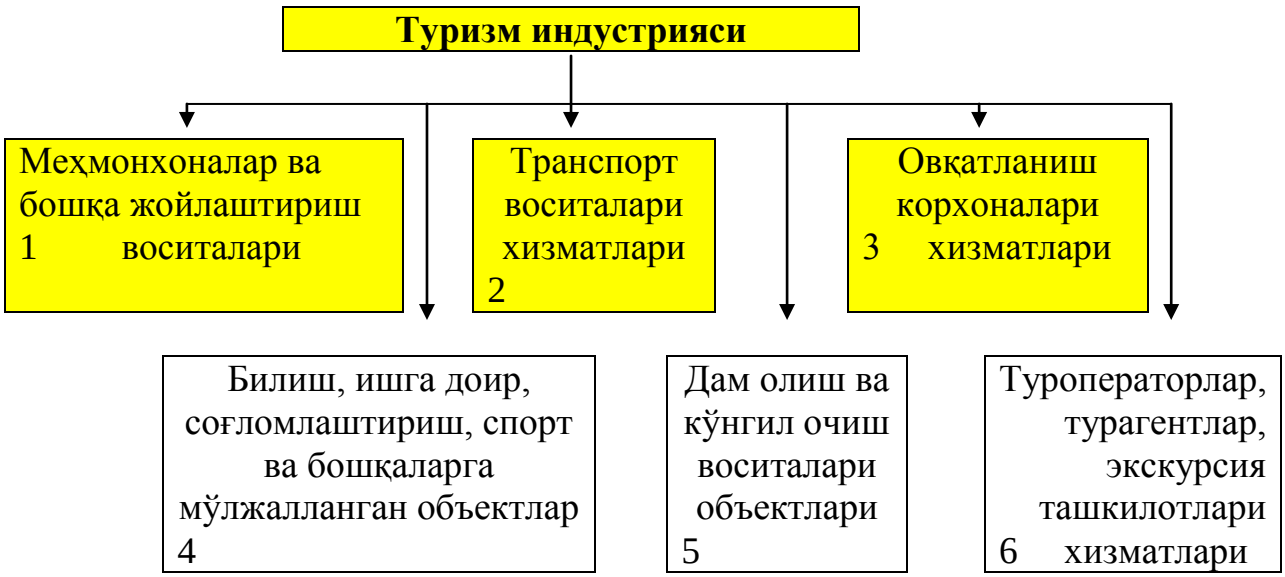
Туристлар учун маҳсулотлар ва хизматлар ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг қуйидаги классификацияларини келтириш мумкин:

- **бошланғич ёки бирламчи** – бевосита туристларга хизмат кўрсатиш учун мўлжалланган (санаториялар, пансионатлар, турбазалар ва ҳ.к.). Туташтирилган туристик ва курорт марказларидаги деярли барча корхоналар, яъни ушбу территорияда жойлашганлар, мазкур манна шу категорияга кирадилар);

- **иккиламчи** – уларнинг хизматларидан маҳаллий аҳоли фойдаланиши ҳам мумкин бўлсада, асосан туристларга хизмат кўрсатишга мўлжалланган (умумий овқатланиш корхоналари, маданий муассасалари ва ҳ.к.);
- **учаламчи** – одатда маҳаллий аҳолига хизмат кўрсатишга мўлжалланган, аммо уларнинг хизматидан туристлар ҳам ўз эҳтиёжларини қондиришлари ҳам мумкин (жамоат транспорти, почта, алоқа тармоқлари ва ҳ.к.).

Одатда, хорижий адабиётларда туристларга ҳар томонлама, тўлиқ хизмат кўрсатиш фаолияти тушунчасининг жамланмаси, яъни туризм индустрияси тўғрисида қуйидаги аниқлик берилган. «Россия Федерациясида туристик фаолият асослари тўғрисида»ги федерал қонунда туристик индустрия «Меҳмонхоналар ва бошқа жойлаштириш воситалари, транспорт воситалари, дам олиш ва санатория-курорт даволаш объектлари, умумий овқатланиш объектлари, кўнгил очиш воситалари ва объектлари, билиш объектлари, ишбилармонлик, даволаш-соғломлаштириш, физкультура-спорт каби мақсадларга мўлжалланган, туроператорлик ва турагентлик фаолиятини амалга оширувчи ташкилотлар, туристик ахборот тизими операторлари, шунингдек экскурсоводлик, гид-таржимонлик, йўриқчи-кузатувчилар хизмати тақдим этувчи мажмуадир» деб белгилаб қўйилган.

Туризм индустриясини схематик равишда қуйидагича тасаввур этиш мумкин (1.1-расм).

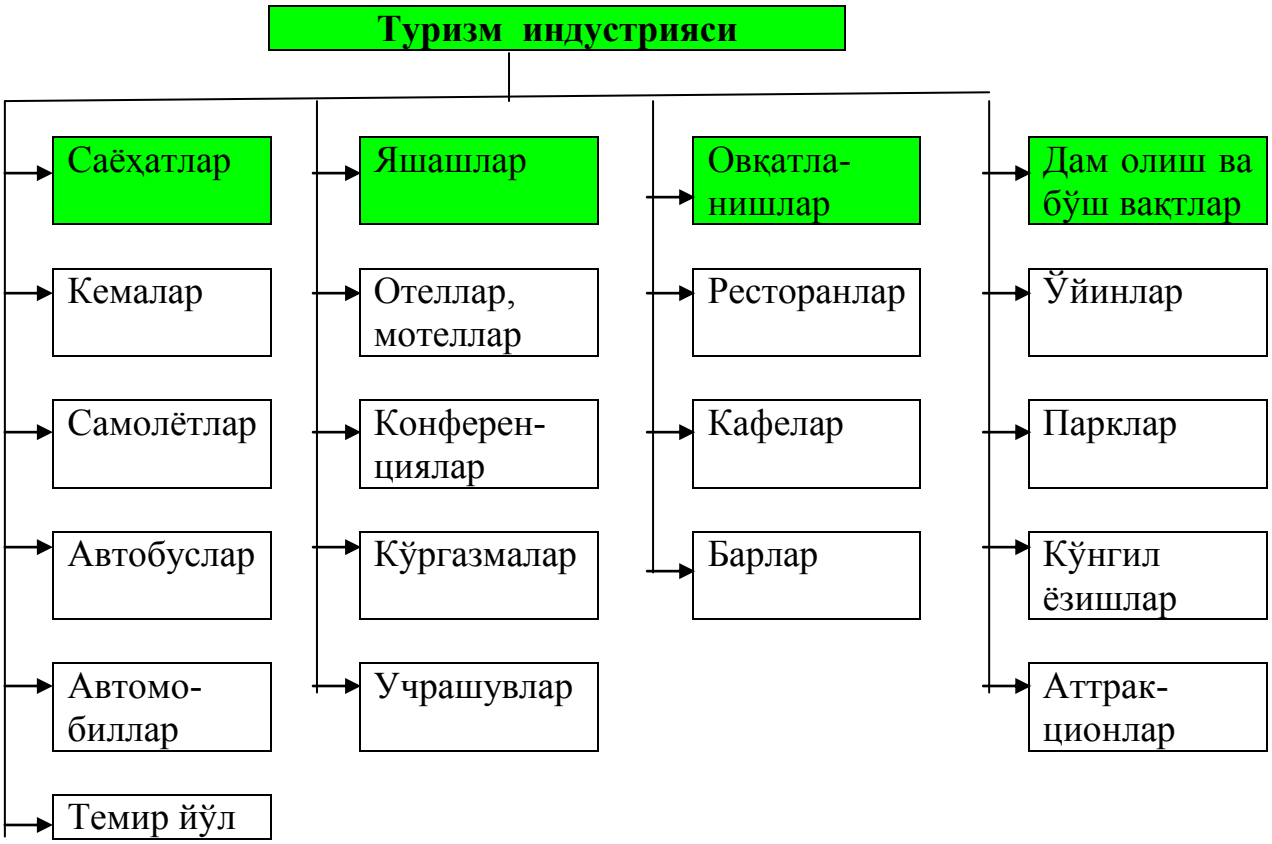


1.1-расм. Туризм индустрияси тузилиши

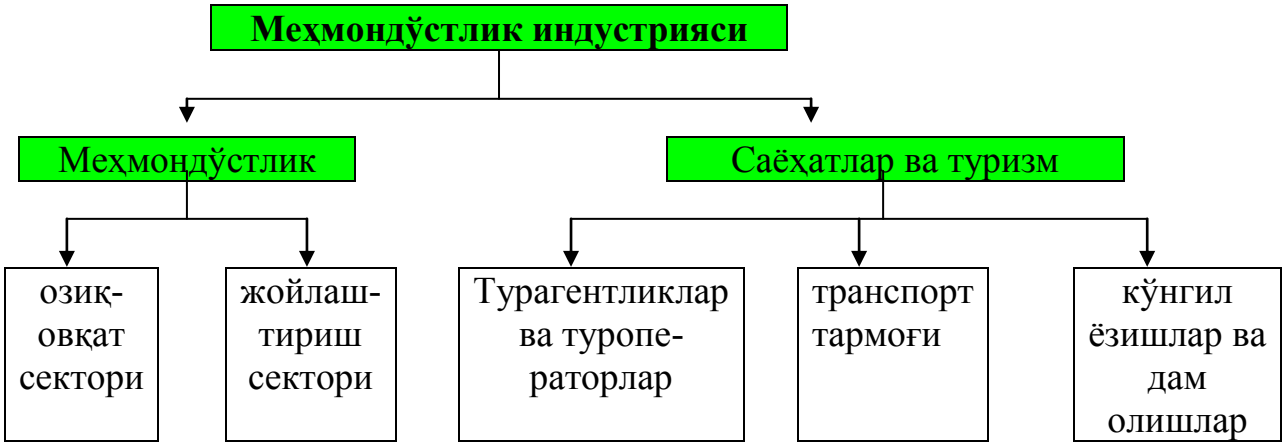
Ҳисоблар сонидаги фарққа қарамай, Ж.Уокер эса туризмда кутилаётган фаолликнинг асосий турларидан келиб чиққан, бироқ тизимга шахсан туристик ташкилотни қўшмайди.

Ҳар иккала схема туризм индустриясининг кенг тушунча эканлигини кўрсатади, амалда меҳмондўстиклик индустрияси тушунчаси Ж.Диттмер ва

Ж.Гриффин табири бўйича тушунилади. Кўрсатилган муаллифлар фикрича, меҳмондўстлик индустрияси тузилишига шахсан меҳмондўстлик, шунингдек саёҳат ва туризм ҳам киради (1.3-расм).



1.2-расм. Ж.Уокер бўйича туризм индустриясининг тузилиши



1.3-расм. Ж.Диттмер ва Ж.Гриффин бўйича меҳмондўстлик индустриясининг тузилиши

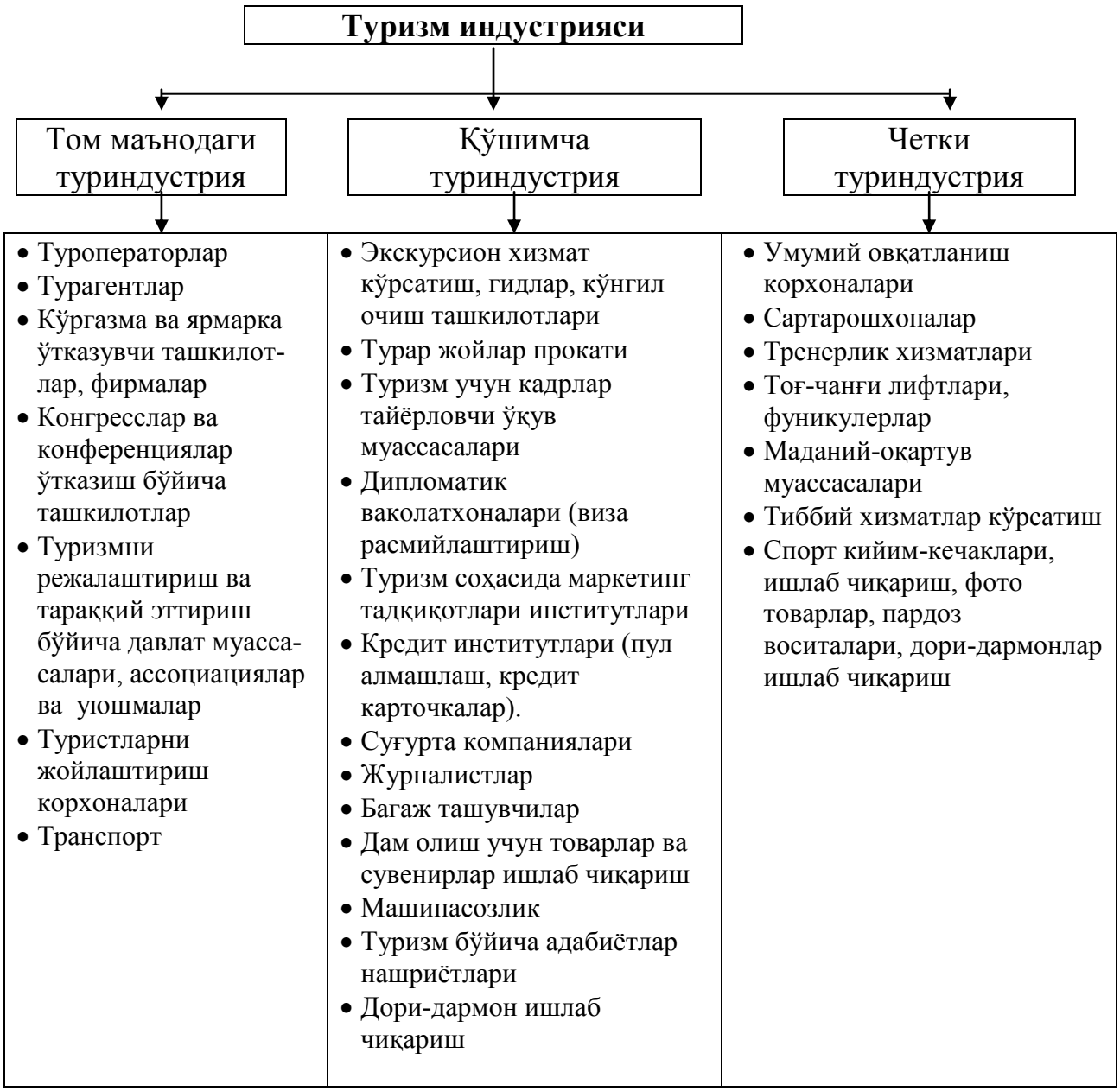
Шахсан меҳмондўстлик (меҳмондўстлик тор маънода) озиқ-овқат сектори ва жойлаштириш секторини ўз ичига олади. Саёҳат ва туризм ўз навбатида кўнгил ёзиш ва дам олиш, транспорт, агентликлар ва туроператорлик фирмаларини кўзда тутади. Тақдим этилган нуқтаи назарлардан фарқли равишда Ж.Торкилдсен санаб ўтилган компонентларни

бўш вақт индустрияси тузилишлари бирликлари деб ҳисоблашни таклиф қилади. Мувофиқ равишда бўш вақтнинг тижорий ва нотижорий турлари ажратилади. Бўш вақт индустриясининг кенг схемаси 1.4-расмда кўрсатилган.

1.4-расм. Ж.Торкилдсен бўйича бўш вақт индустриясининг тузилиши

Келтирилган схемаларда ўша битта таркибдагиларни такрорланганини пайқаш қийин эмас. Ушбу тушунчаларни қандай чегаралаш, туризм индустриясини меҳмондўстлик индустриясидан қандай аниқ ажратиш, бўш вақт индустриясини эса туризм индустриясидан қандай қилиб фараслаш мумкин?

Ечимни В.Фрейер ёндошувидаги ажратишларда топамиз: а) тур индустрия тор маънода – типик тур хизматлар ишлаб чиқарувчи корхона; б) туриндустрия кенг маънода – типик турхизматлар ишлаб чиқарувчи нотипик корхона; в) **чекти** туриндустрия – типик маҳсулотларга кирмайдиган товарлар ва хизматлар ишлаб чиқарувчи корхона (1.5-расм).



1.5-расм. В.Фрейер бўйича туризм индустриясининг тузилиши

В.И.Азор, В.А.Квартальнов, В.М.Козировларнинг ишларида (туризм индустрияси)га шундай таъриф беради: «тармоқлар ва бўлинмалар комплексидан иборат иқтисодий тизим қайсикиму турли дам олиш ва кўнгил ёзишларга бўлган мураккаб талабни хилма-хил қондириш вазифасини бажаради».

Туризм индустрияси қуйидаги ўзига хос хусусиятлари билан характерланади: ресурсли мўлжаллар, ишлаб чиқаришнинг циклик ва мавсумий характердалиги, туристик инфратузилмаларга сезиларли маблағ қуйилиши зарурати.

Туризм индустрияси бу ҳолда туристик тармоқ сифатида чиқувчи халқ хўжалиги турли тармоқларида товарлар ва хизматлар ишлаб чиқариш ва сотишни ўз ичига олади. Туризм индустриясининг бозор муносабатларида хилма-хиллиги ва комплектлиги ҳам туристик тармоқларда, ҳам жамоат

ишлаб чиқаришнинг бошқа тармоқларида ўзаро мультипликат тараққиёт самарадорлигини оширишга имкон беради.

Туризм индустриясининг хусусиятлари шундан иборатки, у жамоат ишлаб чиқаришнинг турли тармоқларида хилма-хил бўлиб, ушбу сегментда бевосита ёки билвосита ўзаро ҳамкорликда комплектлиги билан ажралиб туради, Уларнинг катта қисми эса ноишлаб чиқариш хизматлар турларини реализация қилувчи тармоқлардир.

Агар туризм индустрияси кенгроқ қамровда олиб қараладиган бўлса, унда бу – **мустақил халқ хўжалик комплекси (мажмуаси) дир**. Қайсикиму санаб ўтилган субъектлардан ташқари, бевосита туризм билан боғланган. Унга туристик характер яққол акс этмаган турли ихтисослашган корхоналар кирмайди. Бундай тармоқларга йўловчи транспорт (ҳаво, сув, автомобил, темирйўл), унинг техник хизмат тармоқлари, транспорт машинасозлиги ва автомобилсозлик, ёнилғи саноати, йўл ва капитал қурилиш, сувенир ишлаб чиқариш, озиқ-овқат саноати, қишлоқ хўжалигининг кўп тармоқлари ва ҳ.к., шунингдек туристлар фойдаланиладиган хизмат соҳалари киради.

Туризм индустриясининг хусусиятлари унинг туристик тармоқларидаги техник-иқтисодий хусусиятлари ҳисобланади, қайсиким унинг моддий-техник базасининг ката қисми ёки барча тармоқларини бир тармоқ доирасида бирлаштириш имкониятини мустасно қилади. Шунинг учун туризм индустриясини хизматлар ва туристик тармоқ товарлари бозори сифатида қараб чиқиш мақсадга мувофиқ.

Туристик тармоқ – жамоат ишлаб чиқариш тармоғи, бозорнинг туристик сегментида сотиш учун мўлжалланган хизматлар ва товарлар ишлаб чиқарувчи корхоналардан иборат.

Туристик тармоқ корхоналарининг хусусиятлари: биринчидан, фаолиятнинг ноишлаб чиқариш характери устунлиги ва иккинчидан, истеъмолчиларнинг ўзига хослиги ҳисобланади. Кўпчилиги ресторанлари, кафелари, сувенир магазинлари бўлмаганида ёки сезиларли қисқартирганида ўз туристлари ва саёҳатчиларини йўқотган, ушбу жойда корхона турларини мавжуд бўлиш имконияти йўққа чиққан бўларди (меҳмонхоналар, билет агентликлари, курортлар).

Туризм индустрияси базасида **туристик бизнес** ривожланади**.** Туризм индустрияси корхоналари фаолиятини туристик ресурслардан фойдаланишга асосланиб ва туристларнинг эҳтиёжларини (туристик эҳтиёж) қондириш воситаси орқали даромад олишга йўналтириб, қанча фойда кўришини тасаввур этиш мумкин. Туристик бизнеснинг характерли белгиси шундаки, туристик бизнес соҳасида меҳнат натижаси туристик эҳтиёжни қондиришга айланади.

Турзм индустрияси ва туристик бизнес соҳасида уларга кирувчи тармоқлар таркиби бир-бирига мос келади. Турзм индустрияда ҳам, туристик бизнес соҳасида ҳам бир томондан ўзига хос асосий фаолиятни, иккинчи томондан инфратузилмасини етарли даражада аниқ чегаралаш мумкин.

Турзм индустриянинг туристик бизнесдан фарқи расман шундай: туризм индустрияси – тармоқлар ва корхоналарнинг оддийгина ўхшашлиги,

туристик бизнес ҳам ўша ўхшашликда, фақат индивитдуал-менежерлик фаолияти албатта, қўшилган бўлади ва ушбу фаолиятнинг мақсадли йўналиши аниқ ифодаланади.

Туризм – бу индустрия бўлиб, ўз ичига жуда кўпгина фаолият турларини киритади. Туризм индустрияси барча сегментлари ўзаро боғланган ва бир-бирига тобедир. Масалан, тоғ чанғи туризми (курорти) қияликларга чанғичиларни олиб чиқиш, жойлаштириш, овқатлантириш ва курортда дам олиш чоғида туристларга таклиф қилинадиган бошқа хизматларга боғлиқдир.

Тоғ чанғиси курортлари билан бирлаштирилган унча катта бўлмаган корхоналар мустақил корхона сифатида иш кўради, аммо аслида улар бир-бирига тобедир. Бу мустақиллик биргаликда куч сарфлашни талаб қилади.

«Меҳмондўстлик» атамаси алоҳида эътиборга лойиқ. Шунингдек унга йўлдошлик қиладиган бизнес сектор – меҳмондўстлик индустриясидир. Р.Браймер ҳисоблаганидек, меҳмондўстлик – бу ҳар қандай ғамхўрона хизмат кўрсатишнинг сиридир. Меҳмонларга нисбатан ғамхўрлик муносабатда бўлиш, мижоз эҳтиёжини сезиш туйғуси унчалик кўзга ташланмасада, хизмат кўрсатувчилар хулқида муҳим қиррадир. Р.Браймер фикрича, меҳмоннавозлик индустрияси кўпсонли ва хилма-хил шаклдаги тадбиркорликнинг йиғма тушунчаси ҳисобланади. Қайсикиму меҳмонларни қабул қилиш ва хизмат кўрсатиш билан боғлиқ хизматлар бозорида ихтисослашади. Уни қамраб оладиган барча асосий фаолият турларини санаб адоғига етиш қийин. Аммо қуйидаги аоссий йўналишларни ажратиш мумкин: умумий овқатланиш, жойлаштириш, ташиш ва дам олиш (рекреация).

И.В.Зорин ва В.А.Квартальнов қуйидаги аниқликларни таклиф этишади: «**меҳмондўстлик** туристик хизматлар ишлаб чиқариш, дам олиш муҳити қулайлиги, хизмат кўрсатувчи ходимнинг хулқий қизиқиши, меҳмонлар руҳий ва жисмоний хавфсизлигини кафолатли таъминлаш билан эҳтиёжларини қондириш уйғунлигидир… Меҳмондўстлик бу туристик маҳсулотларнинг муҳим истеъмолчилик хусусиятидир: мижозга ундан хурсанд эканликни, муносиб ҳурмат кўрсатишдан мамнунликни ҳис этишини намойиш қилиш маҳоратидир».

«Меҳмондўстлик индустрияси» тушунчаси «**меҳмондўстлик**» тушунчаси сингари аниқлаш учун мураккаб бўлган кўп қирралидир. Юқорида тилга олинган ҳозирги замон меҳмондўстлик индустрияси, бўш вақт ва туризм меҳмондўстлик индустрияси мазмуни ва чегарасини концептуал аниқлашда бир хил эмаслигини, шунингдек уни туризм индустрияси ва бўш вақт индустриясига киритиш мураккаблигини яққол кўрсатади.

Г.Пейжнинг аниқ ифодалаши бўйича меҳмондўстлик – инсон учун энг биринчи ва энг муҳим хислатдир. Меҳмондўстлик бу хулқ фалсафаси, аммо индустрия бу энди мукофотлаш учун сервисдир. Д.Уэбстер фикрига мувофиқ меҳмондўстлик индустрияси бу тадбиркорлик соҳаси бўлиб, шундай хизмат кўрсатиш турларидан иборатки, қайсиким у меҳмондўстлик принципларига

таянади, меҳмонга нисбатан сахийлик ва дўстона муносабатда бўлиш билан характерланади.

Аммо бироқ Б.Л.Соловьев ва Л.А.Толстовалар эса меҳмондўстлик индустриясини бошқача талқин қилишади: яъни меҳмондўстлик индустриясининг асосини ташкил этувчилар юқорида санаб ўтилган фаолият турлари ҳисобланмайди, балки меҳмондўстликнинг асосий тамойили (принципи): «Истеъмолчи ҳамиша ҳақ!». Бу принцип меҳмондўстлик бизнеси самарали фаолиятида асосий мезон ҳисобланади.

1.2. Меҳмондўстлик индустрияси тараққиёти омиллари

Меҳмондўстлик индустрияси бир қатор омиллар таъсирида ривожланади, қайсиким уларни икки гуруҳга – ички ва ташқига бўлиш мумкин. Ташқи омиллар атроф-муҳит воқеилиги таъсири билан белгиланади, меҳмондўстлик индустрияси ишлаб туриши билан боғлиқ эмас. Ички омиллар эса бевосита меҳмондўстлик индустрияси ишлаб туриши ва ташкилот хусусиятлари билан боғлиқ.

Ташқи омилларга – сиёсий, ҳуқуқий, саёҳат хавфсизлиги, иқтисодий ва молиявий, маданий, инфратузилмалар, коммуникациян, тармоқлари демографик, савдо-сотиқнинг ривожланганлиги, янги ва энг янги технологиялар киради.

Сиёсий ва ҳуқуқий омиллар. Агар давлат туристик тармоқ тараққиётидан манфаатдор бўлса, бу меҳмондўстлик индустрияси истиқболлари умумий концепсияси, қабул қилинган қонунлар ва меъёрий ҳужжатларда, меҳмонхона хўжалиги ва туризм тараққиётини рағбатлантирувчи ва тартибга солувчи дастурларда, шунингдек, меҳмондўстлик индустриясини ривожлантириш ва меҳмонхоналар қурилиши, жойлаштириш инфратузилмасини тараққий эттириш ва қўллаб-қувватлаш бўйича молиявий-иқтисодий чора-тадбирларда ўз ифодасини топади.

Саёҳат хавфсизлиги омили. Туризмни ривожлантириш тадбирларида хавфсизлик масалалари катта ўрин эгаллайди. Ривожланган мамлакатларда туристлар учун меҳмон қабул қилишдан манфаатдор мамлакат ҳукуматидан транспортда ва жойлаштириш воситалари, дам олиш жойларида туристларнинг саломатлиги ва ҳаёт хавфсизлигини таъминлашда қатъий чора-тадбирлар кўрилишини кутиш нормага айланган. Саёҳатчиларни жойлаштириш воситалари ва ташриф буюрилган мамлакатда умумий овқатланиш корхоналарининг санитария-гигиена ҳолати бўйича ташвиш билдирадилар.

Иқтисодий-молиявий омиллар. Меҳмоннавозлик индустриясига ҳам микроиқтисодий, ҳам макроиқтисодий омиллар таъсир кўрсатади. Макроиқтисодий беқарорлик, ишсизликнинг ўсиши, инфляциянинг жамиятни сезиларли ташвишга салиши, бу кўпинча аҳолини туристик сафарлардан воз кечишига олиб келади.

Туризмдан олинадиган даромадлар ички ялпи маҳсулот (ИЯМ)да салмоқли улушни ташкил қиладиган мамлакатларда инвестицияларнинг янги

меҳмонхоналарни қуриш ва туризм инфратузилмасини яхшилашга йўналтирилмоқда. Туристик хизматлар нарх даражасига дам олиш жойини белгилашнинг муҳим омилларидан бири сифатида қаралади. Туризм учун молиявий ҳолатни тартибга солиш масалаларидан валюта курси, валюта алмашинишининг осон ва қулайлиги катта аҳамият касб этади.

Маданий омиллар. Маданий муҳит туристлар оммавий оқимини кўпайтирувчи ресурслардан биридир. Туристлар жаҳон маданий бойликларига эга маълум жойларга ташриф буюрадилар. Туристларни, шунингдек бошқа халқлар турмуши ва ҳаёти қизиқтиради. Шунинг учун маҳаллий хор, ансамбл чиқишлари, халқ урф-одати элементлари, фольклор, халқ ўйинлари, байрамлари, кўнгил очар сайру-томошалари уларда қизиқиш уйғотади. Шу муносабат билан жойлаштириш корхонаси кўпинча эътиборни экскурсиялар, анимацион-бўш вақт дастурларига туристларни маданий мерос жойларига олиб борилишига қаратади.

Ижтимоий-демографик омиллар меҳмоннавозлик индустрияси тараққиётига катта таъсир кўрсатади. Ер юзи аҳолиси сонининг ошиши билан жаҳон туристик потенциали ортмоқда, меҳмонхона фаолияти янги меҳнат ресурсларини ўзига тортмоқда. Демографик омилларга, шунингдек турли мамлакатлар халқларининг бир тиллиги ва қариндош тилга эгалиги, ёки тарихи ва маданияти умумийлигига ўзаро қизиқиши доимий ортиши ҳам киради. Ихтисослашган сафарларга бир касбдаги шахсларнинг иштирок этишга талаби ошиши ва жамоатчилик вазифалари ҳам шулар жумласидандир.

Меҳмондўстлик индустрияси тараққиёти учун аҳолининг оилавий, ижтимоий таркиби ва ёши, сезиларли рол ўйнайди. Саёҳатчиларнинг ёшидаги фарқи ёшлар, ўрта ва кекса ёшдагилар учун ихтисослашган жойлаштириш воситалари пайдо бўлишига олиб келди. Туристларнинг ижтимоий мақоми турли нарх категорияларидаги меҳмонхоналарнинг пайдо бўлишига сабаб бўлади. Улар турлиъ маблағга эга бўлганларга мўлжаллангандир. Оилавий саёҳат муҳим омил ҳисобланади, бу болали оилалар учун отеллар вужудга келишига туртки бўлди. Уларда оилавий саёҳатга чиққан туристлар учун эгилувчан чегирма нарх тизими вужудга келди ва ҳ.к.

Инфратузилма – коммуникацион омил. Туризм учсун транспорт, жойлаштириш ва овқатланиш воситалари ҳолати муҳим аҳамиятга эга. Меҳмондўстлик индустрияси позициясидан қараганда, халқаро туризмни ривожлантириш учун туристик масканларда таркиб топган жойлаштириш ва овқатланиш корхоналари тизими биринчи даражали аҳамиятга эгадир. Туристлар ва отелда яшовчилар учун отеллар ходимлари билан мулоқотда бўлиш ва зарур ахборотларни олишда коммуникацион тармоқларда тўсиқлар пайдо бўлиши мумкин эмас.

Савдони ривожлантириш. Ташриф буюрилган мамлакатдан меҳмонларни, шу жумладан, туристларни сувенирлар, миллий буюмлар, босма нашрлар, карталар, спорт жиҳозлари, кийим-кечаклар ва бошқа нарсаларни сотиб олиб кетишга мойилликлари кучайиб боради. Кўпчилик

жойлаштириш корхоналари онгли равишда туристлар билан савдо қилишни ва унинг ривожланишидан фойда кўришни кўзлайди. Ўзини ҳурмат қилувчи деярли ҳар бир жойлаштириш корхонаси туристик ишларни бажаришда ҳам, қўшимча хизматларни тақдим этишда ҳам туристларга туристик товарларни харид қилишни таклиф қилади.

Технологик омиллар. Меҳмондўстлик индустриясида фан-техника соҳасининг илғор ютуқлари кенг фойдаланилади, хусусан транспортда ташиш, дистрибуция тизими ва истеъмолчилик маълумотларида. Телекоммуникацион технологияларнинг ривожланиши бронлаштиришда компьютерлашган тизимнинг яратилишига олиб келди, қайсиким он-лайн режимида жойлаштириш воситаларида жойни бронлаштириш имкони яратилди. Дистрибуция глобал тизими миллионлаб фойдаланувчиларга осон кириш имконини беради: энди истеъмолчи ўзига-ўзи турпакет тузиши мумкин ва зарур бронлаштиришни амалга ошираолади ҳамда ўзи ишлаб чиққан маршрут бўйича саёҳатга отланади.

Туризмнинг ўсиши ва унинг ижтимоий базаси кенгайишига **моддий-техник омиллар** ҳам катта таъсир ўтказади.

Туристик фаолиятда **жойлаштириш** ва **овқатланиш индустрияси** ўзига хос алоҳида ўрин эгаллайди. Меҳмонхона ва ресторан сервиси даражаси хорижий туристларга хизмат кўрсатишда жуда муҳим рол ўйнайди. Аммо, бироқ туризм индустрияси, айниқса жойлаштириш ва овқатланиш индустрияси йил давомида туристик талабларга қараб ўзгариб туришга маҳкум. Шубҳасиз, бу жойлаштириш ва овқатланиш корхонасини юритиш харажатларининг ошишига ва уларнинг хизматларининг қимматлашишига олиб келади. Халқаро туризм ривожланишини белгиловчи ташқи омиллардан ташқари, ички тармоқ омиллари ҳам катта гуруҳини етарли тарзда ажратиш ва аниқлаштириш зарур. Уларга қуйидагилар киради:

- меҳмонхона маҳсулотларини такомиллаштириш;
- меҳмонхона хизматлари соҳасини ривожлантириш;
- меҳмонхона ассоциациялари ва занжирини яратиш;
- дистрибуция тизимини ривожлантириш;
- меҳнат ресурслари омиллари;
- маркетинг омиллари.

Меҳмонхона хизматларини такомиллаштириш. Меҳмонхона маҳсулотлари турмаҳсулотларнинг муҳим элементларидан ҳисобланади. Шу муносабат билан меҳмонхона маҳсулотларининг сифатига ва келажакда модернизациялаш (замонавийлаштириш)га катта эътибор қаратилади. Меҳмонхона маҳсулотларининг сифати кўп жиҳатдан атроф-муҳит ва инфратузилма ҳолатига боғлиқ бўлиб, бунда туристик ташкилотларнинг роли каттадир: регионал туристик маъмуриятлар, ҳукумат структуралари, касбий ассоциациялар зарур инвестицияларни жалб этиб, меҳмондўстлик муҳитини яратиш учун кучларини бирлаштиришлари мумкин.

Меҳмонхона хизматлари соҳаларини ривожлантириш. Ҳозирги вақтда меҳмонхона бизнеси туристик бозор сегментларининг мўмай даромад

олинадиган соҳаларидан бирига айланди. Меҳмонхона хизматлари тобора кўпроқ меҳмонхона комплекс хизматлари кўринишида максимал қулайликлар, меҳмондўстлик ва ходимлар хушмуомалалиги билан тақдим этилаяпти. Меҳмонхона корхоналарининг мустақил фаолият юритиши аллақачон отелларни транспорт корхоналари, алоқа, туроператорлар ва турагентлар, экскурсион-анимацион бўш вақт ташкилотлари билан интеграциялаш жараёнларига алмашди.

Меҳмонхона занжирлари ва ассоциациялар яратиш. Кейинги ўн йилларда ахборот технологиялари ва коммуникацияларининг вужудга келиши ва ривожланиши туфайли йирик меҳмонхона корхоналари бизнес ривожланишини тартибга солиш мақсадида меҳмонхона занжирларига бирлаша бошладилар. Шунингдек даромадларни кўпайтириш, бир текисда тақсимлаш кўзда тутилган. Таниқли меҳмонхоналар занжири Мариотт, Шератон, Холидей ИНН, Аккор ва бошқалар кўрсатиладиган туристик хизматлар сифатининг кафолати бўлиб хизмат қилаяпти. Энг нуфузли ташкилот халқаро меҳмонхоналар ассоциацияси (ХМА) фаолият кўрсатмоқда.

Дистрибуция тизимини ривожлантириш. Бундай тизим меҳмонхона хизматларини етказиб берувчилар, сотувчилар ва харидорларни ягона занжирга бирлаштиради. Янги ахборот технологиялари меҳмонхона хизматлари дистрибуция тизимини сезиларли соддалаштириш имконини берди ва унинг барча иштирокчилар учун янада маълумотлироқ ва самаралироқ қилишга шароит яратади. Ҳозирги замон дистрибуция тизими харидорлар заруратларига осон кўникади, уларга жойлаштириш ва қўшимча хизматларнинг турли вариантларини тақдим этади.

Меҳнат ресурслари омили. Меҳмоннавозлик индустриясини ривожлантириш ривожланган ва ривожланаётган мамлакатларда бандликни ошириш имокнини беради. Бунда шу нарса характерлики, ривожланган мамлакатлар ва машҳур туристик масканлар (Туркия, БАА, Миср) ишчи кучининг етишмаслигини бошдан кечирмоқда, жаҳоннинг бошқа мамлакатларидан ишчи кучларини фаол импорт қилишмоқда. Мисол учун, Туркия ва Миср отелларида Россия ва Украинадан борган аниматорларни, Польша ва Белоруссиядан борган экскурсоводларни, Германия, Словакия ва Қозоғистондан борган таржимонларни кўплаб учратиш мумкин.

Маркетинг – туристларни қабул қилиш ва уларга сифатли ва рақобатбардош хизмат кўсратишни кўзлаган ҳар қандай жойлаштириш корхонаси фаолиятининг асосий хизматларидан биридир. Отелнинг оқилона ишлаб чиқилган маркетинг стратегияси бизнесни ривожлантиришда мувоффақиятлар калитидир, рақобат курашида эса ғалабадир. Бунда ҳар қандай меҳмондўстлик корхонаси маркетинг марказида меҳмонхона хизматлари истеъмолчиси – турист туриши лозим.

Мавсумийлик омили ҳам туризмда алоҳида ўрин эгаллайди. Мавсумийлик омили ҳар қандай жойлаштириш корхонаси ишлаб туришига жиддий таъсир кўрсатади. Чунки меҳмонхоналарнинг иши энг аввало, масканга туристик оқимлар сонига боғлиқ. Мавсумий хизмат кўрсатишга

таъсир қиладиган омилларнинг уч гуруҳи алоҳида ажралиб туради: табиий-иқлим шароити; туризм тури ва унинг хусусияти.

Мавсум деб шу ва бошқа районда йилнинг шундай даври ҳисобланадики, ҳар ой келаётган туристлар сони уларнинг йилнинг ўртача ойлик сонидан ошади. Икки мавсум мавжуд бўлган ҳолларда (кўпинча қишки ва ёзги) улар ўртасида мавсумлараро давр кечади. Йилда туристлар энг гавжум паллада «Қизғин мавсум» (юқори, қизил) атамасидан фойдаланилади: туристлар деярли тўлиқ бўлмаган даврни «ўлик мавсум» (кўк, паст) деб аташ қабул қилинган.

Агар мавсумийликни синчиклаб қараб чиқиладиган бўлса, унда йил давомида беш мавсум ҳақида гапириш мумкин. Мавсум энг гавжумлиги вақтнинг учта сезилмайдиган даври давомида кузатилади - кўпинча, ёзнинг бир-икки ҳафтасида. Унинг учун масканга туристларнинг максимум оқими характерли. Мавсум гавжумлиги одатда қизғин (юқори) мавсум доирасида кузатилади. Бу гавжумлик жаҳоннинг турли регионларида масканларга туристик оқимларнинг сезиларли кўпайиши ва икки-уч ҳафтадан уч-тўрт ҳафтагача давом этиши билан характерланади.

Жаҳоннинг бир қатор регион (минтақа) ларида (шу жумладан, Россияда) оралиқ мавсум ажратилади, қайсиким йилнинг баҳорги ва кузги мавсумларига мувофиқ келади. Бу вақт учун туристик фаолиятнинг маълум турларига ихтисослашган масканларга туристлар оқими унга юқори бўлмаслиги характерлидир. Мисол учун, мавсумлараро фаолият даволаш, спорт, экстремал, таълим, ишбилармонлик, илмий туризмни ривожлантиришга имкон беради, аммо деярли ҳар доим пляж-чўмилиш туризмини ташкил этиш имконини мастасно қилади.

Йилнинг қишки мавсумида туристик оқимнинг сезиларли пасайиши кузатилади ва «кўк» ёки «паст» мавсум деб аталадиган вақт келади. Туристларнинг қўшимча сонини жалб этиш учун меҳмонхона хизматлари ишлаб чиқарувчилар нархларни энг кам даражага тушуришга мажбур бўлишади – «харидор бозори» бошланади.

Шунга қарамай, кўк мавсум тушунчаси юқори даражада нисбийдир, чунки бу даврда туризмнинг қишки турларини ривожлантирса бўлади: спорт, чанғи, шунингдек экстремал, саргузашт, даволаш турлари шулар жумласидандир.

Кўк мавсум доирасида ўлик мавсум ажратилади (давомийлиги 2-3 ҳафта), масканларга туристик оқимларнинг амалда тўлиқ йўқлиги ва мамлакат ёки районларда туризмга ихтисослашган кўпчилик меҳмонлар корхоналарини зарар кўриши ва бекор туриши билан характерланади. Фақат отелни турфирмалар билан оқилона юритган сотиш сиёсати туфайлигина ўлик мавсум даврида масканларга туристларни жалб этиш мумкин бўлади.

Мавсумийлик салбий оқибатларига шу далилни ҳам киритиш мумкинки, йилнинг катта қисми давомида меҳмонхонадаги асосий ўринлар амалда талабсиз қолади. Туристларни мавсумдан ташқари жалб этиш ёки яна бир мавсум – қишки мавсумни ривожлантириш учун жойлаштириш корхонаси эгулувчан нарх сиёсати юргизишга ёки янги хизматларни

ўзлаштиришга мажбур. Мавсумни кенгайтириш бизнес-хизматлар – конференциялар, семинарлар, учрашувлар тақдим этишга ҳам имкон беради.

1.3. Меҳмондўстлик индустрияси тараққиётининг ҳозирги замон тенденцияси

Асримизнинг кейинги ўн йилликида халқаро туризм соҳасида улкан сакрашлар рўй берди. У жаҳон хўжалигининг энг йирик ва юқори даражадаги сердаромадли соҳаларидан бирига айланди. Умумий инвестициялар ҳажмининг 7 %, жаҳон савдо хизматларининг учдан бири, барча солиқ тушумларининг 5 % унинг улушига тўғри келади. Халқаро туризм иқтисодиётнинг транспорт ва алоқа, савдо, қурилиш, қишлоқ хўжалиги, халқ истеъмол моллари ишлаб чиқариш каби етакчи секторларига улкан таъсир кўрсатмоқда, ижтимоий-иқтисодий ривожланишда катализатор бўлиб хизмат қилмоқда. Ҳозирги кунда ушбу тармоқ 250 млн. дан зиёд киши бандлигини таъминлаяпти, яъни жаҳонда ҳар бир саккиз ишчининг бири шу соҳада банд бўлмоқдадир.

Айнан меҳмондўстлик индустриясининг таассурот қолдирувчи ўсиши, туристик талаб ва таклифларнинг сифат жиҳатдан силжиши кейинги ўн йилда халқаро туризм ривожланишини белгилаб берди. 1990-йиллардан бошлаб Ғарбий Европа давлатларининг туристик талабларида янги тенденциялар пайдо бўла бошлади. Улар бир қатор иқтисодий ва ижтимоий тартиблар билан шартланган, шунингдек ҳозирги замон кишисининг психологиясидаги ўзгаришлар билан боғланган.

Туристик истеъмол тузилишига иқтисодий конъюктуранинг ёмонлашуви ҳал қилувчи таъсир кўрсатди. Индустриал ривожланган давлатларни қамраб олган иқтисодий инқироз аҳоли харид қобилиятининг кескин пасайиб кетишига сабаб бўлдилар.

Иқтисодий конъюктуранинг ёмонлашуви билан боғлиқ бўлган ижтимоий соҳадаги ўзгаришлар ўз навбатида туристик талаблар характерига ҳам таъсир ўтказди. Дунёнинг купгина мамлакатларида нафақа (пенсия) га чиқиш ёши пасайтирилди, таътил даври узайтирилди, иш ҳафтаси қисқартирилди ва иш эгилувчан графиги жорий этилди. Ушбу чоралар меҳнат бозорида вужудга келган мувозанат бузилишини ўнглашга қаратилган. Шу билан бирга аҳоли бўш вақти фондининг кўпайишига имкон яратди ва туристик хизматларнинг потенциал истеъмолчилари даврасини кенгайтирди.

Ниҳоят, туристик талабларнинг ҳозирги замон характери субъектив омиллар таъсирида вужудга келмоқда. Янги қадриятлар пайдо бўлиши билан инсон руҳиятида чуқур ўзгаришлар рўй бераяпти. Улар қуйидаги моментлар билан шартланган:

- шахснинг ўз жисмоний ва маънавий имкониятлари – ўзлигини англаш ва бевосита уни юзага чиқариш, эркинроқ бўлиш;
- бошқа индивидуал, ижтимоий гуруҳлар ва муассасалар билан муносабатни қайта кўриб чиқиш;

- табиатга бўлган бошқача муносабатни шакллантириш.

Қараб чиқилган омиллар туристик истеъмолда чуқур силжишлар, бўлганини белгилайди. Ёмонлашган умумиқтисодий вазият соясида бўш вақт ҳажмининг кўпайиши билан аҳоли рекреацион хулқида икки бош тенденция кўзга ташланади – таътил даврининг бўлакланиши ва давом этмайдиган сафарларнинг ўсиши. 1990-йиллар бошида Австрия ва Буюк Британияда 20 % дан кўпроқ аҳоли дам олишга ёзда ва қишда борган бўлса, 10 % саёҳатга бир йилда уч ва ундан кўпроқ марта йўл олган. Худди шундай вазиятни Италия, Германия ва Европанинг бошқа ривожланган мамлакатларида ҳам кўриш мумкин.

Сафарлар кам давом этадиган, аммо тез-тез амалга ошадиган бўлди. Ғарбий Европа мамлактлари адабиётида бу ҳодиса «оралиқ билан саёҳат» деган номни олди. Йил давомида, апрель, сентябр-октябр ва февралда. Бу туристик тармоқда энг ўткир муаммолардан бирини – транспорт, жойлаштириш, умумий овқатланиш корхоналарида мавсумий нотенгликни бартараф этишга кўмаклашади.

Бошқа тенденция – кекса одамларнинг туристик талабларини кенгайтириш. Бир қарашда 55 ёшдан катта кишилар туризми ажабланарли туюлиши мумкин. Чунки пенсияга чиқиш ҳақли дам олишни таъминлайди. Аммо аҳолининг турли ёш гуруҳлари эҳтиёжлари чуқурроқ ўрганилганида, бундай муаммо нафақат мавжуд, балки жуда ўткир бўлиб турганлигини кўриш мумкин.

Туризм – бу дам олиш, кундалик ташвишларидан холи бўлиш ва иш қобилиятини тиклаш деб билган аҳолининг банд қисмидан фарқли равишда, кўп бўш вақтга эга бўлган нафақадаги кишилар учун туристик сафарлар фаол турмуш тарзи шаклидир. Ушбу ҳолат, хусусан, туристик бозорда катта ёшдаги шахслар борлиги – «учинчи ёш туризми» билан изоҳланади.

Ниҳоят,туризмда туб ўзгаришлар дам олиш кўринишида рўй беради. У тилда кенг тарқалган дам олиш шакли бўлсада, индивидуал талабларнинг ўсиб бораётган диверсификацияси жараёнларига тобора кам даражада жавоб бераяпти. **«Учовлон S» денгиз – қуёш – пляж (Sea-Sun-Sond)** ўрнига аста-секин «**Уч L**» шаклдаги миллий анъана – **манзара – бўш вақт** (Lore-Landscape-Leisure) формуласи вужудга келаяпти. У энг мақбул тарзда янги қадриятларга мос келади, қайсиким инсон руҳиятида мустаҳкамланади ва ҳозирги замон туристик хулқи ва фикрлашида ўз ифодасини топади.

Кейинги ўн йилда туризм соҳасида ихтисослашувнинг чуқурлашгани, ишлаб чиқариш жараёнлари марказлашувининг кучайиши, янги технологияларга ўтиш кузатилмоқда. Иқтисодиётнинг бошқа тармоқларидаги сингари туризм соҳасида ҳам ихтисослашув корхона ишларини ташкил этишнинг мухим (тамойили)га айланди. Туристик фаолият йўналишининг кўп томонлари ичида ўзи учун энг муҳимини ажратиб олади, ва уларга асосий кучни қаратади. Туристик фирмалар ихтисослашувининг бу йўналиши характерлари билан фарқли одамлар гуруҳидан иборат туристик бозор сегментларига демографик, психографик, хулқий жиҳатларидан мувофиқ келади.

Туризм бозори сегментацияси ихтисослашувининг чуқурлашуви яна ва яна кўпроқ деталлашади. Компаниялар ажратилган секторлар бир хиллигини ошириш учун хилма-хил усул (метод)лардан фойдаланишга интилади. Меҳмонхона хўжалигида кўпроқ бозорнинг аниқ секторларига умид боғлайди. Уларнинг бир қисми транзит йўловчиларга паст ва ўта даражада даромад билан хизмат кўрсатишга ихтисослашади. Кўпчилик меҳмонхоналар ишбилармон туристларни мақсадли сегмент сифатида танлайди.

Ҳозирги замон туризм индустрияси ихтисослашуви билан бир қаторда жараёнларнинг бир жойга тўпланиши, ишлаб чиқаришнинг марказлашуви ва капиталнинг ошиши билан характерланади. Бир жойга тўланиш алоҳида корхоналарда, мамлакатларда турли тармоқларда жуда нотекис кечади. Моддий ишлаб чиқариш тармоқларидан фарқли равишда, ҳали XIX-XX асрларда йирик корхоналарда мустаҳкам ўринга эга бўлган бу жараёнлар туризмда нисбатан яқинда 1970- 80 йилларда бошланди. Бироқ у гуркираб ривожланиб бораяпти ва туристик индустриянинг барча секторларини қамраб олаяпти. Жойлаштириш ва умумий овқатланиш соҳасида улкан меҳмонхоналар ва ресторанлар занжири шаклланди; турфирмалар орасида асосий турмасҳулотларни бозорда сотиш учун назорат ўрнатган қатор туроператорлар ажралиб чиқди, ҳаво транспорти орқали ташиш бозори эса жаҳоннинг етакчи авиакомпаниялари ўртасида бўлиниб кетди.

Туризм индустриясида ишлаб чиқаришни бир жойга тўплаш икки – **ички** ва **ташқи** йўл билан амалга оширилади. Биринчи ҳолда йириклашиш фойдани (ички ўсиш) капиталлаштириш оқибатида алоҳида хўжалик юритувчи бирлик доирасида рўй беради. Иккинчи ҳолда монополистик тизимдаги иқтисодий ҳокимият ҳамкорлик (кооперация) ёки корхоналар кенг доирасини бирлашиши (қўшилиши) натижасида бир жойга жамланади.

Компанияларнинг бирлашиши ёки қўшилиши уч йўналиш бўйича бориши мумкин: **горизонтал, вертикал ҳолда ва диогонал** бўйича.

Мувофиқ равишда бир жойга тўпланиш (интеграция)нинг уч тури фарқланади. Горизонтал бир жойга тўпланиш бир хил маҳсулот чиқарувчи ёки ўхшаш хизматлар кўрсатувчи, бир хил даражадаги технологик жараёнларда турган корхоналар бирлашишида намоён бўлади. Компанияларнинг вақтинчалик ёки доимий асосда ҳамкорлик қилиши, шунингдек, янги қўшма фирмалар ташкил этиши мумкин. Туризмда горизонтал интеграцияга меҳмонхоналар занжиридаги отелларнинг бирлашуви мисол бўла олади.

Ҳозирги вақтда Шимолий Америка ва Европада 3 мингдан зиёд меҳмонхоналар занжирини санаш мумкин. Уларнинг ҳар бирида аъзолар сони ўнтадан кам эмас. Улардан энг йириклари рейтингини «**Hotels**» журнали мунтазам эълон қилиб боради.

Бир жойда тўланиш жараёнлари нафақат горизонтал ва вертикал йўналишда, балки диагонал йўналишда ҳам кечади. Биринчи иккинчисидан фарқли равишда, интеграциянинг диогонал типи ёки диверсификация ўзаро боғланмаган корхоналарни технологик ва функционал бирлашишини тақозо этади. Диверсификацияланган, кўп тармоқли ташкил этилиш битта муҳим

устунликка эга. Улар таваккалчиликни ўзаро компенсациялаш учун имконият яратади, бир тармоқ зарар кўрса, иккинчиси ҳисобидан қопланади.

Ҳозирги вақтда халқаро туризм сохаси тобора кўпроқ глобал характер касб этмоқда. Умумжаҳон туристик бозорининг қад кўтарилиши трансмиллийлашиш жараёнлари билан биргаликда кечмоқдаки, қайсиким халқаро хусусий маблағларнинг чатишиб кетиши, турли мамлакатлар монополистларининг ўзаро алоқалари кучайиши ва туристик бизнес соҳасида трансмиллий компанияларнинг кенг ривожланаётганида ифодасини топмоқда. Меҳмондўстлик индустриясининг жуда кўп корхоналари йирик хўжалик комплексларига бирлаша туриб, алоҳида давлатлар доирасини ошиб ўтмоқда ва ўз ортидан миллий тўсиқларни бартараф этаётир. Қисқа оралиқ вақт давомида улар халқаро ҳаётда сезиларли ҳодисага айланди ва бамисоли ип сингари жаҳон кенгликларини ўраб олди. Ушбу янги иқтисодий тузилмалар маблағ ва ишлаб чиқаришни янада кўпроқ юқори даражада бир жойга тўпланиши ва марказлашишига мувофиқ келади. Халқаро туристик хизмат кўрсатиш стандартларининг тарқалишига ва муҳим ўрин топишига имкон яратади.

Ҳозирги замон туристик бизнесини тегишли ахборот таъминотисиз тасаввур қилиб бўлмайди. Ҳатто оддийгина сафарни ишлаб чиқиш ҳам катта ҳажмдаги ажоротларни талаб қилади: ички ёки халқаро ташишда жадваллар ва тарифлар, хизмат кўрсатиш нархи, меҳмонхона класслиги ва бошқа туристик хизматларни билиш шулар жумласидандир.

Илгари бу маълумотларни фирмалар йиғма справочниклар материалларидан олишарди. Улар буларни йиғар, сақлар ва ўз ишларида фойдаланарди. Аста-секин кўп варақли бу семиз маълумотлар папкалари ихчам компьютер технологиялари билан алмаштирилди.

Нисбатан қисқа вақт ичида улар тараққиётнинг узун йўлини босиб ўтди: алоҳида ишчи операцияларни автоматлаштиришдан тартиб, то жаҳон маштабида электрон дистрибьютер тизими яратилишигача. Ахборот узатишнинг тезкорлиги, ишончлиги, фойдаланишда эгилувчанлиги, бошқа афзалликлари шарофати билан янги технологиялар туристик бозор потенциалининг сезиларли кенгайтириш имконини берди ва туристик маҳсулотлар ишлаб чиқариш ҳамда уни охирги истеъмолчига етказишгача бўлган ишларни бажарувчи корхоналар занжирида барча юмушларни изчил йўлга қўйишни таъминлади.

Туризмда компьютер тизими турли хил кўринишга эга. Уларнинг бажарадиган иши, техник характеристикалари, шунингдек тармоқ ҳажми билан фарқ қилади. Улардан бири алоҳида олинган район ёки мамлакатлар чегарасида туташтирилганидир. Электрон ахборот локал тизимлари билан бир қаторда меҳмонхоналар гуруҳларига ҳам хизмат тақдим этади.

Ҳар бир йирик отеллар ўзининг хусусий бронлаштириш тармоқларига эга. Резервлаштиришнинг чинаккам жаҳоний глобал компьютер тизимлари билан қамраб олиниши, авиакомпанияларни отеллар, турагентлар, автомобиллар прокати ва ҳ.к. компьютер тармоқлари комплекси билан ташқи алоқа тизимини бирлаштирган.

Улар туристик хизматлар пакети ёки уларнинг алоҳида элементларини резервлаштиришга имкон беради. Авиаучишлардан тортиб отелларга жойлаштириш, театрга билетлар олиш ва суғурта полисини расмийлаштириш ва ҳ.к.лар. Бронлаштиришнинг амалдаги барча глобал компьютер тизимлари ўша битта функцияни бажаради ва шубҳасиз бу жиҳатдан ўхшашдир. Шу билан бирга уларнинг ҳар бири характерли хусусиятларга эга бўлиб, бир қатор шунга ўхшаш тармоқлари билан ажралиб туради ва ахборотлар хизмати бозорида рақобатли кураш олиб боришига имкон беради. Бронлаштиришнинг компьютер тизимлари ва резервлаштириш ахборот бозорини ўзаро бўлиб олган нисбатан таниқли компаниялар **Sabre; Amadeus; Worldspan ва Galileo** ҳисобланади.

Халқаро туристик бозор ўсиши туризмда хизмат етказиб берувчиларга талабларнинг оширилишини тақозо қилади. Бу борада меҳмонхона индустриясини тадқиқ қилиш қуйидагиларни кўрсатади:

- отеллар компьютерлаштириш ва сафарларни бронлаштиришда ҳозирги замон технологияларидан фойдаланиш даражаси бўйича авиатранспорт ва туризм индустриясининг бошқа секторларидан орқада қолишда давом этади;
- отелларнинг солиқ салмоғи кўпаяди ва солиқлар умумий ҳажмида туризм улуши кейинги ўн йилда 10,4 дан 11 % га ошади;
- туризм тарғиботига ҳукумат харажатлари ортади;
- меҳмонхона индустрияси ўз даромадларини ҳисоблаш усулини ўзгартиради: бир номер даромадидан – бир мижоздан даромадга;
- Европа барча отелларидан фақат 30 % меҳмонхона занжирига киради;
- меҳмонхона индустриясида компанияларнинг қўшилиш жараёнлари кучаяди, ташқи инвестициялар ва франшиз шартномалари миқдори кўчайиши кузатилади;
- «Яшил» меҳмонхона бўлиш фойдали ва қулайликка айланади, яъни атроф-муҳит муҳофазасига эътиборни оширади. Маълумки, кўпчилик инсентив-туризм ва конгреслар ташкилотчилари отелни танлар эканлар, биринчи ўринда атроф-мухит экологиясига катта аҳамият беришади.

Регион (минтақа)га туристларни жалб этишнинг муҳим шартларидан бири отеллар шинамлигини ошириш ва хизмат кўрсатиш сифатини яхшилаш ҳисобланади. Ҳар қандай ахборотни жўнатиш учун ҳар бир номерга глобал тармоққа уланган видеотелефон ва компьютер ўрнатилади. Отел-музейлар оммавийлиги ортади, яъни шинамлиги бўйича жаҳон стандартларига мувофиқ келадиган эски хусусий отеллар бор, аммо улар қадимий бетакрор хайратомуз гўзалликларини сақлаб қолган.

Халқаро отеллар занжири «Хилтон» Ойда отел қуришни режалаштирмоқда. Лойиҳа корпорацияга $ 6-12 млрд.га тушади. Лойиҳага мувофиқ, отел пўлат конструкциялардан иборат бўлади ва космик «челноклар» яратишда фойдаланиладиган материаллар билан қопланади. Унинг мижозларига беш юлдузли отел даражасида сервис тақдим этилади. Ер кўриниб турадиган номер тўлови бошқа номерлар қийматидан зиёдроқ

бўлади. Отелда пляж бўлиши режалаштирилмоқда. Барча комплекс улкан герметик гумбаз остида жойлашади.

Овқатланиш объектлари ҳам фикрдагидан бошқачароқ бўлади, тўғри, оммавий характер касб этмайди. Хусусан, ресторанлар, барлар, кафелар таомномаси янада хилма-хил бўлиб тузилади, ибтидоий таомларга ошиб бораётган қизиқиш ва талаблар ҳисобга олинади. Овқатланиш жараёнида сон сифатида миллий мусиқа ва кўнгил очар дастурлардан фойдаланилади.

Ю.В.Забаев, И.А.Рябова, Е.Л.Драчева раҳбарлиги остида олимлар гуруҳи ҳам ўз ишларидан бирида халқаро туризмни ривожлантиришнинг асосий тенденцияларини ажратиб кўрсатишади. Уларни қисман қайта ва қисқартган ҳолда келтирамиз. Фақат бир нарсани таъкидлаймиз, кўрсатилган тенденциялар асосан туризм индустриясига тегишли бўлсада, бевосита жойлаштириш ва овқатланиш индустриясига ҳам таъсир кўрсатади.

Туризмнинг ривожланиш хусусиятларидан бири ва энг муҳими турли регион (минтақа)лар ва мамлакатларда туристларнинг халқаро оқими нотекис тақсимлангани ҳисобланади. Туристик оқимлар ер шарининг бир неча регионида тўпланган ва уларнинг ҳаракати асосан интрарегионал характерга эга.

Ҳозирги вақтда шундай нисбат кузатилаяпти: оммавий ёки гуруҳий туристларнинг хорижга саёҳатга чиқувчи умумий сони 20-30 % ташкил этади. Қолган 70-80 % якка туристлардир, қайсиким улар одатда яқин мамлакатларга саёҳатга борадилар. Бу нисбат кейинги йилларда қуйидаги сабабларга кўра оммавий туризм фойдасига ўзгармоқда: таътил кетма-кет кунлари сонини камайиши ва бир вақтнинг ўзида таътилларнинг кўпайиши; авиаташиш нархнинг пастлиги; туристларга қулайлик учун чартерлар сони, ва гуруҳий саёҳатчиларнинг кўпайиши; оммавий туризмда туроператорлар манфаатдорлигининг ошиши шу билан боғлиқки, у катта даромад келтиради; янги йўналишларни қидиришга ундайди, қайсикиму иқтисодий нуқтаи назардан катта афзалликка эга.

Оммавий туризмда ишчи ўринларини кўпайтиради, туристлар сонини оширади, турпакет арзонлиги туфайли автобусларда саёҳатга чиқувчилар сони ортади.

Рекреация мақсадида саёҳатлар ҳажми ишбилармонлик туризми ҳосилига таққосланганда кўпроқ динамик равишда кўпаяди. Агар XX асрнинг 70-йилларида халқаро туризм бозорида ишбилармонлик сегменти устунлик қилган бўлса, ҳозирги вақтда нисбат рекреацион туризм томонга ўзгарди: 60 % туристлар дам олиш мақсадида саёҳатга чиқишаяпти, фақат 40 % ишга доир мақсадларда сафарга отланмоқда. Шунга кўра тахмин қилиш мумкин, жаҳон туризмида ишга доир туризм муҳим аҳамиятга эга бўлишига қарамасдан, туризм тараққиёти асосан рекреация макқсадида саёҳат қилувчилар сони кўпайиши ҳисобига амалга ошади.

Барча иқтисодий жиҳатдан ривожланган мамлакатларда ишловчилар учун ҳақ тўланадиган таътиллар кўзда тутилган. Ривожланаётган мамлакатларда ҳам ҳақ тўланадиган таътил масаласи барқарорлашмоқда. Ҳақ тўланадиган таътиллар давомийлиги кўпаяяпти. Мисол учун: Японияда

ҳозирги вақтда жуда катта категориядаги ходимларга таътиллар давомийлиги йилига етти ҳафтани ташкил қилади. Бу чет элларда таътилни ўтказиш, узоқ саёҳатни амалга ошириш вақтини кўпайтириш имконини беради.

XXI аср бошларида халқаро саёҳатлар чоғида бўлиш давмийлиги кўпайиши ва йил давомида саёҳатлар сонининг ошиши тенденцияси кузатилмоқда. Саёҳатда бўлиш давомийлигининг кўпайиши асосан кекса ёшдаги туристлар, пенсионерлар сони ҳисобига рўй бераяпти. Айниқса, пенсия миқдори ва сезиларли сумма чет элга саёҳат қилишга етарли бўлган мамлакатларда кузатилади. Айни пайтда жаҳон туризмида дам олиш кунлари ёки икки-уч кунлик тунаш билан қисқа муддатли сафарларга чиқиш сони ўсиши кузатилмоқда. Бу тенденция ёш туристлар ҳисобига рўй бераяпти, қайсиким ишда узоқ танаффусга йўл қўймаслик мақсадида бир неча кун саёҳатга вақт топишга интилишади.

Туроператорлар аҳолининг катта ёшдаги гуруҳлари (учинчи ёш) саёҳатига қизиқиш билдиришмоқда. Бу тоифа истеъмолчилар кўпроқ пулга ва кўпроқ вақтга эга. Уларнинг аллақачон кап-катта фарзандлари бор. Улар ўз боғлиқларига содиқ, таниш жойларига боришади, эксперимент қилишни хоҳлашмайди. Маълум яшаш жойида қаттиқ боғланиб қолишган, меҳмонхонада ҳамма хизматчиларни билишади.

Мижозларнинг хизмат кўрсатиш сервисига талабчанлиги ошаётгани ҳам кузатилаяпти. Бу айниқса кўп саёҳат қилувчилар ва ҳозирги замон сервисини кўпроқ биладиганларда намоён бўлаётир. Туристлар қанча кўп саёҳат қилишса, шунча кўпроқ қулайликни исташади. Улар тақдим этиладиган сервис даражасини таққослай олишади, кўпинча ниманидир танқид қилишади, рекламация талаб қилишади.

Сўнги йилларда аҳолининг сафарбарлиги ўсиши ҳам кузатилмоқда. Кўпчиликда автомобил бор, улар жойидан осон қўзғалишади ва саёҳатга йўл олишади. Туристик харажатлар кўпайиб, саёҳат қилувчилар сафар чоғида кўпроқ пул сарфлашмоқда. Энди жойлаштиришнинг ноанъанавий воситалари, тоғ оралиқлари, овчилик уйлари, бунгало ва бошқалар оммавийлик касб этмоқда.

Туристик маҳсулотлар тобора хилма-хиллашиб бораяпти. Янги гастрономик концепция яратилмоқда. Экскурсия ва жойлаштириш воситасига бевосита даҳли бўлмаган майда-чуйдаларга кўп эътибор қаратилаяпти.

Туроператорлар авиакомпаниялар томонидан кучли рақобатга учраяпти, қайсиким ўз сафарларини сота бошладилар, авиабилетларни тўғридан-тўғри туристик хизматлар (меҳмонхона, экскурсион бюро ва бошқ.) билан биргаликда тақдим этаяптилар. Ўз хусусий сафарларига арзон авиатарифлар авиакомпанияларга янада қулайроқ нархларда хизматларни таклиф этишга имкон бераётир. Бу бозорда туроператор ўрнининг анча заифлашишига ва уни сотишдаги улуши камайишига сабаб бўлиши мумкин. Туроператор аҳволи заифлашуви яна шунинг билан боғлиқки, оммавий гуруҳий сафарлардан фарқли равишда истеъмолчилар диди кўпроқ мустақил ва индивидуал саёҳат томонга ўзгармоқда.

Туристик хизматлар глобаллашув жаоаёнлари ахборот ҳажмларини жиддий кўпайишига олиб келадики, қайсиким йиғилиш, янгилаш, таркиблаштириш ва қайта жўнатиш зарур бўлади. 90-йиллар охирида туризм индустриясида янгилик шу бўлдики, туристик ҳужжатларсиз саёҳат қилина бошлади. Бунга компьютер бронлаштириш тизимига персонал файл кўринишида электрон версияни киритиш туфайли мувофақ бўлинди. Энди саёҳатчи самолётга фақат шахсини тасдиқловчи гувоҳномасини кўрсатиб ўтиришга билет олиши мумкин.

Бутунжаҳон компьютер тармоғи интернетдан кенг фойдаланиш, айниқса туризмда дистрибуция тизимига қудратли таъсир кўрсатмоқда. Ҳозирги вақтда унга дистрибут канал сифатида ҳам қараш мумкин, чунки у дистрибут тизимининг қўшимча ахборот ресурсларига айланган. Анъанавий дистрибуция тизимига таққосланганда Интернетнинг анча кам ҳаракат билан турмаҳсулотга глобал кира олиш имконияти яратгани учун буюк ютуғи бўлди.

Е.А.Жанжугазова меҳмон лик жаҳон индустрияси тараққиётининг саккиз тенденциясини ажратади. Жаҳон меҳмонхона бозори асосий тенденцияларига қуйидагилар киради:

- меҳмонхона бизнеси манфаатлари соҳаларини илгари бошқа тармоқ ҳисобланган корхоналар маҳсулотлари ва хизматларига тарқалиши. Мисол учун, овқатланиш, бўш вақт, кўнгил очиш, кўргазма фаолияти ва бошқаларни ташкил этиш;
- меҳмондўстлик индустрияси демократлашувининг ўсиши, қайсиким оммавий истеъмол учун меҳмонхоналар хизматларини ҳамманинг қўли етадиган даражада бўлиши;
- туризм янги турларининг тараққий этиши, мисол учун, экологик, саргузашт, экстремал, айрим тематик йўналишлар, амалда ҳар қандай тоифадаги истеъмолчи қизиқишларини ҳисобга олиш имконини беради ва турмаҳсулотни янада хилма-хилроқ қилади;
- меҳмонхона бизнесининг глобаллашуви ва бир жойга тўпланиши, қайсиким туристик корпорация ва меҳмонхоналар занжирини яратишда намоён бўлади, шунингдек меҳмонхона ассоциациялари, уюшмалари, халқаро ҳукуматлараро ва ноҳукумат ташкилотлари тузилади;
- хизмат кўрсатишда мижозларнинг талаб ва эҳтиёжларига тўлиқ диққат-эътиборини қаратиш;
- чуқур ва тизимли иқтисодий диогностика ўтказиш имконини берувчи коммуникация ва ахборот технологияларининг янги воситаларини кенг жорий этиш;
- меҳмонхона бизнеси ихтисослашувини кучайтириш, қайсиким турли белгиларни ҳисобга олган ҳолда истеъмолчилар маълум сегментларига аниқ мўлжал олиш имконини беради;
- меҳмондўстлик индустрияси корхоналари ишбилармонлик стратегиясида янги технологияларни жорий этиш. Хусусан, меҳмонхона маҳсулотлари ва хизматларини ҳаракатлантириш мақсадида

Интернетдан кенг фойдаланиш; шунингдек бронлаштириш ва резервлаштиришнинг замонавий компьютер тизимини тарқатиш.

Хулоса қилиб шуни айтиш керакки, жаҳон амалиётида меҳмондўстликнинг тўрт модели мавжуд:

Европа модели «юқори парвоз»да ва юқори даражада меҳмондўстлик кўрсатади. Бундан ташқари, Европа меҳмонхоналар бозори нисбатан кенг тарқалган ва ривожланган. Европа меҳмондўстлигининг фарқли қирралари қуйидагилардан иборат:

- Европа отелларининг номер фонди сиғимини қисқартиришга интилиши, бу мижозга хизмат кўрсатишнинг индивидуаллашувини кучайтиради;
- отелларнинг асосий ютуғи ҳашамда эмас, балки ички интерьерларни дид ва фаросат билан моҳирона усулда жиҳозланиши ва таниқлиги, юқори даражада хизмат кўрсатилишида;
- кўпчилик қиммат баҳо отеллар ноёб жой ва биноларда, шаҳарларнинг тарихий марказларида жойлашган;
- қиммат баҳо отеларнинг яшовчи (мижоз)ларига нисбатан анъанавийлиги ва талабчанлиги;
- Европа отелларини автоматлаштириш, яшовчилар билан шахсий муносабатларни алмаштирмайди;
- Европада қаерда бўлмасин меҳмонхона сегрегацияси кучли ифодаланмасин, қиммат отелда яшовчилар меҳмонхона холлида бошқа ижтимоий мақомдаги яшовчилар билан бир пайтда тўқнаш келмайди;
- шу билан бирга Европа меҳмонхона бозори таклифлар диверсификацияси – арзон йўл бўйи меҳмонхонасидан ҳаддан ташқари қиммат элита отелигача фарқ қилади.

Меҳмонновозликликнинг **Осиё модели** акси, осиёликларнинг ҳашамни севиши, бойликни кўз-кўз қилиши, ҳашаматлиликда намоён бўлади. Айнан Осиё энг баланд (Шанхай), энг кўп ўринли (Бангкок), энг хашамли (Дубай) меҳмонхоналари билан дунёда машҳурдир.

Агар Европада меҳмонхоналар уларнинг сиғимига тескари пропорционал бўлса, Осиёда аксинча. Осиё отелларининг люкс класси фарқли қирралари қуйидагилардан иборат:

- нисбатан қулай жойда жойлашгани;
- жамоат биноларида номерлар майдонинг катталиги;
- меҳмонхона сиғимининг катталиги;
- интерьерларнинг бойлиги ва ҳашамдорлиги, айниқса отеллар эстерьерлари кўркамлиги;
- номер (хона)лар нархининг арзонлиги (Европага қараганда) ва хизматларни олишнинг осонлиги;
- хилма-хил инфратузилма ва қўшимча хизматлардан фойдаланиш имкониятлари;
- хизмат кўрсатишнинг «АН inelusive» ва «Ultra all inelusive» тизимларининг кенг тарқалганлиги ҳисобланади.

Меҳмондўстликнинг **Америка модели** ҳам, Европа модели ҳам, Осиё модели қирраларига эга. Масалан, йирик Америка шаҳарлари марказларида типик Европа меҳмонхоналари талабларига (стили, кичик ҳажми, индивидуал хизмат кўрсатилиши) жавоб берадиган «люкс» классдаги отеллар кенг тарқалган. Бошқа томондан, асосий курортлар ва мамлакат туристик марказлари ташқи ва ички кўринишидан Осиё отелларини эслатадиган қилиб қурилган (сиғими катта, ҳашаматли, инфратузилмаси ривожланган).

Меҳмоннавозликнинг **Шарқий Европа модели** собиқ совет иттифоқи меҳмонхоналар индустрияси улушида мавжуд бўлган рўйхатлар бўйича Ғарбий Европа мамлакатлариникидан алоҳида фарқ қилади. Шунингдек, Америкача модел бўйича ҳам Европага хос бўлган типик қўшни отеллардан фарқ қилади ва Осиё моделига ўхшаб кетади. Бошқа томондан, Европа ва Осиёга хос янги жойлаштириш воситалари қурилишида меҳмонхона бозорини тараққий эттиришда Европа кенгликларида ҳозирги замон босқичига характерли ишлар кўзга ташланади.

1.4. Меҳмонхона индустриясида интеграция жараёнлари

Жаҳон меҳмонхона индустриясида меҳмонхоналар характери бўйича эгалари (тадбиркор, мулкдор) меҳмонхоналар бошқарув бўғини ўртасида қуйидаги хилма-хиллик фарқланади.

1. **Мустақил меҳмонхоналар**, эгаликда туради, эгаси ихтиёрида ва фойдаланишида бўлади:

меҳмонхона эса эгасининг ўзи бошқарувида бўлади;

ёлланган мутахассислар – менежерлар ёки ёлланган (шартнома бўйича) ихтисослашган бошқарув компанияси ёрдамида бошқарилади, шу жумладан, ўз савдо белгиси ёки хизмат кўрсатиш белгисига эга бўлади. Бу меҳмонхонани бозор муносабатидаги бошқа субъектларга муносабатда мустақил меҳмонхона сифатидаги мақомига ўзгартириш киритмайди.

2. Меҳмонхоналар занжирига (бирлашмаларга) кирувчи меҳмонхоналар ушбу бирлашмаларга кириш шартига кўра қуйидаги тарзда фарқланади;

Меҳмонхоналар занжирининг тўла ҳуқуқли аъзолари умумий мулк бирлашмалари эгалари ҳисобланган меҳмонхоналар жамоавий бизнесни амалга оширади. Меҳмонхоналар занжирлари маъмурияти томонидан бошқариладиган меҳмонхоналар – бу мулкдорлар вакилларидир. Меҳмонхона занжири раҳбарияти (маъмурияти) бизнеснинг бориши учун тўлиқ жавобгардир ва бошқарма фойда олишга тўлиқ ҳақлидир.

Меҳмонхона занжирининг ассоциациялашган (қўшилган) аъзолари ҳисобланган меҳмонхоналар бизнесда асосан **франшиз шартномага** кўра (меҳмонхона занжирнинг Франшиз аъзолари) иштирок этишади. Франшиз меҳмонхона мустақил – меҳмонхона занжири маъмурияти томонидан бевосита назоратсиз бошқарилиши мумкин. Франшиз шартномада занжир маъмурияти (франча берувчи) франшиз меҳмонхонага (франча олувчи) рамз (марка), нау-хау ва занжир тизимли тузилиши (фаолиятни ташкил қилиш,

бошқарув, ходимларни ўқитиш, таъминот ва ҳ.к.)дан фойдаланиш ҳуқуқини тақдим этади. Франшиз меҳмонхона эса бу ҳуқуққа франчайзинг (франчайзинг харид қилиш қиймати) учун бошланғич бадал ва мунтазам тўловлар (Франчайзинг учун мукофот)ни амалга оширишга мажбур.

Контракт шартлари асосида бошқариладиган меҳмонхоналар бирлашмаларига кирувчи меҳмонхоналар (уларнинг мулки) профессионал меҳмонхона компаниялари (меҳмонхона оператори) томонидан бошқарилади. Ушбу фаолият учун уларнинг эгасидан «операцион» мукофот олади. Бундай операторлик (ёки кантрактли) меҳмонхона занжирлари эгалари (мулкдорлар) ва оператор ўртасидаги ўзаро муносабати уч хил кўринишга эга бўлиб, қайсиким улар бошқарув кантрактида келишиб олинади:

- эга мулкига бошқариш учун операторга тўлиқ ҳуқуқ беради, бошқарув жараёнига аралашувдан тўлиқ воз кечади, фақат меҳмонхона фаолиятидан келадиган соф фойдани олади; бунда оператор молиявий ва ўз фаолиятида таваккалчилик операциялари жавобгарлигини зиммасига олади;
- эга бошқарув жараёнида фаолият учун назорат аралашув ҳуқуқини ўзида сақлаб қолади. Бунда бошқарув бўйича операцион харажатлар ва барча операциялар ва молиявий таваккалчиликлардан келиб чиқадиган ишларни ўз мулкий ҳуқуқидан фойдаланиб назорат қилади. Аммо бироқ ўз фаолиятининг контрактда келишилган улуш қисми бўйича жавобгарликни ҳам бўйнига олади;
- эга бошқарувчи компания (оператор) фаолиятини етарли равишда қатъий назорат қилади. Аммо бунда уни меҳмонхона бизнеси натижаси учун жавобгарликдан тўлиқ озод қилади. Албатта, қўпол эҳтиётсизлик ва қасдан ҳаракат ҳоллари бундан мустасно.

Бошқа меҳмонхоналар (ёки меҳмонхона бирлашмалари, одатда трансмиллий меҳмонхона компаниялари) контракт бошқаруви остида турган меҳмонхоналар ўз савдо белгиси ёки хизмат кўрсатиш белгисига эга бўлсалар, контракт бошқарув натижасида бозор муносабатларидаги бошқа субъектларга нисбатан ўзининг меҳмонхона мақомини ўзгартириши мумкин, яъни у ёки бу даражада мустақиллигини сақлаб қолиш ёки йўқотиши мумкин.

Бу бошқариладиган меҳмонхоналар мулкини бошқарувчи меҳмонхона компанияси қисман улушини контрактда келишиб олганлигига ёки бошқа қисмига боғлиқ.

Бу ўзаро муносабатларда тенденциялар қуйидагича фарқланади:

- мулкдорлар бошқариладиган меҳмонхоналар мулкига молиявий қўйилмалар қўйилишида операторларнинг жавобгарлигини ошириш ва мулкни сифатли бошқаргани учун уларни кўпинча рағбатлантиради;
- тобора кўпроқ операторлар рақобат натижасида контракт тузиш ҳуқуқини олиш учун бошқариладиган меҳмонхона мулкида ўз маблағи билан иштирок этишга мажбурдир;
- айрим операторлар бошқариладиган меҳмонхона билан биргаликда бизнес қилиш учун ўзлари интиладилар, ўз капиталини қўшадилар

(даромадлилик юқори кафолатланганда ёки мулкни бошқаришда қўшимча ҳуқуқ берган тақдирда).

Аралаш шартларда меҳмонхоналар (бирлашмаларига кирувчи меҳмонхоналар, масалан, Франчай берувчи томонидан Франшиз меҳмонхонани контракт шартларида бошқариш).

Мустақил меҳмонхоналар ассоциацияларига кирувчи меҳмонхоналар қўйидагиларга бўлинади:

Ассоциацияга фойдани кўпайтириш ва тижорий имкониятларга эга бўлиш мақсадида кирувчи меҳмонхоналар. Масалан, «ўзаро хабардорлик» ассоциацияси, ассоциация аъзолари ўртасида ортиқча туристларни (мижозлар) қайта тақсимлаш мақсадида меҳмонхоналарни бирлаштиради. Бундай ёндашув натижасида у ёки бу ассоциация аъзоларда вақти-вақти билан пайдо бўлиб турадиган туристларни жойлаштириш муаммоси ҳал этилади. Вақт бўйича меҳмонхона ўртача юкланиш коэффициенти меъёрлашади ва даромад ортади. Меҳмонхоналар ассоциациялари барча соҳада, жумладан, тижорий операциялар ва маркетинг сиёсатида тўлиқ мустақиллигини сақлаган ҳолда, кўпинча ягона товар белгисига эга бўлади. Ассоциацияда иштироки учун бадаллар тўлайди (кириш учун, товар белгиси учун, ҳар ойда реклама учун ва хабардорлик – бронлаштириш тизими учун).

Ассоциацияга кирувчи меҳмонхоналар (меҳмондўстлик соҳасида тадбиркорларнинг кўнгилли уюшмалари), қўшимча фойда олишни кўзламайдилар, ҳукумат органлари билан ўзаро муносабатни ўрнатиш, ҳуқуқий масалалар ва бухгалтерия ҳисоби, кадрлар масаласи ва таълим, бошқарув ижобий тажрибасини кенг ёйиш, ахборот хизмати (уюшмалар, жамиятлар, профессионал клублар, кенгашлар, ҳамдўстлик, федерациялар, савдо ассоциациялари ва ҳ.к.) масалаларида ассоциация аъзоларига ёрдам кўрсатиш учун тузилади.

Меҳмонхона бизнеси иқтисодий фаолиятнинг турларидан бири ҳисобланган ҳолда бевосита ёки билвосита ишчи ўринларини яратади ва хазинани хорижий валюта тушуми билан тўлдирувчи муҳим восита ҳисобланади. Жаҳонда доимий равишда меҳмонхона бизнесининг янги концепцияларини ўзлаштириш ва эскиларини модернизациялаш жараёнлари кечади. Кейинги ўн йилдаги ижобий тенденциялардан бири – меҳмонхоналарнинг занжир ва ассоциацияларга бирлашуви ҳисобланади. Меҳмонхона занжирининг икки асосий тури мавжуд бўлиб, у **интеграциялашган занжир**, бир хилдаги бирликлардан тузилган ва **меҳмонхона корсорциуми**, мустақил отелларни бирлаштиради.

Интеграциялашган меҳмонхона занжири бир хилдаги ва кетма-кетликдаги маҳсулотларни ишлаб чиқаради ва сотади. Улар тўғридан-тўғри ёки билвосита Франчайзинг тизими орқали ёки бошқарувга контракт бўйича бошқарилади. Занжирдаги барча меҳмонхоналар алоҳида номга ва белгига эга. Интеграциялашган асосий меҳмонхоналар занжирига **АҚШда** амал қилади: «Хоспиталити Франшиз Системе», «Холидей Инн Уордвайд» ва бошқалар. Йирик меҳмонхоналар занжирларига шунингдек француз меҳмонхоналар гуруҳи «Аккор» ва британия гуруҳи «Форте» ҳам киради.

«Аккор» меҳмонхоналар гуруҳи **Францияда** етакчи ўринни эгаллайди. У шунингдек Бельгия ва Германияда йирик оператор ҳам ҳисобланади. Турар-жой, ресторанлар, туризм ёки дам олишга нисбатан «Аккор» гуруҳининг ҳар қандай концепцияси алоҳида йўналиш сифатида ривожланган ва истеъмолчиларнинг ўзига хос дидига йўналтирилган. Мисол учун, «меҳмонхона» концепцияси ўзида меҳмонхоналарни меҳмондўстлиги ва шинамлиги ҳақида қайғуриш, кекса кишиларга тиббий хизмат кўрсатиш кабиларни ўзида мужассамлаштирган. «Артиум» концепцияси сифатли уй-жойларни йирик бизнес марказлари, шаҳарнинг ишбилармонлик марказларига жойлаштириш билан бирлаштиради. Ушбу ҳолатда меҳмонхона конференция-зал, замонавий офислар, телекоммуникация тармоқлари, компьютерлашган ахборот воситалари, секретар-референтлар ва ҳ.к. тақдим этади.

Франциянинг бошқа меҳмонхона занжири «Клаб Медитеран» - дам олиш бозорига киради. Ундаги номерлар фондининг катта қисми мамлакат қишлоқлари, виллаларида тўпланган бўлиб, туризмда дам олишга ихтисослашган.

Европада меҳмонхона номерлари умумий фондининг ¾ жойлашган Jelkel.Я тизимси янги туристик маҳсулот концепцияси базасида яратилган. Қайсиким дам олувчиларга кундалик ҳаёт учун юқори сифатли жиҳозлар, энг яхши сервис хизматлари билан таъминланган. Бунга жалб қилиш фаолиятини профессионал ходимлар ёрдамида ва янгиликларни доимо қидириш билан эришилган.

Буюк Британияда асосий меҳмонхоналар занжири тахминан меҳмонхона индустриясининг 25 % ташкил қилади. Йирик «Форте» гуруҳига мамлакатдаги 350 дан ортиқ меҳмонхоналар тегишли. Ундан кейинги ўринда «Моунт Чарлит Тистл Отеле» ва «Квин Моат Хаусис» меҳмонхоналар гуруҳи туради. Буюк Британиянинг бешта асосий шаҳарларида мамлакатдаги меҳмонхона номерларининг 40 %и жойлашган.

Европанинг бошқа меҳмонхоналар гуруҳлари ҳам Буюк Британия бозорида машҳурдир. Масалан, «Аккор» француз гуруҳи Буюк Британия олий меҳмонхоналар 50 гуруҳ лигаси ичида тўққизинчи ўринни эгаллайди ва 30 дан зиёд меҳмонхонага эга. Бу мамлакатга хорижий инвесторларнинг жалб қилувчи омиллардан бири – континентал Европага нисбатан иш ҳақи даражасининг пастлигидир.

Европа меҳмонхоналар бозорида шунингдек АҚШдаги йирик меҳмонхона бизнеси ҳам кенг намойиш этилган. Жумладан, «Хилтон Отел Корп», «Шератон Корп», «Мариотт Корп.», «Ромада Инт.», «Хаятт Отеле». Кейингиси биринчи марта «Файе-артиум» стилидан фойдаланган.

Франчайзинг контракти бўйича йирик фирма ёки компания (Франчайзер) ўз ҳуқуқини савдо маркаси, маркетинг тизими, марказлашган номерлар резервлашиши ва сотиш, Франчайзинг операцияларини бошқариш тизимларидан фойдаланишга беради. Қайсиким Франчайзер бошқарув мезонларига бўйсинади, унинг стандартлари ва шинамлигини сақлаб туради.

Битим учун оборотнинг 3-4 % ҳажмида гонарар тўлайди, шунингдек 30 % га яқин миқдорда бошланғич бадал киритади.

Франчайзер франчайзинг контракти бўйича ўзининг хизмат кўсратиш стандартлари ва улар билан бирга ўз мавқеини оширади. Компания инвестицияга алмашиш учун ўз технологияларини тақдим этади. У франчайзиатчига паблисити бўйича тадбирлар ташкил этишга кўмаклашади ва ускуналар сотиб олишда маслаҳатлар беради ва ходимлар тайёрлаш билан шуғулланади.

Францияда, масалан, франчайзинг тизими бир-икки юлдузли меҳмонхоналар секторида ривожланаяпти. Ушбу тизим шарофати билан кейинги ўн йилда икки юлдузли меҳмонхоналар занжири («Архад», «Ибис» ва бир юлдузли занжир «Балладан», «Формалу 1») юзлаб меҳмонхоналарни қуришди. Бу мувоффақиятли ишни француз меҳмонхоналар занжирига ҳам киритиш мумкин. Қайсиким франчайзиатчиларнинг кичик бошланғич бадали 270 дан 540 минг долларгача жалб қилиш билан хулосаланади.

АҚШда франчайзинг тизими «Холидей Инн Уордвайд» ва «Рэдиссон Отеле» каби машҳур меҳмонхоналар занжирида фаол қўлланилмоқда.

Интеграциялашган ва франчайзинг занжирлари томонларидан рақобатга қарши туриш мустақил меҳмонхоналар консорциумларига бирлашади. Меҳмонхона корсорциуми маркетинг, ускуналар сотиб олиш, бронлаштиришнинг компьютерлашган тизими (КСБ)га бирлашиш чоғидаги масштабда иқтисодий тежамкорликдан ютади, қайсиким агентларга номерни бронлаштиришни тўғридан-тўғри компьютер экранидан амалга ошириш имконини беради. Меҳмонхона консорциуми концепцияси кейинги йилларда жуда оммавийлашиб кетди ва консорциумлар сони сезиларли даражада кўпайди.

Жаҳондаги энг йирик меҳмонхона консорциуми – АҚШнинг «Бест Вестерн Интернэшил» меҳмонхона занжиридир. Бу 3500 дан зиёд меҳмонхоналар ва 300 мингдан ортиқ номерларга эга. Ушбу халқаро меҳмонхона консорциумига аъзолик қиймати солиқ тўлангандан кейин бутун оборотнинг 1 % ташкил қилади.

Европада Франция энг катта меҳмонхона консорциумларининг эгаси ҳисобланади. Турли ҳажмга эга бўлган йигирма меҳмонхона консорциуми мамлакатдаги барча отелларнинг тўртдан бирини ташкил қилади. Улардан энг йириги «**Ле Ложе де Франс**» мамлакатда таклиф қилинган умумий номерлар сонининг 60 % таъминлайди ва мамлакат консорциумлари аъзо барча отелларнинг деярли 70 % ўз таркибига бирлаштиради. Буюк Британияда консорциумга бирлашган меҳмонхоналар умумий таклиф қилинган меҳмонхона номерларининг 60 % таъминлайди.

Консорциумга бирлашган ва интеграциялашган занжирдан ташқари меҳмонхоналар турли хил оилаларни ҳосил қилади. Уларда тақдим қилинадиган хизматлар мустақил комиссиялар томонидан назорат қилинади. Бундай оилаларга «Реле де Шато», Преферред Отеле энд Резортс Уордвайд», «Лидинг отеле оф де Уорд», «Смол Люкссари Отеле оф де Уорд» кабиларни мисол қилиб кўрсатиш мумкин.

Кейинги икки оила бутун жаҳондаги тегишли 300 ва 200 отелларни бирлаштиради. Булар юқори категорияли отеллар бўлиб, улар турли жойларда (шаҳар, шаҳар чеккаси ёки провинция) жойлашган ва турли баҳолу қудратдаги мижозларга хизмат кўрсатади.

«Лидинг Отеле оф де Уорд» оиласига мисол учун, «Ритц» ва «Мерис» (Париж), Монте-Карлодаги «Отел де Пари», Венадаги «Империал», Лондондаги «Дорчестер», Женевадаги «Отел дю Рон», шунингдек Москвадаги «Болчуг Кемпински» каби отеллар киради.

«Смол Люксари Отеле оф де Уорд» оиласи унча катта бўлмаган отелларни бирлаштирган – 150 номергача, уларнинг кўпчилиги – оилавий, улардан энг машҳурларидан фақат Лондонда еттита, жуда машҳури эса «Ритц» отели. Бутун дунёда «Смол Люксари отеле» оиласи отеллари нафақат катта шаҳарларда, балки провинцияларда, курорт зоналарида ҳам жойлашган. Европа провинцияларида улар рестоврация қилинган қадимий қўрғонлар, ва чорбоғларда жойлашган. Буюк Британиянинг бу оила отелларидан кейин АҚШ ва Австралия отеллари бораяпти.

Кўпгина отеллар бир вақтнинг ўзида турли оилаларга киради, масалан, «Де обсерватории» - Сиднейда бир вақтнинг ўзида «Смол Люксари Отеле» ва «Лидинг Отеле» аъзоси ҳисобланади. Париждаги «Ритц» отели эса «Лидинг отели оф де Уорд» ва «Преферрд Отеле энд Резорте Уордвайд» оилалари аъзосидир.

Таклиф қилинадиган бошқа турар-жойлар турларига иккиламчи резиденциялар деб аталувчи уй-жойлар киради. Улар тўлиқ туристларга тегишли бўлиб, туристларнинг доимий яшаш жойи ҳисобланмайди. Иккиламчи резинденциялар умумий қулайликка эга бўлиб, блокларда квартираларга эга, қайсиким уларга бошқарувчи компаниялар хизмат кўрсатишади. Унда корхона, спорт-соғломлаштириш ва кўнгил очиш комплекслари ва бошқалар мавжуддир.

Бу тур АҚШ, Франция ва Испанияда асосан қирғоқ бўйлари ва тоғ курортларида тарқалган. Франция ва Испаниянинг Ўртаер денгизи курортларида ижарага олинган жиҳозлари бор мавсумий бинолар таклиф қилинади. Булар квартиралар, бутун бир виллалар, туристларга бир ҳафтадан уч ойгача ижарага берилади. Туроператорлар ушбу секторнинг тезроқ ўсишини англадилар ва янги туристик маҳсулот «Транспорт-бино»ни оммавий туризм учун меҳмонхоналар таклиф қиладиган нархдан анча арзонроқ равишда ривожлантиришга киришдилар.

Саноати ривожланган мамлакатлар ижтимоий турар-жой концепциясини борган сари тез ривожлантирмоқда. Булар қишлоқларда дам олиш, дам олиш оилавий лагерлари, ёшлар турбазаси ва бошқа бинолардан иборат бўлиб, фойда олинмайдиган асосда таклиф қилинади.

Францияда, масалан, бундай биноларни «Оилавий дам олиш посёлкаси», «Лагерлар марказий ташкилоти ва ёшларнинг турли хил дам олишлари», «Туризм ва иш» ташкилотлари, клубларни таклиф қиладилар. Улар эса давлатнинг ва «Электричество Франция», «Франция

темирйўллари», «Рено» каби хусусий фирмалари ва бошқа ташкилотларига тегишлидир.

Шуни айтиш керакки, жаҳон меҳмонхоналар индустриясида XX асрнинг 50-йилларидан бошлаб меҳмонхоналарни бошқариш ва ташкилий стуруктурасида меҳмонхона ишларини ташкил этишнинг икки асосий модели мустаҳкам ўрин олди.

Биринчи модел – Ритца модели бўлиб, бу швейцар тадбиркори Цезар Ритц номи билан боғлиқдир. Дунёнинг жуда кўпгина нуфузли отеллари унинг номи билан аталади. Бу меҳмонхоналар асосан Европа анъаналари – шинамлик ва арстократизмга таянади (масалан, Москвада Палас-отель). Ҳозирги вақтда ушбу модел инқирозни бошдан кечираяпти: кейинги 25 йилда меҳмонхона хизматлари жаҳон бозоридан «палас» усулидаги 2 млн. меҳмонхона номерлари чиқиб кетди.

Иккинчи модел ташкил этилиши америкалик тадбиркор **Кемонс Уильсон** номи билан боғлиқ («Холидей ИНН» меҳмонхона занжири). Ушбу модел мижоз эҳтиёжларини қондиришда катта эгилувчанликка таянади (меҳмонхона қайси мамлакатда жойлашганидан қатъий назар). Бу меҳмонхона модели хизмат кўрсатишнинг юқори стандартларига амал қилади ва холлдан бошлаб то меҳмонхона интерьеригача катта эътибор қаратади.

Ушбу модел бўйича ташкил этилган меҳмонхоналар занжирига асосий талаблар қуйидагилардан иборат: стил бирлиги (архитектура, интерьер); белгилаш ва ташқи ахборот бирлиги; кенг ва функционал холл; мижозларни рўйхатга олиш тезлиги; доимий мижозлар учун кўзда тутилган номерлар; «Швед дастурхони» нонуштаси; конференция зали мавжудлиги; тариф тизимининг эгилувчанлиги; бошқарув, маркетинг ва коммуникация хизматларининг ягоналиги. Иккинчи модел бўйича қурилган меҳмонхоналар занжири таркибида дунёдаги 50 % меҳмонхона номерлари турибди. Бундай занжирлар моҳиятан битта мулкдор – бош холдинг томонидан бошқариладиган молиявий-иқтисодий империя ҳисобланади.

Меҳмонхона ишларини ташкил этишнинг **учинчи модели** ҳам мавжуд бўлиб, у «Кўнгилли» меҳмонхона занжирчаси деб аталади. («Best Western», «Romantic Hotels» ва бошқа типдаги). Бу ҳолда ягона савдо маркази остида меҳмонхоналар бирор-бир бир хилликдаги белгилар бўйича бирлашади. Қайси мамлакатда бўлишидан қатъий назар маълум стандартлар ва хизматларга амал қилишади.

Меҳмонхоналар – занжир аъзолари – ягона фонд жамғармага бадал тўлайдилар. Қайсиким улар бирлашган реклама ва маркетинг хизматларига, маҳсулотларни илгари суришга ва ҳ.к.ларга пул сарфлашади. Бунда уларнинг молиявий-иқтисодий ва бошқарув мустақиллиги тўлиқ сақланиб қолади. Моҳиятан ушбу занжир ягона шартнома билан бирлашган меҳмонхоналар ассоциациясига ўхшаб кетади.

НАЗОРАТ САВОЛЛАРИ

1. Туризм индустрияси ва меҳмондўстлик индустрияси нисбати қандай?
2. Туризм индустрияси ва меҳмондўстлик индустрияси структура (тузилиш)ларининг хусусиятлари қандай?
3. Туризм индустрияси ва меҳмондўстликнинг тузилишлари муаммолари бўйича мамлакатда ва хориждаги қарашларга мисоллар келтиринг.
4. Меҳмондўстлик нима?
5. Меҳмондўстлик индустриясини ривожлантиришнинг бошқа омилларини санаб беринг.
6. Меҳмондўстлик индустриясини ривожлантиришнинг ички омилларини айтинг.
7. Мавсумийликни енгиб ўтиш учун отеллар қандай чораларни кўради?
8. Меҳмондўстлик индустрияси тараққиётининг асосий тенденцияларини ажратинг ва характерланг.
9. Халқаро туризмни ривожлантиришнинг асосий тенденцияларини айтиб беринг.
10. Яқин 10-20 йил ичида халқаро меҳмонхоналар индустрияси қайси йўналишларда тараққий этади?
11. Меҳмондўстликнинг асосий моделларини тахлилий таққослаб кўришга уринг.
12. Меҳмонхона ишларида франчайзинг муносабатлари тараққиётининг истиқболлари ва йўналишлари ҳақида гапириб беринг.
13. Сиз меҳмонхоналар занжирининг қайси турларини биласиз?
14. Дунёдаги энг машҳур меҳмонхоналар занжиридан бири ҳақида қисқача маълумотлар тайёрланг.
15. Меҳмонхона ишларини ташкил этишнинг асосий моделлари ҳақида гапириб беринг.

2-боб. ТУРИЗМДА МЕҲМОНХОНА ХИЗМАТЛАРИ

2.1. Меҳмонхона хизматлари тушунчаси, унинг хусусиятлари ва таърифи
2.2. Меҳмонхона маҳсулотлари комплекс (мажмуавий) хизматлар сифатида

2.1. Меҳмонхона хизматлари тушунчаси, унинг хусусиятлари ва таърифи

Меҳмонхона хизматларини қараб чиқишдан олдин «хизматлар» нималигини ёдга олиш, шунингдек барча хизматларга эга бўлган таърифларни ажратиш зарур.

Собиқ Совет Иттифоқи даврида нашр этилган Катта Совет Энциклопедиясида **хизматлар** тушунчаси бевосита маълум шахслар эҳтиёжини қондиришга йўналтирилган меҳнат сифатида белгиланган, яъни ушбу хизматлар индивидуал буюртмачи, мижоз каби истеъмолчиларни назарда тутади.

Маркетинг бўйича таниқли америкалик мутахассис олим Ф.Котлернинг белгилашича, **хизматлар** ҳар қандай тадбир ёки қулайлик, қайсиким бир томон бошқа сезилмас томонга таклиф қилади. Хизматлар ишлаб чиқариш унинг моддий кўринишидаги товар билан боғлиқ бўлиши, боғлиқ бўлмаслиги ҳам мумкин.

Хизматлар – бу мақсадга мувофиқ меҳнат фаолияти, натижаси бўлиб, кишининг бирор-бир эҳтиёжини қондиришда акс этади. Хизматларнинг хусусияти шундан иборатки, у нарса шаклида ёки жонли меҳнат жараёнида тақдим этилиши мумкин.

Хизматлар ишларидан бири ҳаракат сифатида белгиланади. Бирор бир ҳуқуқий ёки жисмоний шахс бошқа субъектга уни ўз муносабатида амалга оширилади ва моддий ёки номоддий мақсадни кўзлаб бевосита ёки билвосита қулайликни яратади. Кўпчилик иқтисодчилар «хизмат» тушунчасини белгилашда К.Марксниng «Капитал» асарининг биринчи томида келтирлиган фикрларга таянишади, яъни «хизматлар истеъмолчилик қиймати фойдали ҳаракати – товарми, меҳнатми, бошқача нарсадир». Келтирилган белгилашлар ҳозирги замон учун қисман маъқул келади.

Бу борада кенгроқ маънода «хизмат» тушунчасини қуйидаги тарзда шакллантириш мумкин: «**хизмат** деб ноишлаб чиқариш ёки моддий ишлаб чиқариш фаолият қисмини ҳисоблаш керак, қайсиким моддий хизматлар кўрсатишда фойдали ҳаракатдан иборат, маҳсулот ишлаб чиқариш ва унинг таъмирланишини, созланишини ўз ичига олади, ёки аҳолининг шахсий ноишлаб чиқариш эҳтиёжини қондиришдан иборат (шу жумладан, маънавий ва эстетик эҳтиёжлари).

Россия Федерациясида 1994 йил июлда нашр этилагн «Аҳолига хизмат кўрсатиш. Атамалар ва белгилар» давлат стандарти амалга жорий этилди.

Ушбу ҳужжатга мувофиқ, хизмат дейилганда ижрочи ва истеъмолчининг бевосита ўзаро ҳамкорлиги натижаси, шунингдек ижрочининг истеъмолчи эҳтиёжининг қондирилиши бўйича хусусий фаолияти тушунилади.

Хизматлар функционал мўлжалланган бўйича моддий ва ижтимоий-маданийга бўлинади. **Моддий хизматлар** – бу истеъмолчининг моддий-маиший эҳтиёжларини қондириш бўйича хизматлардир. Моддий хизматлар буюмларни истеъмолчилик хусусиятларини тиклаш (сақлаш, ўзгартириш), ёки фуқаролар буюртмасига кўра янгиларини тайёрлаш, шунингдек юкларни ва одамларни ташиш; истеъмол учун шароит яратишни таъминлайди. Хусусан, моддий хизматларга маиший хизматлар, буюмларни тайёрлаш ва созлаш (ремонт қилиш), уй-жой коммунал хизматлари, умумий овқатланиш хизматлари, транспорт хизматлари ва бошқаларни киритиш мумкин.

Ижтимоий-маданий хизматлар – бу истеъмолчининг одатдаги (нормал) ҳаёт фаолиятини таъминлаш ва маънавий, интеллектуал эҳтиёжини қондириш бўйича хизматлардир. Ижтимоий-маданий хизматлар шахснинг соғлигини тиклаш, маънавий ва жисмоний ривожланиши, профессионал маҳоратини оширишни таъминлайди. Ижтимоий-маданий хизматларга тиббий хизматлар, маданий хизматлар, туристик хизматлар, таълим хизматлари ва бошқаларни ҳам киритиш мумкин. Шундай қилиб, стандарт аҳолига кўрсатиладиган хилма-хил хизматлар орасида туристик хизматлар ўрнини ва ижтимоий-маданий хизматларга уларни киритишни белгилаш имконини беради.

Барча хизматлар, ҳам моддий, ҳам ижтимиой-маданий хизматлар сифатида бешта асосий таърифга эга. Сервис соҳаси корхоналари фаолиятига ажратилган хизматлар таърифи таъмири хусусиятларини 2.1-жадвал кўринишида келтирамиз.

2.1-жадвал.

Хизматларнинг асосий таърифи

Хизматлар таърифи	Сервис корхоналари фаолияти хусусиятлари
Сезилмаслик	Товарларнинг йўқлиги; хизматлар ҳаракат ёки тажриба ҳисобланади.
	Стандарт намуналари тақдим этиш қийинчилиги: хизматлар сотиб олиш мижоз учун таваккалчилик билан боғлиқ, чунки хизматни намойиш қилиш мумкин эмас
	Патент тизимининг йўқлиги: рақобат бозорига эркин кириш
Хизматлар тақдим этишнинг	Истеъмолчилар хизмат кўрсатилиши жараёнларида иштирок этади
истеъмолчидан ажралмаслиги	Хизматлар кўрсатилиши жараёнига истеъмолчилар гуруҳини жалб этиш.
	Хизматлар сифатини назорат қилиш муаммоси
	Фирма, кўрсатадиган хизматни унинг ходими тақдим этади.

	Фирмаларнинг қабул қилиши унинг ходимларининг мижозига бўлган муносабатига боғлиқ
	Хизмат кўрсатишнинг шарт-шароити – фирманинг асосий хусусиятидир
	Фирмани кенгайтириш қийинчилиги корхона тармоқларини ташкил қилиш зарурати билан боғлиқ
Гетерогенлик	Хизматларни стандартлаш қийин, чунки уларнинг характери кўп жиҳатдан истеъмолчилар томонидан белгиланади.
	Хизмат кўрсатиш сифатини назорат қилиш муаммоси: хизмат кўрсатиш шароитининг хилма-хиллиги
Сақланмаслик	Хизматларни сақлаш мумкин эмас: товар заҳиралари йўқ
	Муаммолар юкланиш чўққиси билан боғлиқ; меҳнат самарадорлиги паст
	Хизматларга нарх белгилашнинг қийинчилиги: нарх хосил қилиш муаммолари мавжудлиги
Хизматларга мулкий ҳукуқнинг йўқлиги	Мижозлар хизматларни эгаллай олмайдилар – хизмат кўрсатишлар ижарага ўхшаш кабидир.

Сервис соҳаси фаолиятини ташкил қилиш хусусиятлари хизмат кўрсатиш хусусиятлари билан белгиланади, жумладан: индивидуал буюртмачи мавжудлиги; хизматлар ишлаб чиқаришнинг локал (маҳаллийлаштириш) характери; технологик жараёнларнинг хилма-хиллиги; хизматларнинг мавсумий характери; хизматларни ишлаб чиқариш ва сотишни бирга олиб бориш; хизмат кўрсатиш сифати; хизматлар тезлиги ва уларни алмаштириб бўлмаслик.

Қабул қилинган классификациясига мувофиқ хизматлар функционал мўлжалланган бўйича тўрт гуруҳга бўлинади:

1) истеъмолчилик қийматини тиклаш ва таъмирлаш (товар ва хизматлар);
2) буюртмага кўра янги истеъмолчилик қийматини тайёрлаш;
3) ишда, турмуш ва одамлар маиший ҳаётида қулайлик яратиш бўйича хизматлар;
4) ахборот хизмати.

Шунингдек хизматларнинг 12 гуруҳи ажратилган:

- уй-жой ва коммунал хизмат кўрсатиш;
- чакана савдо;
- умумий овқатланиш;
- маиший хизмат;
- умумий таълим ва тарбия;
- тиббий хизмат;
- ижтимоий таъминот ва хизматлар кўрсатиш;
- маданий эҳтиёжларга хизмат кўрсатиш;

- рекреацион хизмат кўрсатиш (туризм ва дам олиш хизматлари);
- кредит-суғурта хизматлари;
- мулк ва фуқаролар ҳуқуқларини муҳофаза қилиш;
- йўловчи транспорти ва алоқа хизмати кабилар.

Ушбу хизматлар гуруҳлари тўрт катта соҳани ҳосил қилади: коммунал маиший хизмат кўрсатиш соҳаси; соғлиқни сақлаш ва тиклаш хизмати соҳаси; бошқарув, тартибга солиш ва алмашлаш соҳаси; маданий оқартув хизматлари соҳаси. Н.Б.Шеникова фикрича, сервис индустриясини ишлаб чиқаришнинг беш кўриниши сифатида кўрсатиш мумкин:

- техник сервис;
- технологик сервис;
- ахборот сервиси;
- транспорт-коммуникация сервиси;
- ижтимиой-маданий ёки гуманитар сервис.

Техник сервис турли техника турлари билан кишиларнинг эҳтиёжини қондириш, турмуш сифати даражаси ҳозирги замон стандартлари билан мос келиши таъминланиши зарур. Ушбу сервис типи шундай техник воситалар билан таъминланадики, овқат тайёрлаш, ички кийимларни ишлаш агрегатлари, ҳаво ва ҳаво тозалагичлар, овқат сақлаш учун воситалар, телерадио ва видеотехникалар, компьютер қурилмалари, ускуналари шулар жумласидандир.

Технологик сервис – инсоннинг турли эҳтиёжлари (кийим-кечак, турар-жой, овқатланиш, соғлиқни тиклаш) маиший ва майда ишлаб чиқариш шароитида замонавий технологиялар ёрдамида қондирилади. Бу газмол, тери, ёғоч, металл ва бошқа материаллардан замонавий технологияларни қўллаб ишлаб чиқариш, шунингдек химия, биология ва ҳ.к. ютуқларидан фойдаланиб махсус технологияларни жорий этишдир.

Ахборот сервиси. Жаҳон тенденцияси жамиятнинг барча соҳаларида ахборот роли ошаётганини кўрсатмоқда. Турли типдаги ахборот тизими, йиғиш методи, умумлаштириш, ахборотни таҳлил этиш, алоҳида одамлар, одамлар гуруҳи, бутун жамиятда фойдаланиш кенг кўлам касб этмоқда.

Транспорт-коммуникация сервиси. Коммуникация эҳтиёжи ахборот эҳтиёжидан фарқли равишда нафақат олинишда, балки ахборот алмашинишнинг мақсадга қаратилгани билан характерланади. Кўпинча диолог характерида ёки ҳар икки томоннинг улар учун қулай бўлган ҳар қандай вақтда хоҳиши бўйича мулоқоти кўринишида бўлади. Мулоқот техник воситаси бўлиб электрон алоқа, почта алоқаси, транспорт хизмат қилади.

Ижтимоий-маданий (гуманитар) сервис. Аҳолининг бўш вақтини ўтказишни ташкил этиш соҳасида хизматлар кенг доирасида намоён бўлади: кўнгил очиш, туризм, меҳмонхона ва ресторан хизматлари, театр, музей, тематик парк, кинотеатр. Булар билан бир вақтда сервис фаолиятининг уйда таълим, маданий хордиқ, маросим, ижтимоий-ҳуқуқий, оқартув, ижтимиой-тиббий, санатория-даволаш каби турлари ривожлана бошлайди.

Меҳмонхона индустрияси иқтисодий фаолият тури сифатида меҳмонхона хизмати ва меҳмонхоналар, кемпинглар, мотеллар, талабалар ва ўқувчилар ётоқхоналари, ўткинчилар учун уйларда ва ҳ.к. мукофот эвазига қисқа муддатли яшаш учун тақдим этишни ташкил қилишни ўз ичига олади. Ушбу фаолиятга ресторанлар хизматлари ҳам киради. Меҳмонхона хизматларига барча асосий таърифлар амал қилади, қайсиким маълум даражада уларни туристик хизматлар ва умуман хизматлар билан ошно қилади. Бироқ улар ҳам ўзига хос хусусиятига эга. Меҳмонхона хизматларининг муҳим специфик қирралари Т.И.Черняева ва М.С.Отнюковалар томонидан белгилаб берилган.

Ишлаб чиқариш ва истеъмолни бир вақтда эмаслик жараёнлари. Меҳмонхона мажмуаларида кўрсатиладиган хизматларга нисбатан хизматлар таърифи учун бундай умумийлик тўлиқ даражада амал қилмайди, яъни бир вақтдагилик, ишлаб чиқариш ва истеъмол жараёнларини ажралмас характердалиги унга мойиллик қилади. Мисол учун, номерни йиғиштириш ва сотишга тайёрлаш, сотиш моменти билан жой ва вақт бўйича мос келмайди.

Сақлашнинг чекланган имкониятлари. Меҳмонхона мажмуаси хизматлари кейинчалик яна сотиш учун сақланиши мумкин эмас. Агар жорий суткада меҳмонхона номери сотилмай қолган бўлса, ушбу суткада уни қўшимча сотишнинг имкони йўқ. Ушбу ҳолатда барча зарар ва бой берилган қулайлик ё отел эгаси зиммасига, ёки номерлар блокини бронлашган ва турли сабабларга кўра блокнинг бир қисмини ёки ҳаммасини кейинчалик рад қилган туроператор бўйнига тушади.

Меҳмонхона хизматларининг шошилинч хусусияти. Меҳмонхона корхоналарининг ўзига хослиги шундан иборатки, мижозларга хизмат кўрсатиш тезкорлик билан амалга оширилиши керак. Ушбу омил меҳмонхонани танлашда айниқса аҳамиятли ҳисобланади. Бир қатор меҳмонхона хизматларини тақдим этиш ҳатто секундлар билан ўлчанади. Хусусан, Токио шаҳрида меҳмонхоналар энг тез хизмат кўрсатишни таклиф қиладилар, қайсиким қабул чоғи меҳмонларга хизмат кўрсатиш учун зарур энг кўп вақт 45 секунд билан чегараланган. Бошқа кўпчилик меҳмонхоналарда шунга ўхшаш амалларни бажаришга 10-15 минут сарфланади. Россия меҳмонхоналарида эса шундай юмушларни бажариш учун 30-40 минут, ундан кўпроқ вақт сарфлашга тўғри келади.

Ишлаб чиқариш жараёнларида ходимнинг кенг кўламда иштироки. Меҳмонхона хизматларининг муҳим хусусияти одамларнинг ишлаб чиқариш жараёнида кенг кўламда иштирок этиши ҳисобланади. Инсон омили ва унинг сезиларли таъсири хизмат сифатининг ўзгарувчанлиги, ҳатто ўша битта корхона доирасида бетакрорлигига олиб келади. Шу муносабат билан хизмат кўрсатиш стандарт (нусха, наъмуна)лари ишлаб чиқилган ва такомиллаштирлимоқда. Бу мижозларга хизмат кўрсатиш тартибини бажариш учун комплекс мажбуриятлардир, қайсиким ишлаб чиқариладиган барча операциялар белгиланган сифат даражасини кафолатлашга қаратилган.

Стандарт мезонни белгилайди, унга кўра мижозларга хизмат кўрсатиш даражаси ва меҳмонхона корхонасининг ҳар қандай хизмат ходими фаолияти

баҳоланади. Бундай мезонларга, масалан, қуйидагиларни киритиш мумкин: қўнғироққа ахборот олингани ҳақида жавоб вақти ёки буронлаштириш вақти; жойлаштириш хизматида расмийлаштириш вақти; аниқ хизмат кўрсатишга сарфланган вақт; ташқи кўриниш ва унинг форма (шакли) мавжудлиги; хизмат кўрсатувчи ходимнинг чет тилини билиши.

Меҳмонхона хизматларига талабнинг мавсумий характери. Меҳмонхона хизматлари бозори учун йилнинг вақтига қараб талабни ўзгариб туриши характерлидир. Чунки кўпчилик туристлар ёзги ойларда дам олишади, шунингдек ҳафта кунларида – ишбилармон туристлар меҳмонхонада жойлашади, бу сезиларли даражада меҳмонхона юкланишига таъсир қилади.

Меҳмонхона хизматлари ва сафар мақсадининг ўзаро боғлиқлиги. Одатда меҳмонларни маълум жойга ташриф буюриш қарори ушбу жойда аниқ меҳмонхона мавжудлиги омилига асосланмайди, балки мутлоқа бошқа сабабларга кўра қабул қилинади: кўнгил очиш, дам олиш, спорт билан шуғулланиш, шифо ваннаси қабул қилиш имконияти кўзда тутилади. Таътил вақтида ўз сафарини режалаштирган киши, аввал, ташриф буюриладиган маълум жой-мамлакат, регион, шаҳарни танлайди. Шундан кейингина у маъқул келадиган меҳмонхона корхонаси ёки бошқа жойлаштириш воситасини танлашга киришади. Бироқ меҳмонхонага турист такрор ташриф буюраётган бўлса, жойлашиш масаласи олдиндан ҳал этиб қўйилиши мумкин.

Меҳмонхона хизматларининг ўзига хослиги, ташриф буюрган меҳмонларга хизмат кўрсатиш хусусиятлари ва технологиялари билан белгиланади. Меҳмонларга хизмат кўрсатиш технологик жараёнлари ўз ичига қуйидагиларни олади:

- меҳмонхонага киришда меҳмонларни кутиб олиш;
- регистрация (қайд қилиш), ҳужжатларни расмийлаштириш ва меҳмонларни жойлаштириш;
- меҳмонларга номерда хизмат кўрсатиш;
- меҳмонларнинг овқатланиши чоғида хизмат кўрсатиш;
- меҳмонларнинг маданий талабларини қондириш – яъни спорт, соғломлаштириш ва фитнес-хизмат талаблари;
- жўнаб кетишини расмийлаштириш, кузатиб қўйиш.

Шуни таъкидлаш жоизки, хизматлар тайёр, тугал шаклда бўлиши мумкин эмас. Улар ижрочи ва истеъмолчини ўзаро қалин ҳамкорлигида хизмат кўрсатиш чоғида шаклланади. Меҳмонхона хизматларини ишлаб чиқариш ва истеъмол қилиниши меҳмоннинг меҳмонхонага келган пайтидан жўнаб кетилганига қадар бир вақтнинг ўзида кечади. Бутун меҳмонхона цикли давомида меҳмон хизматларни меҳмонхона ходими фаолиятининг натижаси сифатида қабул қилади.

Меҳмонхона хизматлари битта жойда – хизмат кўрсатиш жойида ишлаб чиқилади ва истеъмол қилинади, истеъмолчининг ўзи эса тақсимлаш тизими қисмига айланади. Меҳмонлар хизмат кўрсатувчи ходимлар билан ресторанда, номер (хона)да, ошхонада рўбарў (дуч) келади. Демак,

меҳмонхона корхонаси ходимларнинг мижозлар билан алоқасини изчил йўлга қўйиши керак. Шу билан бирга меҳмонлар жамоат жойларида белгиланган хулқ-автор, одоб-ахлоқ нормаларига, яшашда тартиб-қоидаларига риоя этиши шарт.

Меҳмонхона хизматларининг муҳим хусусиятлари шундан иборатки, уларни жамғариш ва сақлаш имконияти йўқлиги ҳисобланади. Шунингдек номер фондига талабнома қабул қилишда ва одамларни жойлаштиришда унинг табиий сиғимидан ошиб кетмаслигига йўл қўйиш мумкин эмас. Ўша вақтда меҳмонхонада бўш қолган номер ва ўрин-жойларнинг йўқотилишига олиб келишини ҳам унутмаслик зарур. Шундай қилиб, меҳмонхона хизматлари – бу меҳмонлар ва меҳмонхона ходимларининг уюшган ҳолда ўзаро ҳамкорлиги бўлиб, бутун фаолият давомида меҳмонларга узлуксиз таъсир этади. Бу маҳсулот фақат меҳмонлар бўлган вақт давомида амалга оширилади. Ушбу вақт давмида меҳмонлар ва меҳмонхона ўртасида доимий мулоқот боради, уни дастурлаш ёки аллақандай стандарт ёки хизмат кўрсатиш алгоритми яратиш имкони йўқ. Шу боис, меҳмонхона хизматлари ҳар бир конкрет ҳолатда индивидуал характер касб этади.

2.2. Меҳмонхона маҳсулотлари комплекс (мажмуавий) хизматлар сифатида

Меҳмонхоналарни бошқаришда **«меҳмонхона маҳсулотлари»** деган атама кенг фойдаланилади, бу меҳмонхона талабларини таклиф этишда комплекс таърифлашга имкон беради. Бу ёндашув иқтисодий назария нуқтаи назаридан ҳам маҳсулдир, унда «**маҳсулот**» инсон меҳнати, хўжалик фаолияти, тақдим этиладиган моддий-буюм, маънавий, ахборот шакли, ёки бажарилган ишлар ва хизматларнинг кўриниши «натижаси» сифатида белгиланади.

Меҳмонхона маҳсулотлари Меҳмонхона хизматлари товарлардан фарқ қилагн ҳолда тўртта таърифга эга.

Биринчидан, хизматларни сезилмаслиги – уларнинг англанмаслиги ёки номоддий характери, уларни намойиш этиш, кўриш, транспортда ташиш, сақлаш имкони йўқлигини билдиради.

Иккинчидан, ишлаб чиқариш ва истеъмолнинг ажралмаслиги – хизматларни фақат мижоз пайдо бўлгандагина кўрсатиш мумкин. Ушбу нуқтаи назардан хизматларни ишлаб чиқариш ва истеъмол қилиш қалин ўзаро боғланган ва ажратилиши мумкин эмас.

Учинчидан, ўзгарувчанлик – хизмат кўрсатиш сифати хилма-хиллашади ва ишлаб чиқарувчининг профессионаллиги, унинг ваколатлилиги, хайри хоҳлиги, унинг ходимларининг хушмуомилалиги ва ҳозиржавоблиги, шунингдек ҳар бир харидорнинг индивидуал талабларини ҳисобга олиш даражасига боғлиқ.

Тўртинчидан, сақлаш қобилиятсизлиги – хизматларни олдиндан ишлаб чиқариш ва омборхонага сақлаб қўйиш мумкин эмас, талаб ва таклиф ўртасида мувозанатга эришишда муаммо вужудга келади.

Бироқ меҳмонхона маҳсулотларига ўзига хос хизматлар специфик таърифлари билан бир қаторда фарқли хусусиятлар ҳам таъллуқли бўлиб, улар қуйидагилардан иборат.:

- меҳмонхона хизматларининг вазиятлиги, бир вақтда тақдим этилиши ва хизматларга такрор мурожаатда характерининг ўзгариши;
- хизматларнинг индивидуаллиги, чунки отел ҳатто меҳмонхона маҳсулотларини оммавий ташкил этиш шароитида ҳам мижознинг индивидуал талабларини бажаришга тайёр;
- меҳмонхона маҳсулотларининг истеъмол қиймати хусусиятларини фарқлиги, чунки меҳмонхона маҳсулотларини харид қилиш ҳақида қарор қабул қилиш чоғида унинг ўзи аниқ сифатий характерга эга бўлмайди, улар хизматлар олиниши пайтидагина аниқланади;
- комплекс хизматлар манбаининг нисбатан ноаниқлиги ва яширинлиги – қайсиким туристга кўрсатилади, чунки меҳмонхона хизматлари турли корхоналар ва муассасалар томонидан кўрсатилади; унга фақат турмаҳсулотни сотган, маълум меҳмонхона хизматларини кафолатлаган турфирмагина маълум, қайсиким ҳали тақдим этилади;
- харидор маҳсулотни сотиб олган жойни уни истеъмол қиладиган жойдан ажратиб турувчи масофани босиб ўтади, шунинг учун меҳмонхона хизматлари истеъмолчи улар ишлаб чиқарадиган жойга етиб келганидан кейингина кўрсатилгани маъқул;
- истеъмолчилар даромадининг ҳосил бўлиши, меҳмонхона маҳсулотларини сотиб олиш учун мўлжалланган, истеъмол жараёни вақтинча бўладиган мамлакати шартларига кўра ёки жаҳон нархларида шаклансада, доимий яшайдиган мамлакат шартлари билан тартибга солинади;
- туристлар истеъмолига фаравонлик ҳам қўшилади, бепул сифатида олинади ва ҳам жойида реализация қилинади;
- туризм жараёнида истеъмолчи уйдан ташқарида бўлишига боғлиқ бўлмаган ҳолда эҳтиёжини қондириш учун сарф-харажатлар қилади, буни саёҳатнинг ўзи тақозо қилади;
- туристнинг истеъмол жараёни доимо вақт ва маконда чегараланган; мавсумийлик омили катта аҳамият касб этади;
- меҳмонхона маҳсулотлари сифат мезонларининг ноаниқлиги ва субъективлиги, қайсиким тўғридан-тўғри кўрсаткичлардан ташқари бир қатор ўзгаришларга боғлиқ (мода, мижоз саломатлигининг ҳолати, ходим муносабати, мижознинг ижтимоий мақоми);
- меҳмонхона маҳсулотлари сифатига форс-машор характерига эга бўлган ташқи омиллар сезиларли таъсир кўрсатади, яъни сотувчи ва харидор иродаси ва ҳаракатига боғлиқ бўлмаган омиллар.

Шу ўринда меҳмонхона маҳсулотларининг қатор хусусиятларини ҳам ажратиш мумкин:

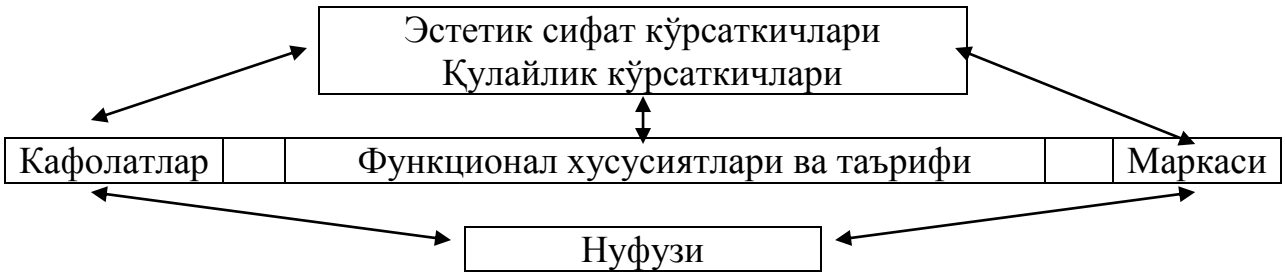
- меҳмоннавозлик – барча хизматларнинг тақдим этилиши турист саёҳати мақсадларига мувофиқ келиши керак;

- ишончлик – туристга тақдим этиладиган маҳсулотларнинг рекламаси, ахборотлар ишончлиги амалда мувофиқ келиши керак;
- самарадорлик – турист учун унинг харажатларини иложи борича камайтиришда кўпроқ самарадорликка эришиш;
- бутунлик – меҳмонхона маҳсулотларининг тугаллиги;
- ойдинлик – меҳмонхона маҳсулотларини истеъмол қилиш, унинг йўналиши ишлаб чиқарувчига ҳам, туристга ҳам тушунарли бўлиши лозим;
- эксплуатацияда оддийлик – хизмат кўрсатиш технологиясида хатоларни осон аниқлаш имконияти;
- эгилувчанлик – меҳмонхона маҳсулотлари турли истеъмолчиларга мўлжалланган бўлиб, зарур бўлганда у ёки бу хизматларга алмаштириш имкониятига эга бўлиши зарур;
- фойдалилик – бирор бир мақсадга эришишга хизматнинг қобилияти, маълум истеъмолчилар мақсадли гуруҳларнинг эҳтиёжини қондиради.

Меҳмонхона маҳсулотлари қаттиқ ва юмшоқ бўлади (2.1-расм).

2.1-расм. Меҳмонхона маҳсулотлари комплекслигини ташкил этувчилар

Меҳмонхона маҳсулотлари шунингдек ўз таркибига эга, қайсиким кўпинча уни ишлаб чиқарувчилар нуқтаи назаридан баҳоланади. Бироқ истеъмолчи нуқтаи назаридан меҳмонхона маҳсулотлари тузилиши муаммосига етарли эътибор қаратилмайди. Ваҳоланки, меҳмонхона маҳсулотиларининг мувоффақияти ёки унинг бозорда барбод бўлиши айнан унга боғлиқ. Меҳмонхона маҳсулотлари тузилиши – таркибини истеъмолчи нуқати назаридан схема кўринишида шундай тасаввур қилиш мумкин (2.2-расм).



2.2-расм. Истеъмолчи нуқати назаридан туристик маҳсулотнинг тузилиши

Маҳсулот тузилмаси ўз ичига икки қисмни олади: маҳсулот ядроси – унинг функционал хусусияти ва характиристикаси. Маҳсулотнинг «Фирма қобиғи», унга сифатнинг эстетик кўрсаткичлари, қулайлик кўрсаткичи, маркаси, кафолати, нуфузи киради. «Қобиғ» туристни кўп жиҳатдан қизиқтиради, чунки у унинг сифатидан ютади, айнан «қобиғ» меҳмонхона хизматларидан тўлиқ таъминланганлик қониқишини ҳосил қилади.

2.3-расм. Меҳмонхона маҳсулотларининг даражаси

Бошқа нуқтаи назарга мувофиқ, меҳмонхона маҳсулотлари таркибида уч даража ажратилади: фикр-ўйланган бўйича маҳсулот, реал бошқарилган маҳсулот ва мустаҳкамланган маҳсулот (2.3-расм). Ҳар қандай маҳсулот асосида бирор-бир эҳтиёжни қондириш зарурати ётади. Шунинг учун маҳсулот моҳиятини ўйлаш-фикрлаш ташкил қилади, яъни товар йўналишини маълум муаммони ҳал этишга қаратилиши, истеъмолчининг аниқ эҳтиёжини қондириш зарурати. Шу боис, отел маъмурияти учун маҳсулотнинг ўзини хусусиятини тарқатиш ва тасаввур қилиш эмас, балки истеъмолчи учун ундан реал фойда кўриш (манфаат) катта аҳамиятга эга.

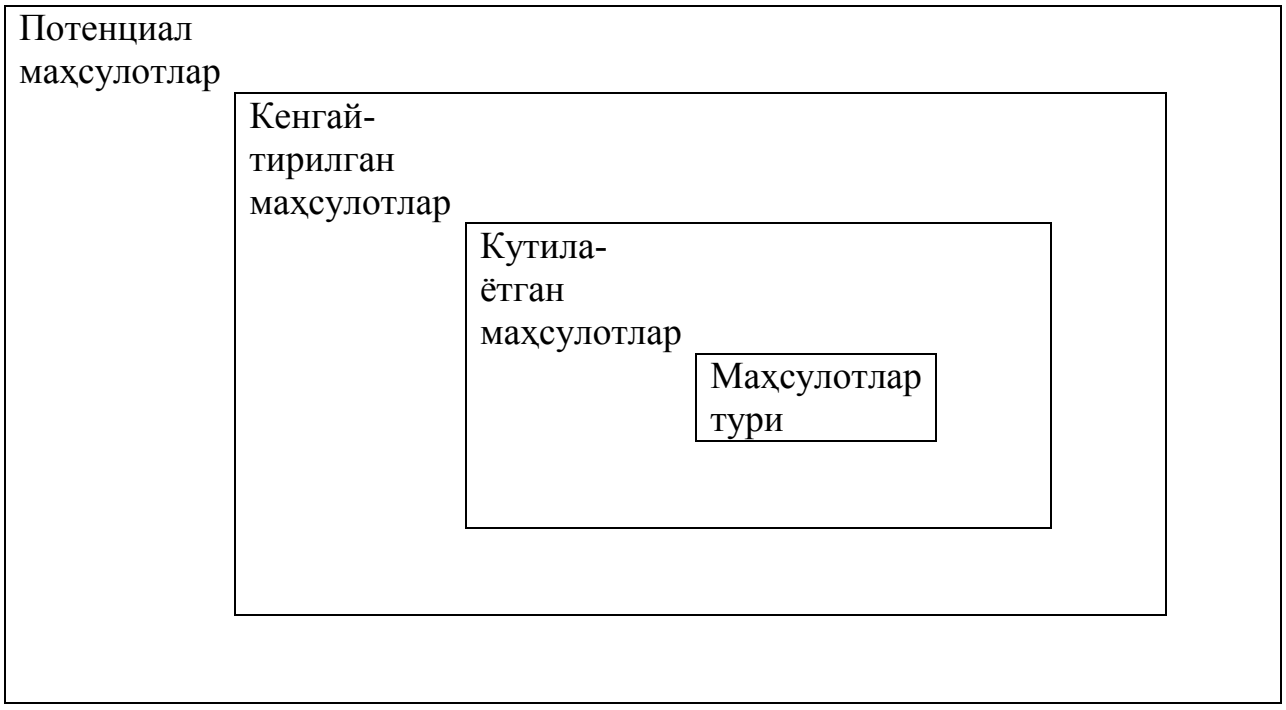
Меҳмонхона маҳсулотларининг ушбу босқичида истеъмолчи учун маҳсулот ҳали мавжуд эмас, мижоз маҳсулотларни таҳлил қилади, қайсиким унга турли отеллар таклиф қилади, реал фойда ва ўзи учун манфаатли. Биринчи босқичда маҳсулотнинг мазмун томони шаклланади, тўлиқ хизматлар тўплами келишиб олинади, истеъмолчи онгида кутилаётган

манфаат ва тахмин қилинаётган маҳсулотни амалдаги қийматини таққослаш кечади.

Агар маҳсулот ўланиши унинг мазмуни сифатида чиқадиган бўлса, унинг шакли реал бажарилишда – айнан маълум хусусиятлар тўплами ушбу фикрни рўёбга чиқариш имконини беради, яъни меҳмонларнинг қайсидир эҳтиёжини қондиради. Ушбу босқичда маҳсулот реал мавжуд бўлади ва истеъмолчи унинг хусусиятлари ва таърифини, афзаллиги ва камчилигини аниқ баҳолаши мумкин. Шунинг учун иккинчи босқич маҳсулотнинг сифат даражаси, қулайлиги, нуфузи, хавфсизлиги, тежамкорлиги ва бошқа хусусиятлари ва таърифи сифатида қаралади.

Меҳмонхона маҳсулотларининг мустаҳкамлангани (учинчи даража) дейилганида хизмат кўрсатиш хусусиятлари, маслаҳат ва ахборот тушунилади. Бу сезиларли даражада потенциал мижозларни қондирши ва сақлашга имкон беради. Бунга юқори сифат ва тезкор хизмат кўрсатиш, оқилона ва тўлиқ маслаҳат, мижоз билан норасмий мулоқот, хайрихоҳ муносабат йўли билан эришиш мумкин. Рақобат нуқати назаридан маҳсулотни мустаҳкамлаш ғояси отел ходимига самаралироқ усул билан маҳсулотни такомиллаштириш имконини беради.

Меҳмонхона маҳсулотининг тузилишига қизиқ нигоҳ ташлашни Н.И.Кубишкин ва Г.А.Бондаренколар таклиф қилади. Улар меҳмонхона маҳсулотининг тўрт даражасини ажратишади. Бу 2.4-расмда кўрсатилган.



2.4-расм. Меҳмонхона маҳсулотининг тузилиши

«**Ядро**» - маҳсулот тури – бозор жараёнида иштирок этиш учун зарур жараёнлар ва ўқув базасини ўз ичига олади. Меҳмонхоналарда бу бинолар, номерлар, мебеллар, коммуникациялар.

«**Кутилаётган маҳсулот**» – мижозлар минимал кутаётган қониқиш маҳсулоти. У ўз ичига бевосита тур маҳсулотга мос келишни олади: хизмат

кўрсатиш шароити ва вақти, номерлар интерьери, санитария-гигиена нормаларига риоя қилиш.

«**Кенгайтирилган маҳсулот**» - бошқа бозорий ўхшашликлар олдида қўшимча устунликни ўзида намоён қилади. Бу жойлашган жой ҳам, қўшимча хизматлар ҳам бўлиши мумкин.

«**Потенциал маҳсулот**» - кенгайтирилгандан фарқли равишда, фақат амалда қилинганни қайд этади. У ҳаммасига потенциал эришиш мумкин бўлган ва истиқболда меҳмонларни жалб этиш ва ушлаб туришни амалга оширишдан иборат ишларни қамраб олади. Муваффақият қозонаётган корхона доимо мунтазам муваффақиятли потенциал маҳсулот қидириш жараёнида бўлади.

Бизнес нуқтаи назаридан қараганда меҳмонхона тижорий ишлаб чиқарувчи корхона ҳисобланади. У бозорда ўз маҳсулотларини комплекс хизматлар ва фаравонлик кўринишида таклиф қилади.

Бу маҳсулотлар мижозлар томонидан алмашув битимлари воситасида харид қилинади. Бунда харид эгаликни англатмайди ва нарса шаклини қабул қилмайди. Маҳсулотга эришиш ва ундан фойдаланиш маълум вақтда, маълум жойда амалга оширилади.

Хизматлар бажарилиши меҳмонхоналарда, ишлаб чиқарувчи ҳудудида истеъмолчи билан ижрочининг фаол иштирокида, уларнинг бевосита алоқаси чоғида рўй беради. Шунинг учун меҳмонхона маҳсулотининг сифати сезиларли равишда меҳмонхоналар ходими томонидан белгиланади, айниқса бевосита туристлар билан алоқада бўлган ходим томонидан (контактли, фронт-офис), шунинг учун олдиндан баҳоланиши мумкин эмас.

Шундай қилиб, меҳмонхона хизматлари истеъмолчи ва ижрочининг ўзаро ҳамкорлик жараёни сифатида белгиланади. Асосий мақсад – меҳмонларни жойлаштириш, овқатлантириш ва қўшимча хизматлар билан меҳмонлар эҳтиёжларини қондириш, шунингдек фойда олишдир. Меҳмонхона маҳсулотлари – ижрочининг хўжалик юритиши, интеллектуал, сервис фаолияти натижаси бўлиб, хизмат кўрсатиш жараёнларида истеъмолчи эҳтиёжини қондириш учун яратилган ижрочининг сервис хизмати кўрсатиш фаолиятидир.

НАЗОРАТ САВОЛЛАРИ:

1. Хизмат» тушунчасига аниқлик киритинг.
2. Хизматларнинг қайси хилма-хилликларини биласиз?
3. Хизматларнинг фундаментал таърифларини сананг.
4. Меҳмонхона хизматларининг асосий ва ўзига хос қирраларини ажратинг.
5. Меҳмонхона маҳсулотлари тушунчаси ва таърифи.
6. Меҳмонхона маҳсулотларининг истеъмолчилик хусусиятларини сананг.
7. Меҳмонхона маҳсулотлари тузилиши қандай? Уларнинг хусусиятларини санаб ўтинг.

3-боб. ТУРИЗМДА МЕҲМОНХОНА ХИЗМАТЛАРИ

3.1. Меҳмонхона хизматлари тушунчаси, унинг хусусиятлари ва таърифи
3.2. Меҳмонхона маҳсулотлари комплекс (мажмуавий) хизматлар сифатида

3.1. Меҳмонхона хизматлари тушунчаси, унинг хусусиятлари ва таърифи

Меҳмонхона хизматларини қараб чиқишдан олдин «хизматлар» нималигини ёдга олиш, шунингдек барча хизматларга эга бўлган таърифларни ажратиш зарур бўлади.

Собиқ Иттифоқ даврида нашр этилган Катта Совет Энциклопедиясида **хизматлар** тушунчаси бевосита маълум шахслар эҳтиёжини қондиришга йўналтирилган меҳнат сифатида белгиланган. Яъни ушбу хизматлар индивидуал буюртмачи ёки мижоз каби истеъмолчиларни назарда тутади.

Маркетинг соҳаси бўйича таниқли америкалик мутахассис олим Ф.Котлернинг белгилашича, **хизматлар** ҳар қандай тадбир ёки қулайликдир, қайсиким бир томон бошқа сезилмас томонга таклиф қилади. Хизматлар ишлаб чиқариш унинг моддий кўринишидаги товар билан боғлиқ бўлиши ёки боғлиқ бўлмаслиги ҳам мумкин.

Хизматлар – бу мақсадга мувофиқ меҳнат фаолияти ва унинг натижаси бўлиб, бу кишининг бирор-бир эҳтиёжини қондиришда акс этади. Хизматларнинг хусусияти шундан иборатки, у нарса шаклида ёки жонли меҳнат жараёнида тақдим этилиши мумкин.

Кенгроқ маънода «хизмат» тушунчасини қуйидаги тарзда ифодалаш мумкин. «**Хизмат»** деб ноишлаб чиқариш ёки моддий ишлаб чиқариш фаолият қисмини ҳисоблаш керак, қайсиким у моддий хизматлар кўрсатишда фойдали ҳаракатдан иборат бўлиб, маҳсулот ишлаб чиқариш ва унинг таъмирланишини, созланишини ўз ичига олади, ёки аҳолининг шахсий ноишлаб чиқариш эҳтиёжини қондиришдан (шу жумладан, маънавий ва эстетик эҳтиёжлари).

Россия Федерациясида «Аҳолига хизмат кўрсатиш. Атамалар ва белгилар» давлат стандарти амалга жорий этилди (1994 й). Ушбу ҳужжатга мувофиқ, унда хизмат дейилганда ижрочи ва истеъмолчининг бевосита ўзаро ҳамкорлиги натижаси, шунингдек ижрочининг истеъмолчи эҳтиёжининг қондирилиши бўйича хусусий фаолияти тушунилади.

Хизматлар функционал мўлжалланган бўйича моддий ва ижтимоий-маданийга бўлинади. **Моддий хизматлар** – бу истеъмолчининг моддий-маиший эҳтиёжларини қондириш бўйича хизматлардир. Моддий хизматлар буюмларнинг истеъмолчилик хусусиятларини тиклаш (сақлаш, ўзгартириш), ёки фуқаролар буюртмасига кўра янгиларини тайёрлаш, шунингдек юкларни ва одамларни ташиш истеъмол учун шароит яратишни таъминлашдир.

Хусусан, моддий хизматларга маиший хизматлар, буюмларни тайёрлаш ва созлаш (ремонт қилиш), уй-жой коммунал хизматлари, умумий овқатланиш хизматлари, транспорт хизматлари ва бошқаларни киритиш мумкин.

Ижтимоий-маданий хизматлар – бу истеъмолчининг одатдаги (нормал) ҳаёт фаолиятини таъминлаш ва маънавий, интеллектуал эҳтиёжини қондириш бўйича хизматлардир. Ижтимоий-маданий хизматлар кишиларнинг соғлигини тиклаш, маънавий ва жисмоний ривожланишини, касбий маҳоратини оширишни таъминлайди. Ижтимоий-маданий хизматларга тиббий хизматлар, маданий хизматлар, туристик хизматлар, таълим хизматлари ва бошқаларни киритиш мумкин. Шундай қилиб, стандарт аҳолига кўрсатиладиган хилма-хил хизматлар орасида туристик хизматлар ўрнини ва ижтимоий-маданий хизматларга уларни киритишни белгилаш имконини беради.

Барча хизматлар, ҳам моддий, ҳам ижтимиой-маданий хизматлар сифатида бешта асосий таърифга эгадир. Сервис соҳаси корхоналари фаолиятига ажратилган хизматлар таърифи таъмири хусусиятларини 2.1-жадвал кўринишида келтирамиз.

2.1-жадвал.

Хизматларнинг асосий таърифи

Хизматлар таърифи	Сервис корхоналари фаолияти хусусиятлари
Сезилмаслик	Товарларнинг йўқлиги; хизматлар ҳаракат ёки тажриба ҳисобланади.
	Стандарт намуналари тақдим этиш қийинчилиги: хизматлар сотиб олиш мижоз учун таваккалчилик билан боғлиқ, чунки хизматни намойиш қилиш мумкин эмас
	Патент тизимининг йўқлиги: рақобат бозорига эркин кириш
Хизматлар тақдим этишнинг истеъмолчидан ажралмаслиги	Истеъмолчилар хизмат кўрсатилиши жараёнларида иштирок этади
	Хизматлар кўрсатилиши жараёнига истеъмолчилар гуруҳини жалб этиш.
	Хизматлар сифатини назорат қилиш муаммоси
	Фирма, кўрсатадиган хизматни унинг ходими тақдим этади.
	Фирмаларнинг қабул қилиши унинг ходимларининг мижозига бўлган муносабатига боғлиқ
	Хизмат кўрсатишнинг шарт-шароити – фирманинг асосий хусусиятидир
	Фирмани кенгайтириш қийинчилиги корхона тармоқларини ташкил қилиш зарурати билан боғлиқ
Гетерогенлик	Хизматларни стандартлаш қийин, чунки уларнинг характери кўп жиҳатдан истеъмолчилар томонидан

	белгиланади.
	Хизмат кўрсатиш сифатини назорат қилиш муаммоси: хизмат кўрсатиш шароитининг хилма-хиллиги
Сақланмаслик	Хизматларни сақлаш мумкин эмас: товар заҳиралари йўқ
	Муаммолар юкланиш чўққиси билан боғлиқ; меҳнат самарадорлиги паст
	Хизматларга нарх белгилашнинг қийинчилиги: нарх хосил қилиш муаммолари мавжудлиги
Хизматларга мулкий ҳукуқнинг йўқлиги	Мижозлар хизматларни эгаллай олмайдилар – хизмат кўрсатишлар ижарага ўхшаш кабидир.

Сервис соҳаси фаолиятини ташкил қилиш хусусиятлари хизмат кўрсатишнинг қўйидаги хусусиятлари билан белгиланади:

- индивидуал буюртмачи мавжудлиги;
- хизматлар ишлаб чиқаришнинг локал (маҳаллийлаштириш) характери;
- технологик жараёнларнинг хилма-хиллиги;
- хизматларнинг мавсумий характери;
- хизматларни ишлаб чиқариш ва сотишни бирга олиб бориш;
- хизмат кўрсатишнинг сифати;
- хизматлар тезлиги ва уларни алмаштириб бўлмаслик ва бошқалар.

Қабул қилинган классификациясига мувофиқ хизматлар функционал мўлжалланган бўйича тўрт гуруҳга бўлинади:

5) истеъмолчилик қийматини тиклаш ва таъмирлаш (товар ва хизматлар);
6) буюртмага кўра янги истеъмолчилик қийматини тайёрлаш;
7) ишда, турмуш ва одамлар маиший ҳаётида қулайлик яратиш бўйича хизматлар;
8) ахборот хизмати.

Шунингдек хизматларнинг 12 гуруҳи ажратилади:

- уй-жой ва коммунал хизмати кўрсатиш;
- чакана савдо;
- умумий овқатланиш;
- маиший хизмат;
- умумий таълим ва тарбия;
- тиббий хизмат;
- ижтимоий таъминот ва хизматлар кўрсатиш;
- маданий эҳтиёжларга хизмат кўрсатиш;
- рекреацион хизмат кўрсатиш (туризм ва дам олиш хизматлари);
- кредит-суғурта хизматлари;
- мулк ва фуқаролар ҳуқуқларини муҳофаза қилиш;
- йўловчи транспорти ва алоқа хизмати кабилар.

Ушбу хизматлар гуруҳлари тўрт катта соҳани ташкил қилади: коммунал, маиший хизмат кўрсатиш соҳаси; соғлиқни сақлаш ва тиклаш хизмати соҳаси; бошқарув, тартибга солиш ва алмашлаш соҳаси; маданий оқартув хизматлари соҳаси. Н.Б.Шеникова фикрича, сервис индустриясини ишлаб чиқаришнинг беш кўриниши сифатида кўрсатиш мумкин:

- техник сервис;
- технологик сервис;
- ахборот сервиси;
- транспорт-коммуникация сервиси;
- ижтимиой-маданий ёки гуманитар сервис.

Техник сервис турли техника турлари билан кишиларнинг эҳтиёжини қондириш, турмуш сифати даражаси ҳозирги замон стандартлари билан мос келиши таъминланиши зарур. Ушбу сервис типи шундай техник воситалар билан таъминланадики, овқат тайёрлаш, ички кийимларни ишлаш агрегатлари, ҳаво ва ҳаво тозалагичлар, овқат сақлаш учун воситалар, телерадио ва видеотехникалар, компьютер қурилмалари, ускуналари шулар жумласидандир.

Технологик сервис – инсоннинг турли эҳтиёжлари (кийим-кечак, турар-жой, овқатланиш, соғлиқни тиклаш) маиший ва майда ишлаб чиқариш шароитида замонавий технологиялар ёрдамида қондирилади. Бу газмол, тери, ёғоч, металл ва бошқа материаллардан замонавий технологияларни қўллаб ишлаб чиқариш, шунингдек химия, биология ва ҳ.к. ютуқларидан фойдаланиб махсус технологияларни жорий этишдир.

Ахборотлар сервиси. Жаҳон тенденцияси жамиятнинг барча соҳаларида ахборот ролининг ошаётганини кўрсатмоқда. Турли типдаги ахборот тизими, йиғиш методи, умумлаштириш, ахборотни таҳлил этиш, алоҳида одамлар, одамлар гуруҳи, бутун жамиятда фойдаланиши кенг кўлам касб этмоқда.

Транспорт-коммуникация сервиси. Коммуникация эҳтиёжи ахборотлар эҳтиёжидан фарқли равишда нафақат олинишда, балки ахборотлар алмашинишнинг мақсадга қаратилгани билан характерланади. Кўпинча диолог характерида ёки ҳар икки томоннинг улар учун қулай бўлган ҳар қандай вақтда хоҳиши бўйича мулоқоти кўринишида бўлади. Мулоқот техник воситаси бўлиб электрон алоқа, почта алоқаси, транспорт хизмат қилади.

Ижтимоий-маданий (гуманитар) сервис. Аҳолининг бўш вақтини ўтказишни ташкил этиш соҳасида хизматлар кенг доирасида намоён бўлади: кўнгил очиш, туризм, меҳмонхона ва ресторан хизматлари, театр, музей, тематик парк, кинотеатр. Булар билан бир вақтда сервис фаолиятининг уйда таълим, маданий хордиқ, маросим, ижтимоий-ҳуқуқий, оқартув, ижтимиой-тиббий, санатория-даволаш каби турлари ривожлана бошлайди.

Меҳмонхона индустрияси иқтисодий фаолият тури сифатида меҳмонхона хизмати ва меҳмонхоналар, кемпинглар, мотеллар, талабалар ва ўқувчилар ётоқхоналари, ўткинчилар учун уйларда ва ҳ.к. мукофот эвазига қисқа муддатли яшаш учун тақдим этишни ташкил қилишни ўз ичига олади.

Ушбу фаолиятга ресторанлар хизматлари ҳам киради. Меҳмонхона хизматларига барча асосий таърифлар амал қилади, қайсиким маълум даражада уларни туристик хизматлар ва умуман хизматлар билан ошно қилади. Бироқ улар ҳам ўзига хос хусусиятига эга. Меҳмонхона хизматларининг муҳим специфик қирралари Т.И.Черняева ва М.С.Отнюковалар томонидан белгилаб берилган.

Ишлаб чиқариш ва истеъмолнинг бир вақтда эмаслик жараёнлари. Меҳмонхона мажмуаларида кўрсатиладиган хизматларга нисбатан хизматлар таърифи учун бундай умумийлик тўлиқ даражада амал қилмайди, яъни бир вақтдагилик, ишлаб чиқариш ва истеъмол жараёнларининг ажралмас характердалиги унга мойиллик қилади. Мисол учун, номерни йиғиштириш ва сотишга тайёрлаш, сотиш моменти билан жой ва вақт бўйича мос келмайди.

Сақлашнинг чекланган имкониятлари. Меҳмонхона мажмуаси хизматлари кейинчалик яна сотиш учун сақланиши мумкин эмас. Агар жорий суткада меҳмонхона номери сотилмай қолган бўлса, ушбу суткада уни қўшимча сотишнинг имкони бўлмайди. Ушбу ҳолатда барча зарар ва бой берилган қулайлик ё отел эгаси зиммасига, ёки номерлар блокини бронлашган ва турли сабабларга кўра блокнинг бир қисмини ёки ҳаммасини кейинчалик рад қилган туроператор бўйнига тушади.

Меҳмонхона хизматларининг шошилинч хусусияти. Меҳмонхона корхоналарининг ўзига хослиги шундан иборатки, унда мижозларга хизмат кўрсатиш тезкорлик билан амалга оширилиши керак. Ушбу омил меҳмонхонани танлашда айниқса аҳамиятли ҳисобланади. Бир қатор меҳмонхона хизматларини тақдим этиш ҳатто секундлар билан ўлчанади. Хусусан, Токио шаҳрида меҳмонхоналар энг тез хизмат кўрсатишни таклиф қиладилар, қайсиким қабул чоғи меҳмонларга хизмат кўрсатиш учун зарур энг кўп вақт 45 секунд билан чегараланган. Бошқа кўпчилик меҳмонхоналарда шунга ўхшаш амалларни бажаришга 10-15 минут сарфланади. Россия меҳмонхоналарида эса шундай юмушларни бажариш учун 30-40 минут, ундан кўпроқ вақт сарфлашга тўғри келади.

Ишлаб чиқариш жараёнларида ходимнинг кенг кўламда иштирок этиши. Меҳмонхона хизматларининг муҳим хусусияти одамларнинг ишлаб чиқариш жараёнида кенг кўламда иштирок этиши ҳисобланади. Инсон омили ва унинг сезиларли таъсири хизмат сифатининг ўзгарувчанлиги, ҳатто ўша битта корхона доирасида бетакрорлигига олиб келади. Шу муносабат билан хизмат кўрсатиш стандарт (нусха, наъмуна)лари ишлаб чиқилган ва такомиллаштирлимоқда. Бу мижозларга хизмат кўрсатиш тартибини бажариш учун комплекс мажбуриятлардир, қайсиким ишлаб чиқариладиган барча операциялар белгиланган сифат даражасини кафолатлашга қаратилган.

Стандарт мезонни белгилайди, унга кўра мижозларга хизмат кўрсатиш даражаси ва меҳмонхона корхонасининг ҳар қандай хизмат ходими фаолияти баҳоланади. Бундай мезонларга, масалан, қуйидагиларни киритиш мумкин:

- қўнғироққа ахборот олингани ҳақида жавоб вақти ёки буронлаштириш вақти;

- жойлаштириш хизматида расмийлаштириш вақти;
- аниқ хизмат кўрсатишга сарфланган вақт;
- ташқи кўриниш ва унинг форма (шакли) мавжудлиги;
- хизмат кўрсатувчи ходимнинг чет тилини билиши.

Меҳмонхона хизматларига талабнинг мавсумий характери. Меҳмонхона хизматлари бозори учун йилнинг вақтига қараб талабнинг ўзгариб туриши характерлидир. Чунки кўпчилик туристлар ёзги ойларда дам олишади, шунингдек ҳафта кунларида – ишбилармон туристлар меҳмонхонада жойлашади, бу сезиларли даражада меҳмонхона юкланишига таъсир қилади.

Меҳмонхона хизматлари ва сафар мақсадининг ўзаро боғлиқлиги. Одатда меҳмонларнинг маълум жойга ташриф буюриш қарори ушбу жойда аниқ меҳмонхона мавжудлиги омилига асосланмайди, балки мутлоқа бошқа сабабларга кўра қабул қилинади: кўнгил очиш, дам олиш, спорт билан шуғулланиш, шифо ваннаси қабул қилиш имконияти кўзда тутилади. Таътил вақтида ўз сафарини режалаштирган киши, аввал, ташриф буюриладиган маълум жой-мамлакат, регион, шаҳарни танлайди. Шундан кейингина у маъқул келадиган меҳмонхона корхонаси ёки бошқа жойлаштириш воситасини танлашга киришади. Бироқ меҳмонхонага турист такрор ташриф буюраётган бўлса, жойлашиш масаласи олдиндан ҳал этиб қўйилиши мумкин.

Меҳмонхона хизматларининг ўзига хослиги, ташриф буюрган меҳмонларга хизмат кўрсатиш хусусиятлари ва технологиялари билан белгиланади. Меҳмонларга хизмат кўрсатиш технологик жараёнлари ўз ичига қуйидагиларни олади:

- меҳмонхонага киришда меҳмонларни кутиб олиш;
- регистрация (қайд қилиш), ҳужжатларни расмийлаштириш ва меҳмонларни жойлаштириш;
- меҳмонларга номерда хизмат кўрсатиш;
- меҳмонларнинг овқатланиши чоғида хизмат кўрсатиш;
- меҳмонларнинг маданий талабларини қондириш – яъни спорт, соғломлаштириш ва фитнес-хизмат талаблари;
- жўнаб кетишини расмийлаштириш, кузатиб қўйиш.

Шуни таъкидлаш жоизки, хизматлар тайёр, тугал шаклда бўлиши мумкин эмас. Улар ижрочи ва истеъмолчининг ўзаро қалин ҳамкорлигида хизмат кўрсатиш чоғида шаклланади. Меҳмонхона хизматларини ишлаб чиқариш ва истеъмол қилиниши меҳмоннинг меҳмонхонага келган пайтидан жўнаб кетилганига қадар бир вақтнинг ўзида кечади. Бутун меҳмонхона цикли давомида меҳмон хизматларни меҳмонхона ходими фаолиятининг натижаси сифатида қабул қилади.

Меҳмонхона хизматлари битта жойда – хизмат кўрсатиш жойида ишлаб чиқилади ва истеъмол қилинади, истеъмолчининг ўзи эса тақсимлаш тизими қисмига айланади. Меҳмонлар хизмат кўрсатувчи ходимлар билан ресторанда, номер (хона)да, ошхонада рўбарў (дуч) келади. Демак, меҳмонхона корхонаси ходимларнинг мижозлар билан алоқасини изчил

йўлга қўйиши керак. Шу билан бирга меҳмонлар жамоат жойларида белгиланган хулқ-атвор, одоб-ахлоқ нормаларига, яшашда тартиб-қоидаларига риоя этиши шарт.

Меҳмонхона хизматларининг муҳим хусусиятлари шундан иборатки, уларни жамғариш ва сақлаш имконияти йўқлиги ҳисобланади. Шунингдек номер фондига талабнома қабул қилишда ва одамларни жойлаштиришда унинг табиий сиғимидан ошиб кетмаслигига йўл қўйиш мумкин эмас. Ўша вақтда меҳмонхонада бўш қолган номер ва ўрин-жойларнинг йўқотилишига олиб келишини ҳам унутмаслик зарур. Шундай қилиб, меҳмонхона хизматлари – бу меҳмонлар ва меҳмонхона ходимларининг уюшган ҳолда ўзаро ҳамкорлиги бўлиб, бутун фаолият давомида меҳмонларга узлуксиз таъсир этади. Бу маҳсулот фақат меҳмонлар бўлган вақт давомида амалга оширилади. Ушбу вақт давомида меҳмонлар ва меҳмонхона ўртасида доимий мулоқот боради, уни дастурлаш ёки аллақандай стандарт ёки хизмат кўрсатиш алгоритми яратиш имкони йўқ. Шу боис, меҳмонхона хизматлари ҳар бир конкрет ҳолатда индивидуал характер касб этади.

2.2. Меҳмонхона маҳсулотлари комплекс (мажмуавий) хизматлар сифатида

Меҳмонхоналарни бошқаришда «**меҳмонхона маҳсулотлари**» деган атама кенг фойдаланилади. Бу меҳмонхона талабларини таклиф этишда комплекс таърифлашга имкон беради. Бу ёндашув иқтисодий назария фани нуқтаи назаридан ҳам маҳсулдир. Унда «**маҳсулот**» инсон меҳнати, хўжалик фаолияти, тақдим этиладиган моддий-буюм, маънавий, ахборот шакли, ёки бажарилган ишлар ва хизматларнинг кўриниши «натижаси» сифатида белгиланади.

Меҳмонхона маҳсулотлари меҳмонхона хизматлари товарларидан фарқ қилагн ҳолда тўртта таърифга эга.

Биринчидан, хизматларнинг сезилмаслиги. Уларнинг англанмаслиги ёки номоддий характери, уларни намойиш этиш, кўриш, транспортда ташиш, сақлаш имкони йўқлигини билдиради.

Иккинчидан, ишлаб чиқариш ва истеъмолнинг ажралмаслиги. Хизматларни фақат мижоз пайдо бўлгандагина кўрсатиш мумкин. Ушбу нуқтаи назардан хизматларни ишлаб чиқариш ва истеъмол қилиш қалин ўзаро боғланган ва ажратилиши мумкин эмас.

Учинчидан, хизматларнинг ўзгарувчанлиги. Унда хизмат кўрсатиш сифати хилма-хиллашади. Ишлаб чиқарувчининг касбий маҳорати, унинг ваколатлилиги, хайри - хоҳлиги, ходимларининг хушмуомилалиги ва ҳозиржавоблиги, шунингдек ҳар бир харидорнинг индивидуал талабларини ҳисобга олиш даражасига боғлиқ бўлади.

Тўртинчидан, хизматларни сақлаш қобилиятсизлиги. Хизматларни олдиндан ишлаб чиқариш ва омборхонада сақлаб қўйиш мумкин эмас, талаб ва таклиф ўртасида мувозанатга эришишда муаммо вужудга келади.

Бироқ меҳмонхона маҳсулотларига ўзига хос хизматлар специфик таърифлари билан бир қаторда фарқли хусусиятлар ҳам таъллуқли бўлиб, улар қуйидагилардан иборат.

- меҳмонхона хизматларининг вазиятлиги, бир вақтда тақдим этилиши ва хизматларга такрор мурожаатда характерининг ўзгариши;
- хизматларнинг индивидуаллиги, чунки отел ҳатто меҳмонхона маҳсулотларини оммавий ташкил этиш шароитида ҳам мижознинг индивидуал талабларини бажаришга тайёр;
- меҳмонхона маҳсулотларининг истеъмол қиймати хусусиятларини фарқлиги, чунки меҳмонхона маҳсулотларини харид қилиш ҳақида қарор қабул қилиш чоғида унинг ўзи аниқ сифатий характерга эга бўлмайди, улар хизматлар олиниши пайтидагина аниқланади;
- комплекс хизматлар манбаининг нисбатан ноаниқлиги ва яширинлиги – қайсиким туристга кўрсатилади, чунки меҳмонхона хизматлари турли корхоналар ва муассасалар томонидан кўрсатилади; унга фақат турмаҳсулотни сотган, маълум меҳмонхона хизматларини кафолатлаган турфирмагина маълум, қайсиким ҳали тақдим этилади;
- харидор маҳсулотни сотиб олган жойни уни истеъмол қиладиган жойдан ажратиб турувчи масофани босиб ўтади, шунинг учун меҳмонхона хизматлари истеъмолчи улар ишлаб чиқарадиган жойга етиб келганидан кейингина кўрсатилгани маъқул;
- истеъмолчилар даромадининг ҳосил бўлиши, меҳмонхона маҳсулотларини сотиб олиш учун мўлжалланган, истеъмол жараёни вақтинча бўладиган мамлакати шартларига кўра ёки жаҳон нархларида шаклансада, доимий яшайдиган мамлакат шартлари билан тартибга солинади;
- туристлар истеъмолига фаравонлик ҳам қўшилади, бепул сифатида олинади ва ҳам жойида реализация қилинади;
- туризм жараёнида истеъмолчи уйдан ташқарида бўлишига боғлиқ бўлмаган ҳолда эҳтиёжини қондириш учун сарф-харажатлар қилади, буни саёҳатнинг ўзи тақозо қилади;
- туристнинг истеъмол жараёни доимо вақт ва маконда чегараланган; мавсумийлик омили катта аҳамият касб этади;
- меҳмонхона маҳсулотлари сифат мезонларининг ноаниқлиги ва субъективлиги, қайсиким тўғридан-тўғри кўрсаткичлардан ташқари бир қатор ўзгаришларга боғлиқ (мода, мижоз саломатлигининг ҳолати, ходим муносабати, мижознинг ижтимоий мақоми);
- меҳмонхона маҳсулотлари сифатига форс-машор характерига эга бўлган ташқи омиллар сезиларли таъсир кўрсатади, яъни сотувчи ва харидор иродаси ва ҳаракатига боғлиқ бўлмаган омиллар.

Шу ўринда меҳмонхона маҳсулотларининг қатор хусусиятларини ҳам ажратиш мумкин:

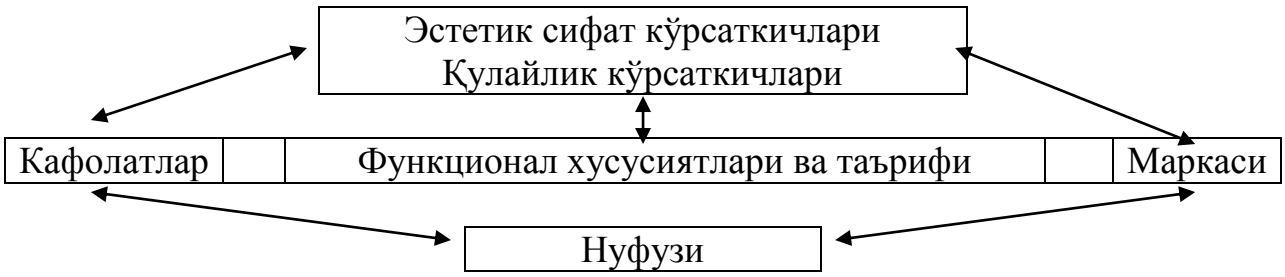
- меҳмоннавозлик – барча хизматларнинг тақдим этилиши турист саёҳати мақсадларига мувофиқ келиши керак;

- ишончлик – туристга тақдим этиладиган маҳсулотларнинг рекламаси, ахборотлар ишончлиги амалда мувофиқ келиши керак;
- самарадорлик – турист учун унинг харажатларини иложи борича камайтиришда кўпроқ самарадорликка эришиш;
- бутунлик – меҳмонхона маҳсулотларининг тугаллиги;
- ойдинлик – меҳмонхона маҳсулотларини истеъмол қилиш, унинг йўналиши ишлаб чиқарувчига ҳам, туристга ҳам тушунарли бўлиши лозим;
- эксплуатацияда оддийлик – хизмат кўрсатиш технологиясида хатоларни осон аниқлаш имконияти;
- эгилувчанлик – меҳмонхона маҳсулотлари турли истеъмолчиларга мўлжалланган бўлиб, зарур бўлганда у ёки бу хизматларга алмаштириш имкониятига эга бўлиши зарур;
- фойдалилик – бирор бир мақсадга эришишга хизматнинг қобилияти, маълум истеъмолчилар мақсадли гуруҳларнинг эҳтиёжини қондиради.

Меҳмонхона маҳсулотлари қаттиқ ва юмшоқ бўлади (2.1-расм).

2.1-расм. Меҳмонхона маҳсулотлари комплекслигини ташкил этувчилар

Меҳмонхона маҳсулотлари шунингдек ўз таркибига эга, қайсиким кўпинча уни ишлаб чиқарувчилар нуқтаи назаридан баҳоланади. Бироқ истеъмолчи нуқтаи назаридан меҳмонхона маҳсулотлари тузилиши муаммосига етарли эътибор қаратилмайди. Ваҳоланки, меҳмонхона маҳсулотиларининг мувоффақияти ёки унинг бозорда барбод бўлиши айнан унга боғлиқ. Меҳмонхона маҳсулотлари тузилиши – таркибини истеъмолчи нуқати назаридан схема кўринишида шундай тасаввур қилиш мумкин (2.2-расм).



2.2-расм. Истеъмолчи нуқати назаридан туристик маҳсулотнинг тузилиши

Маҳсулот тузилмаси ўз ичига икки қисмни олади: маҳсулот ядроси – унинг функционал хусусияти ва характиристикаси. Маҳсулотнинг «Фирма қобиғи», унга сифатнинг эстетик кўрсаткичлари, қулайлик кўрсаткичи, маркаси, кафолати, нуфузи киради. «Қобиғ» туристни кўп жиҳатдан қизиқтиради, чунки у унинг сифатидан ютади, айнан «қобиғ» меҳмонхона хизматларидан тўлиқ таъминланганлик қониқишини ҳосил қилади.

2.3-расм. Меҳмонхона маҳсулотларининг даражаси

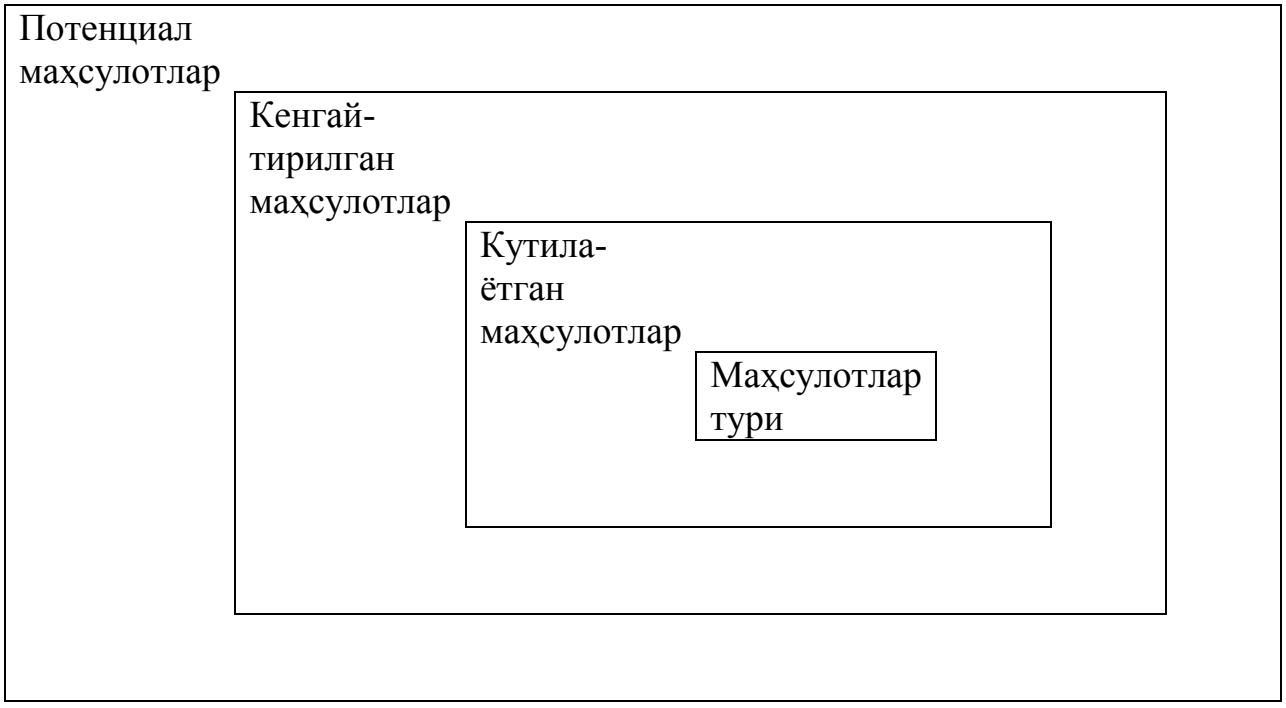
Бошқа нуқтаи назарга мувофиқ, меҳмонхона маҳсулотлари таркибида уч даража ажратилади: фикр-ўйланган бўйича маҳсулот, реал бошқарилган маҳсулот ва мустаҳкамланган маҳсулот (2.3-расм). Ҳар қандай маҳсулот асосида бирор-бир эҳтиёжни қондириш зарурати ётади. Шунинг учун маҳсулот моҳиятини ўйлаш-фикрлаш ташкил қилади, яъни товар йўналишини маълум муаммони ҳал этишга қаратилиши, истеъмолчининг аниқ эҳтиёжини қондириш зарурати. Шу боис, отел маъмурияти учун маҳсулотнинг ўзини хусусиятини тарқатиш ва тасаввур қилиш эмас, балки истеъмолчи учун ундан реал фойда кўриш (манфаат) катта аҳамиятга эга.

Меҳмонхона маҳсулотларининг ушбу босқичида истеъмолчи учун маҳсулот ҳали мавжуд эмас, мижоз маҳсулотларни таҳлил қилади, қайсиким унга турли отеллар таклиф қилади, реал фойда ва ўзи учун манфаатлидир. Биринчи босқичда маҳсулотнинг мазмун томони шаклланади, тўлиқ хизматлар тўплами келишиб олинади, истеъмолчи онгида кутилаётган манфаат ва тахмин қилинаётган маҳсулотнинг амалдаги қийматини таққослаш кечади.

Агар маҳсулот уланиши унинг мазмуни сифатида чиқадиган бўлса, унинг шакли реал бажарилишда – айнан маълум хусусиятлар тўплами ушбу фикрни рўёбга чиқариш имконини беради, яъни меҳмонларнинг қайсидир эҳтиёжини қондиради. Ушбу босқичда маҳсулот реал мавжуд бўлади ва истеъмолчи унинг хусусиятлари ва таърифини, афзаллиги ва камчилигини аниқ баҳолаши мумкин. Шунинг учун иккинчи босқич маҳсулотнинг сифат даражаси, қулайлиги, нуфузи, хавфсизлиги, тежамкорлиги ва бошқа хусусиятлари ва таърифи сифатида қаралади.

Меҳмонхона маҳсулотларининг мустаҳкамлангани (учинчи даража) дейилганида хизмат кўрсатиш хусусиятлари, маслаҳат ва ахборот тушунилади. Бу сезиларли даражада потенциал мижозларни қондирши ва сақлашга имкон беради. Бунга юқори сифат ва тезкор хизмат кўрсатиш, оқилона ва тўлиқ маслаҳат, мижоз билан норасмий мулоқот, хайрихоҳ муносабат йўли билан эришиш мумкин. Рақобат нуқати назаридан маҳсулотни мустаҳкамлаш ғояси отел ходимига самаралироқ усул билан маҳсулотни такомиллаштириш имконини беради.

Меҳмонхона маҳсулотининг тузилишига қизиқ нигоҳ ташлашни Н.И.Кубишкин ва Г.А.Бондаренколар таклиф қилади. Улар меҳмонхона маҳсулотининг тўрт даражасини ажратишади. Бу 2.4-расмда кўрсатилган.



2.4-расм. Меҳмонхона маҳсулотининг тузилиши

«**Ядро**» - маҳсулот тури – бозор жараёнида иштирок этиш учун зарур жараёнлар ва ўқув базасини ўз ичига олади. Меҳмонхоналарда бу бинолар, номерлар, мебеллар, коммуникациялар.

«**Кутилаётган маҳсулот**» – мижозлар минимал кутаётган қониқиш маҳсулоти. У ўз ичига бевосита тур маҳсулотга мос келишни олади: хизмат кўрсатиш шароити ва вақти, номерлар интерьери, санитария-гигиена нормаларига риоя қилиш.

«**Кенгайтирилган маҳсулот**» - бошқа бозорий ўхшашликлар олдида қўшимча устунликни ўзида намоён қилади. Бу жойлашган жой ҳам, қўшимча хизматлар ҳам бўлиши мумкин.

«**Потенциал маҳсулот**» - кенгайтирилгандан фарқли равишда, фақат амалда қилинганни қайд этади. У ҳаммасига потенциал эришиш мумкин бўлган ва истиқболда меҳмонларни жалб этиш ва ушлаб туришни амалга оширишдан иборат ишларни қамраб олади. Муваффақият қозонаётган корхона доимо мунтазам муваффақиятли потенциал маҳсулот қидириш жараёнида бўлади.

Бизнес нуқтаи назаридан қараганда меҳмонхона тижорий ишлаб чиқарувчи корхона ҳисобланади. У бозорда ўз маҳсулотларини комплекс хизматлар ва фаравонлик кўринишида таклиф қилади.

Бу маҳсулотлар мижозлар томонидан алмашув битимлари воситасида харид қилинади. Бунда харид эгаликни англатмайди ва нарса шаклини қабул қилмайди. Маҳсулотга эришиш ва ундан фойдаланиш маълум вақтда, маълум жойда амалга оширилади.

Хизматлар бажарилиши меҳмонхоналарда, ишлаб чиқарувчи ҳудудида истеъмолчи билан ижрочининг фаол иштирокида, уларнинг бевосита алоқаси чоғида рўй беради. Шунинг учун меҳмонхона маҳсулотининг сифати сезиларли равишда меҳмонхоналар ходими томонидан белгиланади, айниқса бевосита туристлар билан алоқада бўлган ходим томонидан (контактли, фронт-офис), шунинг учун олдиндан баҳоланиши мумкин эмас.

Шундай қилиб, меҳмонхона хизматлари истеъмолчи ва ижрочининг ўзаро ҳамкорлик жараёни сифатида белгиланади. Асосий мақсад – меҳмонларни жойлаштириш, овқатлантириш ва қўшимча хизматлар билан меҳмонлар эҳтиёжларини қондириш, шунингдек фойда олишдир. Меҳмонхона маҳсулотлари – ижрочининг хўжалик юритиши, интеллектуал, сервис фаолияти натижаси бўлиб, хизмат кўрсатиш жараёнларида истеъмолчи эҳтиёжини қондириш учун яратилган ижрочининг сервис хизмати кўрсатиш фаолиятидир.

НАЗОРАТ САВОЛЛАРИ:

1. «Хизмат» тушунчасига аниқлик киритинг.
2. Хизматларнинг қайси хилма-хилликларини биласиз?
3. Хизматларнинг фундаментал таърифларини сананг.
4. Меҳмонхона хизматларининг асосий ва ўзига хос қирраларини ажратинг.
5. Меҳмонхона маҳсулотлари тушунчаси ва таърифи.
6. Меҳмонхона маҳсулотларининг истеъмолчилик хусусиятларини сананг.
7. Меҳмонхона маҳсулотлари тузилиши қандай? Уларнинг хусусиятларини санаб ўтинг.

3-БОБ. МЕҲМОНХОНА КОРХОНАЛАРИ: ТУШУНЧАЛАР, КЛАССИФИКАЦИЯ ВА ТИПОЛОГИЯ

3.1. Меҳмонхоналар: тушунчалар, таърифлар ва классификация тизимлари
3.2. Меҳмонхоналарнинг шинамлик даражаси бўйича классификацияси
3.3. Меҳмонхона корхоналарининг бошқа классификациялари
3.4. Меҳмонхоналар типологияси
3.5. Меҳмонхоналарнинг функционал мўлжалланганлиги

3.1. Меҳмонхоналар: тушунчалар, таърифлар ва классификация тизимлари

Меҳмонхоналар туризмнинг ажралмас қисми бўлиб, туристик индустрия таркибига киради. Туристик индустрия ўзида «Меҳмонхоналар мажмуаси ва бошқа жойлаштириш воситалари, транспорт воситалари, санатория-курорт даволаш ва дам олиш объектлари, умумий овқатланиш объектлари, кўнгил очиш воситалари ва объектлари, билиш, ишбилармонлик объектлари, даволаш-соғломлаштириш, физкультура-спорт ва бошқа мақсадлардаги туроператорлик ва турагентлик фаолиятини амалга оширувчи, туристик ахборот операторлари тизими, шунингдек экскурсовод (гидлар), гид-таржимонлар ва кузатувчи-йўриқчилар хизматлари кўрсатувчи ташкилотлари»ни намоён этади.

Бунда меҳмонхона индустрияси ўзида иқтисодий фаолият кўринишини намоён қилади, қайсиким меҳмонхона хизматлари тақдим этиш ва мукофот учун меҳмонхоналар, кемпинглар, мотеллар, мактаб ва талабалар ётоқхоналарида, келувчилар учун уйлар ва ҳ.к. қисқа муддатли яшашни ташкил қилишни ўз ичига олади. Меҳмонхона фаолияти ҳуқуқий шахс ва индивидуал тадбиркорларнинг фаолияти сифатида белгиланади. Яъни улар бевосита ўзлари ихтиёри ва бошқарувида бўлган бирор-бир жамоавий жойлаштириш воситасига эга бўладилар, фуқароларга жойлаштириш ва хизматлар кўрсатишади, шунингдек бошқа меҳмонхона хизматларини ташкил этиш, кўрсатишдан тортиб амалга оширишгача бўлган фаолиятни олиб боришади.

Бутунжаҳон савдо ташкилоти (БСТ-ВТО)нинг белгилаши бўйича меҳмонхона – бу жамоавий жойлаштириш воситаси бўлиб, маълум номерлар сонидан иборат бўлган, ягона раҳбарликка эга хизматлар тўпламини тақдим этади (камида – тўшакни тартибга келтириш, номер (хона) ва санузелни йиғиштириш), класс ва тоифа (категория)ларга гуруҳланганига мувофиқ жиҳозланган номерлар ва хизматларни тақдим қилади.

Одатда меҳмонхоналар қуйидаги белгиларга эга бўлади:

- меҳмонхона номерлардан иборат, қайсиким унинг сони белгиланган минимумдан ортиқ бўлади ва ягона раҳбарликка эгадир;

- меҳмонхона ўзининг хилма-хил хизматларини тақдим этади, уларнинг рўйхатида тўшакни кундалик кузатиш, номер (хона)ни ва саузелни йиғиштириш билан чекланмайди;
- меҳмонхоналар хизматлар тақдим этишга мувофиқ равишда класслар ва категорияларга гуруҳланган бўлиб, мамлакат-стандартлари ва усуналарига эга;
- улар ихтисослашган муассасалар категориясига кирмайди;
- меҳмонхоналар ўз саёҳатчилар сегментига мўлжаллангандир;
- меҳмонхоналар мустақил бўлиши ёки ихтисослашган бирлашма, яъни меҳмонхоналар (занжир)га кириши мумкин.

Барча жойлаштириш воситалари алоҳида гуруҳлар бўйича туркумланган, яъни классификацияланган бўлиб, улар қуйидагилардан иборат:

- **«Меҳмонхоналар ва шунга ухшаш корхоналар**» гуруҳи ўз таркибига меҳмонхоналар, квартира типидаги меҳмонхоналар, мотеллар, йўл бўйи ва пляж меҳмонхоналари, яшаш билан клублар, пансионатлар, мебели хоналар, туристик ётоқхоналарни бирлаштиради.
- «**Ихтисослашган корхоналар**» гуруҳи санаториялар, меҳнат ва дам олиш лагерлари, жамоавий жойлаштириш, транспорт воситалари (поездлар, денгиз ва дарё кемалари ва яхталар), шунингдек конгресс-марказларидан иборат.
- **«Бошқа жамоавий жойлаштириш воситалари»** турар-жой сифатида ташкил қилинган, дам олишга мўлжалланган, комплекс уйлар, бунгалалар, чодирлар, автоприцеплар, ғилдирак устидаги уйлар, кичик кемалар учун бухталарга майдонлар ажратилган, панжаралар билан ўралган, шунингдек ёшлар ётоқхоналари ва бошқаларни ўз ичига олади.
- Шунга ўхшаш муассасалар, пансионатлар ва мебелли хоналар, туристик ётоқхоналар ва бошқа жойлаштириш воситаларини ўз ичига олади, қайсиким улар номерлардан иборат бўлиб ва чекланган меҳмонхона хизматлари кўрсатади. Шу жумладан, тушакларни кундалик тузатиш, номерлар ва санузелларни йиғиштириш ва бошқ.
- **Ихтисослашган корхоналар** жойлаштириш хизмати кўрсатишдан ташқари яна бошқа бирор-бир ихтисослашган функцияни бажаради. Масалан, конференциялар ўтказиш, даволаш ва ҳ.к. тадбирларни ташкил этиш. Ушбу кўринишдаги корхоналар қаторига соғломлаштириш муассасалари, меҳнат ва дам олиш лагерлари, конгресс-марказлар ва ҳ.к. киради.
- **Бошқа жамоавий жойлаштириш воситалари** чекланган меҳмонхона хизматлари тақдим этади. Бунда кундалик тўшак тузатиш ва турар-жой биносини йиғиштириш бундан мустасно. Улар номерлардан иборат бўлмаслиги мумкин, ўзида ягона типдаги «турар-жой»ни намоён этади, «кемпинг учун майдон» ёки «жамоавий ўхшаш биноси (ётоқхона).
- Индивидуал жойлаштириш воситасига хусусий уй-жой-квартиралар, виллалар, қароргоҳлар, каттежлар, қайсиким ташриф буюрувчи

резидентлар фойдаланади (шу жумладан, тайшер апартаментлари ҳам), хусусий шахслар ёки агентликлардан ижарага олинадиган хоналар қариндошлар ва танишларга бепул тақдим қилинади.

Турист жойлаштириладиган меҳмонхона категорияси туристик йўлланма бланкасида кўрсатилган бўлиши лозим, ўша ерда жойлаштириш тури ҳам кўрсатилади: **бир ўринли ОДН (SGL); икки ўринли номер – ДВМ (DBL); уч ўринли номер – ТРМ (TRP); тўрт ўринли номер – ЧТМ (QUATR)** ва ҳ.к.

Халқаро амалиётда қабул қилинган жойлаштириш ва овқатланиш хизматлари белгиланиши ушбу ўқув қўлланмасининг 3.1-жадвалида кўрсатилган.

3.1-жадвал.

Туристларни жойлаштириш воситаларининг стандарт классификацияси

1	**Туристларни жойлаштириш жамоавий воситаси**
1.1.	Меҳмонхоналар ва шунга ўхшаш жойлаштириш воситалари
1.1.1	Меҳмонхоналар – объектлар, номерлардан иборат, сони айрим минумимдан (7-10) ошади, мамлакат стандартлари ва хизматларига мувофиқ класслар ва категорияларга гуруҳланган, ягона раҳбарликка эга ва хилма-хил меҳмонхона хизматлари (отеллар, мотеллар, квартира типидаги меҳмонхоналар, клуб-отеллар, пляж ва курорт меҳмонхоналари, пансионатлар ва ҳ.к.) тақдим этувчи. Эълон қилинган статистик маълумотларда фарқ бор: а) ҳажми бўйича: 100 номердан кам, 100 дан ва 300 номергача, 300 дан юқори номерлар; б) хизмат кўрсатиш ва шинамлик даражаси ва сифати бўйича: «люкс» класс, биринчи класс, эконом класс отеллар; в) бошқарув бўйича: мустақил, занжирларга тегишли.
1.1.2	Ўхшаш жойлаштириш воситалари (туристик ётоқхоналар, мобелли хоналар ва бошқа муассасалар, қайсиким чекланган хизматлар кўрсатилади, масалан, номерни йиғиштириш қўшилган ҳолда яшаш).
1.2.	Ихтисослашган муассаса. Жойлаштириш хизматларидан ташқари, яна бирор-бир ихтисослашган функция бажарилади.
1.2.1.	Соғломлаштириш муассасалари
1.2.2.	Меҳнат ва дам олиш лагерлари
1.2.3.	Жамоат транспорти воситалари (поездлар, денгиз ва адрё кемалари ва ҳ.к.
1.2.4	Конгресс-марказлар
1.3.	Бошқа жамоавий муассасалар
1.3.1.	Дам олиш учун мўлжалланган турар-жойлар
1.3.2.	Кемпинглар ва бошқалар
2.	**Индивидуал жойлаштириш воситалари**
2.1.	Хусусий турар жойлар
2.2.	Ижарага олинадиган хоналар
2.3.	Ижарага олинадиган турар жойлар

2.4.	Қариндошлар ва танишларникига жойлаштириш (бепул)
2.5.	Бошқалар.

Халқаро амалиётда БТТ (ВТО) – Бутунжаҳон туристик ташкилоти экспертлари томонидан ишлаб чиқилган туристларни жойлаштириш воситаларининг стандарт классификацияси қабул қилинган (3.1-жадвал). Юқорида кўрсатилган классификацияга мувофиқ Россияда «Туристик хизматлар. Жойлаштириш воситалари. Умумий талаблар» ГОСТ SU 85-98 ишлаб чиқилиб, 1999 й. амалга жорий қилинган. 2005 йил 21 июлда Ростуризм бўйруғи билан (86-сон) «Меҳмонхоналар классификацияси тизимси ва бошқа жойлаштириш воситалари» қабул қилинган.

Хизматлар кўрсатиш даражаси бўйича отеллар бир неча типларга бўлинади, уларда умумий асосий хизматлар жойлаштириш ҳисобланади. Бошқа барча хизматлар ўша асосий хизмат сифатини оширишга имкон беради ва у ёки бу тўпламда тақдим этилиши мумкин.

Отел «Люкс»: 100-400 номерли; шаҳар марказида: яхши ўқитилган ходимлар томонидан юқори даражада хизмат кўрсатилади. Улар мижозларнинг турли хил истакларини бажаришади; нарх жуда қиммат; истеъмолчилар – йирик ташкилотлар раҳбарлари, юксак даражадаги профессионаллар, юқори даражадаги конференциялар иштирокчилари; шароит аъло, бино қимматбаҳо жиҳозланган.

Юқори класс отель: ҳажми катта – 400-2000 номерли; шаҳар чеккасида: хизматлар тўплами кенг; ўқитилган ходимлар томонидан тақдим қилинади; нархи ўртачадан юқори; истеъмолчилар – бизнесменлар, индивидуал туристлар, конференциялар иштирокчилари; қимматбаҳо мебеллар ва жиҳозлар, катта холл, ресторанлар.

Ўрта даражадаги отель: замонавий технологиялардан максимал фойдаланишга интилади ва эксплуатация харажатларини камайтиради, хусусан, нархларни, шу жумладан, автоматлаштириш ҳисобига ишчи кучларни қисқартириш йўли билан эришилади. Регион бўйича нархлар ўрта даражада ёки ўртачадан бирмунча юқори.

Тежамкор (эконом) класс отель: хизматлар тўплами чекланган меҳмонхона; 10-150 номерли; шаҳар чеккаси ёки ўрта қисмида; ходимлар сони чекланган; нархи унча қиммат эмас, регион бўйича ўртачадан 25-30 % паст, шу боис талаб катта; истеъмолчилар – тўлиқ пансионга зарурати йўқ тежамкор туристлар; шароити-замонавий; номер фонди яхши жиҳозланган, лекин, одатда, ушбу отелларда овқатланиш тақдим этилмайди.

Россия стандартлари бўйича меҳмонхона сиғими 10 номердан кам бўлмаган вақтинча яшаш корхонаси сифатида классификацияланади. Меҳмонхона категорияси рамз *(юлдуз) билан белгиланади. Меҳмонхона жиҳозланиши ва хизмат кўрсатиш сифати ошишига қараб юлдузлар сони кўпаяди. Меҳмонхоналар учун бир юлдуздан беш юлдузгача, мотеллар учун - бир юлдуздан тўрт юлдузгача категория белгиланган.

Яшаш хизматлари классификацияси ва атамалари россия меъёрий ҳужжатлари ва туризмда фаолият турлари халқаро классификацияси

стандартлари (СИКТА) да белгиланган, Евростат ва БТТ қабул қилгалнаридан бир мунча фарқ қилади.

Жаҳоннинг турли мамлакатларида меҳмонхона ва бошқа жойлаштириш воситаларининг категориясини белгилаш учун турли рамзлар қўлланади – Франция ва Россияда юлдузлардан тортиб, Буюк Британияда тожларгача. Меҳмонхоналар классификациясини халқаро бирлаштиришни жорий этишга уринишлар ҳозирча муваффақиятли якун топгани йўқ. Турли мамлакатларда қабул қилинган жойлаштириш воситалари классификацияси тизимлари 3.2-жадвалда келтирилган.

3.2-жадвал

Дунё меҳмонхоналари классификацияси

Европа классификацияси	Америка классификацияси
*****	Super deluxe
****	Deluxe
***	Expensive
**	Moderate
*	Inexpensive

Ҳажми ва турар-жой тури ва хизмат бинолари, корхона ускуналари, номерлар шинамлик даражаси ва жамоат бинолари, тақдим қилинадиган хизматлар турлари ва бошқа омилларга боғлиқ ҳолда меҳмонхоналарни разрядлар бўйича классификациялаш ўтказилади. Разрядлигига қараб номерлар ва бошқа хизматларга баҳо (тўлов)лар белгиланади.

Чет эл мамлакатларида амалда меҳмонхоналарнинг 30 га яқин классификацияси мавжуд, бўлиб уларни икки гуруҳга бўлиш мумкин:

1) «европа» тизими, француз миллий классификацияси асосида, кўпчилик мамлакатларда тарқалган (разряд маълум юлдузлар сони берилиши билан – бир юлдуздан беш юлдузгача белгиланади);
2) «балли» ёки ҳинд тизими, асосида эксперт комиссияларининг меҳмонхоналарни баҳолаш хулосаси ётади.

Европа меҳмонхоналарида юлдузлар сони америка варианти классификациясида маълум терминларга мувофиқ келади.

Меҳмонхоналар уч категорияга бўлинади: **олий класс (люкс)** – 4-5 юлдузли, **туристик класс (ўртача)** – 2-3 юлдузли, **тежамкор (эконом) класс** – 1-2 юлдузли. Деярли барча классификацияларда меҳмонхоналарнинг қуйидаги асосий параметрлари баҳоланади:

- номер фонди характеристикаси: номерлар майдони, номер ва қаватда коммунал қулайлик мавжудлиги, номерлар шинамлиги;
- ички жиҳозланиш ва ускуналар;
- ахборот таъминоти, шу жумладан, алоқа;
- лифт мавжудлиги;
- жамоат биноси характеристикаси;
- умумий овқатланиш корхонаси мавжудлиги ва характеристикаси;
- қўшимча маиший хизмат ва бошқалар таъминоти имконияти;

- бинолар, бориш йўллари, инфратузилма ривожланганлиги, туташ территория ободончилиги.

Катта ва кичик меҳмонхоналар бир-бирларидан фарқланади. БТТ номерлар сони 30 тагача бўлган меҳмонхоналарни **кичик меҳмонхона** деб ҳисоблашни тавсия қилади. Кичик меҳмонхона – бу шундай меҳмонхонаки, у бир оила аъзолари томонидан бошқарилиши ва хизмат кўрсатилиши мумкин. Кўпчилик кичик меҳмонхоналар, одатда, меҳмонхона занжирига кирмайдиган мустақил меҳмонхоналардир.

Меҳмоннавозлик индустриясида сифат назорати ва стандартларга эҳтиёж туризмнинг ҳозирги замон даражасига ўтиш босқичида турган мамлакатларда айниқса сезилади. Туризмнинг гуркираб ривожланиши, меҳмонхона бизнесида инвестициянинг ўсиши, туризмда янги ўринлар пайдо бўлиши шунга олиб келдики, меҳмонхоналарни аниқроқ классификациялаш ва туристик бизнес ва саёҳатчилар учун қандайдир универсал стандартлар тизими ҳозиргача мавжуд эмас, аммо 1980 йилдан бошлаб унга эҳтиёж сезилмоқда. Меҳмонхона индустрияси, бошқа ҳар қандай сервис индустрияси сингари информацион технология ва автоматлаштириш даврида катта ўзгаришларга дуч келди. Энди, туристларнинг ахборот тизимига кириши катта имкониятига эга бўлмоқда. Улар янада сифатлироқ хизмат кўрсатилишига талабчан бўлиб боришмоқда.

Меҳмонхоналар учун классификациянинг жорий этилиши бир қанча мақсадларни амалга оширишни кўзда тутади:

- **стандартлаш**: хизматлар ва маҳсулотлар сифатининг бирлашган тизимини белгилаш; бу туристик бозорда дистрибуциянинг таркиблашган тизимини яратишга ёрдам беради;
- **маркетинг**: саёҳатчиларга бўлган жойида меҳмонхоналар типи ва классига нисбатан маслаҳатлар бериши, бу соғлом рақобатни вужудга келтиради;
- **истеъмолчини ҳимоя қилиш**: меҳмонхонада жойлаштириш ва хизматларнинг минимал стандартлари ва уларнинг классификациясига мувофиқ келишига ишонч ҳосил қилдириш;
- **даромад манбаи**: лицензиялаш, спровочник (маълумотнома)лар сотиш, савдо-сотиқ ва бошқалардан даромад олиш;
- **назорат**: индустрия умумий сифати назорат тизимини таъминлаш.

Агар у ўзига қуйидаги саккиз элементни қўшиб олса, меҳмонхона классификация тизими амалда яхши ишлайди:

1) категорияси («юлдузлик даражаси»)ни белгилаш;
2) ҳар бир категория учун мезонлар тафсилоти;
3) махсус жойлаштириш турлари учун шартлар (масалан, мотеллар, меҳмонхоналар учун уйлар, кондоминумимлар ва опартаментлар);
4) классификациялаш ва текшириш методларини белгилаш;
5) ошхоналарни баҳолаш бўйича махсус стандартлар;
6) жарималар белгилаш;

7) меҳмонхоналар классификация тизимининг мамлакат солиқ тизимидан мустақиллиги;
8) эътирозлар туғилганда юқори инстанцияларга мурожаат қилиш воситаси.

Кўпчилик меҳмонхоналар классификацияси тизими ўз ичига олган барча ёки айрим қуйидаги элементлар мезонига мужассамлашган:

- ҳажм;
- ускуналар;
- ходимлар;
- нарх;
- шинамлик;
- қулайлик ёки чиройли кўриниш;
- хизмат сифати;
- ошхона.

Классификацион рамзлар аҳамиятли ва оддий бўлиши лозим. Айниқса уларни меҳмонхона номида кўрсатиш керак бўлади.

Кўпчилик тизимлар юлдузларни меҳмонхона категорияси даражаси сифатида кўрсатишда фойдаланишади. Меҳмонхоналарни бундай катта хилма-хиллигида стандартларнинг аниқ ўлчамлари имкони йўқлиги сабабли, маълум меҳмонхонани қайси аниқ бирор классга киришини белгилаш мушкул бўлади. Меҳмонхоналарни расмий ва тижорий классификацияси бир вақтда мавжуд бўлганида, меҳмонхоналар классификациялари ва категориялари ўртасида бир-бирига зидлик муаммоси вужудга келади. Тижорий классификация асосан хизматлар, таомлар, ичимликлар, шинамлик даражасига урғу беради. Давлат сертификацияси бинолар ва ускуналарнинг жисмоний характеристикасига эътибор қаратади. Меҳмонхона халқаро даражага кўтарилганида меҳмонхона классификациясида мураккаблик вужудга келади.

Ҳар қандай классификация тизимида аллақандай субъективизм иштирок этади. Чунки ҳар бир тизим ўз чекланишига эга. Халқаро умумий бирлашган тизимларга эришиши бўйича бир нечта муаммолар мавжуд бўлиб, улар қуйидагича:

Биринчи, кўпчилик давлатлар ўзининг яхши ишланган меҳмонхоналарни классификациялаш тизимига эга ва ўз бозорида яхши таниқли. Бундай мамлакатлар классификациялашда ягона тизимга кириш учун катта иштиёқ билдиришмайдилар.

Иккинчи, ягона атамалар ва мезонлар яратиш муаммоси пайдо бўлади – яъни сифатий ва миқдорий жиҳатдан, қайсиким меҳмонхоналар барча типларини, уларнинг таърифи ва стандартларини, шунингдек ҳар бир мамлакат миллий қонунчилигини қамраб олиши лозим бўлади.

Учинчи, ҳатто меҳмонхоналарнинг ягона классификацияси ҳақида битимга эришилганда ҳам, ходимларни ўқитиш ва ушбу тизим ишларини бажариш учун малакали экнспекторлар тайёрлаш харажатлари билан боғлиқ муаммо юзага келади.

Юқорида айтиб ўтилганидек, меҳмонхона корхоналарини классификациялаш тизимлари кўп. Мавжуд барча маълумотларни умумлаштирган ҳолда ва жаҳоннинг турли мамлакатларида қабул қилинган жойлаштириш корхоналарининг асосий классификациялари тизимлари қуйидаги жадвалда келтирилган.

3.2-жадвал.

Жаҳоннинг турли мамлакатларида қабул қилинган жойлаштириш воситалари классификацияси тизими

Австралия	5 юлдузли классификация
Австрия	5 юлдузли европача тизим. Бундан ташқари, қишлоқ жойларидаги категориясиз кичик меҳмонхоналар ва арзон жойлаштирши воситалари (youth hotels)
Англия	«Тож» ёки «калитлар» тизими нисбатан кенг тарқалган (европа юлдузларига таққослаганда тож бир бирликда юқори туради). ВТА (британ турагентлар ассоциацияси) классификацияси кенг фойдаланилади. – шунингдек 5 юлдузли ҳам, аммо юлдузларни белгилаш оддий методика билан амалга оширилади.
Андорра	5 юлдузли классификация
Аргентина	Классификация миллий тизими. Беш категорияда беш юлдузли тизимнинг қуйидаги даражасига мувофиқ келади: «Т» (tourist class) - **, «F» (first class) - ***, «FS» (first superior class) - *** дан *****гача, «L» (luxe), «DL» (de luxe) - ***** ва супершинам.
Бахрейн	Айрим маҳаллий хусусиятлари билан 5 юлдузли тизим
Бени-Люкс	Айрим юлдузлар оширилиши билан 5 юлдузли тизим (машҳур меҳмонхоналар занжиридан ташқари)
Бразилия	5 юлдузли тизим, айрим юлдузлари кўтарилагн мустақил меҳмонхоналар
Венгерия	5 юлдузли тизим
Германия	Меҳмонхоналар классификацияси тизими давлатники, 5 юлдузли тизим. Жойлаштириш воситалари меҳмонхоналар, курорт меҳмонхоналари (Kur hotel)га бўлинади, ҳовлида яшовчилар (Gast hof), отеллар-пансионлар ва отел-гарнилар.
Греция	Тўрт категория, ҳарфлар (А, В, С, Д) билан белгиланган. Меҳмонхона олий категория сифати «de luxc» билан белгиланади. 5 юлдузли тизим тахминий сифати мувофиқ келиши шундай: «de luxe» - *****, А - ****, В - ***, С - **, Д - *. Жойлаштириш воситалари категориясига аппартаментлар, унча катта бўлмаган уйларда квартиралар киради.
Миср	5 юлдузли классификация сифати оширилган даражада (1-2 юлдузлиларга).
Исроил	Меҳмонхоналар уч категорияга бўлинган, қайсиким амалда

	умумқабул қилинган юлдузли категорияга тўғри келади.
Испания	Юлдузлар билан белгиланган категориялар ҳар бир жойлаштириш воситаси гуруҳлари учун жорий этилган: Меҳмонхоналар учун – бир * дан ***** гача, бунгалолар ва ҳовлиларда яшовчилар учун – бир * дан *** гача.
Италия	Меҳмонхона уч категорияга бўлинган, сифати бўйича Европада қабул қилнган умумталабларга мувофиқ келади: 1 категория - ****, 2-категория - ***, 3-категория - **.
Хитой	5 юлдузли классификация шинам отеллар учун. Категориясиз жойлаштириш воситалари ҳам гуруҳларга бўлинади: талабалар ётоқхонаси, меҳмонлар учун уй типидаги хостеллар (яшаш ҳовлилар) ва ҳ.к.
Малдиви	Шинам жойлаштириш воситалари категорияларга бўлинади: «Standart», «de luxe», «Juniorsuite», «presidential suite».
Мальта	5 юлдузли тизим миллий янги тизимни жорий этишда сақланади, отеллар уч категорияга бўлинади: олтин, кумуш, бронза.
Марокко	5 юлдузли тизим айрим юлдузлар оширилиши билан (0,5-1 юлдузларга).
Мексика	5 юлдузли миллий классификация, европага ўхшаш. Отеллар класси катта параметрлар сони таҳлили асосида белгиланади (мезонлар) 52 дан 108 гача. Бундан ташқари, беш юлдуздан юқори категория ҳам бор – бу «gran turismo» категориясидир.
Норвегия	Шинам отеллар учун 5 юлдузли тизим. Категориясиз ёшлар ётоқхоналари тизими ривожланган (youth hostels).
БАА	Отеллар учун 5 юлдузли тизим. Шунингдек виллалар ва апартаментлар (категориясиз жойлаштириш воситалари) тарқалган
Панама	5 юлдузли тизим
Франция	5 юлдузли классификация – ушбу асосчиси, ҳозирги вақтда Европада меҳмонхоналар тизими категорияси деб аталади, кўпинча европача ҳам дейилади.

1989 й. БТТ котибияти регионал комиссиялар томонидан қабул қилинган стандартлар асосида меҳмонхона классификациялари мезонларини регионлараро уйғунлаштириш бўйича тавсиялар ишлаб чиқди. Тавсиялар бинолар ва номерлар, меҳмонхона ускуналари ва мебеллари сифати, энерго-сув, иситиш таъминоти, санитария хавфсизлиги, алоқа, ошхона, меҳмонхона хизматлари ва хизмат кўрсатувчи ходимларга минимал талабларни белгилайди.

Ҳар қандай категориядаги меҳмонхоналарга камида 10 номер эга бинолар киритилиши мумкин, қайсиким сутка давомида совуқ ва иссиқ сув бўлиши зарур. Меҳмонхоналарнинг олий категорияси – «беш юлдуз»ли категориядир. «Бир юлдузли» меҳмонхона категорияси талабларига жавоб бермайдиган жойлаштириш воситалари категориясиз меҳмонхоналар сифати

классификацияланиши мумкин. Кўпчилик мамлакатларда меҳмонхоналарни қайта классификациялаш меҳмонхона фаолиятига лицензия олишда муҳим шароит ҳисобланади.

Меҳмонхона индустрияси ходимлари касбий манфаатларини ҳимоя қилиш учун бир қатор мамлакатларда миллий меҳмонхона ассоциациялари ташкил этилади (масалан, Россия меҳмонхоналар ассоциацияси – РГА), қайсиким ўз навбатида халқаро меҳмонхоналар ассоциацияси (МГА) ташкил қилди, бу меҳмонхона индустриясида етакчи халқаро ташкилот ҳисобланади.

1981 й. қабул қилинган Халқаро меҳмонхоналар қоидалари МГАнинг халқаро туризм тараққиётига қўшган муҳим ҳиссаси бўлди. Унда ҳозирги вақтгача ўз долзарблигини йўқотмаган меҳмонхона маъмурияти ва мижоз ўртасидаги ўзаро муносабатлар принциплари белгиланган.

3.2. Меҳмонхоналарнинг шинамлик даражаси бўйича классификацияси

Меҳмоннавозлик ва шинамлик ҳақида ҳар бир давлатнинг ўз тушунчаси бор. Шу билан бирга дунёдаги ҳар бир мамлакат ўзининг маълум табиий иқлими ва маданий шароитлари билан тубдан фарқ қилади. Шунинг учун шинамлик бўйича меҳмонхоналарнинг ягона классификациясини қабул қилиш анча мушкул ишдир. Айни пайтда уларнинг умумий сони ўттиздан ортиқ. Улардан нисбатан машҳурлари бу юлдузли классификация, ҳарфлар тизими (Греция), тож ва гул тизими (Буюк Британия), разрядлар тизимларидир.

Жаҳоннинг барча меҳмонхоналари шинамлик даражаси бўйича ягона стандартларни жорий этишга ўриниши ҳозирча муваффақиятга олиб келгани йўқ. Шунга қарамасдан, 1989 й. 30 ноябрдан бошлаб БТТ томонидан Испания пойтахти Мадридда ишлаб чиқилган «**Меҳмонхона классификациялари мезонларини минтақалараро комиссиялар маъқуллаган классификацион стандартлар асосида минтақалараро уйғунлаштириш**» деб номланган ҳужжат амал қилмоқда. У тавсиялар характерида бўлиб, унга мувофиқ ҳар қандай категориядаги меҳмонхона хавфсизлик ва гигиеник талабларига жавоб бериши, сутка давомида сервисни, кечиктириб бўлмайдиган тиббий ёрдамни, буюмларни сақланиши, ювиш, почта хизматини таъминлаши зарур.

Шинамлик даражаси – ҳаддан ташқари субъектив кўрсаткич бўлиб, уни баҳолаш анча қийин. Бироқ жаҳоннинг кўпгина мамлакатларида унинг мезонларини белгиловчи шартлар, қонун-қоидалар, кўрсатмалар қабул қилинган. Хусусан, уларга қуйидагилар киради:

- номер фондининг ҳолати: номерлар майдони, номер фонди тузилиши, коммунал қулайликлар мавжудлиги ва ҳ.к.;
- мебеллар, жиҳозлар, санитария-гигиена талабларига мўлжалланган буюмлар ҳолати;

- овқатланиш корхоналари – кафе, ресторанлар ва ҳ.к. мавжудлиги ва уларнинг ҳолати;
- бинолар, кириш йўллари, ҳудудга туташ территория, майдоннинг ободончилиги ҳолати;
- ахборот тизимлари таъминоти ва уларнинг техник жиҳозланиши, шу жумладан, замонавий алоқа воситалари, маиший техника, мини барлар, сейфлар ва ҳ.к. мавжудлиги;
- бир қатор қўшимча хизматлар кўрсатиш таъминоти имкониятлари.

Мавжуд меҳмонхоналар классификациясини шинамлик даражаси бўйича шартли равишда тўрт гуруҳга бирлаштириш мумкин:

1) Европа тизими, юлдузлар тизими, яъни француз миллий классификацияси тизимини мужассам этган ва Франция, Австрия, Венгрия, Миср, Хитой ва бошқа кўплаб мамлакатларда қўлланади;
2) ҳарфлар тизими (А,В,С,Д), Грецияда фойдаланилади;
3) «Тож» тизими, Буюк Британияда қўлланилади;
4) разрядлар тизими (Люкс, олий А, Олий Б, биринчи, иккинчи, учинчи, тўртинчи), бир қатор МДҲ мамлакатларида фойдаланилади.

Шуни айтиш керакки, жойлаштириш воситалари давлат классификацияси тизими билан бир қаторда меҳмонхона бизнеси соҳасида фаолият кўрсатувчи йирик компаниялар ва фирмалар томонидан ишлаб чиқиладиган ва қўлланиладиган классификациялар ҳам мавжуд. Бундай классификациялар катта отеллар массивини иш бўйича таққослама таҳлилини соддалаштиришга қаратилган ва истеъмолчиларнинг кенг доирасини меҳмонхона маълумотнома (справочник)ларига киришини осонлаштиради.

Шундай классификациялардан бирини меҳмонхона бизнесида нуфузли ва машҳур фирма **BTI (Business Travel International)** у йиллик справочник нашр қилади, унда турли мамлакатларда бизнес-класс меҳмонхоналарида жойлаштириш қиймати (суммаси) кўрсатилади. BTI классификациясига мувофиқ барча меҳмонхоналар 9 та разрядга бўлинади: 5 та олий ва 4 та паст даражадаги разрядларга.

Олий разрядлар:

- **Superior Deluxe** – мутлақо лукс классдаги отеллар, яшаш, хизматлар ва қулайликларнинг энг юқори стандартларини таклиф қилади;
- **Deluxe** – хизматлар характери бўйича худди шундай Superior Deluxeдагидек хизмат кўрсатади, аммо ортиқча эмас, истеъмолчи эҳтиёжини қондириш мақсадига қатъий мувофиқ равишда;
- **Moderate Deluxe** – ушбу разряддаги меҳмонхона олдиндагилардек бундай юқори мавқейга эга эмас, қолган асосий таърифлари ўхшаш;
- **Superior First Class** – ўртача классдаги меҳмонхонадан юқорироқ;
- **First Class** – стандарт номерлар билан шинам безатилган меҳмонхоналар, умумий бўш вақтни ўтказиш учун жойи ва стандарт қулайликлар тўпламига эга.

Қуйидаги класслар паст разрядларга киради: Moderate First Class, Superior Tourist Class, Tourist Class, Moderate Tourist Class.

ВТІ нинг айтишича, ушбу классификация миллий классификация тизимидан фарқ қилиши мумкин, унинг стандартлари эса у ёки бу мамлакатда қабул қилинган стандартга мувофиқ келмайди. Меҳмонхона классларини баҳолаш учун ВТІ холис халқаро экспертларни таклиф этади, шунинг учун меҳмонхоналар класси фирмалар спровочникларида келтирилган, халқаро эътироф қозонган.

Жаҳон амалиётида шундай ҳоллар бўлганки, бир мамлакат доирасида бир неча классификациялар тизими учрайди. Буюк Британияда «тож» тизими билан бир қаторда Британия турагентликлар ассоциацияси таклиф қилган классификациялардан фойдаланилади. Улар қуйидагилардан иборат:

- бюджет меҳмонхоналари – шаҳарнинг марказий қисмида жойлашган ва минимум қулайликларга эга;
- туристик классдаги меҳмонхоналар – таркибида албатта, ресторанлар ва барлар мавжуд;
- ўрта классдаги меҳмонхоналар – хизмат кўрсатиш даражаси жуда юқори;
- биринчи класс меҳмонхоналари – шинамлик сифати жуда юқори ва хизмат кўрсатиш даражаси аъло;
- олий категорияли меҳмонхоналар – яшаш ва хизмат кўрсатиш даражаси – экстра класс.

Буюк Британияда жойлаштириш объектларининг кенг спектри учун классификацион схема ҳам реализация қилинади. Бу жойлаштириш объектлари ўзига ҳашаматли отелларни ҳам, икки номерли камтаргина фермер уйларини ҳам олади. Бу схема кўп ихтисосли АА (Automobile Association development Ltd) ташкилоти томонидан ишлаб чиқилган. АА классификацион тизими миллий масштабда тан олинган ва меҳмонхоналарда хизмат кўрсатишни кафолатлайди. АА мутахассислари инспекциядан ўтган ва унинг эмблемасидан фойдаланиш ҳуқуқига сазовор бўлгач, унинг қора-сариқ белгисига эга бўлишади. Меҳмонхоналар категорияларини тасдиқлаш ҳар йили амалга оширилади.

АА тизимида барча жойлаштириш воситалари икки классга бўлинган: отелнинг ўзи ва хусусий отеллар, пансионатлар, фермерлар уйи, катта бўлмаган йўл меҳмонхоналари. АА тизимида отеллар бирдан беш юлдузгача классификацияланади. Бунда кўрсатиладиган хизматлар миқдори, сифати, номер фонди сиғими (отел ҳажми) баҳоланади.

Нисбатан кенг тарқалган туристик отелларнинг олти категорияси учун белгиланадиган Француз миллий классификацияси ҳисобланади, улар орасида бештаси маълум юлдузлар сони билан белгиланади (1*, 2*, 3*, 4*, 5*), бир категория юлдузсиз. Бундай тизим меҳмонхона хизматлари бозорини янада тўлиқроқ қамраб олиш имконини беради.

Бирорта ҳам меҳмонхона корхонаси агар у қуйидаги гуруҳларга бирлашган минимал талаблар мезонига жавоб бермаса, категория олишга даъво қилолмайди:

А – хоналар сони; **В** – умумий бино; **С** – отел ускуналари; **Д** – яшаш жой шинамлиги; **Е** – хизмат кўрсатиш; **F** – ногиронлар ва ҳаракати чекланган шахсларга қулайлик.

Немис классификациясига мувофиқ, меҳмонхона корхоналари беш классга бўлинади. Европа тизими билан уйғунлаштириш мақсадида бу ерда дархол ҳар бир классни маълум юлдузлар сонига мувофиқ келиши кўзда тутилади:

- туристик класс - *;
- стандарт класс - **;
- шинам класс - ***;
- биринчи класс - ****;
- люкс - *****.

Немис классификацияси 22 та мажбурий талабларни ўрнатади, яъни меҳмонхона класслари мезонларига боғлиқ бўлмаган ҳолда. Улар бир неча асосий гуруҳларга бирлаштирилган:

- қабул қилиш хизмати ишлари (реценция);
- нонушталар сервиси, ичимликлар, овқатланиш;
- номерларда радио ва ТВ – приёмниклар, телефон мавжудлиги ва уларнинг ишлаши;
- 75 фоиз номерлар учун минимал майдон;
- санитария қулайлиги ва санузеллар ҳолати;
- номер-апартаментлар мавжудлиги; номерларнинг мебеллашгани ва жиҳозланиши;
- кир ювиш ва дазмоллаш хизмати;
- меҳмонлар учун совғалар сотиш, телефакс, сейфлар мавжудлиги;
- холлар сони ва ҳолати;
- нақд пулсиз ҳисоб-китоб имкониятлари;
- меҳмонхона барлари ва ресторанлари сони ва уларнинг иш режими;
- конференциялар ва банкетлар ўтказиш имкониятлари;
- қўшимча хизматлар сони ва бошқалар.

Кейинги талаблар бўйича қуйидаги қўшимча хизматлар сони белгиланган: люкс классли меҳмонхона учун – 270, биринчига – 120, шинамлигига – 70, стандартга – 25, туристикга – 0. Немис классификациясининг ўзига хос хусусиятлари шундаки, унда пансионлар, ҳавли меҳмонхоналар, отел-гранлар каби меҳмонхона типлари учун категориялар кўзда тутилган.

«Юлдуз» тизимига мувофиқ белгилашларга уриниш бошқа тизимларда ҳам қилинади (ҳарфлар, «тож», категория). Мисол учун, Грецияда А категория меҳмонхоналар тўрт юлдуз даражасига, В – уч юлдузга, С имконият юлдузга, Д – бир юлдузга мувофиқ келади.

Италия отелларида биринчи категория шартли равишда тўрт юлдуз, **иккинчи** – уч юлдуз, **учинчи** – икки юлдуз даражасига мувофиқ келади. Буюк Британияда фойдаланадиган «тож» тизимини «юлдуз» тизими билан уйғунлаштириш учун «тож» умумий сонидан битта «юлдуз»ни олиб ташлаш

керак бўлади (масалан, тўрт «тож» даражаси уч «юлдуз» даражасига тенг ҳисобланади.).

Австрия отелларини, мисол учун олсак улар «беш юлдузли» тизим бўйича баҳоланади. Бироқ қишлоқ жойларида эса «категориясиз меҳмонхоналар» деб аталувчилар ҳам учрайди. Улар – унча катта эмас, бир-икки, уч қаватли уйлар бўлиб, кўпинча фермер оилалари томонидан хизмат кўрсатилади. Кўпчилик австрия уч-беш юлдузли бўлиб, отелларда бассейн, сауна, ресторанлар, буфетлар, соляриялар бор. Шуни ҳисобга олиш керакки, Европа тизими билан таққосланганда, Миср Араб республикасида эса меҳмонхоналар классификацияси бир-икки юлдузга оширилганига гувоҳ бўламиз.

Хитой Халқ Республикасида жойлаштириш воситаларини баҳолаш учун «беш юлдузли» тизим қўлланилади. Ваҳоланки мамлакатда ўзига хос касб бўлган специфик меҳмонхона шкаласи ҳам мавжуд. Қайсиким у нисбатан оддий жойлаштириш воситаси бўлиб, «меҳмон уйлар» ҳисобланади. Буларни яшаш ҳовлилари ёки хастеллар, талабалар ётоқхонасига тенглаштириш мумкин. «Меҳмонлар учун уйлар» нисбатан шинам ҳисобланади. Амалда бу меҳмонхоналар паст даражада кўпроқ нуфузли жойлаштириш воситаларига туристик меҳмонхоналарни киритиш мумкин (улар уч-турт юлдузли категория даражасига мувофиқ келади) ва «вино уйлар».

Барча грек меҳмонхоналари тўрт категорияга бўлинади: А, Б, С, Д. Улар тўрт, уч ва икки юлдузли даражага мувофиқ келади. С категория меҳмонхоналарда (икки юлдузли) минимал хизматлар тўплами таклиф қилинади ва улар денгиз қирғоғида жойлашмаган. Б категория отеллар эса деярли ҳамма вақт қирғоқ бўйида жойлашган бўлади.

Италияда отеллар уч категория бўйича фарқланади. Биринчиси фарқли равишда тўрт юлдузли меҳмонхонага, иккинчиси – уч юлдузли, учинчиси – икки юлдузли даражасига мувофиқ келади. Бундан ташқари, ҳар бир категория доирасида ўз тартиби бор. Италия меҳмонхоналари, одатда, унча катта ҳажмда эмас (50-80 номер). Кичик меҳмонхоналар икки юлдузли даражага мос келади. Тўғри, Альп курортларида хизмат кўрсатиши ва жиҳозланиши даражаси энг юқори талабларга жавоб берадиган отеллар ҳам учрайди.

Исроил Қизил денгиз ва Ўрта ер денгизи қирғоқларида юқори классли курорт-меҳмонхона комплексларига эга. Айрим камтаринликларга қарамай, уч юлдузли меҳмонхоналарда мижозлар тўла қонли дам олиш учун зарур хизматлар тўпламини олиш имкониятига эга. Тўрт юлдузли меҳмонхоналар – отеллар катта шинамликка эга бўлиб, энг яхши ерларда жойлашган, хизмат кўрсатиш даражаси юқори.

Испанияда жойлаштириш воситалари бир юлдуздан беш юлдузгача бўлган категориядаги меҳмонхоналарга бўлинади; меҳмонхона шаклидаги уйлар, бунгало ва ҳ.к.; тўрт категорияли бир юлдуздан тўрт юлдузгача; пансионлар эса уч категорияга эга. Бундан ташқари, туристларни қабул қилишда давлат корхоналари ҳам ишлаб турибди. Одатда улар хушманзара

районларда жойлашган. – У ерда келувчиларни жойлаштиришнинг деярли бошқа имкониятлари йўқ. Уларга қадимий қалъалар, қўрғон ва ҳовлилар киради, қайсиким улар люкс отел сингари жиҳозланган.

«Юлдузлар»дан ташқари меҳмонхоналарнинг муқобил классификациялари ҳам мавжуд. Иккинчи тизим АҚШда нисбатан кенг тарқалган. У ерда «юлдузли» меҳмонхоналар деярли йўқ. Шунингдек жаҳоннинг бошқа мамлакатларида «юлдузли» классификациядаги меҳмонхоналар билан бир қаторда, муқобил классификация тизимидаги меҳмонхоналар учрайди. Агар Россияликлар «юлдузли»лар билан қандайдир таниш бўлсалар, иккинчи тизимни кўпинча адаштириб юборишади.

Америка меҳмонхоналарининг расмий классификация тизими улардан қуйидаги категорияларни ажратишни кўзда тутади:

Superior Deluxe – эксклюзив ва ҳашаматли қиммат меҳмонхоналар кўпинча сифат кўринишида (palace), қайсиким олий даражада хизмат кўрсатиш стандарти, жойлаштириш, қулайлик, элегантли ва дидли жамоат биноси, хушманзара жойда жойлашишни таклиф қилинади. Бундай категориядаги меҳмонхоналар дунёнинг энг яхши меҳмонхоналари сирасига киритилади.

Deluxe – бундай классдаги меҳмонхоналар Superior Deluxe классидаги меҳмонхонага жуда ўхшашдир. Аммо унинг фарқи – улардай улкан эмас. Буларда нархлар ҳам нисбатан мақбулроқ. Бундай классдаги меҳмонхоналар ҳатто сервисга энг талабчан мижозга ҳам хотиржам ўз хизматларини таклиф қилиши мумкин.

Moderate Deluxe – ушбу типдаги меҳмонхоналар олдинги классдагиларга жуда ўхшаш бўлиб, бироқ унинг айрим нуқсонлари бор. Айрим ҳолларда уларнинг ташқи кўриниши Deluxe сингари ҳашаматли эмас.

Superior First Class – ўрта классдан юқорироқ даражада бўлган меҳмонхоналар, қайсиким улар яхшилаб таъмирланган ва реставрацияланган эски отеллар бўлиши мумкин. Лекин кўпинча – бу яхши замонавий отел бўлиб, биринчи класс учун махсус лойиҳаланган ва айрим яхши сифат хусусиятларига эга. Хоналари ва жамоат жойлари дид билан жиҳозланган ва жуда шинамдир. Бундай классдаги меҳмонхоналар ўрта класс қатламидан юқорироқ бўлган мижозларга кўпинча тавсия этилади. Шунингдек бундай меҳмонхоналар ўта нозик таъб мижозларнинг талабларини ҳам бемалол қондириши мумкин.

First Class – стандарт номерлари билан шинам меҳмонхона бўлиб, у кўнгил очиш ва жамоат биноларига эгадир. Кўпинча бундай классдаги меҳмонхоналар мижозларга ўртача талаблардаги хизматларни таклиф қилади. Бундан ташқари ушбу меҳмонхоналар гуруҳий турлар учун мос келади.

Limited-Service First Class - First Class сифатини таклиф қилувчи меҳмонхона. Бироқ унда қўшимча қулайликлар, хизматлар (масалан, сутка давомида ишловчи румсервис)лар ва жамоат жойи чекланган. Кўпинча нонушта меҳмонхонадаги кичик норасмий ресторанчада, кечки коктейл эса отел холлисида ўтказилади. Тўлақонли овқатланиш (тушлик, кечки овқат)

умуман индивидуал сафарлар ёки ўзи ташкил қилган индивидуал сафарларда фойдаланилади.

Moderate First Class – биринчи класс меҳмонхоналар (First Class) ҳисобланиб, унда шинам, аммо оддий номерлар ва жамоат бинолари мавжуд. Меҳмонхонада айрим қулайликлар бўлмаслиги мумкин (масалан, ресторан). Бундай меҳмонхоналар пул маблағини тежашни истаган мижозлар учун жуда маъқул келади.

Superior Taurist Class – аввал бошда бу пансиондир. Аммо яхши ҳолатда унинг номерлари жуда функционал яъни вазифали. Меҳмонхоналарда барча зарур қулайликлар камтарин ва яхши дид билан яратилган. Айримлари эса биринчи класс стандартларига жавоб беради. Жамоат биноси кичкина ёки умуман бўлмаслиги мумкин. Кўпинча йўлак ёки даҳлиз кўринишида қурилагн бўлади. Лекин у дид билан жиҳозлаган. Одатда меҳмонхоналарда мижозлар кўп бўлади ва у мустақил саёҳат қилувчи туристлар талабларини қондириши мумкин.

Taurist Class – пансион типидаги муассаса. Ушбу меҳмонхона шинамлик ва хизмат кўрсатишга жуда камтар талабли мижозлар учун тавсия этилади. Унда барча минимал қулайликлар номерларда мавжуддир.

Moderate Taurist Class – кам бюджетли пансион бўлиб, кўпинча жуда эски ва унча яхши ҳолатда эмас. Мижозларга фақат жуда зарур бўлгандагина, бошқа меҳмонхона бўлмаган пайтда тақдим этилади. Мижозлар меҳмонхонада кутган қулайликлар бўлмаслиги ҳақида албатта, олдиндан огоҳлантирилиши шарт. Меҳмонхонада минимал қулайликлар (ҳожатхона, душ, умивальник) номерда бор.

Меҳмонхоналар классификацияси борасида **меҳмонхоналар занжири** ўз ёндошувига эга. Одатда уларда категория эмас, балки марка ажратилади ва ушбу аниқ (конкрет) занжир барча меҳмонхоналарда амал қилинади.

Ҳар бир маркада нафақат шинамлик даражаси, балки мўлжалланган, жойлашган ўрни ва бошқа айрим мезонлари ҳисобга олиниши мумкин. Мисол учун, йирик Европа меҳмонхоналар занжири Accor (Франция) турли хил хизматлар ва нархлар кўламига эга корхоналарнинг бир неча маркаларини таклиф этади:

- Sofitel;
- Novotel;
- Mercury, қайсиким, ўз навбатида шинамлик даражаси ва нархи бўйича яна уч гуруҳга бўлинади: **Relais Inn** – стандарт номерлар, мақбул нархларда сифатли хизматларни кўрсатишни кўзда тутади; **Hotel Mercury** – янада юқорироқ даражадаги хизматларга эга бўлиб, индивидуал хизмат кўсратиш, шинам жойлашишни таклиф этади; **Grand Hotel** – манзарали жойда жойлашган меҳмонхоналар бўлиб, дидли шинамликни, бутун сутка давомида юқори даражадаги хизмат кўрсатишни таклиф қиладилар;
- Ibis;
- Etap;

- Formule 1.

Америка йирик меҳмонхоналар занжири **Holiday Inn** маркаларни ажратиш чоғида нафақат шинамлик даражасини, балки мўлжалланган, жойлашган ўрни, мижозларнинг бўлиши, узоқлиги ва бошқа айрим мезонларни ҳам ҳисобга олади. У қуйидаги маркаларни ўз ичига олади:

- Holiday Inn hotels recorts – курорт типидаги отеллар бўлиб, шаҳардан ва саноат зонасидан ташқарида – денгиз қирғоғи яқинида ёки кўл бўйида, тоғ ёки ўрмонда жойлашган. Унда фаол дам олиш учун барча зарур нарсалари мавжуд: бассейн, сауна, теннис корти, турли спорт жиҳозлари. Бу занжирнинг энг кўп тарқалган савдо маркасидир.
- Holiday Inn Express hotels – квартира типдаги номерларга эга бўлган меҳмонхоналар (апарт-отеллар);
- Holiday Inn Select hotels – тўлиқ хизматлар тўплами эга бўлган ва ишбилармонлар учун мўлжалланган отеллар;
- Holiday Inn Hotels Suites – отеллар занжири бўлиб, асосан бизнесменларга мўлжалланган. Отелда узоқ вақт яшаш шароити уйдаги шинамликка эга бўлишини маъқул кўрувчилар учун мўлжалланган.

Буюк Британиянинг энг яхши меҳмонхоналар занжири Forte Hotel Group меҳмонхоналар корхоналарининг дифференциялашган тўрт савдо маркасини таклиф қилади.

1. Le Meridien Hotels S resorts – deluxe классидаги отеллар (олий категория люкс), йирик шаҳарлар ва курортларда жойлашган. Ушбу марка корхоналарида архитектура ечимида индивидуал хусусиятларни, маҳаллий анъаналарни ҳисобга олган ҳолда европача классик стилда ҳал этилган. Уларда юқори даражадаги хизматлар кўрсатилади. Кўпчилик ҳолларда мижозларнинг таркиби бизнес-конгресс ва инсентив туризм вакиллари ҳисобланади. Le Meridian Hotels га ассоциялашган аъзо ҳуқуқига эга бўлган Москвадаги «Националь» меҳмонхонаси ҳам киради.
2. Posthouse – ўртача бюджетли меҳмонхоналар бўлиб, улар стандарт хизматлар тўпламини таклиф қиладилар. Дам олиш ва ишлаш, конференциялар ва симпозумлар ўтказиш учун зарур шарт-шароитлар билан таъминлайди. Ушбу маркадаги 50 % га яқин корхоналар яшаш учун бепул хизматлар билан соғломлаштириш марказларига эга.
3. Heriage Hotels – ноёб савдо маркази бўлиб, у кўпинча «Forte гавҳари» деб аталади. Ушбу марка остида бирлашган отеллар катта тарихий қисматга эга. Ушбу маркадаги деярли барча корхоналар туристик қизиқишнинг катта зоналарида жойлашган. Англия ва Шотландиянинг кўп асрлик тарихига – маданиятга эга бўлган кичик шаҳарчаларида, марказий қисмида ва Буюк Британиянинг қирғоқ бўйлари бўйлаб жойлашган. Мисол учун ушбу маркали меҳмонхоналар гуруҳи XIII асрда Оксфорд чеккасида қурилган Англиянинг «The Bear» Қадимий отели ҳисобланиб ва эъзозланиб келмоқда.

4. Travelodge – ушбу гуруҳ меҳмонхоналари ўртача 85 дан 200 тагача меҳмонхона хоналаридан иборат бўлиб, эконом-классни танлаган биснесменлар ва саёҳатчиларга мўлжалланган. Улар транспорт тугунлари ва автомагистраллар яқинида жойлашган.

3.3. Меҳмонхона корхоналарининг бошқа классификациялари

Меҳмонхона корхоналари хилма-хил мезонлар бўйича классификацияланади. Кўпинча унда қуйидаги мезонлар қўлланилади:

- жойлашган ўрни;
- ишлаш давомийлиги;
- овқатланиш таъминоти;
- бўлиш давомийлиги;
- нарх даражаси;
- шинамлик даражаси;
- номер фонди сиғими;
- функционал мўлжалланганлиги.

Ю.Ф.Волков қатор классификация бирликларини ажратади. Қайсиким унда меҳмонхоналар хилма-хиллиги фарқи ажратилиб кўрсатилади. Меҳмонхоналарнинг ушбу классификациялари муаллиф қарашларига тузатишлар ва сезиларли қисқартиришлар киритиш билан қуйидагича келтирилади. Жойлаштириш корхоналарининг асосий типлари ва таърифлари 5-илова жадвалда келтирилган.

Маълум жойлар территориясида жойлашиши бўйича меҳмонхоналар: шаҳарда жойлашганга (марказда, чеккада); қишлоқ жойларида жойлашганга (шу жумладан, баланд тоғли) бўлинади. Жойлашган жойи бўйича меҳмонхоналарнинг қуйидаги турларини ажратиш мумкин: шаҳар марказидаги меҳмонхоналар; йўл бўйидагилар, одатда, кам қаватли очиқ автомобил турар жойлари билан; шаҳар чеккасидаги ва аэропортлардаги меҳмонхоналар; сузувчи отеллар-сузиш воситалари; меҳмонхона учун жиҳозланган, туристларни денгиз, дарё ёки кўл бўйида жойлашиши ва дам олишига хизмат қилади. Меҳмонхона бизнеси мутахассислари орасида кўпроқ отелларнинг бешта жойлашиш жойи қараб чиқилади:

- шаҳар маркази;
- аэропорт;
- шаҳар чеккаси;
- курорт;
- автомагистраллар.

Номер фонди сиғими. Меҳмонхоналар сиғими доимий ухлаш ўринлари сони билан белгиланади. Сиғими бўйича меҳмонхоналар классификацияси турли мамлакатларда турличадир. Мисол учун, Швейцария ва Австрияда 100 ўриндан кам бўлмаган ўринга эга меҳмонхоналар кичик, 100-200 ўринли – ўрта, 200 дан кўпроқ ўринли йирик меҳмонхоналар

ҳисобланади; Чехияда эса 120 гача ўринли – кичик, 500 та гача ўринли – ўрта, 500 ўриндан зиёд – катта; АҚШда эса 100 номергача – кичик, 500 номергача – ўрта, 500 дан зиёд – йирик меҳмонхоналар ҳисобланади.

Россияда уларнинг сиғими бўйича меҳмонхоналарнинг расмий классификацияси йўқ, шу муносабат билан уларнинг гуруҳлари таклиф қилинади: 150 ўрингача (100 номердан кўп бўлмаган) – кичик сиғимли меҳмонхона, 150 дан 400 ўрингача (300 номергача) ўртача сиғимли, 400 дан (300 номердан зиёд) – катта сиғимли меҳмонхоналар ҳисобланади. Жаҳон меҳмонхона номерлар фонди асосан кичик ва ўрта меҳмонхоналарда жойлаштирлиган.

Нарх даражаси бўйича, номер фондида тақдим этиладиган пуллик хизматларга асосан, белгиланадиган меҳмонхоналар қуйидагича бўлинади: бюджетли ($ 25-35); экономик ($ 35-55); ўрта ($55-95); биринчи классли ($95-195); апарт-отеллар ($65-125); люкс-отеллар ёки хашаматлилар ($125-525 ва ундан юқори).

Меҳмонхоналар мижозларнинг бўлиши давомийлиги бўйича фарқланади: мижозларнинг узоқ бўлиши учун; қисқа вақт бўлиши учун. Йил давомида ишлаб туриши давомийлиги бўйича меҳмонхоналар: йил бўйи ишлаб турадиган ва мавсумда ишлайдиган (ёзда, қишда)ларга бўлинади. Меҳмонхоналарда яшовчи мижозларга овқатланши тақдим этиш усули бўйича меҳмонхоналар – тўлиқ пансион таъминловчи; фақат нонушта тақдим этувчи; овқат таклиф қилмайдиган (одатда, ресторан ёки бошқа корхона йўқлиги кўринишида)ларга бўлинади.

Қаватлик. Жаҳон тажрибаси кўрсатадики, меҳмонхоналар 1-2 ва 40 қаватли ва ундан кўпроқ қилиб қурилади. Янги қурилаётган меҳмонхоналар нисбатан тарқалгани қуйидагича: Россияда – 5-16 қаватли; Чехияда – 8-14 қаватли; Венгрия ва унинг кичикроқ шаҳарларида – 4-5 қаватли; курортларда – 6-11 қаватли; Германияда – 8-10 қаватли; Буюк Британияда – 10-15 қаватли. Меҳмонхона бинолари қаватлилиги бўйича қуйидаги гуруҳларга бўлинган: кам қаватли (1-2 қават), ўртача қаватли (3-5 қават), оширилган қаватлилик (6-9 қаватли), кўп қаватли (1 категория – 10-16 қават; 2 категория – 17-25 қават; 3 категория – 26-40 қават); баланд бинолар (40 қаватдан кичикроқ).

Меҳмонхоналар шинамлик даражаси техник жиҳозлангани, номер фонди таркиби ва сифати, тақдим этиладиган хизматларнинг тўплами билан белгиланади. Шинамлик даражаси бўйича меҳмонхоналар классификацияларга чет эл ёндошувида ҳозирги вақтда икки асосий йўналиш мавжуд. Бири «статик» деб аталувчи белгини маъқул кўради, яъни номерларни ванна ва санузел билан қатъий белгиланган нисбати фоизига, меҳмонхона сиғими ва хизмат кўрсатувчи ходимлар сони ўртасидаги нисбат ва ҳ.к.

Бошқа йўналиш «динамик» омилларни мақбул кўради, яъни сервис хизматини, унинг тарафдорларини меҳмонхона стандартлари амалдаги ҳақиқий манзараси жойлаштириш воситаларида зарур хизмат кўрсатиш даражасиз қатъий нисбатни тўғри таъминлай олмайди деб ҳисоблайдилар. Ушбу йўналишга Швейцариядаги меҳмонхоналар классификацияси киради.

Даражаси, ассортименти ва хизматлар қиймати бўйича меҳмонхоналар бир неча типларга бўлинади: арзон отеллар ёки сервис хизматлари чекланган отеллар, қайсиким улар минимум хизматларни таклиф этади (бундай меҳмонхоналарда овқатланиш корхоналари бўлиши шарт эмас), «Люкс» отеллар индивидуал лойиҳалар бўйича қурилган, юқори сифатли мебели, яхши жиҳозланган биноси ва бутлиги билан ажралиб туради. Одатда хизмат кўрсатувчи ходимлар сони улардаги номерлар миқдорига нисбатан кўпроқ бўлади.

Меҳмонхоналарни шунингдек мулкчилик шакли бўйича ҳам классификациялаш мумкин: муниципиал, давлатники, хусусий ва ижарага берилган меҳмонхоналар.

3.4. Меҳмонхоналар типологияси

«Люкс» отеллари. «Люкс» отеллар – бу энг янги, меҳмонхона хўжалигида жадал равишда ривожланаётган сегмент сиғими бўйича кичик ёки ўрта корхоналарга киради. Одатда улар шаҳар марказида жойлашади. Яхши ўқитилган ходимлар энг талабчан мижозларга ҳам юқори даражада сервис хизматини таъминлашади. Қайсиким бу мижозлар конференция иштирокчилари, ишга доир учрашувлар қатнашчилари, бизнесменлар, юқори ҳақ оладиган профессионал кишилар ҳисобланишади. «Люкс» отеллар учун хона (номер)ларнинг юқори нархи характерли бўлиб, у эҳтимол тутилган барча турдаги хизматларни ўз ичига олади.

Ушбу меҳмонхоналардаги номерлар бир неча хоналардан иборат бўлади ва у меҳмонхона ҳамда унга ажратилган ўхшаш хонаси. Айрим «люкс» номерларда совутгич билан ошхона, мини-бар қурилган. Бу отелларда, одатда, умумий зал ва холлга кам майдон ажратилади. Бундай отеллар «люкс» номерлардан вақтинча яшаш жойи сифатида фойдаланувчи ва уйдан ташқарида уй шинамлигини ҳис этувчи одамларга ҳам мўлжалланган. Таътил даврида оилавий келувчилар ҳам дам олишда худи шундай қулай жойларда яшайдилар.

Тижорий (бизнес) отеллари. Замонавий тижорий отеллар одатда шаҳар марказида ёки унинг ишбилармонлик районида – мақсадли гуруҳлар учун қулай ҳудудда жойлашади. Булар энг йирик отеллар гуруҳи бўлиб, улар асосан бизнесменларга хизмат кўрсатади. Аммо шунга қарамасдан, кўпчилик туристик гуруҳлар, индивидуал туристлар, унча катта бўлмаган конференц-гуруҳлар ушбу отелларни хуш кўришади. Ушбу отелларда меҳмонлар хизматида газеталар, эрталабки қаҳва, маҳаллий телефон алоқаси, кабель телевидениями ва бошқалар бўлишади. Меҳмонлар ижарага олинган машиналардан, авиациядан, транспортдан фойдаланишлари мумкин. Кафетерия, тушлик овқатланиш ва бошқалар улар хизматида бўлади. Кўпчилик тижорий отелларда конференция заллари, «люкс» номерлар, банкет заллари мавжуд бўлиб, мижозларга хизмат кўрсатишади.

Ўртача класс меҳмонхоналари. Сиғими бўйича улар катта люкс отеллар -400-2000 ўринга мўлжалланган бўлиб, кўпинча улар шаҳар

марказида ёки шаҳарчасида жойлашадилар. Улар етарли даражада кенг хизматлар тўпламини таклиф қиладилар. Албатта, уларнинг нархи минтақада жойлашган бошқа жойлаштириш воситаларгига қараганда анча юқори бўлади. Бундай типдаги меҳмонхоналар бизнесменлар, индивидуал туристлар, форумлар, конференциялар, конгресслар, симпозиумлар иштирокчиларини қабул қилишга мўлжаллангандир. Ушбук типдаги меҳмонхоналарда одатда жойлаштиришнинг кенг танлаш варианти – «люкс» номердан 2-3 ўринли апартамент номерларигача таклиф қилинади.

Апарт-отеллари. Сиғими бўйича ушбу корхоналар кичик ёки ўртача яъни 400 ўрингача бўлади. Апарт-отеллар кўпинча нодоимий аҳолили йирик шаҳарлар учун хос бўлиб, ўз-ўзига хизмат кўрсатиш шароитида вақтинча яшаш жойи сифатида фойдаланиш учун квартира типидаги номерларни тақдим қилади. Ушбу типдаги меҳмонхоналарда нарх кенг доирада ўзгарувчан бўлади, хизматнинг сифатга ва жойлашишга боғлиқ бўлади. Апарт-отеллар кўпинча оилавий туристлар ва бизнесменлар, ҳамда узоқ муддатга сафарга юборилган ходимларга хизмат кўрсатадилар.

Сюит-отеллар. Бундай типдаги отеллар жаҳон меҳмонхона бозорида яқиндагина пайдо бўлди. Булар апарт-отелларнинг ўзига хос турли кўриниши бўлиб ҳисобланади. Улар ўртасидаги фарқ шуки, апартаментлар ошхона ускуналарига эга бўлади. Сюит-отелларда эса бу мустасно. Айрим корхоналар овқатланиш хизматини таклиф қилишади. Қайсиким улар яшаш жойи қийматининг қўшилиши ёки қўшилмаслигига боғлиқ бўлади. мумкин. Сюит-отеллар меҳмонхона ва ўхшаш номерларидан иборат хоналарни тақдим қилади. Унда умумий фойдаланиладиган бинолар сони ва унинг майдони минимум даражагача қисқартирилган, шунга тенг равишда қўшимча хизматлар тўплами чекланган бўлади. Бундай отелларнинг асосий мижозлари оилавий туристлар, бизнесменлар, профессионаллар, сафарга юборилган ходимлар бўлиб ҳисобланади.

Эконом класс меҳмонхоналари. Кичик ва ўрта сиғимли корхоналар – 150 ва ундан кўпроқ ўринли, кўпинча йирик транспорт магистраллари яқинида жойлашиб, чекланган қўшимча хизматлар тўплами билан тез ҳамда оддий хизматлар кўрсатишни таклиф қилади. Бундай хизматларнинг асосий истеъмолчилари воситалардан сиқилган ва фақат жойлашиш хизматини олишни истаган индивидуал туристлар ҳисобланади. Бу типдаги меҳмонхоналар кўпинча бору-йўғи ўз таркибида 2-4 ўринли ва кўп ўринли номерларга эга бўлишади.

Отель-курортлар. Ушбу типдаги корхоналар асосан курорт ва курорт аҳамиятига эга бўлган жойлар доирасида жойлашади. Улар сиғими, кўрсаткичлари бўйича бир-биридан катта фарқ билан характерланади, яъни 100 ўриндан тортиб, то 3000-5000 ўрингача. Бундай отеллар ўз яшовчиларига турли хизматлар тўлиқ пакетини таклиф қилишади. Курорт-отелларининг ўзига хослиги шундаки, у курорт ёки курорт жойининг ихтисослашуви билан белгиланади. Ушбу типдаги отелларда туристларнинг овқатланиши парҳез столлари шаклида ташкил этилади.

Кўпчилик меҳмонхоналар меҳмонлар фаол фаолияти учун хизматларнинг кенг турларини таклиф қилишади: танца (ўйин), гольф, теннис, отда сайр қилиш, табиатга паход уюштириш, чанғида сайр қилиш, сувда чўмилиш ва сузиш кабилар. Бу отеллар алоҳида шинамлиги, ҳаловатли муҳити билан фарқ қилади. Бундай отеллар бу ерга ҳар йили дам олишга ва хордиқ чиқариш учун келадиган доимий мижозлар, шунингдек уларнинг таниш-билишларига ижобий тавсиялар бериш билан келувчиларга мўлжалланган.

Мотеллар. Корхона, асосан автомобилда келувчи меҳмонларга хизматлар кўрсатади. Мотеллар автомобилларни қўйиш учун махсус жойни меҳмонхона ёнида, тақдим этади. Мотеллар ҳар қандай жойда жойлашиши мумкин, аммо одатда уларни шаҳарнинг чеккасида ёки шоссе бўйида учрашиш мумкин. Кўпчилик мотеллар – икки қаватли бино бўлиб, асосий магистрал районида қурилган бўлади. Улар учун кам сонли ходимлар билан ўртача даражадаги хизмат кўрсатиш характерлидир. Мотеллар сиғими унча катта эмас, кўпинча унинг сиғими 100-300 ўриндан ошмайди.

Аэропорт яқинидаги отеллар. Авиа учишлар аэропортлар яқинида жойлашган меҳмонхоналарга бўлган талабнинг ошишига имкон берди. Айниқса, халқаро аэропортлар яқинида бунга эҳтиёжлар кучаяди. Ушбу меҳмонхоналар бошқаларидан фарқ қилган ҳолда номерлар сони ва сервис хизмати кўрсатиш даражаси билан фарқ қилади. Ушбу отеллар учун типик мақсадли бозор характерлидир: бизнесменлар, авиайўловчилар, рейс ушланиб қолганида аэропортда қолишга мажбур бўлган йўлдир, шунингдек авиалиния ходимларидир. Ушбу отеллар одатда меҳмонларни аэропортдан ва яна ортга ташиш учун махсус автобусларга эга бўлишади. Деярли барча аэропортларда яқин атрофда жойлашган отелларнинг телефон рақамлари билан реклама тахталари осиб қўйилган бўлади. Улар конференциялар, учрашувлар ўтказиш учун имкониятларга эга бўлишади. Бундай меҳмонхоналар эса қўшимча хизматларнинг кенг спектрларини таклиф қилишмайди.

Доимий яшаш жой учун отеллар. Ушбу отеллар амалда уларда доимий яшовчи меҳмонларга мўлжалланган дир. Булар асосан якка-ёлғиз кишилар ҳисобланади. Одатда бундай отеллар АҚШда кенг тарқалган. Ҳар куни меҳмонхона сервисига чекланган миқдордаги қаноатли меҳмонларга хизмат кўрсатишади. Буризм бозорида бундай отелларни «люкс» отеллари ва кондоминимум отеллари сиқиб чиқаришади. Бунақанги отелда шарт-шароитлар – меҳмонхона, хобхона ва кичик ошхонадан иборатдир. Меҳмонларга кўрсатиладиган хизматлар – ҳар кунги йиғиштириш ишлари, телефон, контакт хизматлари ва бошқа меҳмонхона хизмати сервисларидир. Отел қошида ресторан, дам олиш учун зал ва бошқалар бўлиши ҳам мумкин. Доимий яшаш учун отелларда транзит меҳмонлар тўхташи кўзда тутилган.

«Тунаш ва нонушта» типидаги хусусий меҳмонхоналар. Арзон меҳмонхона маҳсулоти бўлиб, қайсиким шу ерда яшовчиларга шу ердаги меҳмонхоналар эгалари томонидан хизматлар ташкил қилинади. Бу унча катта бўлмаган уйлар бўлиши мумкин. Унинг бир нечта номерлари мавжуд

бўлиб, унча катта бўлмаган тижорий бино (20 дан 30 номергача)дан иборат. Албатта унинг шарт-шароити нонушта, енгил континенталдан тўлиқ тушликкача ўзгаради. Баъзан меҳмонхоналар фақат тунаш ва нонушталарни таклиф қилади. Бошқа ҳамма сервис хизмати турлари ва рекракцион имкониятлари йўқ. Бу шундай меҳмонхонада яшаш нархнинг пастлиги билан изоҳланади. Бундай меҳмонхоналар меҳмонларнинг хўжайинга шахсий боғлиқлиги билан машҳурдир. Улар шаҳар чеккасида ва қишлоқ жойларда жойлашганлиги ва жуда кичик сиғимга эга бўлиб 50 кишидан кўп эмас.

Отел-гарнилар. Отелларнинг ушбу типи олдинги жойлаштириш корхоналари типига ўхшашдир. Бундай отелларда жуда кечланган хизматлар тўплами кўзда тутилган, яъни жойлаштириш ва континентал нонушта хизматларидир. Бу типдаги отеллар кўпинча чека жойларда ва шаҳарлар чеккасида, йирик автомагистраллар ёқасида жойлашган бўлади. Отел-гарнилар турли сиғимга эга бўлиб, арзон нархдаги хизмат кўрсатишни таклиф қилади. Хизмат кўрсатиш характери ва бундай отелларнинг жойлашиши сегмент билан олдиндан белгиланади. Қайсиким улар хизмат кўрсатиш бўйича асосан транзит йўловчилар, туристлар, европа бўйлаб автобусларда саёҳат қилувчилар (автобусли турлар доирасида)га мўлжалланган.

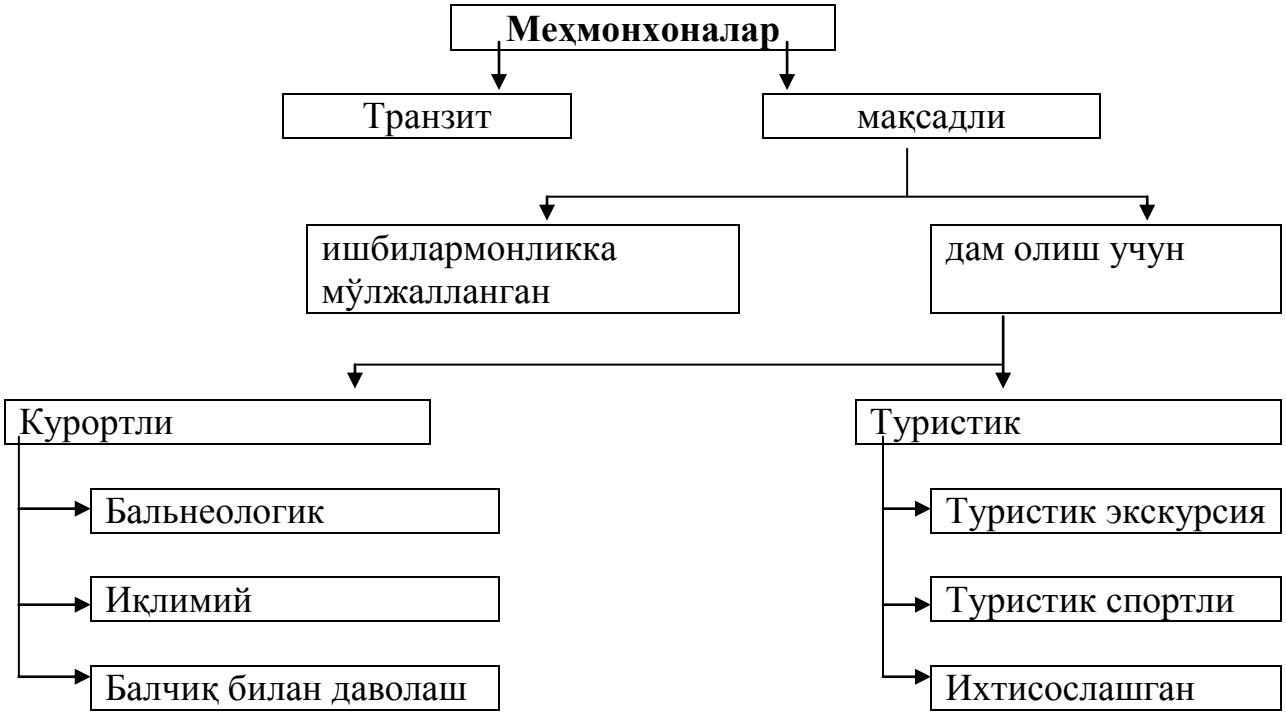
Таймшерли отеллар. Меҳмонхона индустриясининг бошқа кенгайувчи сегменти бўлиб таймшер отеллар ҳисобланади. Индивидуаллар қандайдир муддатга бино қисмига эгалик ҳуқуқини сотиб олади (бир йилда бир кундан икки ҳафтагача). Чунки бино асосан отел сифатида ишлайди, бинони ижарага олган саёҳатчилар уни амалда таймшер отел қисми эканлигини англамасликлари ҳам мумкин. Ушбу отеллар курорт зоналарида айниқса машҳурликка айланди. Эгалар кўпинча бутун йил давомида отелга эгалик қилишга ўзида имкон тополмайди, шунинг учун бир йилда бир неча ҳафтагина эгалик қила оладилар. Уларнинг сиғими одатда 50 да дан 250 номергача бўлади. Таймшерли отелларда оширилган нархлар бўйича тўлиқ хизматлар кўрсатиш тўплами тақдим қилинади.

Отели-кондоминиумлар. Улар таймшерларга ўхшаш бўлиб, улар ўртасидаги фарқ мулкчилик шаклида бўлади. Отел-кондаминиумларда бинолар фақат бир хўжайинга эгаликка берилиши мумкин. Таймшер отелларда эса бир нечта эгалар бўлиши мумкин. Кондоминиум отелларда эга компания бошқарувчисига бино қисмига қанча вақт давомида эгалик қилишини хабар қилади. Таймшер эгалари ва кондоминиум отеллар эгалари бинойи ижарага олишдан даромад қиладилар ва реклама фаолияти, ижара, маиший ва техник хизматлар учун компания бошқарувчисига ҳақ тўлайдилар.

3.5. Меҳмонхоналарнинг функционал мўлжалланганлиги

Барча меҳмонхона корхоналари функционал мўлжалланганига қараб, икки катта гуруҳга бўлинади: **транзит меҳмонхоналар ва мақсадли меҳмонхоналар** (3.1-расм).

Транзит меҳмонхоналар қисқа, тўхтаб ўтиш шароитида туристларга хизмат кўрсатишга мўлжалланган бўлиб, улар ҳаракат серқатнов магистраллари (темирйўл, авиацион, автомобил, сув транспорти) бўйида жойлашган. Одатда меҳмонхоналар шаҳардан ташқарида кичик ва ўртача сиғимга эга бўлиб, шинамлик даражаси (шароити) чекланган ҳолда лойиҳалаштирилиб қурилган. Меҳмонхоналарда унча кўп бўлмаган ходимлар, гараж, автосервис, ёнилғи қўйиш хизматлари имконияти мавжуд. Бу тоифадаги меҳмонларнинг бир тури мотеллар бўлиб, улар жуда машҳурдирлар.



3.1-расм. Меҳмонхоналарнинг функционал мўлжалланган

Аввал бошдан мотел жойлаштириш воситаси сифатида режалаштирилган, чекланган хизматлар тўплами кўрсатишга мўлжалланган. Меҳмонхоналар эса бундай вақтда тўлиқ хизматларни таклиф қилади. Мотелларнинг мижозлари автомобилда саёҳат қилувчи турли категориядаги туристлар ҳисобланади. Шу жумладан, юқори даражадаги топормон-тутармонлардир.

Уларнинг мотелларга бўлган эҳтиёжлари муносабати билан таклиф қилинадиган хизматлар турлари аста-секин кенгайиб борди, улар отеллардан тобора камроқ фарқ қила бошлади. Кўп ўтмай меҳмонхона ва мотеллар ўртасидаги асосий фарқ шу бўлдики, мотеллар автомобилларни майдонга қўйиш ва техник хизмат кўрсатиш хизматларини таклиф қила бошлади.

Мақсадли меҳмонхоналарга ишбилармонлик ва дам олиш (курортли, туристик)га мўлжалланган меҳмонхоналар киради. Ишбилармонликка доир меҳмонхоналар иш юзасидан сафарга чиққан ва сафарга келган шахсларга хизмат кўрсатишга мўлжалланган. Ушбу гуруҳ меҳмонхоналари кўпроқ конгресслар, симпозиумлар, съездлар, йиғилишлар, конференцияларга хизмат кўрсатувчи меҳмонхоналар сифатида маълум. Уларга талаб катта, тадқиқотларга қараганда, 50 % одамлар ишга доир мақсадларида жойлашади, 40 % дам олиш ва даволаниш учун, 10 % эса иш қидириш, таниш-билиш, қариндошларни йўқлаб ташриф буюрганлар.

Ишбилармон мижозларнинг отеллар учун муҳимлиги бир қатор сабаблар билан боғлиқ.

1. Ишбилармон одамлар – конференция, симпозиум, форум, кенгаш иштирокчилари пулдор кишилар, яшаш учун ва фойдаланилган қўшимча хизматлар учун яхшигина ҳақ тўлашади. Бизнесменлар кўпинча меҳмонхонага оила аъзолари билан жойлашади, қайсиким уларнинг ишга доир дастур билан боғлиқлиги йўқ, аммо кўнгил очиш тадбирларида фаол иштирок этишади.
2. Бизнесменларга хизмат кўрсатишга мўлжалалнганлик меҳмонхоналарга кафолатли бронлаштиришни ўтказиш ва номер фонди юкланишини аниқ режалаштириш, отелнинг моддий-техник базасидан самарали фойдаланиш имконини беради.
3. Бизнесменлар бу ерга тез-тез доимий ташриф буюрувчилардир. Шунинг учун жойлаштириш воситалари уларни бу ерга яна қайтиб келишига эришиш учун юқори даражада хизмат кўрсатиб, мижозларнинг кўнглини овлашга бор имкониятларини ишга соладилар. Бизнесменлар шунингдек ажойиб реклама-маълумотлари ташувчилардир, чунки хизматдан қониқиш ҳосил қилган мижозлар ушбу меҳмонхонани дўстлари, таниш-билишларига мақтаб тавсия қиладилар.
4. Ишбилармон одамларга хизмат кўрсатишга мўлжал олиш маълум даражада мавсумийлик салбий оқибатларини енгиб ўтишга имкон беради. Чунки, асосий ишбилармонликка доир тадбирлар айнан паст ва мавсумаро даврларда ўтказилади.

Ишбилармонликка мўлжалланган меҳмонхоналар қуйидаги шароитларга жавоб бериши лозим:

- шаҳарнинг маъмурий ва маданий марказига яқин жойлашиши;
- бир ўринли номерларнинг кўплиги;
- номерда «ишчи зона» мавжудлиги;
- номер-апартаментлар мавжудлиги;
- конференц-зал, коммуникацион технологиялар маркази мавжудлиги;
- техник ускуналарнинг мавжудлиги;
- молиявий таъминот хизмати мавжудлиги;
- гараж, автомобилни қўйиш жойи мавжудлиги ва ҳ.к.лар.

Курортли меҳмонхоналар жойлаштириш, пархез овқатланиш хизматлари ва даволаш соғломлаштириш дастурларини тақдим этишни кўзда тутади ва булар – дам олиш, соғломлаштириш, даволаш

хизматлари шу территорияда – табиий иқлим ва табиий шароитларда кўрсатилиши зарур.

Курортли меҳмонхоналар таркибида албатта, тиббий хизмат, парҳез овқатланиш, спорт билан шуғулалниш шароитлари бўлиши шарт. Бундай отелларнинг асосий муаммоси шуки, - бу мавсумий талаблардир.

Туристик меҳмонхоналар, одатда, туристик маршрутларда жойлашадилар. Хизматлар комплекси маршрут дастурига кўра олдиндан йўлланма билан белгилаб қўйилади. Собиқ Совет Иттифоқида туристик меҳмонхоналар яхши ривожланмаган эди. Ҳозирги вақтда кўпгина туристик меҳмонхоналар, турбазалар ва кемпинглар қайта барпо қилинаяпти, замонавий отеллар қурилаяпти. Нисбатан туристларнинг спорт билан шуғулланиши учун мўлжалланган туристик меҳмонхоналар – туристик-спорт меҳмонхоналари кўпайиб бормоқда.

НАЗОРАТ САВОЛЛАРИ

1. Меҳмонхона нима, у қандай белгиларга эга?
2. Меҳмонхоналарга қандай талаблар қўйилади?
3. БТТ жойлаштириш воситалари стандарт классификациялари ҳақида гапириб беринг.
4. Хизмат кўрсатиш даражаси бўйича қайси отеллар гуруҳи ажратилади?
5. Разрядлар бўйича меҳмонхоналарни классификациялаш қандай ўтказилади?
6. Жойлаштириш воситаларининг нисбатан тарқалган классификацияларини айтинг.
7. Жойлаштириш воситаларининг асосий шинамлик даражаси мезонларини санаб беринг.
8. Дунёнинг бир қатор мамлакатларида қабул қилинган асосий отеллар классификацияси тизимларини қараб чиқинг.

Отеллар классификациясининг америкача специфик хусусиятлари нимадан

4-БОБ. МЕҲМОНХОНА фаолиятини ДАВЛАТ ТОМОНИДАН ТАРТИБГА СОЛИШ

4.1. Меҳмонхона фаолиятини лицензиялаш
4.2. Меҳмонхона хизматларини стандартлаш
4.3. Меҳмонхона хизматларини сертификациялаш
4.4. Меҳмонхона хизматларининг сифат кўрсаткичлари

4.1. Меҳмонхона фаолиятини лицензиялаш

Меҳмонхона фаолиятини давлат томонидан тартибга солиш ва меҳмонхона хизматларига истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилишда лицензиялаш, стандартлаштириш ва сертификатлаш муҳим вазифа бўлиб ҳисобланади. Халқаро меҳмонхоналар фаолиятини лицензиялаш, унинг давлат томонидан тартибга солишнинг судгача бўлган ҳуқуқий механизм турларидан бири ҳисобланади. Лицензия – давлат органи томонидан ҳуқуқий ва жисмоний шахсларга бир қатор шартларга амал қилган ҳолда маълум давр мобайнида меҳмонхона фаолияти юргизиш учун бериладиган рухсатномадир.

Ушбу фаолият билан шуғулланишни истеъмолчилар лицензия олиш учун тегишли лицензияловчи органга қуйидаги ҳужжатларни тақдим этади:

- лицензия олиш учун ариза, номи ва ташкилот ҳуқуқий шакли, ҳуқуқий шахслар учун жойлашган жойи; исми-шарифи, яшаш жойи, далилли ҳужжатлар, индивидуал тадбиркорлар учун шахсини тасдиқловчи ҳужжат; ҳуқуқий шахс ёки индивидуал тадбиркор амалга оширишни кўзлаган, лицензияланадиган фаолият тури кўрсатилади;
- муассислик ҳужжатлари ва ҳуқуқий шахс сифатида лецензия сўровчининг давлат рўйхатига кирганлиги ҳақидаги гувоҳнома нусхалари (агар нусхалар натариус томонидан тасдиқланмаган бўлса оригиналларини тақдим этиш) – ҳуқуқий шахслар учун;
- фуқарони индивидуал тадбиркор сифатида давлат рўйхатига олингани ҳақидаги гувоҳнома нусхаси (агар нусха нотариус томонидан тасдиқланмаган бўлса, асл нусхаси тақдим этилади) – якка тартибдаги тадбиркор учун;
- лицензия сўровчини солиқ органида ҳисобга қўйилгани ҳақидаги гувоҳнома нусхаси (агар нусха нотариус томонидан тасдиқланмаган бўлса, асл нусхаси тақдим этилади);
- лицензия бериш ҳақидаги аризани лицензияловчи орган томонидан кўриб чиқилиши учун лицензия йиғими тўловини тасдиқловчи ҳужжат;
- лицензия сўраган ходимлар малакаси ҳақида маълумот.

Шу нарсага эътиборни қаратиш керакки, барча меҳмонхоналар мижозларга қулайлик тақдим этиш даражаси бўйича категорияларга бўлинади. Меҳмонхоналарни категорияларга бўлиниши тақдим этиладиган хизматларнинг турли хил тўпламларини кўзда тутади. Табиийки, олий

категориядаги меҳмонхоналар меҳмонларга кўпроқ шинам номерлар ва тегишли тарзда хизматлар катта тўпламини тақдим қилади. Улар орасида амалга ошириш учун лицензия талаб қилинадиган хизматлар, масалан, тиббий ёки транспорт хизматлари бўлиши мумкин.

Аган меҳмонхона мижозларига лицензия зарур бўлган хизматлар кўрсатадиган бўлса, ушбу фаолият учун у албатта лицензия рухсат олиши лозим. Яна бу албатта, лицензиялаш тўғрисидаги қонунга мувофиқ бўлиши керак. Бундай лицензияни амалга ошириш муддати камида беш йил этиб белгиланган.

Меҳмонхона лицензиялаш ва мажбурий сертификатланишидан ташқари, ташкил этилиши чоғида дарҳол, ёки маълум техник ва модернизациялаш ўтказилганидан кейин маълум категория олишга уриниши мумкин. Ушбу тадбир аттестация деб аталади ва ихтиёрий сертификатлаш мазмунига эга.

Меҳмонхонани аттестациялаш қуйидаги мақсадларни кўзлайди – у ёки бу отелни меҳмонхона хизматлари бозорида ўрнини аниқлаш, мижозлар ва профессионал мутахассисларга кафолатланган хизматлар тўпламини тақдим этиш ҳақида ахборотлар олишни енгиллаштириш, қайсиким маълум классдаги меҳмонхона томонидан кўрсатилиши мумкин.

Меҳмонхоналар аттестацияси ҳам миллий, ҳам халқаро даражада ўтказилиши мумкин. Бизнинг мамлакатимизда меҳмонхона хизматларини ихтиёрий сертификатлаш ва тегишли стандартларни ишлаб чиқиш билан давлат органлари шуғулланади. Ҳозирги вақтда меҳмонларга тегишли категория «Меҳмонхоналар классификацияси ва бошқа жойлаштириш воситалари тизимлари»га асосан берилади.

Мамлакатимизда меҳмонхоналар аттестацияси билан давлат томонидан ҳуқуқ берилган ташкилотлар шуғулланади. Бироқ жаҳон амалиётида категория беришнинг бошқа схемалари ҳам мавжуд. Мисол учун, Германия ва Швейцарияда бу билан давлатдан мустақил профессионал бирлашмалар ва уюшмалар шуғулланади. Яъни Германияда – Бирлашган меҳмонхона ва ресторанлар хўжалиги (DEHOGA), Швейцарияда – Меҳмонхона эгалари уюшмаси. Классификациянинг параллел бир неча тизимлари мавжуд мамлакатлар ҳам бор.

4.2. Меҳмонхона хизматларини стандартлаш

Стандартлаш – маҳсулотлар, ишлар, хизматлар, атроф-муҳит, истеъмолчи ҳаёти, соғлиги ва мулки хавфсизлигини таъминлаш мақсадида фаолиятнинг белгиланган норма, қоида ва характеристикалари (талаблари); техник ва ахборот мувофиқлиги, шунингдек маҳсулотларнинг ўзаро алмашиниши мумкинлиги; фан, техника ва технология ривожланиш даражасига мос равишда ишлар ва хизматлар, маҳсулотлар сифати; барча турдаги ресурслар тежамкорлиги; табиий ва техноген офатлар ва бошқа фавқулотда ҳолатларда пайдо бўладиган таваккалчилик ҳисобга олинган ҳолда хўжалик объектлари хавфсизлиги; мамлакат мудофаа қобилияти ва сафарбарликка тайёрлиги. Ҳозирги вақтда стандартлаш мақсади унинг икки

яхлит характерини ифодалайди. Бир томондан, унинг бош мақсади – бу хавфсизлик, техник ва ахборот мувофиқлиги бўйича мажбурий талабларни белгилаш, шунингдек маҳсулотлар ўзаро алмашиниш мумкинлиги ва хўжалик объектлари хавфсизлиги, бошқа томондан, маҳсулотларни истеъмолчилик кўрсаткичларидан келиб чиқиб, уларнинг сифатини ошириш зарурати бўйича тавсиялар ишлаб чиқиш ва ресурсларни тежашдир.

Стандартлаш бўйича норматив ҳужжатларга давлат стандартлари киради: стандартлаш бўйича қоидалар, нормалар ва тавсиялар; умумдавлат техник-иқтисодий ахборотлар классификаторлари; тармоқлар ва корхоналар стандартлари; илмий-техник, мухандислик жамиятлари ва бошқа жамоат бирлашмалари стандартларидир.

Туристик ва меҳмонхона хизматлари стандартлари давлат стандартлаш тизимлари қисми ҳисобланади, туризм ва меҳмонхона менежменти соҳаларида стандартлаш мақсадлари ва вазифаларини, ишларни ташкил этиш ва асосий принципларини, норматив ҳужжатлар категорияларини стандартлар турларини ва халқаро ҳамкорлик бўйича асосий низомларни белгилайди. Туристик хизмат кўрсатиш соҳасида стандартлашдан мақсад кўзда тутилган туристик маҳсулотлар истеъмоли ва алоҳида туристик хизматлар сифат даражаси ҳамда хавфсизлигини таъминлашдан иборат.

Туристик хизматлар истеъмолчилари манфаатларини бозорда қўллаб рақобатчилардан ҳимоя қилиш. Халқаро ва мамлакат амалиётида стандарт деганда стандартлар бўйича норматив ҳужжатлар тушунилади, улар кўпчилик манфаатдор томонларни (ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчилар) муҳим масалалар бўйича эътирозлари йўқлигини характерловчи асосий келишувларга биноан ишлаб чиқилган, тан олган орган томонидан тасдиқланган ва қўлланишга мажбурдир. Меҳмонхона хизматлари кўрсатиш соҳасида одатда, давлат стандартлари Давлат тартибга солиши билан тасдиқланади.

Норматив ҳужжат сифатида стандарт янада кенгроқ маъно касб этади, яъни маълум фаолият турларига дахлдор қоидалар, умумий принциплар, характеристикалар, шу жумладан, кенг истеъмолчилар даврасига қулай меҳмонхона хизмат кўсратиш тартибларини ўз ичига олади. Стандарт меҳмонхона хизматлари бозорини тартибга солувчи самарали воситалардан биридир, ҳам сифатсиз маҳсулот тайёрловчилар, ҳам сотувчилар ва меҳмонхона хизматлари истеъмолчиларига таъсир ўтказиш имконини беради.

Стандарт ўз табиатига кўра минимал зарар талабларни белгилаш учун мўлжалланган, ҳар қандай маҳсулот ёки хизматни ўз мўлжалланишига мувофиқ равишда ишончлиги, хавфсизлигини расмий мезонларга мос келишини таъминлайди ва ҳ.к.

Стандартлаштириш объекти хизматлар, хизмат кўрсатишни ишлаб чиқариш жараёнлари ёки стандартлаш талаб этиладиган натижалари ҳисобланади. Хизмат дейилганда ижрочи ва истеъмолчини бевосита ўзаро ҳаракати натижаси, шунингдек ижрочининг истеъмолчи эҳтиёжини қондириш бўйича ўз шахсий фаолияти тушунилади.

Стандарт ҳар қандай категориядаги меҳмонхоналарга қуйидаги талабларни белгилайди:

1. Ҳар қандай категориядаги меҳмонхона бориш учун зарур йўл белгилари билан таъминланган қулай йўлга эга бўлиши, ободонлаштирилган ва туташ ҳудудлар ёритилган, майдонлар қаттиқ қоплама билан қопланган, автотранспортни қўйиш, буриб олишга (шу жумладан, автобусларни) қулай бўлиши керак. Корхона номи ёзилган, унинг категорияси кўрсатилган пешловҳа осилган, агар ресторанга алоҳида кириш жойи бўлса, унинг номи ёзилган пешлавҳа бўлиши лозим. Бино қисмини эгаллаган меҳмонхона алоҳида кириш жойига эга бўлиши зарур.

2. Меҳмонхонанинг архитектура-режавий ва қурилиш элементлари ва фойдаланадиган техник ускуналари давлат стандарти нормаларига мувофиқ келиши лозим.

3. Меҳмонхона қулай технологик шароитдаги жойда жойлашган бўлиши керак.

4. Меҳмонхонада яшаганда меҳмонларнинг ҳаёти, саломатлиги хавфсизлиги ва буюмлари сақланиши таъминланиши зарур.

5. Бинода аварияда чиқиш жойи, зинапоя, яхши кўринадиган ахборот кўрсаткичи бўлиши, улар меҳмонларни одатда, ҳам фавқулотда ҳолатларда эркин мўлжал олишини таъминлаши лозим.

6. Меҳмонхона ёнғинга қарши тизим жиҳозлари, огоҳлантирувчи ускуна ва ёнғиндан ҳимоя воситалари билан таъминланган, булар яшаш уйлари, меҳмонхоналар учун Ёнғин хавфсизлиги қоидаларида кўзда тутилган хавфсизлик чоралари талабларига жавоб бериши керак.

7. Меҳмонхонада бинони тоза тутиш, сантехника ускуналари ҳолати, чиқиндиларни чиқариш, хашоратлар ва кемирувчилардан самарали ҳимоя қилиш бўйича санитария-эпидимиология назорати органи томонидан белгиланган санитария-гигиена нормалари ва қоидаларига риоя этилиши зарур.

8. Барча электр, газ, водопровод ва канализация учкуналари ўрнатилган ва «Меҳмонхоналар ва уларнинг эксплуатация қилиш техник қоидалари»га мувофиқ фойдаланиши лозим.

9. Меҳмонхоналар муҳандислик тизимлари ва ускуналари билан жиҳозланган бўлиши ва қуйидагиларни таъминлаши зарур:

иссиқ ва совуқ сув таъминоти (сутка давомида); сув таъминотида узилишлар бўладиган районларда камида бир суткага етадиган заҳира сув идиши бўлиши керак;

канализация;

жамоат ва яшаш биноларида ҳаракатни 18,5 ^{0}С дан паст бўлмаган ҳолда ушлаб туриш учун иситиш;

жамоат ва номер биноларига ташқи ҳидлар киришининг олдини олиш ва нормал ҳаво айланишини таъминловчи вентиляция (табиий ва мажбурий);

радио эшиттириш ва телевидение (барча номерларга ўтказилади);

телефон алоқаси;

номерларни ёритиш: табиий (камида битта дераза), сунъий ёруғликни таъминлаш – чўғланма лампада – 100 лк, люминецент лампада – 200 лк; даҳлизларда сутка давомида – ё табиий, ёки сунъий ёритиш.

10. Эски меҳмонхоналар (мотеллар)ни янги лойиҳалаш ва реконструкция қилишда ғилдиракли коляскалардан фойдаланувчи ногиронларни қабул қилиш ва хизмат кўрсатиш шароитлари кўзда тутилиши лозим.

4.3. Меҳмонхона хизматларини сертификациялаш

Сертификатлаш – тайёрловчи (сотувчи, ижрочи) ва истеъмолчи (харидор)дан қатъий назар ёзма шаклда маҳсулотни белгиланган тартиб қойидага мувофиқ келишини тасдиқловчи ҳужжатдир.

Туристик хизматлар ва меҳмонхона хизматларини сертификатлаш хизмат кўрсатиш сифатини бошқаришнинг энг муҳим механизмларидан бири ҳисобланади, хизмат даражасини объектив баҳолаш имконини беради ва уни истеъмолчи учун хавфсизлигини таъминлайди. Бозор иқтисодиёти шароитида туризм индустрияси доирасида истеъмолчи (турист) унга тақдим этиладиган туристик хизматлар сифатини стандарт талабларида бўлишини таъминловчи асосий фигура ҳисобланади. Бу унга боғлиқ ҳолда реализация қилинадиган туристик хизматлар нархини белгилайди. Туризм индустриясининг туристик хизмат кўрсатиш стандартларига киритилиши, хизматларни сертификатлашнинг қўлланилиши, ўз фаолиятининг сифат мезонларини ва усулларини баҳолаб беради. Истеъмолчида туристга ва экскурсантга тақдим қилинаётган хизматлар ёки қулайликларда норма ва қоидаларга аниқ риоя этилаётгани ҳақида ишонч ҳосил қилдиради.

Туристик хизматлар ва меҳмонхона хизматларини сертификатлашнинг ҳуқуқий асослари, сертификатлаш иштирокчиларининг ҳуқуқ, мажбуриятлари ва жавобгарлиги қонун билан белгиланади. Шунингдек бошқа қатор норматив ҳужжатлар, шу жумладан, истеъмолчи ҳуқуқларини ҳимоя қилиш ҳақидаги қонунчиликка амал қилинади. Туристик хизматлар ва меҳмонхона хизматларини сертификатлаш дейилганда объектларни техник регламент, стандартлар низомлари, қоидалар ёки шартнома шартлари талабларига мувофиқ келишини сертификатлаш бўйича орган томонидан амалга ошириладиган шакли тушунилади.

Сертификат лотинчадан таржима қилинганда «**тўғри қилинган**» деган маънони англатади. Сертификатлаш уч шаклда бўлади. Улардан энг эскиси ва оддийларидан бири **сотувчининг харидорни ишонтириши** ҳисобланади. Бу – «ўз-ўзини сертификатлаш» ёки биринчи томондан қилинган сертификатлаш.

Сертификатлашнинг **иккинчи шакли** – сотувчи томонидан айтилган хизматларни талабларга мувофиқ келишини харидор томонидан тасдиқланиши. Сертификатлашнинг **учинчи шакли** – хизматларни белгиланган талабларга мувофиқ келишини мустақил шахс ёки ташкилот томонидан тасдиқланиши.

Туристик хизматларга учинчи шаклдаги сертификатлашни қўллаш меҳмонхона хизматлари сифатини баҳолаш ўтказилган чоғда мақбулроқ, туристик хизматларни хавфсизлик талабларига мос келишини сертификатлаш учун эса – биринчи шакл маъқул.

Мувофиқликни тасдиқлаш қуйидаги мақсадларда амалга оширилади:

- маҳсулотлар, лойиҳалаш жараёнлари (топқирлик билан), ишлаб чиқариш, қурилиш, монтаж, созлаш, фойдаланиш, сақлаш, ташиш, реализация ва утилизация, ишлар, хизматлар ёки техник регламент, стандартлар, қоидалар киритилиши, шартнома шартларининг мувофиқлигини тасдиқлаш;
- маҳсулотлар, ишлар, хизматларни танлаш ваколатида сотиб олувчи билан ҳамкор бўлиш;
- мамлакат ички ва халқаро бозорларида маҳсулот, ишлар, хизматлар рақобатбардошлигини ошириш;
- мамлакат территорияси бўйлаб товарларнинг эркин кўчиришини таъминлаш, шунингдек халқаро иқтисодий, илмий-техник ҳамкорлик ва халқаро савдони амалга ошириш учун шароит яратиш.

Туристик хизматлар ва меҳмонхона хизматларини ихтиёрий сертификатлаш дейилганда тайёрловчи, ижрочи ёки сотувчи ташаббуси билан тақдим этилаётган хизматларни стандартлар (норматив ҳужжатлар) талабларига сифат даражасининг мувофиқ келишини сертификатлаш бўйича орган томонидан тасдиқланиши тушунилади.

Сертификатлаш бўйича органлар функциясини ушбу мақсадда касбий тайёрланган ташкилотлар ҳам бажаришлари мумкин. Қайсиким, ўз таркибларида техника тартибга солиш қоидалари бўйича давлат экспертлари ва акредитланган, яъни давлат рўйхатидан ўтган мутахассисларга эга бўладилар.

Ихтиёрий сертификатлаш (мувофиқликни тасдиқлаш) аризаси ташаббуси бўйича аризачи ва сертификатлаш бўйича орган ўртасидаги шартнома шартларига кўра амалга оширилади. Ихтиёрий мувофиқликни тасдиқлаш миллий стандартларга ташкилотлар стандартларига қоидалар киритилишига ,ихтиёрий сертификатлаш тизимлари, шартнома шартларига мувофиқ амалга оширилиши мумкин. Меҳмонхоналарни ўз хизматларини сертификатлашдан ихтиёрий ўтказишлари уларнинг сифати ва хавфсизлигини маълум кафолатлари бўлиб хизмат қилади.

Сертификатлаш бўйича орган (ташкилот) нинг асосий вазифаси қўйидагилардан иборат:

объектлар мувофиқлигини ихтиёрий тасдиқлашни амалга оширади;

ихтиёрий сертификатлашдан ўтган объектларга мувофиқлик сертификатлари беради;

аризачига мувофиқлик белгисини қўллаш ҳуқуқини беради, албатта агар бу мувофиқлик белгисини қўллаш ихтиёрий сертификатлаш тегишли тизимида кўзда тутилган бўлса;

ўзига берган мувофиқлик сертификатини амал қилишини тўхтатади ёки тугатади.

4.1-жадвал

Сертификатлаш схемалари

Схемалар тартиб рақамлари	**Бажарилган ишлар, кўрсатилган хизматларни баҳолаш**	**Ишлар ва хизматлар натижаларини текшириш (синаш)**	**Сертификатланган ишлар ва хизмат-ларни инспекцион назорат қилиш**
1.	Ишлар ва хизматлар ижрочисининг маҳоратини баҳолаш	Ишлар ва хизматлар натижаларини текшириш (синаш)	Ишлар ва хизматлар ижрочиси маҳоратини назорат қилиш
2.	Ишлар кўрсатилган хизматларни бажарилиш жараёнини баҳолаш	Ишлар ва хизматлар натижаларини текшириш (синаш)	Ишлар ва хизматлар жараёнини назорат қилиш
3.	Ишлаб чиқариш ҳолатини таҳлил қилиш	Ишлар ва хизматлар натижаларини текшириш (синаш)	Ишлаб чиқариш ҳолатини назорат қилиш
4.	Ташкилот (корхона)ни баҳолаш	Ишлар ва хизматлар натижаларини текшириш (синаш)	Белгиланган талабларга мувофиқликни назорат қилиш
5.	Сифат тизимларини баҳолаш	Ишлар ва хизматлар натижаларини текшириш (синаш)	Сифат тизимларини назорат қилиш
6.	Сифат тизимларини баҳолаш	Деклорацияни илова қилинган ҳужжатларга мувофиқлигини кўриб чиқиш	Бажарилган ишлар, кўрсатилган хизматларни назорат қилиш
7.	Сифат тизимларини баҳолаш	Деклорацияни илова қилинган ҳужжатларга мувофиқлигини кўриб чиқиш	Сифат тизимларини назорат қилиш

Сертификатлаш схемаларини қўлланилишини кўриб чиқамиз деб 1-схема бўйича инспекцион назорат чоғида у назорат қилинади, ижрочини ишлар ва хизматларни бажарилиши маҳорати баҳоланади.

2-схема бўйича ишларнинг бажарилиши хизматлар кўрсатиш жараёнлари баҳоланади. Ишлар ва хизматлар натижалари текширилади (синалади) ва инспекцион назорат чоғида ишлар бажарилиши ва хизматлар кўрсатиш жараёнлари назорат қилинади. Жараёнлар мураккаблигига қараб баҳоланади: ҳужжатлар тўлиқлилиги, долзарблилиги, жараёнларга бўлган белгиланган талаблар: зарур ускуналар, асбоблар, ўлчов воситалари, (синаш ва назорат), буюмлар, материаллар, бинолар ва бошқалар шунингдек уларни

белгиланган талабларга мувофиқлиги: метрологик, методик, ташкилий, дастурий, ахборот, моддий, ҳуқуқий, техник ва бошқа таъминланганликлари; жараён хавфсизлиги ва барқарорлиги; ишлар ва хизматлар ижрочилари, хизмат кўрсатувчилар, ишлаб чиқарувчи ходимлар, касбий ваколатлиги.

2-схема ишлар ва хизматларни баҳолаш учун қўлланилади, қайсиким уларнинг сифати ва хавфсизлиги ишлар бажарилиши ва хизматлар кўрсатилиши жараёнлари барқарорлигига боғлиқ (мисол учун, автотранспорт воситаларини таъминлаш ва техник хизмат кўрсатиш бўйича хизматлар, кимёвий тозалаш ва бўяш хизматлари, йўловчиларни ташиш бўйича хизматлар, тиббий хизмат, жойлаштириш воситалари хизматлари, умумий овқатланиш хизматлари ва бошқ.).

3-схема бўйича ишлаб чиқариш ҳолати таҳлил қилинади, шу жумладан, инспекцион назорат ҳам, ишлар ва хизматлар натижалари текширилади (синалади). Ушбу схема ишлаб чиқариш хизматларини сертификатлашда қўлланилади.

4-схема бўйича ташкилот (корхона) – ижрочиларининг ишлари ва хизматлари белгиланган давлат стандартларига мувофиқ келиши баҳоланади.

Ташкилот (корхона)ни баҳолаш якунларига кўра унга маълум категория берилиши мумкин (меҳмонхоналар юлдузи, ресторан класси, ателье разряди ва бошқ.).

5-схема бўйича сифат тизими баҳоланади ва у инспекцион назорат чоғида назорат қилинади, ишлар ва хизматлар натижалари текширилади (синалади). Сифат тизимини баҳолаш (5 ва 7-схемалар) учун норматив ҳужжатларга мувофиқ сифат тизимини сертификатлаш бўйича эксперт ўтказилади. 5-схема потенциал хавфли ишлар ва хизматларни сертификатлашда қўлланилади (тиббий, туристик, йўловчилар ташиш бўйича ва бошқ.). Сифат сертификати мавжудлиги ишлар ва хизматларни сертификатлашда ҳисобга олинади.

6, 7-схемалар. Ишлар ва хизматларни белгиланган талабларга мувофиқ келиш ҳақидаги деклорациядан унга илова қилинган ҳужжатларга биноан фойдаланишга асосланган. Мувофиқлик ҳақидаги деклорацияда ташкилот раҳбари ёки якка тартибдаги тадбиркор тимсолида ишлар ва хизматлар ижрочилари бажарилаётган ишлар ва кўрсатилаётган хизматлар белгиланган талабларга мувофиқ келишини баён қиладилар.

6-схема индивидуал (такрорланмайдиган) буюртмалар бўйича кўрсатиладиган ишлар ва хизматларни – унча катта бўлмаган ҳажмда мамлакатда ёки жаҳон бозорида ишлар ва хизматларни юксак даражада сифатли бажарувчи сифатида ўзини кўрсатган ташкилотлар (корхоналар) томонидан бажариладиган ишлар ва хизматларни сертификатлашда қўлланилади.

7-схема ижрочида сифатни баҳолаш тизими бўлганида қўлланилади. У сертификатлаш чоғида текширилган, сифат тизими баҳоланган далолатномадан кўчирилган нусха билан тасдиқланган барча талаблар назоратини ўз ичига олади. Ишлар ва хизматларни илова қилинган хизматларга мувофиқлигини тасдиқлаш учун ташкилот (корхона)да

текширув ўтказилади. Мувофиқлик ҳақидаги деклорацияга асосан сертификатлаш схемаси қўлланилиши хусусияти шундаки, у бир турдаги ишлар ва хизматларни сертификатлаш қоидаларини кўрсатади. мувофиқлик ҳақидаги деклорациядан фойдаланиб сертификатлаш схемаси ихтиёрий сертификатлашда қўлланилмайди.

Сертификатлашнинг барча схемаларида, агар бу бир хил турдаги ишлар ва хизматларни сертификатлаш қоидаларига зид бўлмаса, ишдан ташқари сертификатлаш бўйича олинган белгиланган талабларга мувофиқликни тасдиқловчи ҳужжатлардан фойдаланиш мумкин. Масалан, социологик тадқиқотлар ва эксперт баҳолаш натижалари; ишлар ва хизматлар ижрочисини истеъмолчи билан шартномалари; текшириш далолатномалари, хулосалар, федерал ижрочи органлар, яъни ишлар ва хизматлар хавфсизлиги ва сифати устидан назорат ва кузатувни амалга оширувчилар (уларнинг ҳудудий органлари)нинг ва истеъмолчиларнинг жамоат бирлашмалари (уларнинг ассоциация ва уюшмалари) сертификатлари; назорат, синаш, текширишларни баҳолаш ҳажмини қисқартириш учун техник асослар.

Ҳар қандай тижорат ташкилотлари каби меҳмонхоналарга ҳам ўз фаолиятида қандай қилиб самарадорликка эришиш ҳақида ўйлашга тўғри келади. Чунки бозор иқтисодиёти шароитида ўз мавқеини қўлдан бермаслик учун хизмат кўрсатиш сифатини ошириш талаб қилинади, мижозлар оқимини кўпайтиришга интилиш лозим бўлади ва доимий равишда хизматлар рўйхатини кенгайтириш зарур бўлади. Фақат ана шу шароитда меҳмонхона унга сертификатлаш якунларига кўра юқорироқ категория берилишига эришиши ёки халқаро аттестациядан ўтиши мумкин.

Ҳозирги вақтда меҳмонхоналарни классификациялаш бўйича асос ва норматив ҳужжатлар мавжуд бўлиб, у ихтиёрий тартибда амалга оширилади. Унинг якуни бўйича меҳмонхонага категория берилади ва юлдуз (*) билан белгиланади.

Паст категориядаги битта юлдуз, олий категория – беш юлдуз (*****) билан белгиланади.

Бундан ташқари, меҳмонхоналар номерларини классификациялаш чоғида уларнинг категориялари ҳам белгиланади: биринчи, иккинчи, учинчи, тўртинчи, бешинчи. Бунинг устига, олий категория номерлар ўз навбатида яна қуйидаги турларга бўлинади: «сюит», «апартамент», «студия», «люкс» ва бошқ.

Ихтиёрий сертификатлаш жойлаштириш воситалари хизматларини категориялаш бўйича ихтиёрий сертификатлаш органи билан меҳмонхона тузадиган шартнома асосида амалга оширилади. Категория олиш учун меҳмонхона талабномани расмийлаштириш ва анкета-сўровнома тўлдириши зарур. Ушбу ҳужжатларни олгач, сертификатлаш бўйича орган тартибни белгилайди, унга мувофиқ сертификатлаш юмушлари бажарилади. Жойлаштириш воситаларини сертификатлаш уч босқичда ўтказилади.

Биринчи босқич – жойлаштириш воситасини маълум категорияга мувофиқлигини ўзида намоён этган эксперт баҳолашни ичига олади. У қуйидаги тартибда ўтказилади.

Хўжалик юритувчи субъект сертификатлаш буйича органга ариза беради, кайсиким махсус форма буйича расмийлаштирилади. Аризага жойлаштириш воситасидаги номер фонди ҳақидаги зарур маълумотлар, анкета-сўровнома илова қилинади. Ушбу маълумотлар классификация бўйича ишлар ҳажми ва уларнинг қийматини аниқлаш учун зарур. Ушбу ҳужжатларни олгач, сертификатлаш бўйича орган баҳолаш юмушларини белгилайди ва сертификатлаш бўйича ишларни бажаришга шартнома лойиҳасини тузади.

Аризачи тўловни амалга оширгандан кейин махсус эксперт комиссияси тузилади, у жойлаштириш воситасини ва унинг номерлар фондининг категориясини бахолаш ишларини бажаради. Бунда жойлаштириш воситаси ушбу классификация тизимида белгиланган минимал талабларни қондириши зарур. Шундай кейин балли баҳолаш амалга оширилади ва натижаси баённомада расмийлаштирилади. Бир вақтнинг ўзида меҳмонхона номерларини категорияга мувофиқлигини баҳолаш ўтказилади. Натижа баённомада ўз ифодасини топади. Эксперт комиссияси ишлари натижалари бўйича далолатнома тузади, уни раис ва комиссия аъзолари, шунингдек аризачи вакиллари имзолайдилар. Далолатномага юқорида кўрсатилган баённомалар илова қилинади.

Иккинчи босқич – жойлаштириш воситасини аттестациялашдан иборат. Классификация бўйича орган биринчи босқичдаги ишлар натижаларини олиб, далолатнома 1 нусхасини хулосалаш учун марказий сертификатлаш органи (ЦОС)га жўнатилади ва жойлаштириш воситасига категория бериш ҳақида қарор қабул қилиш учун аттестация комиссиясига узатади. Агар аттестация комиссияси ижобий қарор қабул қилса, сертификатни иловаси билан аттетация комиссияси раиси имзолайди ва ягона реестрда рўйхатга олиш учун ЦОСга жўнатади. Бир вақтнинг ўзида қабул қилинган қарор ҳақида 30 кундан кечиктирмасдан аризачига хабарнома жўнатилади. Сертификат 5 йилдан кўп бўлган муддатга берилади. Агар категория сертификати беришни рад этган қарор қабул қилинса, аттестация комиссияси қарор қилган кундан бошлаб 30 кундан кечикмасдан рад қилиш сабабларини кўрсатиб аризачига хабарнома жўнатилади.

Учинчи босқич – классификацияланган жойлаштириш воситаларининг инспекцион назорати. Категория сертификатини қўлга олгач, меҳмонхона маъмурияти сертификатни амал қилиш бутун муддати давомида меҳмонхона классификацияси тизими классификациялашган жойлаштириш воситасини инспекцион назорати кўзда тутилганини унутмаслиги керак.

Бундай текширувларни ўтказиш вақти аттестация комиссияси томонидан сертификат бериш ҳақида қарор қабул қилинганда белгиланади. Агар шундай текширувлар ўтказилган пайтда меҳмонхона ишида йўл қўйилган бузилишлар аниқланса, хизмат кўрсатиш технологияси бузилган бўлса, аттестация комиссияси сертификатини амал қилишини тўхтатиши ёки

уни бекор қилиш ҳақида қарор қабул қилиши мумкин. Ушбу қарор аризачини хабардор қилиш учун ЦОСга берилади. Категория сертификати амал қилиш муддати тугагач, қайта классификациялаш худуди шундай тартибда ўтказилади.

Меҳмонхоналарни халқаро аттестациялаш. Бу юмуш тавсия характерига эга. У туризм соҳасидаги (шу жумладан, бутун савдо ташкилоти) турли халқаро ассоциациялар ва бирлашмалар, шунингдек товарлар, ишлар, хизматларни сифат тизимини сертификатлаш бўйича ихтисослашган халқаро ташкилотлар томонидан ўтказилади.

Меҳмонхона хизматларини халқаро аттестациялаш унинг рақобатбардошлигини сезиларли ошириш имконини беради. Чунки, хизматлар халқаро сертификатлашдан ўтмасдан туриб, жаҳон бозорида ишонч қозониши анча мушкул.

Меҳмон сифатида мамлакатимизга келадиган хорижий фуқаролар, энг аввало, меҳмонхоналарда халқаро сертификат бор-йўқлигига эътибор қаратишади, чунки у меҳмонхоналарда маълум даражада хизмат кўрсатилишидан гувоҳ беради.

Меҳмонхоналар категорияси халқаро стандартларига мувофиқ «***» (уч юлдуз)да конференц-зал, сартарошхона, ёки гўзаллик салони, сауна, бассейн, ресторан, тунги клуб бўлиши, валюта алмаштириш бўйича хизмат тақдим этилиши, билетларни бронлаштириш, экскурсиялар ташкил этиш йўлга қўйилган бўлиши лозим. Бундан ташқари, ҳар қандай меҳмонхона ўз хавфсизлик хизматига эга бўлиши керак, шошилинч тиббий ёрдамни таъминлаши, буюмларнинг сақланишини кафолатлаши зарур.

Халқаро аттестация схемаси қуйидаги кўринишга эга. Шундай кўринишдан истовчи меҳмонхона унга маълум категория беришни, хизмат сифатини тасдиқлашни сўраб, халқаро агентликлардан бирига мурожаат қилади. Отелга эксперт келади ва ўзини билдирмасдан меҳмон сифатида бир мунча вақт яшайди. Кейин ушбу вакил ҳисобот тузади, унга асосан агентлик меҳмонхонага категория бериш ҳақида қарор қабул қилиб, унга халқаро сифат категорияси беради. Агар меҳмонхона халқаро класс талабларига мувофиқ келмаса, агентлик меҳмонхона ишидаги камчиликларни кўрсатади ва улар тузатилиши керак. Нуқсонлар бартараф этилгач, экспертиза ишлари яна бир бор ўтказилади.

4.4. Меҳмонхона хизматларининг сифат кўрсаткичлари

Хизматлар сифатини таъминловчи модел хизматлар сифатини хизматлар характеристикалари ўхшашлиги сифатида белгилайди. Бу унинг истеъмолчилар эҳтиёжлари талаб қиладиган ёки қондириш белгиланган қобилиятини аниқлайди. Аммо норматив – ҳуқуқий ҳужжатлар доирасида сифат тушунчаси билан бир қаторда яна бир нечта «сифат» тушунчаси мазмунига эга нуқтаи назарлар мавжуд.

Биринчидан, сифат хизматлар комплекс хусусиятлари ва ўзига хослиги сифатида тушунилади, қайсиким истеъмолчида қониқиш ҳосил қилади, ҳам мижозда камчилик йўқлиги туйғусини кучайтиради. Сифатнинг бу типи

ортиқчаликни кўпайтиради. Истеъмолчи товарнинг ўзига хослиги ва қўшимча хусусиятларига оширилган харажатларни тўлашга рози бўлиши керак, ёки бу хусусиятлар истеъмолчини лоқайд қилиши ва уни истеъмол қилишга ундаши лозим.

Меҳмонхона қаватларидаги номерлар маъмур билан бирга стандарт хоналарга нисбатан анча юқори сифатга эга ва нисбатан юқори нархларни талаб қилади.

Сифатнинг иккинчи типи техник ва функционал сифат сифатида қараб чиқилиши мумкин. Техник сифат бу – мижоз отел ходими билан ўзаро ҳаракатдан кейин нима билан қолгани. Мисол учун, отел ходими билан мулоқотдан қониққан мижоз албатта, номерни бронлайди ва қўшимча хизматлардан фойдаланади, қайсиким ушбу отел тақдим этади.

Функционал сифат – бу меҳмонхона хизматларини тақдим этиши жараённинг ўзи, қайсиким истеъмолчи отел ходими билан ўзаро ҳаракат вақтида жуда кўп босқичларни ўтади. Функционал сифат мижознинг номердан ёки хизматлардан таассуротларини яхшилаш мумкин, қайсиким унинг кутганларини тўлиқ оқлаган. Бироқ, агар функционал сифат юқори даражада бўлмаса, унда мижознинг қониқмаганлигини деярли бартараф этиб бўлмайди.

Сифатнинг тўртинчи типи – жамоатчилик (этик) сифати. Бу ишонч сифати, қайсиким харид олдидан истеъмолчи томонидан баҳолана олмайди, кўпинча уни хизматлар сотиб олингандан кейин ҳам баҳолаш имкони йўқ. Ушбу сифат типи жуда ўзгарувчан ва кўпинча ходимнинг билим ва кўникмасига боғлиқ. Мисол учун, ходимнинг айрим сервис хизматлари иш графигини билмаслиги мижозлар томонидан шундай эҳтиёжлар йўқлиги туфайли сезилмасдан қолиши мумкин. Бироқ шундай эҳтиёж пайдо бўлганида меҳмонхона хизматлари сифати жиддий жабрланиши мумкин.

Меҳмонхона хизматларининг қатор мижозларини ажратиш мумкин:

- чуқур билимга эгалик – шунда ифодаланадики, отел ходими зарур билим ва кўникмаларга эга ва у ёки бу хизматларни кўрсатиш учун етарли даражада профессионал;
- ишончлик – отел барқарор ишлашини, шунингдек бозорда уни узоқ мавжудлигини белгилайди;
- ҳозиржавоблик – отел ходими ушбу отел учун типик бўлмаган хизматларни тақдим этиб, иложи борича ўз мижозларининг истакларини қондиришга интилади;
- ҳаммабоплик – отел ходими ҳаммага бирдек хуш муомила ва қулай кўмакчи бўлиши лозим, мижоз бутун отел бўйлаб тегишли хизмат ходимини излаб юрмаслиги керак;
- тушуниш – меҳмоннавозликнинг бош элементларидан бири, қайсиким мижозларнинг барча ўзига хос эҳтиёжларини тушунишга ва уларни қондиршига асосланган;
- коммуникация – отел ходимини мижоз учун максимал бағри очиқ бўлиши ва унга зарур ахборотларни тақдим этишга тайёр туриши керак;

- ишонч – сифат кўрсаткичи, шунда ифодасини топадики, кўрсатилган хизматдан қониққан мижоз келажакда ҳам ушбу отелни мақбул кўради, унинг хизматларини таниш-билишлари, қариндош-уруғларига таклиф этиш биалн отел обрўсини оширади;
- хавфсизлик – меҳмонхона хизматларини ўзига хос асосий хусусиятлари, ҳар қандай мижознинг бош эҳтиёжи – жисмоний ва ахлоқий хавфсизликка бўлган эҳтиёжини ифодалайди;
- хислатли бўлиш – отел ходими хушмуомила, хайрихоҳ, дўстона, эътиборли бўлиши лозим;
- англовчанлик – мижоз нафақат истеъмол қилади, балки тақдим этилган хизматларни англайди ҳам, бунга отел бино ва хоналарини жиҳозлаш, ходимларнинг махсус формада бўлишлари ҳисобига эришилади.

Шундай қилиб, меҳмонларнинг эҳтиёжлари – турли сўровлари ва ўз назарида шинамликка бўлган талабларини тўлиқроқ қондириш сифат тушунчасини шакллантирувчи асосий омил ҳисобланади. Масалан, россияликлар яхшигина мини-бари бўлган ва хизмат кўрсатиш тизими ривожланган, ҳар қандай дидга мос хилма-хил ичимликлар ва газаклар бор меҳмонхонани шинам ҳисоблашади.

Америкаликлар эса номерда коктейл тайёрлаш учун жой кўзда тутилган, сутканинг исталган вақтида муз топиш мумкин бўлган, шунингдек хавфсизлик тизими самарали ишлайдиган меҳмонхонани шинам деб биладилар. Европаликлар асосий эътиборни санузел ва хилма-хил овқатланиш корхонасига қаратишади. Японлар эса – ўз вақтида ахборотлар олиш, отелни яхши мўлжалга олишга имкон берадиган пиктограммалар тизими (махсус белгилар, расмлар)га эътибор беришади, булар уларга маҳаллий тилни билмаса ҳам отелда яшашга қулайлик яратади, улар яна шарқ ошхонасига эга ресторан мавжудлигига эътибор қаратишади.

Меҳмонхона индустриясида «сифат» тушунчаси ўз хусусиятларига эга. Умумий маънода меҳмонхона хизматлари сифатини белгилашда уч асосий ёндошувни ажратиш мумкин.

Биринчидан, сифат мижозларнинг эҳтиёжларини аниқ белгилаш ва кейинчалик уларнинг бажарилишини кўзда тутади. Меҳмонхона хизматлари кўрсатишнинг энг муҳим бош қоидаси – мижозларнинг пайдо бўлган барча эҳтиёжларини қондириш. Хизматларни белгилаш таклифлари ва улар сифати устида доимий ишлаш хизмат бозорида рақобат устунлигига эришишга имкон беради.

Иккинчидан, сифат нафақат хизматлар кўрсатиш ва мижозлар эҳтиёжларини бажариш, яна у уларни тўғри кўрсатиш ҳамдир. Мисол учун, агар хизмат кўрсатилган бўлсаю аммо отел ходими уни қўл учида малол келиб бажарган бўлса, мижоз бундай хизматдан ҳеч қандай қониқиш ҳосил қилолмайди.

Учинчидан, сифат доимий бўлиши керак. Бир типдаги хизматлар кўп марта ва доимий сифат билан кўрсатилмоғи лозим. Мижоз ўша битта отелга доимий ташриф буюрар экан, биринчи марта кўрсатилган хизматлар

билан ҳозиргиси ўртасида сезиларли фарқни кўрмаслиги (айниқса хизмат кўсратишни ёмон томонга ўзгарганини) керак.

Отелда сифатли хизмат кўрсатиш муаммосини бир неча усуллар биалн ҳал этиш мумкин. Биринчи йўналиш – меҳмонхоналарни интернационаллаштиришнинг америка модели. Ҳозирги замон туризм индустриясида сайёҳатчи жуда кўп корхоналардан бирини танлаш имкониятига эга, қайсиким у ўзаро деб ҳисоблаган жойда хилма-хил ва сифатли хизматлардан барҳамад бўлади. Танлашда «бирор-бир ишкалсиз» сервис даражаси кафолатланган имконият мавжудлиги таъсир қилади, албатта. Бугунги кунда сифатнинг ана шундай кафолатланган интернационал тизими меҳмонхона занжирлари ҳисобланади.

Ушбу тизим меҳмонхона хизматлари сифати халқаро тизимини яратишда йўналишлардан бирининг бошланиши бўлди. У қатъий марказланган схема яратишга асосланган ва сифат назорати АҚШдан инструкциялар воситасида амалга оширилади. Инструкцияларда технологиялар ва хизмат кўрсатиш ва уларни бошқариш бўйича бажариладиган ишлар батафсил баён қилинган. Стандартлашган меҳмонхона маҳсулотларини экспорт қилишга асосланган бундай тизимлар ҳаётчанлигини вақт кўрсатди. У мижозларга тақдим этилаётган хизматлар сифати бўйича мажбуриятларнинг бажарилишини кафолатлайди, сифатини таъминлаш учун қатъий назорат доирасида ўзаро келишувни таъминлайди.

Сифатли хизматлар яратиш бўйича иккинчи йўналишдан туризм соҳасида асосан мустақил корхоналарда фойдаланилади. Унинг асосини шинамлик параметрларига аниқ риоя этиш ташкил қилади, қайсиким турбизнес амалиётида ишлаб чиқилган ва ҳам меҳмонхоналар, ҳам овқатланиш корхоналари, ҳам туристик фирмалар учун универсал ҳисобланади. Комплексни ташкил этувчи бунга «шинамлик» тушунчасининг қуйидаги элементлари киради: ахборотли, иқтисодий, эстетик; маиший; психологик.

Ахборотли шинамлик. Ахборотли шинамлик – қулайлик яратиш отел ҳақида маълумотлар нечоғлик тўлиқлигидан бошланади, яъни меҳмонлар меҳмонхона соҳасида овқатланиш корхонаси ва бошқа объектлар ҳақида ҳали ташриф буюрмасдан олдин етарли маълумотлар олиши мумкин. Бу ерда бино ички дизайни кўриниши ҳақида фотосуръатлар, нархлар ҳақида маълумотлар, хизмат хавфсизлигига сертификат ва бошқалар жуда муҳим. Яна энг муҳими бундай маълумотлар меҳмонлар учун мутлоқо қулай олиш имкониятини яратиши зарур. Бундан ташқари, улар шундай шаклда берилиши керакки, сўровчини қониқтирсин.

Ахборот шинамлиги тушунчасига шунингдек бошқа икки асосий параметр ҳам киради: ходим хабардорлиги, у меҳмонларнинг ҳар қандай саволларига нафақат отелда, балки келган мамлакати ҳақида ҳам жавоб беришга тайёр туриши лозим; пиктограммалар тизими, тилни билмаган меҳмонларга отел ҳовлисида керакли жойни топишига ёрдам беради. Пиктограммалар кўзга яхши ташланадиган, аниқ, дунёда тан олинган барча мипга, халқаро ХОТРЕК тизимига мувофиқ бўлиши муҳим.

Иқтисодий шинамлик. Иқтисодий шинамлик дейилганда меҳмонлар учун ҳисоб-китоб қулайлиги, дисконтлар тизими, бонуслар, клуб карталари ва бошқа чоралар тушунилади. Бу шинамлик меҳмонларда такрорий жойлаштириш воситаси ёки овқатланиш корхонаси танлашда яна шу жойга келиш истагини ўйғотади. Турагентлик ёки экскурсион бюролар мижозларга шу отелда жойлашишни таклиф қиладилар, сифат тизимининг асосий мақсади ҳам шу ҳисобланади. Шу муносабат билан клуб карталари тизимига алоҳида эътибор қаратиш лозим бўлади. Бу кейинги вақтда долзарб масалага айланмоқда. Биринчи навбатда, бунга марказлашган ҳисоб-китобни амалга ошириш имконини берадиган технология, буюртмаларни кўз очиб юмгунча қайта ишлаш, кредит карталарига автоматик тарзда хизмат кўрсатиш ва буюртмаларни on-Line режимида ижро этиш устидан назорат зарурати сабаб бўлди.

Эстетик шинамлик. Меҳмонларни у ёки бу отелни танлашлари сабабларидан бири интерьернинг эстетик жиҳозланиши ҳисобланади. Бу уларга шинам муҳит ва уйдаги қулайликни яратади. Корхонанинг рақобатбардошлигини ошириш мақсадида бинони жиҳозлашда қуйидаги умумий ҳолатларга амал қилиш зарур:

- барча бинолар ягона усулда жиҳозланиши ва корхона йўналишига мувофиқ келиши керак;
- ранглар гаммаси меҳмонларда нохушлик ўйғотмаслиги лозим;
- жиҳозлаш учун фойдаланиладиган материаллар хавфсизлик ва гигиена стандартларига мос келиши ва тегишли сертификатга эга бўлиши зарур;
- шунингдек материаллар узоқ вақт фойдаланиладиган, юқори ҳарорат ва кимёвий моддаларга чидамли бўлиши керак.

Маиший шинамлик. Меҳмонларнинг яшаши учун нормал шароит яратиш тушунилади (муътадил ҳаракат, ҳаво намлиги, атмосфера босими, мебеллар қулайлиги). Маиший шинамликка эришиш учун кондиционерлар, ҳаво тозалагичлар, қулай мебеллардан фойдаланилади.

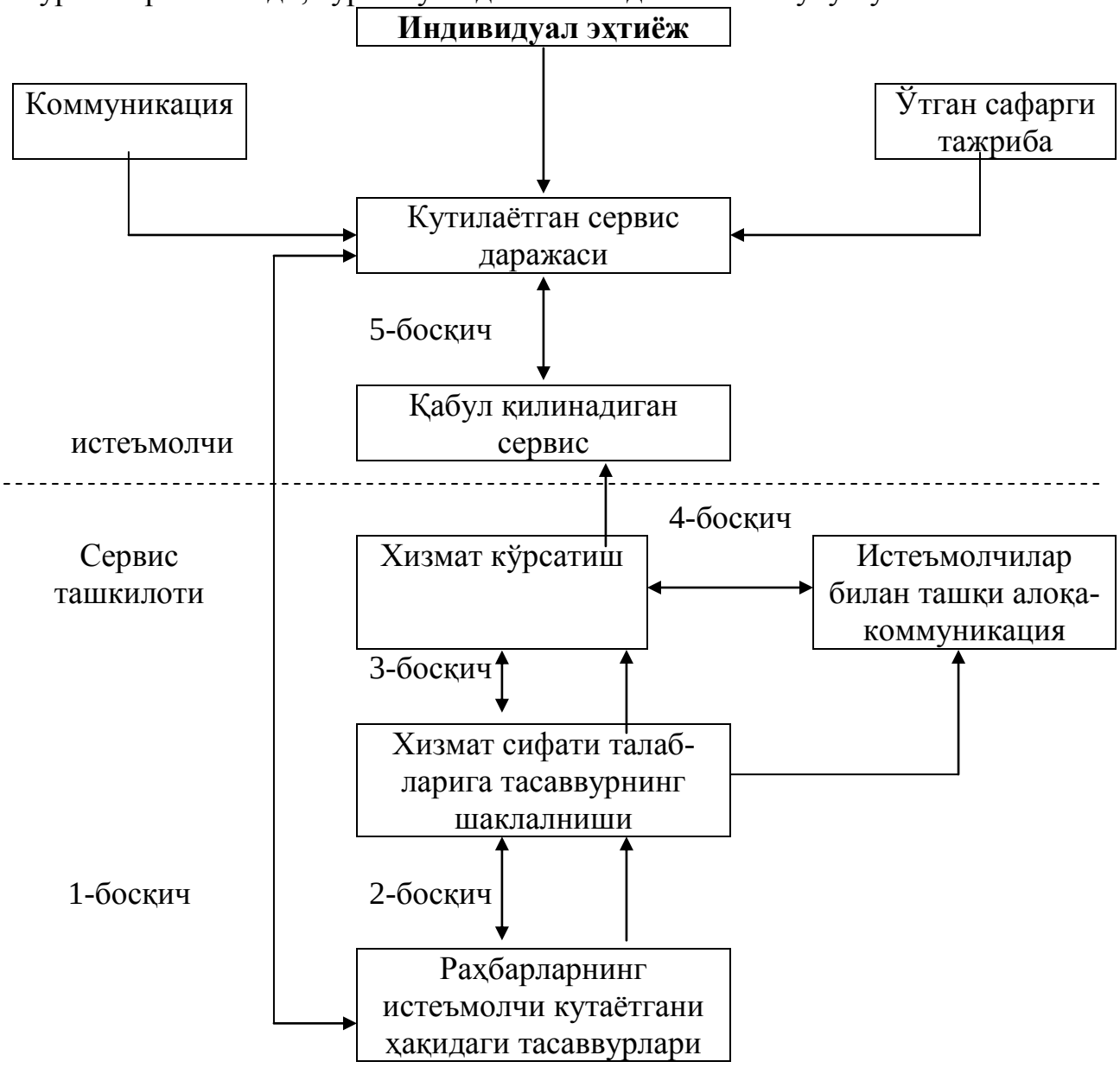
Психологик шинамлик. Психологик шинамлик тушунчаси шинамликнинг юқорида санаб ўтилган барча параметрларини қамраб олади. Улардан биттаси бўлмай қолса ҳам меҳмонлар кайфияти бузилади. Бироқ ўзига хос талаблари ҳам бор, уларни бошқарилиши меҳмонларнинг нормал психологик ҳолатини кафолатлайди. Ушбу талабларнинг бажарилиши бутунлай ходимларга боғлиқ – бу меҳмонларга нисбатан ҳурмат ва меҳмондўстликдир.

Хизмат кўрсатиш сифати моделидан кенг фойдаланилади, А.Парасурман, В.Зейтамля ва Л.Бериларнинг беш босқичли каби моделлари маълум. Улар мижозларга кутганларидек қониқиш ҳосил қилиш нуқати назаридан хизмат кўрсатиш сифатини белгилайди.

Модел ишлаб чиқувчиларнинг фикрларича, хизмат кўрсатишда биринчи қадам мижоз нимани кутаётганини билиш ҳисобланади ва хизмат кўрсатиш жараёнида қандай танқидий вазият вужудга келиши мумкин. Ушбу моделлар таркиби бешта босқич мавжуд бўлишини тақозо этади, улар ташқи

муҳит билан ўзаро боғланган (индивидуал эҳтиёжлари, ўтган тажриба ва коммуникациялар) (4.1-расм).

1-босқич. истеъмолчининг кутгани ва унга раҳбарликнинг муносабати. Баъзан раҳбарлар мижозларнинг истакларини тушунишмайди (ёки қайта тушунишади) ва шунинг учун ҳам мижозларнинг эҳтиёжларини тўлиқ қондира олишмайди. Мисол учун, турни ташкил этишда туроператор меҳмонхона корхонаси билан номерда фирмен сувенир борлигини суриштириб билади, турист уни дам олишидан эсталик учун уйига олиб



4.1-расм. Хизмат сифати модели

кетиши мумкин. Бироқ натижалар шуни кўрсатадики, бундай эътибор трансфер ва узоқ учишлардан кейин ҳолдан тойган туристларга бепул салқин ичимликлар таклиф этишга таққосланганда унутиб қўйилади.

2-босқич. Раҳбарликни қабул қилиши ва хизмат кўрсатиш сифати хусусиятлари. Ушбу босқич шундай вазиятда пайдо бўладики, менежер

унинг мижозлари нимани истаётганини билади, аммо қобилиятсиз ёки буни таъминлайдиган тизимни ривожлантиришни хоҳламайди.

Отелнинг асосий сервис хизматлари иш графиги бунга характерли мисол бўлиб хизмат қилиши мумкин.

Мижозларни отелдаги банкоматлар хизматидан соат 20.00 дан кейин фойдалана олмасликлари кўпинча уларни қониқмасликка олиб келади.

3-босқич. Хизмат кўрсатишнинг сифати ўзига хослиги ва хизматлар тақдим этиш. Ушбу босқич хизмат кўрсатишнинг ўзи билан амалга оширилади. Раҳбарлик тушунчаси, мижозларида қандай эҳтиёжлар бор, шунга қараб уларни бажариш учун тегишли ўзига хосликни ишлаб чиқади, аммо хизматчилар қобилиятсиз ёки шундай даражада хизмат тақдим этишни хоҳлайди. Мисол учун, мижозларни жойлаштиришда ҳам жойлаштириш хизмати ходимлари, ҳам бевосита номерларда уларга асосий ахборотлар тақдим этилади. Бироқ кўпинча қўшимча маълумотлар олиш мижозлар учун анча қийинчилик туғдиради.

4-босқич. Хизмат кўрсатишни тақдим этиш ва ташқи алоқа. Кўпинча шундай бўлади, меҳмонхона корхонаси одамларга амалда кўрсатиладиган хизматлардан кўпроғини ваъда қилади. Бундай номувофиқликнинг сабаблари турлича бўлиши мумкин – реклама хизматларининг ишончсизлигидан то ортиқчаликни минималлаштиришга уринишгача. Мисол учун, туристларни нисбатан юқорироқ категориядаги номерларга жойлаштиришдан бош тортиш. Маҳаллий туристларни номердан қувиб чиқиб, хоналарни хорижий туристлар гуруҳларига бериш ҳоллари кўп учрайди. Маҳаллий туристларни эса бронлаштиришдан ортиб қолган паст категориядаги номерларга кўчиришади.

5-босқич. Кутилаётган хизмат кўрсатиш ва тақдим қилинган хизматларни қабул қилиш. Бу бошқа компонентлардан ишлаб чиқиладиган босқич, қайсиким бошқа компонентларнинг кўпайиши оқибати ва кўтилаётган даража ва кўрсатилган хизмат сифати даражаси ўртасидаги фарқни ўзида мужассамлаштиради. Кутилаётган сифат бу шуки, меҳмон у ёки бу отелда жойлаштиришдан олишни кутаётган аъло хизмат. Сифат тақдим этиш эса шуки, меҳмон амалда ҳис этаётган хизмат.

Агар меҳмон кутганидан камроқ хизмат олса, унда қониқиш ҳосил қилмасдан қолади. Демак, отел ходими ўз корхонасида сифатнинг ана шундай тизимини яратиши зарур, қайсиким хизмат кўрсатишдан кўзда тутилган мақсад – туристларнинг барча эҳтиёжларини тўлиқ қондиришга эришилсин.

Назорат саволлари

1. Лицензиялаш қандай ўтказилади, бунинг учун қандай ҳужжатлар зарур?
2. Нима учун меҳмонхона фаолияти фаолиятнинг лицензияланадиган турлари рўйхатига киритимаган?
3. Меҳмонхона хизматларини стандартлашга қандай талаблар қўйилади?
4. Стандартга мувофиқ меҳмонхоналарга қандай талабларга қўйилади?
5. Меҳмонхона фаолиятининг базаси ҳисобланган асосий қонунлар ва ҳуқуқий-меъёрий ҳужжатларни сананг.
6. Меҳмонхона хизматларини сертификатлашни ўтказишнинг хусусиятлари нимада?
7. Меҳмонхона хизматларини сертификатлаш деганда нима тушунилади?
8. Меҳмонхона хизматларини сертификатлашнинг асосий схемаларини сананг ва характерланг.

5-БОБ. МЕҲМОНХОНАЛАРДА АСОСИЙ ХИЗМАТЛАРНИ ТАШКИЛ ҚИЛИШ

5.1. Меҳмонхоналарда бронлаштириш хизмати
5.2. Меҳмонхоналарда қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати
5.3. Меҳмонхоналарда номер (хона) фондини эксплуатация қилиш ва хизмат кўрсатиш хизматлари
5.4. Меҳмонхоналарда хавфсизлик хизмати
5.5. Меҳмонхоналарда муҳандислик-техник хизмати

5.1. Меҳмонхоналарда бронлаштириш хизмати

Меҳмонхоналарга туташ технологик циклда хизмат кўрсатишни амалга ошириш учун отелларда қуйидаги асосий хизматлар кўзда тутилади: бронлаштириш; хизмат кўрсатиш хизмати; қабул қилиш ва жойлаштириш; номер фондини эксплуатация қилиш; хавфсизлик хизмати ва мухандислик-техник хизмати. Бироқ бу дегани отелда фақат беш хил хизмат мавжуд дегани эмас.

Одатда юқори категорияли меҳмонхоналарда, шунингдек турли мухандислик-техник хизматлари, маркетинг ва реклама хизматлари, тижорий, молиявий-иқтисодий, маъмурий, бухгалетрия ва бошқа хизматлар ҳамда бўлинмалар бўлиши кўзда тутилади.

Барча меҳмонхона хизматлари контактли ва контаксизга бўлинади. Меҳмонлар билан бевосита контакт (алоқа)да бўладиган меҳмонхона ходимларига бронлаштириш хизмати, хизмат кўрсатиш хизмати, қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати, шунингдек номер фондини эксплуатация қилиш хизматлари ҳам киради. Отелнинг контактсиз хизматларига тижорий, молиявий-иқтисодий, бухгалтерия, мухандислик-техник ва бошқа хизмат турлари киради.

Хизматларнинг шундай даражада бўлиши бежиз эмас. Чунки меҳмонлар билан алоқада бўладиган корхона ходимларига талаблар, меҳмонлар билан алоқада бўлмайдиган хизматчи ходимлари билан таққосланганда ўта қатъий бўлади. Шунингдек алоқада бўладиган хизмат ходими меҳмонхонадаги тартиб, қоида ва талабларга қатъий амал қилиши зарурдир. Бу тартиб, қойида ва талаблар қуйидагилардан иборат бўлади:

- меҳмонхонанинг ҳар бир ходими ташқи кўринишидан истараси иссиқ бўлиши;
- хулқи жиҳатдан ўта одобли бўлиши;
- одамлар билан муомала қилиш маданияти ва одоб-ахлоқ психологиясига эга бўлиши;
- ҳар доим ҳозиржавоб ва ҳамиша хизматга тайёр, шай туриши;
- меҳмонларни қабул қилишда ва кузатиб қўйиш пайтида зарур даражада чет тилини билиши;

- ёши бўйича анча ёшроқ бўлиши (кўпинча 30-35 ёшдан катта бўлмаган) ва бошқ.

Меҳмонхона менежменти мутахассислари орасида алоқа хизмати ходими классификацияси анча машҳур бўлиб, у тўртта асосий типга бўлинади:

1) «**музлатилган**» - ходим, қайсиким, у меҳмонлар мурожаати ва илтимосига жуда суст қарайди. Мижозларни қабул қилиш ва хизмат кўрсатишда лозим бўлган қизиқиш ва ташаббусни кўрсата олмайди, яъни кам ташаббус кўрсатади, меҳмонлар билан қуюқ суҳбатга, муносабатга киришишда фаоллик кўрсата олмайди.
2) «**Гастрофабрика**» - ходим меҳмонларга хизмат кўрсатишда конвейер технологияси бўйича ишловчи, уларнинг истакларини тез ва кўпроқ хизмат кўрсатиш заруратини ҳам ҳисобга олмайди.
3) «**Дўстона бўлиб кўриниш**» - ходим, унга хушмуомилалик, қизиқувчанлик, хайрихоҳлик, ён бериш хос бўлади. Аммо унда меҳмонларни қабул қилиш ва хизмат кўрсатиш пайтида амалда ҳаракати йўқдир.
4) «**Профессионаллар**» - ходим, юқори даражада хизмат кўрсатувчи ва меҳмонларни қабул қилиш учун зарур сифатларга эгадир.

Жойлаштириш вариантларидан бирортасида тўхташдан олдин меҳмон қайси меҳмонхонада маъқулроқ эканини танлайди. Ушбу танлов жуда кўп омиллар билан боғлиқ бўлади: олдинги тажриба, реклама, танишлар тавсияси, меҳмонхонанинг жойлашган жойи, меҳмонхона номи ёки унинг эгаси, бошқарувчиси ҳақида эшитганлари амалда ростлигига ишонч ҳосил қилиш кабилар. Меҳмонхоналарни танлашига бронлаштиришнинг осонлиги, бронлаштириш бўйича агент ўз корхонаси ва нархларни қандай тақдим этиши ҳам таъсир ўтказади. Сўзлашувда ёқимлик, профессинализм ва ходимнинг билим даражаси ҳам тегишли меҳмонхонада тўхташ ҳақида қарорга таъсир этиши мумкин.

Бронлаштириш бўйича менежер (бошқарувчи) келажакда жойлаштириш ҳақидаги саволларга ҳам тез ва ишончли жавоб бериш маҳоратига эга бўлиши зарур. Бронлаштириш ҳақидаги маълумотларга моҳирлик билан эътибор бериш – туризм бозорида меҳмонхоналар муваффақиятининг гаровидир. Агар бронлаштириш ҳақида маълумотлар қабул қилинса, дарҳол бронлаштириш картаси очилади, қайсиким шу лаҳзадан меҳмонлик цикли бошланади. Қабул қилиш ва жойлаштириш хизматлари регистрация (қайд қилиш) олди ҳаракатлари – номер танлаш ва уни тайёрлаш, кўпинча бронлаштириш жараёнида олинган маълумотларда ўз аксини топади. Таъкидлаш лозимки, бронлаштириш жараёнида олинган маълумотлар кейинчалик қабул қилиш ва жойлаштириш хизматлари ҳаракатида жуда муҳим ҳисобланади.

Бронлаштириш хизмати юқори категориядаги отеллар ёки йирик жойлаштириш корхоналарида алоҳида мавжуд. Ўрта ва кичик корхоналарда ушбу хизмат меҳмонларни қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати билан бронлаштирилган. Бронлаштириш хизматининг асосий функцияларига

талабномаларни қабул қилиш ва уларни қайта ишлаш, шунингдек зарур ҳужжатларни тузиш киради, яъни меҳмонларнинг келиш графиги ва номер фонди ҳаракати картаси.

Мижозлар ва туристик фирмалардан талабномаларни қабул қилиш ишлари телефон, факс, электрон почта, почта орқали бронлаштириш ва резервлашнинг замонавий компьютер тизими ёрдамида амалга оширилади. Ҳар бир шундай талабнома қуйидаги маълумотлардан иборат бўлиши керак:

- тахминий сана ва келиш вақти;
- меҳмонларнинг сони;
- номер категорияси, номерда зарур хизматлар тўплами;
- овқатланиш хизмати ва уларнинг характери;
- номер ва қўшимча хизматлар учун нархлар; брон учун ҳақ тўловчи шахснинг исми шарифи;
- тўлов тури;
- алоҳида истаклари ва бошқ.

Талабномалар қайта ишлангандан кейин мижозга ёки фирмага уни тасдиқлагани ёки рад этилгани тўғрисида хабар қилинади, яъни маълумот жўнатилади. Тасдиқланган талабнома ўзида меҳмонларга меҳмонхонада номер бериши ҳақидаги хабарни акс эттиради. Одатда бундай хабарда тасдиқланганлик рақами, меҳмоннинг келиши ва кетиши кутилаётган санаси, буюртма берилган номер категорияси, меҳмонлар сони, ўринлар сони ва ҳ.к. кўрсатилади. Кўрсатилган хабарномани меҳмон ўзи билан олиб келиши лозим.

Бунда телефон орқали ёки ёзма шаклда олинган талабномага бир кун ичида ёзма хат шаклидаги тасдиқнома кузатилади. Телеграф ёки телефон орқали олинган талабномага телекс ёки телеграф орқали бир неча соат ичида жавоб берилади. Почта орқали олинган талабномага ёзма кўринишда жавоб берилади ва 1-2 кун ичида почта орқали жўнатилади.

Тасдиқланган ҳар бир талабнома бронлаштиришнинг электрон тизимига киритилади. Агар бронлаштиришда бирор-бир ўзгариш бўлса ёки талабнома бекор қилинса, унда бу хизмат ходимлари томонидан қайд этилади, бунинг учун махсус бланкадан фойдаланилади. Қулайлик ва янада аниқроқ ишлаш учун ҳар хил рангдаги ёки ҳар хил ҳажмдаги бланкалар ишлатилади. Мисол учун бронлаштиришга талабнома – **оқ рангда,** бронлаштириш ўзгариши – **қизғиш рангда**, бекор қилиш эса **яшил рангда** белгиланади.

Бланка (устига бирор муассаса номи ёзилиб таги тўлдириш учун бўш қолдирилган бир варақ қоғоз)ларни тўлдириш чоғида талабнома ким томонидан ва кимнинг илтимосига кўра ўзгартирилади ёки бекор қилинади – аниқ кўрсатилиши зарур. Барча ўзгартиришлар ва бекор қилинишлар дархол бронлашитришнинг электрон тизимига киритилади, меҳмонга эса бронлаштиришда истаганча ўзгартиришлар киритилгани хабар қилинади.

Жойлаштириш корхоналари кўпинча талабномаларни кафолатланган тасдиқланишига ҳаракат қилади. Кафолатланган тасдиқланиш агар мижоз

ушланиб қолса ёки умуман келмайдиган бўлса жой учун тўловнинг тегишли кафолатини кўзда тутади.

Шундай кафолат сифатида жуда кўп ҳолларда олдиндан тўланадиган тўловдан фойдаланилади. Қайсиким тўлов миқдори ҳар бир аниқ отелда 50 дан 100 % гача бўлиши мумкин. Кўпинча отел ходими мижоздан кредит картаси рақамини кўрсатишни талаб қилади.

Бронлаштириш – меҳмонхона учун анчагина таваккалли юмушдир. Чунки тажриба шуни кўрсатадики, кўпинча меҳмонлар меҳмонхонага келмасдан ушланиб қолади ёки отелга умуман келмайди. Оқибатда бронлаштирлиган номер эса бўш қолади. Бундай ҳолларда меҳмонхона қуйидаги йўналишларда иш кўради:

Биринчидан, отелга меҳмонларнинг келмай қолишида харажатларни қўшимча харажат сифатида ҳисобдан чиқаради, уларни камайтириш чораларини кўрмайди;

Иккинчидан, отел ходими меҳмонларга номерда турмаганлиги ҳақида ҳисоб-китоб тақдим қилади (номер қиймати учун тежалган харажат ҳисобланган ҳолда).

учинчидан, бронлаштиришда отел мижоздан олдиндан тўлашни ёки кредит картаси рақамини беришни талаб қилади;

тўртинчидан, меҳмонхоналар «иккита бронлашни» амалга оширади, яъни мавжуд бўлганидан зиёд 5-10 % ўринни бронлайди. Аммо «иккита бронлаш» кўпинча шунга олиб келадики, ўша бронлаштирилган битта жойнинг ўзи учун меҳмонхоналар мижозлар томонидан жарима санкциясига тушади.

Айрим хорижий мамлакатларда, шу жумладан Россия Федерациясида меҳмонхона хизматлари тақдим этиш қоидаларига мувофиқ, истеъмолчининг кечикиш ҳолларида ундан бронлаштириш учун тўловдан ташқари, амалда бўш қолган номер учун ҳам тўлов олинади (номердаги ўрин). Бироқ бу бир суткадан ошмаслиги керак. Мабода бир суткадан зиёд кечикилса брон бекор қилинади. Истеъмолчи брон тўловидан бош тортса, уни меҳмонхонада жойлаштириш навбат тартибида умумий асослар бўйича амалга оширилади. Шуни таъкидлаш жоизки, Россия Федерациясида меҳмонхона хизматлари тақдим этиш қоидаларида брон учун тўлов ҳажми ҳақида ҳеч нарса айтилмаган. Уни эса меҳмонхоналарнинг маъмуриятлари ўзларича белгилайдилар.

Одатда меҳмонхоналарда индивидуал туристдан номер ёки номердаги ўрин учун белгиланган таърифда 50 % олинади. Туристик гуруҳлар учун бронлаштиришда, яшаш ва айрим хизматлар учун чегирма кўзда тутилган. Чегирма ҳажми туристик гуруҳлар ҳажмига ва гуруҳнинг отелда яшаш муддатига боғлиқ. Ўртача бронлаштириш учун туристик гуруҳлардан меҳмонхона тарифидан 30 дан 35 % гача ҳажмда тўлов олинади.

Шунга кўра, меҳмонхоналарда бронлаштирилган номерлар икки типда – **кафолатланган** ва **кафолатланмаган** ҳолатда бўлади. Тажрибалар шуни кўрсатадики, меҳмондўстлик индустриясида кафолатланган бронлаштириш тизими бўйича ишлаш анча фойдалидир. Чунки кафолатланмаган

бронлаштиришни қилган 20 % га яқин меҳмонлар ва кафолатланган буюртма берган 5 % меҳмон ўзларининг бўлажак бронларидан фойдаланишмайди.

Меҳмонхона занжирларининг кенг кўламда тараққий этиши уларни хусусий а франчайзинг аъзолари тармоғида янги марказлашган бронлаштириш тизими вужудга келтиради, натижада 70 % номер фонди компанияларнинг бронлашнинг марказлашган тизими назорати остида бўлади. Қолган ўринлар сони бевосита меҳмонхоналар томонидан бронлаштирилиши мумкин. Бундай тизим меҳмонхоналарга катта афзалликлар беради, чунки мижозларни жалб қилиш харажатларини қисқартиради. Номер фонди ҳаракати картасини тузиш чоғида алоҳида тақдим этилган рўйхатга катта эътибор билан хизмат кўрсатилиши зарур. Унга юқори мавқеидаги меҳмонлар киритилади. Одатдаги мижозларга хизматлардан ташқари, бундай меҳмонларга отел раҳбарияти ва ходимлари алоҳида эътибор билан қарашади – табриклар, тантанали кечки овқат, сувенирлар, гуллар ва конфетлар, номерда нонушта ва ҳ.к.лар тақдим этилади. Бунинг учун бундай меҳмонларга меҳмонхона ҳисобидан кўрсатиладиган алоҳида хизматларнинг махсус рўйхати тузилади ва тегишли хизматларга юборилади.

Бронлашитриш хизмати функциясига шунингдек меҳмонлар картотекасини юритиш ҳам киради. Унда ҳар бир меҳмон учун, у келиб кетганидан кейин отелда махсус карточка тўлдирилади. Маълумотлар эса меҳмонлар хизматида бўлган барча хизматлардан йиғилади. Ушбу маълумотлар архивда сақланади ва мижоз яна келганида отел унинг эҳтиёжлари ва истакларини янада тўлароқ қондиришга ҳаракат қилади.

Ушбу маълумотлар шунингдек **«исталмаган»** меҳмонлар – муаммоли мижозлар билан қайта учрашишдан қочиш имконини беради. Қайсиким у меҳмонхонада яшагани учун ё тўламагани, ё ўзини тутишни билмай бирор ишкал чиқарган ёки отел мулкига моддий зиён етказган бўлади.

Жойлаштириш корхоналарининг турфирмалар ва отелда жойни бронлаштириш билан шуғулланувчи бошқа ташкилотлар билан ўзаро ҳамкорлигида меҳмонхона хизматларини тақдим этиш махсус Қоидаларга мувофиқ ижрочи меҳмонхонада жой бронлаштириш юзасидан икки томон имзолайдиган ҳужжат (шартнома) тузишга ҳақлидир. Шунингдек улар почта, телефон ва бошқа алоқа воситалари орқали олинадиган талабномаларни талабнома истеъмолчидан тушаётганига ишонч ҳосил қилингач, қабул қилиш йўли билан ҳужжатлаштирадилар.

Агар тур оператор ёки бошқа ташкилот ушбу меҳмонхона хизматларидан мунтазам фойдаланаётган бўлса, унда унга маълум муддатга шартнома тузиш фойдалироқ бўлади. Масалан, бир йилгача муддатга ушбу ҳолда буюртмачи – корхонага ўзининг тартиб рақамини беради ва шартнома шартларини бажариш чоғида меҳмонхона ушбу ташкилот томонидан юборилган туристларга яшаш учун жой беради. Ҳозирги вақтда кўпчилик туристик фирмалар эса конкрет меҳмонхоналар билан қайд этилган блок жойга маълум муддатга шартнома тузишга интилишмоқда.

Шуни айтиш керакки, отелларда номерларни бронлаштиришнинг учун усули мавжуд – ёзма, оғзаки ва компьютерли. Оғзаки усул телефон орқали бронлашни кўзда тутади. Телефон орқали бронлашда мижозга эътиборли муносабатда бўлиш, унинг қўнғироғига кенг ва аниқ жавоб бериш муҳим ҳисобланади. Мижоз жавобни узоқ кутиб қолиши керак эмас. Мижоз билан номер фонди ва отелнинг юкланиши ҳақидаги маълумотга эга бўлган ходим суҳбат олиб бориши лозим. Юқори категорияли отелларда буюртма қўнғироқлари учун махсус бланка мавжуд. Бироқ телефон орқали бронлаштириш талабномани албатта, ёзма кўринишда тасдиқланишини талаб қилади.

Ёзма бронлаштириш талабнома ёрдамида расмийлаштирилади. Расмийлаштириш тартиби ва мазмуни қоидаларини биз юқорида кўриб чиқдик. Кейинги ўн йилларда отелларда бронлаштиришнинг компьютер тизими ҳам кенг тарқалди. Дунёда бронлаштиришнинг икки мустақил компьютер тизими мавжуд бўлиб, улардан бири бутун жаҳонга танилган меҳмонхона занжирига кирган меҳмонхоналарни бирлаштиради. Иккинчи тизим эса мустақил меҳмонхоналарни бирлаштиради.

Компьютер орқали бронлаштиришнинг уч варианти мавжуд. **Биринчи вариант** бу телефон бўйича компьютер тармоғи орқали меҳмонхонага жой учун буюртма беришни кўзда тутади. Компьютер тармоғи бўйича диспетчер отел билан боғланиб, бронлаштириш имкониятини аниқлайди. Аммо бу усул анча серхаражат, чунки зарур вариантни танлашда кўп вақтни олади.

Иккинчи вариант меҳмонхона корхонасида ўз хусусий интернет саҳифаси мавжуд бўлишини кўзда тутади. Қайсиким унда зарур хизматларни ёки номерларга бронлаштиришни амалга ошириш мумкин. Кўпчилик йирик ва ўрта отеллар ўз сайтларини очиб, улар орқали бронлаштириш хизмати кўрсатмоқда. Бироқ, бу вариант мижоз учун мутлақо ноқулай бўлиб, қайсиким уни қониқтурувчи вариантни танлаш учун турли отелларнинг ўнлаб сайтларини кўздан кечиришга мажбур бўлади. Бунга кўп вақт ва пул сарфлашга тўғри келади.

Учинчи вариант отелни бронлаштириш ва резервлаш компьютер тизимларидан бирига аъзо бўлишни кўзда тутади. Бундай тизим жуда оммавий тус олаяпти. Чунки эҳтимол тутилган барча вариантларни кенг қамраб олиш билан бирга ишлаб туриш харажатлари жуда кам. Бунинг устига ушбу тизимлар бронлаштиришни «онлайн» режимида амалга ошириш имконини беради. Яъни отелдан бевосита броннинг тасдиқланганини ёки у рад этилганини билиш мумкин. Нисбатан амалда фойдаланишда машҳур бронлаштириш ва резервлаштириш компьютер тизими «Amadeus» ҳисобланади.

5.2. Меҳмонхоналарда қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати

Контакт алоқа хизмат (фронт-офис) мижозларга хизмат кўрсатишни ташкил қилади ва меҳмонхона хизматларига тўловлар учун жавоб беради. У орқали отелнинг ҳар қандай бўлими билан алоқа амалга оширилади. Меҳмонхоналарда қабул қилиш ва жойлаштириш хизматининг асосий воситаси бу маълумотлар билан ишлаш ҳисобланади. Қайсиким маълумотлар икки канал бўйлаб меҳмонларга ва маъмуриятга жўнатилади. Туристларга номер фонди таркиби, таърифлари, хизмат турлари ҳақида маълумотлар келиб тушади.

Туристларнинг бориши ва қайтиши расмийлаштирилаётганда алоқа хизмати ва меҳмонхоналарнинг тегишли бўлинмалари ўртасида ахборот алмашинуви рўй беради:

- номер фонди бандлиги ҳақида;
- келиш мақсади бўйича;
- меҳмонлар таркиби ва бўлиш давомийлиги;
- кўрсатилаётган хизматлардан қониқиш даражаси;
- йўл-йўлакай хизматларга талаб (овқатланиш, транспорт, бўш вақт ва бошқ.) алоқа хизматидаги асосий тузилма таркиби маъмур (портье), консьерж (ахборот), кассир, олдиндан буюртма хизмати (резервация)лардан иборат бўлади.

Маълумки, қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати ҳар қандай отелнинг **юраги** ҳисобланади. Кўпчилик отелларда у **reception** деган ном олган. Мижозлар ҳаммадан кўпроқ ушбу хизмат билан алоқада бўладилар, ахборот ва маслаҳат учун мурожаат қиладилар. Қабул қилиш ва жойлаштириш бўлимининг ходими швейцардан кейин биринчи киши ҳисобланади, қайсиким у мижозни кутиб олади ва у билан мустаҳкам алоқада бўлади. Айнан портье билан мулоқотнинг биринчи 5-7 минутида мижозда у танлаган меҳмонхона ҳақида кучли тассурот уйғонади.

Меҳмонхонада қабул қилиш ва жойлаштириш хизматининг асосий мақсади ва стратегияси бутун меҳмонхонанинг бош вазифасига мос келади. Бу эса меҳмонларга энг юқори хизмат кўрсатиш, шунингдек меҳмонхона бандлиги фоизини оширишдир. Қўйилган мақсадларга эришиш учун стратегияга келадиган бўлсак, бу мисол учун, отел намойиш қилинадиган рекламаларни яхшилаш, меҳмонларни регистрация қилиш вақтини қисқартириш ҳисобланади. Ушбу хизмат ходимлари жуда эътиборли ва хушмуомалали бўлиши лозим, уларнинг мижозлар билан сўзлашуви аниқ, қисқа ва мазмунли бўлиши телефонда ўзоқ сўзлашувлар ҳеч қачон бўлинмаслиги керак.

Меҳмонхонанинг қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати таркибида Front Desk (қабул қилиш ва жойлаштириш жойи, маъмур, портье, Reception) ва Front Officeни ажратиш қабул қилинган. Қабул қилиш ва жойлаштириш жойида меҳмонларни қабул қилиш ва жойлаштириш менежерлари, тунги

аудиторлар ишлайдилар, консьержлар бўлиши мумкин. Аммо одатда консьержларнинг алоҳида жойи бўлади.

Меҳмонхонанинг қабул қилиш ва жойлаштириш жойи уч секция (бўлимга) бўлинади:

- қайд қилиш (регистрация) бўлими;
- касса операциялари бўлими;
- ахборотлар ва почта бўлими;

Меҳмонхонанинг қабул қилиш ва жойлаштириш хизматига қуйидаги талаблар қўйилади:

Биринчидан, қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати бевосита меҳмонхонага кириш яқинида жойлашган бўлиши лозим. Агар меҳмонхона вестибюли жуда катта бўлса, ундай ҳолатда у тегишли кўрсаткичлар билан жиҳозланган ёки мижозларни отел ходими кутиб олиши зарур бўлади. «Ресепшн» жойи мижозлар учун қулай ва ҳар хил ахборот материаллари ва кўрсаткичлар билан таъминланиши керак.

Иккинчидан, мижозларни регистрация қилиш жойи тоза ва бегона предметлардан холи бўлиши лозим. Ушбу жой алоҳида бўлинган бўлиб, мижозлар учун маълумотлар жойи ва отел ходимлари учун маълумотлар жойи билан аралашиб кетмаслиги зарур.

Учинчидан, қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати ходимлари сипо кийинган бўлиб, ташқи кўриниши нуқсонсиз бўлиши лозим. Бу ходимлар хушчақчақ, хушмуомила мижозларни ўзига ром қила оладиган самимиятли кишилар бўлиши зарур. Улар Меҳмонлар билан фақат тик турган ҳолда гаплашиши лозим.

Энг муҳими улар одамларни узоқ куттириб қўймаслиги лозим. Масалан, мижозлар билан бўлаётган мулоқотлар чоғида ҳам бир вақтнинг ўзида телефонда ҳам, сўзлашиши жуда хунук одат ҳисобланади.

Одатда меҳмонхона хизматлари тақдим этиш қоидаларига мувофиқ ижрочилар меҳмонхонага келаётган ва кетаётган истеъмолчиларни бутун сутка давомида расмийлаштирилишини таъминлашлари зарур. Шунинг учун ҳам қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати (маълум иш вақти) сменали характерга эга бўлади. Тегишли танланган режимга асосан мижозларга хизмат кўрсатадиган ходимлар сони ҳам белгиланади.

Меҳмонхонада қабул қилиш ва жойлаштириш хизматининг асосий функцияси қуйидагилар ҳисобланади:

- меҳмонхонада жойни бронлаштириш;
- туристларни регистрация қайт қилиш ва жойлаштириш;
- меҳмонлар жўнаб кетаётганда ҳисоб-китобни расмийлаштириш;
- ҳар хил маълумотларни тақдим этиш ва бошқалар.

Айтгандек, кўпчилик меҳмонхоналарда меҳмонларни қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати ходимлари эрталаб соат 8 дан 24 соатгача ишлайдилар. Ишни бошлар экан, маъмур олдинги сменада журналдан қайд қилинган ёзувларни кўздан кечиради. Ушбу журналда олдинги сменада рўй берган воқеалар, ҳодисалар, истеъмолчиларнинг эътирозлари, ҳохиш-истаклари, сменадаги ходимлар хизматидан қониққан-қониқмаганликлари

қайд этилади. Ишдан олдин шунингдек бўш ўринлар ҳақидаги маълумотлар, жорий муддатга талабномалар ҳам кўздан кечирилади. Бир қатор ҳужжатларга асосан маъмур номер фондидан фойдаланиш ҳисобини юритади.

Меҳмонларни қабул қилишда маъмур қуйидагиларни бажариши керак бўлади:

- олдиндан бронлаштиришнинг барча шартларини текшириб чиқади;
- мижозга анкета тўлдиришни таклиф қилади;
- мижозлар ҳужжатларини текширади.

У меҳмонлар келгунича қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати, бронлаштириш хизматидан қайта ишланган талабномаларни олади ва меҳмонхонада бўш номерлар ҳисобини юритишга ёрдам берувчи номер фонди ҳаракати картасини тузади. Кўпчилик меҳмонхоналарда бўш номерлар ҳисоби махсус компьютер программасидан фойдаланиб автоматик равишда амалга оширилади.

Меҳмонхонада бўш ўринларнинг мавжудлиги ва унда яшовчи меҳмонлар сони ҳақида маълумотларни қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати отелнинг бошқа хизматларига аниқ-равшан етказиб беради. Номерларнинг калитлари сақланиши учун номерланган махсус доскалардан фойдаланилади. Одатда кўпчилик меҳмонхоналарда меҳмонлар электрон калитдан фойдаланиладилар.

Меҳмонлар жойлаштирилгандан кейин дархол отел ҳисоб-китоб қисми мижоз номига ҳисоб очади. Одатда меҳмонлар турли меҳмонхона хизматларидан фойдаланади. Бунда улар меҳмон катрочкасини кўрсатади ёки хона номерини айтишади. Ушбу маълумотларни ҳисоб-китоб қисмига узатади ва булар уларнинг умумий ҳисобига қўшилади. Бўлиш охирида ҳисоб-китоб қисми меҳмонлар билан ҳисоб-китоб қилади ва бу ҳақдаги маълумотларни бутун меҳмонхона хизматларига узатади.

Меҳмонхонада қабул қилиш хизматининг вазифаларидан бири – бу меҳмонлар катротекасини юритишдир. Меҳмонхонага келганидан кейин ҳар бир меҳмонга махсус катрочка тўлдирилади. Унда меҳмон билан бевосита алоқада бўлган барча хизматлар томонидан тўпланган маълумотлар ўз аксини топади. Меҳмон қайта келганида ушбу маълумотлар ходимларга хизмат кўрсатиш сифатини янада оширишга, мижоз хоҳиш-истакларини қондиришга ёрдам беради.

Кўпчилик меҳмонхоналарда **тунги маъмур** лавозими бор. Унинг вазифаси ва мажбуриятлари одатдаги маъмурникидан икки баробар масъулиятли. Тунги маъмур одатда кундузгиси соат 23-00 дан кечикмай алмаштиради, ўз зиммасига қабул қилиш ва ҳисоб-китоб қисми вазифасини ҳам олади. Соат 24-00 дан кейин тунги маъмур кўпинча вестибюлдаги бутун сутка давомида ишлайдиган барнинг бармени функциясини ҳам бажаради.

Тунги маъмурнинг асосий вазифаларидан бири – меҳмон хавфсизлиги ва сигнализацияларининг созлигини текшириш учун бутун бинони кўздан кечириб чиқиш ҳисобланади. Тунги айланиб чиқиш чоғида маъмур

номерларда нонуштага берилган буюртма-варақасини олади, улар мижозлар томонидан тўлдирилиб, эшикларга осиб қўйилган бўлади.

Номерлардаги нонуштага буюртма варақаси йиғиб олингач, тунги маъмур нонушта турлари ҳақида, уларнинг қиймати ва ҳар бир номер учун миқдори ҳақи маълумотлар журналига киритади. Тунги маъмур эрталаб соат 6-00 да вакуум патнисларда нонуштани номерлар эшигига етказиб бериш учун тайёрлаб қўйиш зарур. Соат 7-00 да меҳмонхонада смена алмашади, тунги маъмур эса рапорт ёзиб беради.

Меҳмонхонада қабул қилиш ва жойлаштириш хизматига қуйидаги ходимлар киради:

- қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати раҳбари – хизматга раҳбарлик қилади,
- асосий вазифаларни ва отел ходими ва мижоз ўртасида пайдо бўлган можораларни ҳал қилади,
- хизмат иши юзасидан назорат қилади ва ҳисоб юритади,
- паспорт-виза режими ва пропускага риоя этишини назорат қилади.

Қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати раҳабрининг ўринбосари (маъмур) – туристик гуруҳлар ва оммавий келувчиларни ўз вақтида жойлаштиришни таъминлайди. У хизмат ҳужжатларининг тўғри юритилиши, сақланиши, архив ҳолати учун жавоб беради, отел ходими ва мижозлар ўртасидаги мажораларни бартараф этиш чораларини кўради.

Қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати **менежери (портье)** – ватандошлари ва хорижий фуқароларнинг ҳужжатларини текширишга жавоб беради. У келган меҳмонларга номер беради, мижозлар имконияти бўйича ишлайди, меҳмонларни жойлаштириш ва уларнинг жўнаб кетишини расмийлаштиради. Меҳмонхонада яшовчиларни зарурий маълумотлар билан таъминлайди.

Тунги аудиторлар – тунги вақтда портье вазифасини бажаради, меҳмонхона номер фондининг юкланишини ва бир кун учун номернинг ўртача нархи ҳақида ҳисобот тузади. Барча меҳмонхона хизматларидан меҳмонларнинг ҳамма қарздорликлари бўйича узил-кесил ҳисоботни шакллантиради.

Консьержи – олий категорияли меҳмонхоналарда меҳмонларга алоҳида хизмат кўрсатишни амалга оширади. Меҳмонлар учун машинага буюртма беради, концертлар, театрларга билетлар буюртма беради ва ҳ.к.

Саройбон – олий категорияли отелларда меҳмонларга хизмат кўсратишда доимий ёрдамчи бўлиб, уларни отел билан, унинг асосий хизматлари билан таништиради, меҳмонларни маълумотлар билан таъминлайди, турли хил масалаларни ҳал этишда алоҳида ёрдам кўрсатади.

Швейцар (эшикбон) – отелга кириш жойида, яъни эшик олдида навбатчилик қилади. У меҳмонларнинг кириб-чиқишини кузатади, отелга кириш ва ундан чиқиш пайтида меҳмонлар багажининг сақланишини таъминлайди.

Телефон оператори – ҳар доим меҳмонлар хизматида туради. У мижозларнинг турли саволларига жавоб беради ёки уларни маъулмотлар

хизмати билан улайди. Ишлаб чиқариш зарурати бўйича кирувчи ва чиқувчи қўнғироқларни амалга оширади.

Ҳаммоллар – багажчилар, қабул қилиш ва жойлаштириш хизматигача меҳмонларнинг юкларини автомобил ва автобуслардан тушириб олади ва олиб бориб беришади, лифтга, номерга ёки улардан юкни ташиб беришади.

Пажи (кўмакчилар) – меҳмонларни номерга кузатиб боради, номер жиҳозларидан фойдаланишнинг асосий қоидалари билан меҳмонларни таништиради. У номерларга корреспонденцияларни олиб бориб беради ва кўмакчининг бошқа вазифаларини бажаради.

Қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати ходимлари меҳмонлар билан биринчи бўлиб юзма-юз келишади. Шу боис улар ўз отели ҳақида тўлиқ маълумотларга, унинг тарихи, номер фонди, унинг тузилмаси, мавжуд номерлар нархи, бўш ўринлар сони, отел инфратузилмаси, кўрсатиладиган қўшимча хизматлар, отелнинг асосий сервис ва овқатланиш хизматлари, иш графиклари ҳақида барча маълумотларга эга бўлишлари керак. Бундан ташқари, қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати ходимлари имкони борича тез ва чаққон хизмат кўрсатишлари зарур.

Шуни таъкидлаш жоизки, меҳмонхонанинг қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати ходимлари бажарадиган айрим операцияларга, мижозларга хизмат кўрсатишнинг баъзан норматив вақти белгиланади:

- нуфузли меҳмонларга хизмат кўрсатишда 3 минут,
- индивидуал мижозларга хизмат кўрсатишда 8 минут,
- 30 кишигача бўлган гуруҳга хизмат кўрсатишда 15 минут,
- 30 кишидан 100 кишигача бўлган гуруҳда хизмат кўрсатишда 30 минут.

Японияниng айрим отелларида ўзига хос рекордларга эришилган. У ерда битта меҳмонга хизмат кўрсатиш учун 45-60 секунд норматив белгиланган. Лекин бу ерда бир нарсани айтиб ўтиш керак. Отелнинг барча мижозлари икки гуруҳга – **бронли ва бронсиз** мижозларга бўлинган. Олдиндан отел номери брон қилинган мижозларга хизмат кўрстаишга 3-5 минутдан зиёд вақт кетмайди. Мижоз ҳақидаги барча маълумотлар номер брон қилинганда талабномада кўрсатилган. Меҳмондан регистрация карточкасига имзо чекиш талаб қилинади, холос. Олдиндан бронлаштирилмаган меҳмонларни регистрация қилишга одатда 5 минут вақт талаб қилинади ва меҳмон анкета тўлғазади ва қўшимча маълумотлар олиш ишлари бажарилади.

Шу муносабат билан қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати ходимлари меҳмонлар билан бевосита яқин алоқада бўлади ва улар қуйидаги сифатларга эга бўлишлари зарур:

- халқнинг профессионал жиҳатлари:
- истараси иссиқ ва самимийлик;
- ҳозиржавоблик;
- меҳмондўстлик;
- яхши ташқи кўриниши;
- кийиниши, сочи;

- жонкуярлик;
- хайрихоҳлик, эътиборлик.

Айрим мамлакатларда, шу жумладан Россия Федерациясида меҳмонхона хизматлари тақдим этиш қоидаларига мувофиқ ижрочи истеъмолчи билан кўрсатиладиган хизматларга шартнома тузиши лозим бўлади. Кўрсатиладиган хизматларга шартнома тузиш чоғида истеъмолчи паспорт, ҳарбий билет, шахсий гувоҳнома ва бошқа зарур ҳужжатларни кўрсатади. Агар жойлаштиришга тасдиқнома олинса, меҳмон анкетаси тўлдирилади. Қайсиким у меҳмонхона ва истеъмолчи ўртасида шартнома бўлиб ҳисобланади. У жойлаштириш тури, бўлиш муддати, номер қиймати ва хизмати ҳамда хизматлар учун тўлов кафолати бўлиб хизмат қилади.

Меҳмон анкета тўлдиргач, маъмур анкета маълумотларини паспорт маълумотлари билан таққослаб кўради. У анкетага хона рақамини ёзади, келиш вақти ва санасини кўрсатиб имзо чекади. Сўнгра у номерга жойлашиш ҳуқуқини берадиган рухсатномани ёзиб беради.

Тўловдан кейин меҳмон ўз ҳисоби нусхасини олади – бу ҳужжат яшаш ва хизматлар кўрсатилиши учун асос бўлиб ҳисобланади.

Маъмур шунингдек меҳмоннинг ташриф картасини ҳам тўлғазади. – Бу ҳужжат меҳмонхонага кириш ва хона калитини олиш ҳуқуқини беради. Карта ҳамма вақт бир нусхада ёзилади ва қуйидаги маълумотларни ўз ичига олади: меҳмоннинг исми шарифи, хона рақами ва яшаш муддати. Кўпинча бундай картада меҳмонхона, ёрдамчи ва сервис ҳамда реклама хизматлари ҳақида турли маълумотлар кўрсатилади.

Меҳмонхонада яшовчи билан ҳисоб-китоб. Отелларда ҳисоб-китобнинг асосий икки туридан фойдаланилади, нақд пулли ва нақд пулсиз. Олий категорияли отелларда тўлов воситаси сифатида дебет ва кредит карточкалари фойдаланилади. Бундай ҳолда бронлаштиришга талабномада кредит картанинг амал қилиш муддати ва рақами, шунингдек тўлов тизими номи кўрсатилади. Табиийки, бундай ҳолда меҳмонхона банкомат ва электрон терминалга эга бўлиши зарур.

Кўпчилик меҳмонхоналар ўз мижозларига **меҳмонлар картаси** деб аталувчи воситани сотишни тажриба қилиб кўришмоқда. Бундай карталар шунингдек меҳмонхона хизматлари учун нақд пулсиз тўловни амалга ошириш имконини беради, бундан ташқари мижозларга маълум чегирмалар беради. Нақд пулсиз тўловда йўл ва номи ёзилган чеклар ҳам фойдаланиши мумкин. Йўл чеклари маълум суммага ёзиб берилади, меҳмон эса меҳмонхонада қатъий белгиланган нархдаги хизматларни танлайди. Йўл чеки бошқа шахсга берилиши мумкин эмас, аммо уни исталган банкда нақд пулга алмаштириб олиш мумкин.

Номига олинган чек билан меҳмон зарурат пайдо бўлганда ҳар сафар талаб қилинган тўлов суммасини ёзиб беради. Бундай чек бўйича тўловни меҳмонхона ҳисобига ўтказиш учун маълум вақт талаб қилинади. Кредит картаси бўйича ҳисоб-китоб дунёда биринчи ўринда туради, чек билан ҳисоб-китоб иккинчи, нақд пул билан ҳисоб-китоб учинчи ўринда.

Ҳамдўстлик мамлакатлари, жумладан Ўзбекистонда ҳам меҳмонхона хизматларини тақдим этиш қоидаларига мувофиқ яшаш учун тўлов ягона ҳисоб соатига кўра маҳаллий вақт билан жорий сутканинг 12 соатида ўтказилади. Яшаш учун ҳисоб-китоб меҳмон амалда қачон келганидан қатъий назар, ўша сананинг 12 соатидан бошланади. Бир суткадан камроқ яшаганлик учун ҳисоб-китоб соатидан қатъий назар бутун сутка учун ҳақ тўланади.

Ҳисоб-китоб соатидан кейин олти соатдан зиёд вақтда келиш кечикса (12.00 дан 18.00 гача) соатбай тўлов ундирилади, 18.00 дан 24.00 гача бўлган даврга кечикилса сутканинг ярми учун тўлов ундирилади. Келиш 12 соатдан кўпроққа кечикса тўлов бир сутка учун ундирилади.

5.3. Меҳмонхоналарда номер (хона) фондини эксплуатация қилиш ва хизмат кўрсатиш хизматлари

Меҳмонларга хизмат кўрсатиш хизмати ё мустақил бўлинма, ё Front office хизматига киради. Ушбу хизмат ходимлари мижозлар билан доимий алоқада ишлайди ва хизмат кўрсатиш билан боғлиқ функцияларни бажаради. Хизмат кўрсатиш хизматини менежер бошқаради, қайсиким унга швейцар, пажи (кўмакчилар), багажниклар, лифтчилар, консъержилар, курьерлар, ҳайдовчилар бўйсинади. Баъзан бу хизматни консъержи мувофиқлаштиради.

Ушбу хизмат иши қийин эмас, аммо муҳимдир. Швейцар меҳмонларни кутиб олади, эшикни очади, такси чақиради, машиналарни қўйишга раҳбарлик қилади, меҳмонларга юкларни туширишга ёрдам беради, багажни қўриқлайди ва уларни ташувчи ҳаммолларга беради. Улар юкларни аввал меҳмонхонага, кейин эса номерларга ташиб беради. Швейцар шунингдек меҳмонларга шаҳарни айланиши ва асосий диққатга сазовор жойларни кўриш имкониятлари бўйича ёрдам беради.

Паж (кўмакчи) ёки даҳлиз навбатчиси меҳмонларни номерга кузатиб қўяди, уларнинг қўл юкларини кўтаришиб боради, номерни очади, унинг тайёрлигини кўздан кечиради, меҳмонга номер жиҳозларидан фойдаланиш қоидаларини тушунтиради, номерлар бўйича хат-хабар, газеталарни олиб бориб беради, бошқа зарур кўмакларни бажаради. Бундан ташқари, паж – директорнинг кўз-қулоғи: у «юқорига» ўзи сезган барча шубҳали ҳалатлар ҳақида хабар беради.

Жуда кўп муҳим ишларни консьержлар бажаради. Уларни махсус стол ёнида – вестибюлда ёки қаватларда кўриш мумкин. Маълум вақтгача консьержлар меҳмонхона хизматчилари эмас эди. Улар меҳмонхона мижозларига хизмат кўрсатиш ҳуқуқини сотиб олувчи мустақил тадбиркорлар эдилар.

Консьержлар кўрсатадиган нисбатан типик хизматларга қуйидагилар киради: театрга билетлар сотиб олиб келиб бериш; шаҳар ресторанларида стол буюртма бериш; турли косметик салонларда жойни резервлаш; меҳмонлар келган жойда рўй берган қизиқ воқеалар ва диққатга сазовор

жойлар ҳақида маълумот бериш; фавқулотда ҳолатларда ёрдам; мижозларнинг шахсий топшириқларини бажариш.

Малакали консьерж Римда Папа ҳузурида тайинланиш маросимини тайёрлаши, Парижда мижозни дунё бўйлаб сайёҳатга жўнатиши, Нью-Йоркда энг мода бўлган мюзиклга билет топиб бериши мумкин. Консьержлар бажарадиган функциялар муҳимлигига консьержлар профессионал ташкилоти UPPGH (Union Proffiessionalle des Portiers des Grand Hotels) ташкил этилгани ҳам далолат беради. Ушбу ташкилотга бутун дунёдан 4000 мингга яқин киши киради.

Front officeда экскурсион бюро, автомобилни прокатга берувчи фирма, туристик агентликлар ва ҳ.к. каби сервис шериклар билан алоқа йўлга қўйилиши керак. Хизмат кўрсатиш хизматида муҳим момент мижозларга қўшимча хизматлар кўрсатиш ва зарур маълумотлар бериш ҳисобланади.

Хизмат кўрсатиш хизматининг ўзига хослиги шундан иборатки, ходим отелнинг ўзи, унинг хизматлари, маҳаллий шароити ва диққатга сазовор жойлари ҳақида энг зарур маълумотларга эга бўлиши керак. Хизмат кўрсатиш хизмати суткасига 24 соат, йилига 365 кун ишлаши ва ўз меҳмонларига биринчи талабдаёқ зарур маълумотларни бериши ва хизмат кўрсатиши шарт.

Ушбу хизмат мажбуриятларига шундай маълумотларни доим янгилаб бериш, шунингдек реклама ва тезкор маълумотларни тақдим этиш киради.

Хизмат кўрсатиш хизмати ва номерни эксплуатация қилиш номер фондини бошқариш хизматига бўлинмалар сифатида киради (5.2-расм).

Хизмат кўрсатиш хизмати ва номер фондини эксплуатация қилиш таркибига қуйидаги ходимлар киради.

Хизматлар раҳбари – барча хизмат ходимлари ишини назорат қилади ва ўз бўлинмаси самарали ишлашига жавоб беради, корхона корпоратив сиёсати, ишланган стандартлар ва лавозим инструкцияларига риоя қилинишига қарайди.

5.2-расм. Номер фондини бошқариш хизмати тузилиши

Хизматлар раҳбари ўринбосари – отелда номерлар ҳолатига жавоб беради, номерлар мақоми ҳақида ҳисобот тайёрлайди, бевосита фаррошлар ишига раҳбарлик қилади, уларнинг иш графигини тузади.

Корхона кимёвий, тозалаш бўлими директори – меҳмонхона ичидаги кир ювиш – кимёвий тозалаш ишларига жавоб беради ва хизмат кўрсатиш ва хўжалик таъминоти хизматлари бўйича раҳбари иккинчи ўринбосари ҳисобланади.

Овқатланиш хизмати, номер фондининг узлуксиз ишлаши, меҳмонхонани тоза чайшаблар билан таъминланиши, шунингдек тозалаш ва дазмоллаш бўйича меҳмонлар буюртмасини тез ва сифатли бажарилишига жавоб беради.

Қават бўйича навбатчи – йиғиштириш бўйича хизматчилар ва хизматкорлардан иборат гуруҳни бошқаради. У мижозларни номерга жойлаштиришда ёрдам беради, ўзига биркитилган номер фонди қисми

ҳолатига жавоб беради. Турар жой ва бошқа биноларни йиғиштириш сифатини назорат қилади, номерлар йиғиштирилганини текширади, меҳмонларга хабарларни қабул қилади ва уларга етказади, навбатчи журналини расмийлаштиради, номерлар ҳолати ёки нуқсони ҳақида ҳисобот тузади. Унинг мажбуриятига ходимларни ўқитиш, бош йиғиштириш вақтида уларга ишларни тенг тақсимлаш ҳам киради.

Менежер – ҳам ишлаб чиқариш, ҳам савдо, ҳам гуруҳлар ва бўғинлар раҳбарлари каби турли объектлар фаолияти устидан назорат бўйича мутахассис. У меҳмонхона корхонаси турли хизматлар таркибига кириши мумкин, одатда қабул қилиш ва жойлаштириш ва меҳмонхона фонди хизматларига киради. Қават бўйича навбатчи вазифасини бажариши мумкин.

Хизматкор – меҳмонхона номерини йиғиштиради, уни ухлаш учун тайёрлайди. Хизматкор юқори категориядаги меҳмонхонада кунига 10-13, экономклассдаги меҳмонхонада 18-20 хонани йиғиштириши лозим. Хизматкор вазифасига мижоз тозалаш ёки ювдиришни истаган буюмларни йиғиштириш ва уларни тегишли хизматларга олиб бориб бериш киради.

Битта хизматкор томонидан йиғиштириладиган номерлар нормаси турли омилларга боғлиқ: тармоқли меҳмонхоналарга хизмат кўрсатиш стандартларида белгиланган норма; меҳмонхоналар категорияси; номер фонди структураси; меҳмонхоналар раҳбарлари сиёсати – ё тежашга қаратилган, ё хизмат кўрсатиш сифатини оширишга қаратилган.

Бинони йиғиштириш бўйича хизматчи – номер фондида ишлайди ва ҳар куни каридорлар, лифтлар ва зиналарни, хизмат, савдо ва омборхона хизматларини, шунингдек бошқа ихтисослашган ёки жамоат зоналарини йиғиштириш билан шуғулланади, бош йиғиштириш кунлари хизматкорларга ёрдам беради.

Тунги навбатчи – кундузги ишлар тугагандан кейин бўлинмалар учун жавоб беради. У ўтган кун учун бўлим операциялари баланси билан шуғулланади, якунни чиқаради, банд номерлар йиғиштирилганини, ускуналар ишлаётганлигини текширади. Зарурат туғилганда сигнализация ва хавфсизлик чораларини отел қаватлари бўйича кўздан кечириб чиқади.

Хизмат кўрсатиш хизмати ва номер фондини эксплуатация қилиш хизмати ходимлари вазифасига мижозларнинг қуйидаги хизматлари киради:

- багажни ташиш ва маркалаш;
- уларга келаётган корреспонденцияларни саралаш, олиб бориб бериш;
- авиа, автобус ёки темирйўл белетларига буюртма бериш;
- олишга ёки шаҳар чеккасига, шаҳарда қатнайдиган транспорт ҳаракати ҳақида маълумот бериш;
- экскурсия, музей, театр, клуб, ресторан ва кўнгил очиш марказларига ташриф буюриш ҳақида буюртмалар қабул қилиш;
- дам олиш, кўнгил ёзиш соҳасида муассасалар, диққатга сазовор жойлар ҳақида маълмотлар бериш;
- яқинда жойлашган муассасалар, отел сервис хизматида қўшимча хизматлар олиш имконияти ҳақида меҳмонларни хабардор қилиш;
- автомобилларни ҳайдовчи ёки ҳайдовчисиз ижарага бериш;

- фавқулотда ҳолларда ёрдам бериш;
- мижозларнинг кичик топшириқларини бажариш;
- бинолар ва меҳмонхона номерларини йиғиштириш;
- отелда санитария-гигиена талабларига риоя этилиши ва ҳ.к.

Номер фондини эксплуатация қилиш хизмати ҳар куни қабул қилиш хизмати маълумотларини номер ҳақидаги ўз маълумотлари билан таққослаб, текшириб чиқади. Қабул қилиш хизматини меҳмонни номердан чиқариш ҳақидаги хабари хўжалик хизматининг тегишли журналида қайд этилади. Журналнинг бошқа графасига номерни йиғиштириш топширилган хизматлар фамилияси ёзиб қўйилади. Номернинг тайёрлаги ҳақида қабул қилиш хизматига хабар берилади.

Меҳмонхона биносини йиғиштириш учун батафсил инструкция ишлаб чиқилган. Мисол учун, номерни йиғиштириш учун шундай инструкция қуйидаги кўринишда:

- номер эшиги уч марта тақиллатилади, меҳмон йўқлигига ишонч ҳосил қилингач, номер эшиги очилади;
- тўшак йиғиштирилади, кир чойшаб олиниб, тозаси тўшалади, қўл ювилади;
- идишлар ювилади, тўнтариб қўйилиб, сочиқ билан ёпилади;
- санузел йиғиштирилади, тоза юзадан ифлос тарафга қараб ҳаракатланади;
- дераза ёпилади, чанг артилади, юқоридан пастга ҳараб ҳаракатланади;
- полни йиғиштириш; аввало, супирилади, сўнгра чанг юткич билан тозаланади.

Жиҳозланиши ва катталигига қараб номерни йиғиштиришга 20-30 минут ажратилади. Йиғиштириш сифати катта хизматкор ёки баъзан махсус назоратчи томонидан кўздан кечирилади. Текширувчи учун ҳам текшириш тартиби ҳақида махсус инструкция бор. Махсус хавфсизлик қоидалари мавжуд.

Хизматкор қуйидагиларга риоя қилиши керак: номерда калитни унутиб қолдирган меҳмонларга ёки ишчиларга номер эшигини очмаслик; номер калитини доимо ўз ёнида олиб юриш, уларни ишчи аравачада қолдирмаслик; номерни йиғиштираётганда эшик очиқ туриши; аммо кириш ишчи аравача билан тусилган бўлиши лозим; хизматкор шубҳали мижозлар ҳақида хабар бериши (багажи кам, номерда тунамаган).

Номерларни йиғиштиришдан ташқари, хўжалик хизматига холлларни, коридорларни, ресторан биноларини йиғиштириш ҳам юклатилган. Ушбу ишларни махсус ходим нисбатан «оғир» ва номерларни йиғиштиришга мўлжаллангандан қудратлироқ техникадан фойдаланиб бажаради. Меҳмонхона бинолари учун тозаликнинг икки стандарти мавжуд: нормал (ҳар кунги йиғиштириш) ва нуфузли (чанг бир кунда икки марта артилади). Меҳмонхоналарда булардан ташқари, биноларда вақти-вақти билан йиғиштириш ўтказилади (масалан, баҳорги йиғиштириш).

Номер фондини эксплуатация қилиш хизматига, шунингдек кир ювиш хонаси ва эсдан чиқарилган буюмлар бюроси ҳам киради. Чойшабларни ювиш учун бериш ва қайтариб олишда улар санаб чиқилади. Йирик отелларда номер қийматига қараб чойшаблар уч категорияга бўлинади. Номерда мижозлар унутиб қолдирган буюмлар уч ой давомида сақланади. Агар отелда энага билан ўйин хонаси бўлса, мижозлар вақтинча болаларини қолдириб кетиши мумкин. Бу хизмат ҳам хўжалик бўлими таркибига киради.

5.4. Меҳмонхоналарда хавфсизлик хизмати

Хавфсизлик хизмати меҳмонлар, уларни ва отел мулкини турли жиноий элементлар томонидан эҳтимол тутилган тажаввузлардан ҳимоя қилиш учун тузилади. «Отел мулки» тушунчасига унинг обрўси деган элемент ҳам қўшилади. Отелларда рўй берадиган жиноятлар катта қисми – ҳар хил ўғирликлардир. Таъкидлаш керак, асосий ўғирлик меҳмонларда эмас, балки меҳмонлар билан бевосита алоқада бўлмаган меҳмонхона бўлинмаларида содир бўлади.

Шундай мижозлар ҳам борки, жўнаб кетаётганида меҳмонхона сочиғи ёки чойшабини, сувенир-сигарета кулдонини чамадонига тиқади. Бундай ҳолларда отеллар уларни хушламаган мижозлари рўйхатига тиркайди. Ушбу рўйхатга шунингдек меҳмонхона устидан арз қилиб яхшигина тавон пули ундириш учун отел ходимлари билан атайлаб мажора чиқарган мижозлар ҳам киритилади.

Хавфсизлик хизматининг асосий вазифаси – қилинган жиноятларни тергов қилиш эмас, балки уларнинг олдини олиш. Буни алоҳида назарга олиш керак, хавфсизлик хизмати ходимининг ҳуқуқлари тергов чоғида полицияникидан анча чекланган: улар сўроқ қилиш, тинтув ўтказиш ва бошқа ҳаракатларга ҳақли эмас.

Хавфсизлик хизматининг мувоффақиятли ишлаши учун уни меҳмонхона бошқа хизматлари билан ўзаро яқин ҳамкорлик қилишлари муҳимдир, аввало, молия департаменти ва бўлим ходимлари билан. Хавфсизлик хизмати назорати молиявий назорат бўлиб қўшиб олиб борилиши керак. Отел ходими билан хавфсизлик хизмати биргаликда ишга қабул қилинаётганларни назорат қилиш ва кузатишни ишлаб чиқади. Бу жиноий элементларни ишга киришининг олдини олади.

Хавфсизлик хизмати маҳаллий полиция (милиция) бўлимлари билан яхши муносабатда бўлиши зарур. Улардан чақирилмаган меҳмонлар пайдо бўлиши, кутилаётган намойишлар, тартибсизликлар ҳақида фойдали маълумотлар олиши мумкин. Чунки, бундай ҳоллар отел иш режимини, у ерда дам олувчилар осойишталигини бузиши мумкин. Аммо ҳамкорлик ҳаддан ташқари чуқурлашиб кетмаслиги лозим, ҳуқуқ-тартибот органларига отел меҳмонлари ҳақида қонунда кўзда тутилмаган ҳар қандай маълумотларни беравермаслик зарур.

Хавфсизлик хизмати отел хавфсизлиги тизими лойиҳасини ишлаб чиқаради, қайсиким у бошқа бўлинмалар раҳбарлари билан муҳокама қилинган, бош директор томонидан тасдиқланади. Ушбу ҳужжат

хавфсизликка доир барча чораларни қамраб олади (хавфсизлик хизмати вазифаси, унинг бошқа бўлинмалар билан ўзаро муносабати, хавфсизликни таъминлаш техник воситалари тизими, фавқулотда вазиятлар меҳмонхона ходимлари ҳаракати (ёнғин, портлаш таҳдиди ва ҳ.к.) шулар жумласидандир.

Хавфсизлик хизмати сон жиҳатидан анча кўп эмас; 500 номерли меҳмонхонага 10 тадан кўп бўлмаган киши тўғри келади.

Штатда аёл киши ҳам бўлгани маъқул, чунки агар жабрланган мижоз аёл бўлса, унга тортинмай гапириб бера олади. Хавфсизлик хизмати идеал ходими – бу оғир, вазмин, аҳлоқан намунали, барчага содиқ, одам, чунки хизмат жараёнида у кўп марта сотиб олишга урунувчилар билан тўқнаш келади. Кўпинча бу хизматга ҳуқуқ-тарғибот органлари собиқ ходимлари олинади. Аммо кўп жиҳатлардан улар муносиб бўлсаларда, ҳамиша ҳам отелда ишлаш инструкцияларига амал қилаверишмайди, энг аввало, уларда хушмуомилалик ва меҳмонлар ва отел ходимлари билан муомилада босиқлик етишмайди.

Баъзан хавфсизлик хизматига швейцарлар ва мажлар бўйсинади. Хавфсизлик хизмати ходимлари ишга қабул қилинаётганда албатта, ўқувдан ўтади, отел билан батафсил танишади, унинг бўлинмалари, типик вазиятлар, бурч ва мажбуриятларни ўрганади, биринчи тиббий ёрдам кўрсатишни билиб олади, текширув олиб бориш ва ҳисобот тайёрлашни ўрганади. Табиийки, хавфсизлик хизмати ходимлари отел фаолияти ва унинг ишига доир барча қонунларни билиши зарур.

Хавфсизлик хизмати ўз биноси, гардероби, ҳужжатлар, текшириш ҳисоботлари сақланадиган хонасига эга бўлиши лозим. Хавфсизлик хизмати раҳбари хонаси мижозлар кўзига ташланмаслиги, иккинчидан, мижозлар билан суҳбатлашганда бошқа томонга чақирмаслиги керак. Хавфсизлик хизмати ходимлари меҳмонхона бошқа ходимлари сингари белгиланган соатда алмашади, смена алмашаётганида хавфсизликка хушёр қараш талаб этилади. Улар кўпроқ отелда «хавфли» соатларда бўлиши зарур (18.00-02.00).

Хавфсизлик хизмати техник воситаларига телекамералар киради, қайсиким улар ёрдамида жамоат ва кўплаб хизмат бинолари кузатиб турилади. Ёзувлар камида 24 соат сақланиши керак. Хавфсизлик хизмати шунингдек қулфи-калитлар, номердаги сейфлар, ходимлар радиоалоқасига жавоб бероади. Хавфсизлик хизмати ходимларига форма кийиш, белига тўппонча осиш ёки дубинка кўтариб юриш тавсия этилмайди. Бу меҳмонларни хотиржам қилмайди, аксинча уларда ташвиш ўйғотади. Хавфсизлик хизмати ходимларининг кўкрагида исми-шарифи ёзилган карточка бўлиши кифоя.

Хавфсизлик хизматининг энг мураккаб вазифаси биноларда патруллик қилиш. Патруллик пайтида бинолар эшиклари ёпиқлиги, бинода одамлар бор-йўқлиги, бошқа хавфсизликка дахлдор ҳолатлар синчиқлаб текшириб чиқилади. Патруллик шунингдек ёнғин чиқиши хавфи – тўшакда сигарет ёниқ қолиши (маст меҳмон)ни олдини олишда ҳам аҳамиятли. Хавфсизлик хизмати меҳмонхона бош кириш-чиқиш жойларини назорат қилади. Ичкарига безорилар ёки бошқа кутилмаган кимсаларнинг кириб қолиши

йўлини тўсади. Бу пайтда улар меҳмонларга сездирмай назорат қилиши керак.

Йўқолган буюмларни текширишга келадиган бўлсак, шуни назардан қочирмаслик керакки, йўқолган нарсани топишдан, ўғрини ушлаш ва жазолашдан кўра шундай ҳол такрорланмаслиги чораларини ишлаб чиқиш муҳимроқ. Хавфсизлик хизмати текширув методлари ҳуқуқ-тартибот органлари методларидан фарқ қилади. Уларнинг ҳуқуқлари ҳуқуқ-тартибот органлари ходимларига таққосланганда анча чекланган. Хавфсизлик хизмати ходими мижозни ғоят хушмуомалалик билан сўроқ қилиши зарур. Нега текширув ўтказилаётгани ҳақида айтиши, сўроқ қилинаётган шахс унга ёрдам бериши мумкинлиги тушунтирилиши лозим.

Қотиллик, қуролли босқин, номусга тажаввуз каби жиноятлар дарҳол ҳуқуқ-тартибот органларига хабар қилинади ва суриштирув ишларини улар олиб борадилар. Бунда орган ходимларининг ташрифи отелда яшовчилар учун иложи борича сезилмаслиги керак. Эҳтиёт бўлиб ёндошиш лозим. Кўпинча шундай бўлади, яшовчи ўзи номерга таклиф қилган фоҳиша бор-йўғини ўғирлаб кетади. Бундай вазиятда полицияни чақирадими, йўқми, мижознинг ўзи ҳал қилади. Кўпинча меҳмонлар овоза бўлишдан чўчиб, ҳуқуқ-тартибот органларига мурожаат қилишдан бош тортади.

Тан олиш керак, отел бундай яшовчилар ташрифидан қочиб қутилолмайди, қочмаслик ҳам керак.

Яшовчи аҳлоқий қиёфаси учун отел ходими қайғурмаслиги керак. Хавфсизлик хизмати бу ташрифларни зимдан кузатиши, уларни холл ёки номерларда пайдо бўлишига, бошқаларга сездирмай, йўл қўймаслиги зарур. Бунда жуда эҳтиёт бўлиш керак, масалан, холлда ёлғиз турган аёлдан бинони тарк этишини сўраш мумкин эмас. Лекин бу аёл отел ховлисига тез-тез ташриф буюрадиган бўлса, тегишли чоралар кўриш лозим.

Одатда меҳмонхонада ўғирланган пулларни топиш жуда қийин. Бу ҳақда жабрланувчига айтиб бўлмайди, тўғри, текширув натижа бермаганлиги ҳақида бари-бир унга хабар беришга тўғри келади. Жабрланувчини юпатиш учун кўнглини кўтарадиган гаплар айтиш керак, ҳеч қачон меҳмонхона мижозлари хавфсизлиги ёмон таъминланган демаслик зарур. Чунки жабрланувчи ходим жиноий лоқайдликка йўл қўйганлиги учун унинг устидан меҳмонхона мажбуриятига даъво қилиши мумкин.

Хавфсизлик хизмати вазифасига шунингдек юқори бўғин раҳбарларини, инкассацияни қўриқлаш, барча калитларни назорат қилиш ҳам киради. Отел ходимлари фақат ўзларига ишлаш учун зарур калитларнигина олиши, калитлар боғламини олмаслиги керак. Агар номер калити йўқолган бўлса, қулф алмаштирилиши ёки қайта программалаштирилиши шарт.

Хавфсизлик хизмати шунингдек шахсий фойдаланишга берилган меҳмонхона мулки (хизмат автомобили, кредит карточкалар ва ҳ.к.)дан фойдаланиши назорат қилинади. Унга шунингдек кредит қобилиятли меҳмонларни текшириш, компьютер хавфсизлигини назорат қилиш (хакерлар суқилиб киришининг олдини олиш учун) ҳам юклатилади.

Кейинги вақтларда террорчилик ҳаракатлари таҳдиди кучайгани муносабати билан хавфсизлик хизмати барча ходимларни отелда портлаш қурилмаси қўйилгани ҳақида хабарлар қўнғироқ қилинганда ўзларини қандай тутиш лозимлиги қоидалари билан таништирадилар. Биринчидан, террорчи қўнғироқ қилганда ходим у қаердан қўнғироқ қилаётганини аниқлаш учун иложи борича сўзлашувни чўзиши керак. Одатда бунга муваффақ бўлинмайди, аммо уни бинода туриб ходим ёрдамида бошқа телефондан фойдаланиб аниқлаш мумкин.

Иккинчидан, террорчидан портлаш вақти, қурилма типини билиб олишга ўриниш лозим: Нима учун ҳужум объекти сифатида айнан ушбу отел танлангани, қурилма қаерга яширилгани. Бундан ташқари, қўнғироқ қилувчи ҳақида иложи борича кўпроқ маълумот тўплаш лозим: жинси, гапириш талаффузи, тахминий ёши, ҳолати (ҳушёрми ёки мастми), у отел ва унинг ходимлари билан қанчалик танишлиги, қаердан қўнғироқ қилаётгани (бирор ўзига хос шовқин эшитилиши, масалан, кўча шовқини).

Ҳар бир ходим қўнғироқ ҳақида кимга хабар беришни билиши зарур. Эвакуация ҳақидаги қарорни бош директор қабул қилади. Яшовчиларга хабар беришни ҳам у ҳал қилади. Эвакуация чоғида хавфсизлик хизмати вазифаси – тартибни ва мулкнинг сақланишини таъминлаш (шу жумладан, ёнғин пайтида ҳам). У портловчи қурилмани қидиришда иштирок этади, чунки хавфсизлик хизмати ходими отел барча биноларини бошқалардан кўра яхши билади.

Хавфсизлик хизмати ҳодиса таҳлили билан ҳисобот тайёрлаб отелнинг юқори раҳбариятига тақдим этади (воқеа-ҳодиса рўй берган вақти, улар билан боғлик шахслар, исми шарифи, жойи кўрсатилади). Бундай ҳолатлар такрорланмаслиги учун қандай чоралар кўрилиши лозимлиги таклиф қилинади.

Хизматда барча ҳодисалар, арзлар ва текширув натижалари ҳисоби юритилади. Арз-шикоятларга жавоб беришда эҳтиёт бўлиш керак, акс ҳолда адвокатга отел устига айб қўйиш имконияти бериб қўйилади.

Шундай қилиб, отел хавфсизлик хизмати қуйидаги вазифаларни бажариши керак:

- меҳмонларни меҳмонхонада бўлган вақтда (хавфсизлиги ва шахсий мулкини қўриқлашни таъминлайди;
- меҳмонхона мулкини душманлик ҳаракатлари – ўғирлаш, вандализм ва ҳ.к.дан ҳимоялаш;
- меҳмонхоналар – барча бинолари, у ерда бор мулкни ҳужумдан, террорчиликдан, саботаж пайдо бўлишидан, халқ норозилиги ва ҳ.к.дан ҳимоясини таъминлаш;
- жамоат тартибини сақлаш ва меҳмонхона барча жойлари доирасида тегишли назоратни таъминлаш;
- меҳмонлар меҳмонхонага келганида уларнинг тинчлиги ва конфиденциаллигини таъминлаш;

- меҳмонхона ходими, врач, полиция аралашуви талаб қилинаётган воқеа-ҳодиса холларида шошилинч ва самарали ёрдам кўрсатилишини таъминлаш;
- меҳмонхона барча ходимларининг ҳалоллиги ва виждонлигини кафолатлаш;
- меҳмонхонада юқори лавозимли шахслар хавфсизлигини ошириш бўйича махсус хизматлар кўрсатилишини кафолатлаш имкониятини таъминлаш.

5.5. Меҳмонхоналарда муҳандислик-техник хизмати

Ҳозирги замон отеллари мураккаб муҳандислик-техник ускуналар билан жиҳозланган бўлиб, улар юксак даражада ободончилик, шинамлик ва максимал қулайликни таъминлайди. Бу ускуналар қуйидаги гуруҳлардан иборат: санитар-техник (водопровод, канализация, совуқ ва иссиқ сув таъминоти, иситиш, вентиляция, ҳавони мўътадиллаштириш, марказлашган чанг тозалагич, чиқинди қувури); энергия таъминоти (ёритиш ва кучланиш тармоқлари), лифт хўжалиги (йўловчи ташийдиган, хўжалик хизмати ва юк лифтлари); кучсиз ток билан ишловчи қурилма ва автоматика (телефонлаштириш, радиолаштириш, ёнғин хавфсизлиги ва хизмат сигнализациялари).

Меҳмонхона хўжалигида ҳаво вентиляцияси, иситиш, кондициялаш тизими муҳим роль ўйнайди. Вентиляция тизими оптимал режим ва ҳавонинг нисбатан тозалигини таъминлайди. Иситиш тизими иссиқлик генератори, иситгич приборлар ва иссиқлик қувурларидан иборат. Иситиш мавсумида иситиш тизими узлуксиз ишлаши ва барча биноларда нормал ҳароратни таъминлаши зарур.

Кучсиз ток билан ишлаш хўжалиги. Ток ускуналари, иситгичлар, ёритиш приборлари ишлаши учун электр энергиясидан фойдаланилади. Меҳмонхона куч ускуналарига электродвигателлар, хонани йиғиштириш учун машиналар, лифтлар, совутгичлар, насослар, компрессорлар, стаканлар ва ҳ.к. киради. Ускуналардан фойдаланиш иш вақти, электр энергия солиштирма ва умумий сарфи, қуввати билан характерланади.

Водопровод тармоғи. Меҳмонхона биноларини зарур ичимлик ва маиший хўжалик эҳтиёж сувлари билан таъминлайди. Ифлосланган сув канализация тизимига тушади ва меҳмонхонадан чиқиб кетади. Меҳмонхонани совуқ сув билан таъминлаш билан бир қаторда иссиқлик сув ва ёнғинга қарши сув таъминоти тизими ишлаб туради. Меҳмонхонага келадиган сув сифати ва ҳаракати стандартга мувофиқ бўлиши керак. Бир яшовчига бир суткада 300 метр кубгача сув тўғри келиши мумкин.

Иситиш тизими. Меҳмонхонани иситиш учун турли хил – сув, буғ ва ҳаво билан иситиш тизимлари қўлланилади. Иссиқлик сараси биноларнинг ҳажми, тузилишига, иситиладиган биноларда иссиқлик йўқотилиши, катталиги ташқи ҳаво ҳароратига, бино қурилиши хусусиятларига боғлиқ иссиқликни умумий истеъмол қилишга иситиш, вентиляция ва иссиқ сув таъминоти қўшилади.

Меҳмонхоналар учун автоматлаштирилган ёнғин сигнализацияси тизими ишончли восита ҳисобланади. Хилма-хил ёнғин хабар бергичлар меҳмонхона ҳар бир биносига мос келадиган ёнишни аниқлаш физик принципида ишловчи сигнализацияларни танлаш имконини беради: оптик, ионизацион, иссиқлик, ёнғин чиққанини хабар қиладиган аниқлаш тизими ёнғин ўчоғини дарҳол бартараф этиш, тутунга зудлик билан эътибор қаратишни таъминлайди.

Мухандислик-техник хизмати – меҳмонхона корхоналарининг кўп сонли хизматларидан биридир. Уни бош мухандис ёки отел биносини эксплуатация қилиш бўйича директор бошқаради. Меҳмонхоналар ҳажми ва категориясига қараб, муҳандислик-техник хизмати бир неча бўлинмаларга эга бўлиши мумкин. Кўпинча маъмурий бўлим, мухандислик бўлими ва турли таъмирлаш устахоналарини учратиш мумкин.

Маъмурий бўлим котибият, канцелярия, таъминот, омборхона, профилактик текширув, режалаштириш ва ҳисоб-китоб ва ҳ.к. бўлимлардан иборат. Маъмурий бўлим ходимлари техника хавфсизлиги ва меҳнат муҳофазаси бўйича муҳандис, электр ускуналар, водопровод ва канализация тармоқлари бўйича муҳандислар сифатида кўрсатилган. Ушбу бўлимда шунингдек таъминот, сотиш бўйича менежерлар, назоратчилар ва ҳ.к. ҳам ишлайди.

Муҳандислик бўлими мураккаб тизимлар ҳолати ва уларнинг бенуқсон ишлаши, таъмирланиши учун жавоб беради. Ушбу тизимлар ҳам отел ходимлари, ҳам меҳмонлар томонидан фойдаланилади. Бундай пайтда отел раҳбарлари ва ходимлари меҳмонлар отел ускуналаридан қандай фойдаланилаётгани устидан деярли назорат қилолмайди. Шунга қарамасдан мухандислик-техник хизмати ана шу ускуналар учун бевосита жавобгардир.

Мухандислик тизими ва коммуникацияни ишчи ҳолатида сақлаб туриш вазифаси қуйидагилар ҳисобланади:

- сувни иситиш;
- винтеляция ва ҳавони тозалаш;
- насослар ва электр тизимни эксплуатация қилиш;
- совутгичлар тизими ва овқат блоки ускуналарини эксплуатация қилиш;
- компьютер тизимини эксплуатация қилиш;
- лифт хўжалигини эксплуатация қилиш; биноларни иситиш;

Қуйида Россия меҳмонхоналаридан бирининг муҳандислик хизмати техник бўлинмаси мисол тариқасида келтирилади (5.3-расм).

5.3-расм. Мухандислик хизмати техник бўлинмаси

Мухандислик хизмати шунингдек ўз таркибида мебеллар, гиламларни таъмирлаш бўйича устахона, номерларни таъмирловчи (сантехник ишлар, оқлаш, бўяш ва ҳ.к.) хизматларга эга. Бундан ташқари, бош мухандислик хизмати сув, электр энергия, газ сарфини назорат қилади. Ушбу хизмат томонидан бажариладиган барча ишлар махсус журналда қайд этиб борилади.

Мухандислик хизматининг муҳим вазифаси – ёнғин хавфсизлигини таъминлаш. Ёнғин меҳмонхона бизнесида анча тарқалган ҳодисадир. Отелларда ёнғин чиқишининг асосий сабаблари – бу чекувчилар, бузуқ электр жиҳозлари, ошхона ва бошқа хизматлардаги насоз ускуналар, каминлар, омбордаги химикалий, чиқиндининг ёниши ва ҳ.к.

Ёнғин хавфсизлиги тизими отел барча биноларидаги ёнғин сигнализациялари, ўт ўчириш воситалари (огнетушител, сув шлангаси) қум, челак, болта, илгак, белкурак ва ҳ.к.), эвакуация воситалари (ёнғин нарвонлари), шунингдек ходимларнинг мунтазам ўқитилишини ўз ичига олади. Барча номерларда ёнғин пайтида эвакуация қилиш схемаси осиб қўйилиши зарур.

Кўпинча меҳмонхоналар барча ускуналарга хизмат кўрсатиш ва уларни таъмирлаш учун зарур мухандислик-техник хизмат ходимларининг тўлиқ

штатини сақлашга имкон тополмайди. Шунда меҳмонхона ихтисослашган фирмалар билан шартнома тузади, қайсиким улар хизмат кўрсатиш ва таъмирлаш ишларини бажариб беради. Бош мухандислик хизмати нисбатан унча катта бўлмаган штат бўлиб, улар универсал, сантехник ва электр ускуналарининг мураккаб бўлмаган носозликларини тузатиш қобилиятига эга бўлишлари мақбул. Улар барча ускуналарни оқилона эксплуатация қилишни билишлари керак.

Назорат саволлари

1. Отелнинг контактли ва контактсиз хизматлари ишларининг хусусиятлари қандай?
2. Меҳмонхона номерларини бронлашнинг асосий турларини ажратинг ва характерланг.
3. Қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати қандай вазифаларни бажаради?
4. Қабул қилиш хизмати ходимларига қандай лавозим мажбуриятлари беркитилган?
5. Яшовчи меҳмонлар билан ҳисоб-китоб қандай амалга оширилади?
6. Меҳмонларга хизмат кўрсатиш хизмати ишлари спецификацияси қандай?
7. Номер фондини бошқариш хизмати тузилиши ва унинг хусусиятларини айтинг.
8. Номер фондини эксплуатация қилиш хизмати асосий вазифаларини сананг.
9. Номерлар ва отел биноларини йиғиштириш қандай амалга оширилади?
10. Отел хавфсизлик хизмати ишлари хусусиятларини ажратинг.
11. Меҳмонлар хавфсизлигига таҳдид солувчи тез-тез учрайдиган вазиятларни айтинг.
12. Отел муҳандислик-техник хизматининг асосий бўлинмаларини сананг ва характерланг.

6-БОБ. МЕҲМОНХОНА КОРХОНАЛАРИ ХОДИМЛАРИНИНГ МИЖОЗЛАР БИЛАН ИШЛАШИ

6.1. Меҳмонхона корхоналари ходимларининг касбий одоби
6.2. Меҳмонхоналарнинг мижозлари ва уларнинг типлари
6.3. Меҳмонхона ходимларининг мижозлар билан алоқаси хусусиятлари
6.4. Меҳмонхоналарда низоли вазиятлар ва уларни бартараф этиш усуллари

6.1. Меҳмонхона корхоналари ходимларининг касбий одоби

Меҳмонхона ходимлари ташқи кўриниши жиҳатидан озода, хушмуомила, ташриф буюрувчиларга эътиборли ва хушёр бўлиши лозим. Бу қоида ёки талабдир, унга сўзсиз амал қилиш шарт. Аммо меҳмонхонанинг ўзига хослиги шундаки, унда ўз бурчини виждонан бажариш камлик қилади. Меҳмонхона ходимларининг касбий маҳорати юксак даражада хизмат кўрсатиш маданияти билан белгиланади. Бунга ҳозиржавоблик, доимо тайёрлик, психологик бўлим ва халқаро одоб нормаларига риоя этиш ва бошқа кўп фазилатлар киради.

Касбий обод – хулқ қоидалари бўлиб, унда қайсиким фаолиятнинг у ёки бу соҳасида ўзаро ахлоқий муносабатларнинг конкрет типини белгилайди. Меҳмондўстлик инструкцияси ходимларининг касбий одоби биринчи навбатда хизмат кўрсатиш маданияти билан боғлиқдир. Меҳмондўстлик соҳаси ходимлари ижобий сифатларнинг бутун бир жамланмасига эга бўлишлари лозим. Улардан айримларини кўриб ўтамиз.

Ишчанлик – ўзининг иш графигини самарали тузиш маҳорати ва меҳнат маданиятининг муҳим қисми бўлган унинг сифатини оширишдир.

Иш ва сўз бирлиги ва интизомлилик – ходимнинг ўзи ва иши мослиги, унинг тартиблиги, кун тартиби ва меҳнат интизомига риоя қилишидир.

Онглилик – кўникма ва ҳаракатларни англаш, ўз бурчини виждонан бажаришдир.

Ҳалоллик – қабул қилган мажбуриятларига содиқлик, ўз иши тўғрилигига ишонч, ўзи ва бошқалар олдида самийликлик.

Саришталик – ўз ишини сарамжон қилиб, аниқ бажариш.

Ҳурмат – шахс шаънини тан олиш, эҳтимол одамлар қизиқишларини тўлиқроқ қондириш, бошқалар эътиборига эътиборли муносабатда бўлиш, сергаклик, камтарлик, хушмуомилалик.

Хушмуомилалик – эътиборлилик, ҳаммага ташқи хайрихоҳлик намоён этиш, хизматга зарурат сезганларга хизмат кўрсатишга тайёрлик, ҳозиржавоблик.

Хушхулқлик – хулқ ташқи кўринишида акс этувчи ҳислат.

Вазминлик – эҳтиросни назорат қилабилиш маҳорати, жаҳл чиққанида ўзини боса олиши.

Хотиржамлик – аниқлик, хушмуомилалик; агар танг вазиятда меҳмон норозилик билдирса, унга хотиржам жавоб бериш, овозни кўтармаслик; хотиржамлик албатта, ҳар қандай ўта эҳтиросли одамнинг ҳам жаҳлидан туширади.

Назокатлилик – конкрет аниқ аҳлоқий вазиятни ҳисобга олиш зарурати.

Ходимнинг одоблигини ифодаловчи энг яхши усул – сездирмаслик маҳорати, меҳмонлар ҳузурида ўзининг бандлиги ёки кайфияти ёмонлигини яшириш. Бегоналар ҳузурида ўзига бўйсинувчиларга танбеҳ ёки кўрсатма бериш одобдан эмас.

Сабр-бардошлик – ўзаро тушунишларга эришишга интилиш, ишонтириш ва тушунтириш нуқтаи назаридан турли қизиқишларга хайрихоҳлик.

Меҳмонхона корхонаси истеъмолчини жалб этиш учун зарур барча усулларга эга бўлиш муҳимдир. Хизматларга буюртмалар қабул қилишда истакларни диққат билан эшитиш, мижозларнинг талабларини қондириш учун фидойилик кўрсатиш меҳмонхона нуфузини оширади. Ўз хизматларини зўрлаб тиқиштиришга уриниш керак эмас, бу таклифлар мижозлар хоҳиш-истаклари ва ўз имкониятларидан келиб чиқиши зарур, бажара олмаган нарсани ваъда бермаслик керак ва бу ҳақда меҳмон огоҳлантирилиши лозим.

Хорижлик туристларни кутиб олишда меҳмондўстлик кўрсатиш керак, аммо бу муносиб равишда ўз мамлакати урф-одатлари, аҳлоқ-одоб қоидалари ҳурмат қилинган ҳолда намоён этилиши зарур. «Маданият» сўзининг аҳамиятли томонларидан бири шуки, бу юксак тараққиёт, маҳорат дегани. **Хизмат кўрсатиш маданияти** – бу ўз бурчига садоқат ва ҳалоллик билан муносабатда бўлиш, бошқа одамлар ва ўзининг вақтини қадрлаш, ўзини ҳам, бошқаларни ҳам ҳурмат қилиш, меҳмонлар ҳузурида одоб сақлаб ўз бандлиги ёки кайфияти бузуқлигини яшира олиш хислатларидир.

Меҳмонхона раҳбари хизмат одоби бош талабларини бажариши шарт: жамоада ўзаро аҳиллик муҳитини яратиш, ишга виждонан муносабатда бўлиш намунасини кўрсатиш. Маълумки, малакани оширмасдан туриб хизмат маданиятини такомиллаштириб бўлмайди, бу эса меҳнатнинг илғор усулларини эгаллашни талаб қилади. Ходимнинг тайёргарлик даражаси кўрсатиладиган хизматлар даражасига мувофиқ келиши керак. Меҳмонхона қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати ходими ҳеч бўлмаганда битта чет тилини билиши зарур. Олий класс меҳмонхона ходими зарур ҳажмда камида 2 та халқаро тилда сўзлаша олиши лозим.

Ҳар беш йилда бир марта маъмурий-бошқарув, хизмат кўрсатувчи, ишлаб чиқариш ва техник ходимлар малака разрядларини ошириш ва тасдиқлаш учун аттестациядан ўтказилади. Камида ҳар уч йилда бир марта туристик корхона ходимлари махсус дастур курси бўйича қайта касбий тайёргарликдан ўтказилиши керак.

Ходимнинг ташқи кўриниши форма кийим, исми-шарифи, лавозими кўрсатилган нишонни ўз ичига олади. Метрдотел форма кийими алоҳида белги ёки унга фрак, смокинг комплекси қўшилгани билан фарқ қилади. Меҳмонлар руҳиятини англаш маҳорати касбий одобнинг нозик элементи бўлиб ҳисобланади. Меҳнат маданиятини оширишнинг муҳим гарови бу ходимнинг ўз ишидан манфаатдорлигидадир.

Туристик комплекс ходимлари меҳмондўстлик муҳитини яратиш миаҳоратига эга бўлиши керак. Мижозларнинг илтимосларини хайрихоҳлик билан бажариши лозим, яъни мижозлар меҳмонхона хизматларидан яна фойдаланишни мақбул деб билишлари зарур. Бу факт юксак даражада хизмат кўсратиш билан намоён бўлади. Хулқ маданияти ҳақида гапирилар экан, инсоннинг бир хулқи қатор характери хусусиятларини таъкидлаш керакки, унинг хулқи кўп жиҳатдан ана шуларга боғлиқ бўлади. Ю.Ф.Волков меҳмонхона ходимлари учун зарур қуйидаги характер хусусиятларини ажратиб кўрсатади. Бу одоб сезгисилир.

Одоб сезгиси – бу ўзини турли вазиятларда нафақат хулқнинг умумий қоидаларига мувофиқ тутиш, балки этик ва эстетик талабларни қондириш талабларига ҳам риоя этишидир.

Одобли одам ноқулайлик туғдирувчи вазиятларнинг олдини олишга ҳар доим интилади. Одоблик киши бошқаларнинг ишига аралашишидан ўзини тияди, албатта бу жамиятга, ўзига ва бошқаларга таҳдид солмаса.

Одобли одам ўзини камтар тутади. Ҳеч қачон у асабийлашмасдан, вазминлик билан ҳаракат қилади, жаҳлга минмайди. У ўзининг устунлигини, жамиятдаги мавқеини кўз-кўз қилмайди. Атрофдаги вазиятга холис қараб, ҳар қандай ҳолатда ҳам ўзини йўқотмайди. Бошқаларни ноқулай аҳволда қолдирмаслик учун улар кўз ўнгида бирор-бир кимсага ҳаддан ташқари ортиқча хушомадга йўл қўймайди. Меҳмонхона ходимлари меҳмонлар олдида ўзининг чарчаганлиги, бандлиги, кайфияти бузуқлиги ёки ҳаддан ташқари кайфи чоғлигини ошкор қилиш одобдан эмас.

Хушмуомилаликка бошқа одамлар билан ўзаро муносабатнинг шакли деб қараш лозим. У одамларга ҳурматни ифодалайди, ўзининг бошқа кишига яхши муносабатини турли шаклда кўрсатиш имконини беради: таниш ва нотаниш, ёш ёки кекса киши, раҳабр ёки унга бўйсунувчи, меҳмон ёки хизматдошга муносабат шулар жумласидандир.

Хушмуомилалик саломлашиш ва ишораларда, бир-бирига мурожаат шаклида, яхши истакларда, бошқаларга хайрихоҳликда, зарур бўлганда уларга ёрдам қўлини чўзишда, катталарга ҳурмат, кичикларга эътибор, сўз оҳангида. Қабул қилинган одоб қоидаларига риоя этишда намоён бўлади.

Меҳмонхоналарда хизмат кўрсатиш хусусияти билан боғлиқ ҳолда хушмуомилаликнинг умум қабул қилинган шаклларидан айрим мустаснолар ҳам мавжуд. Мисол учун, Швейцарияда, меҳмонхоналарда багаж ташувчилар саломлашишда биринчи бўлиб қўл узатишлари, бош кийимини олиши мумкин эмас. Чунки у форма кийимига тегишли ҳисобланади, шахс ушбу вазиятда хизмат бурчини бажараётганини англатади. Швейцарлар меҳмонларни тик турган ҳолда таъзим билан ёки сўз билан саломлашиб

кутиб олиши керак. Багаж ташувчи меҳмонлар билан саломлашгач, дарҳол уларга ўз хизматини таклиф қилиши, илтимосни кутиб турмасдан, уларни эгасининг розилиги билан элтиб бериши зурур.

Қабул қилиш хизмати ходимлари маъмурлар, ходимлар, яшовчилар билан хизматлар учун ҳисоб-китоб қилувчилар кўпчилик меҳмонхоналарда мутлақо аёллардан иборат бўлади. Уларнинг иши ҳужжатлар тўлдириш, ёзувлар юритиш билан боғлиқ. Бироқ ўтирган ҳолда меҳмонларни кутиб олиш, саломлашишга йўл қўйилмайди.

Хизмат кўрсатишнинг юксак маданияти ва меҳмонхона одоблари қабулни тик ҳолда олиб боришни тақозо қилади, бу билан меҳмонларга алоҳида эҳтиром кўрсатилаётгани таъкидланади.

Маъмур хушмуомилалиги эътиборда, тинглаш уқувида, хизмат кўсратишда, зарур маълумотларни беришда намоён бўлади. Меҳмонларга қуполлик, дағал муомила қилиш, ўта маданиятсизликдир. Меҳмонхона маъмури меҳмон билан хушмуомилаликда суҳбатлашиши, унинг билан барча масалаларни хотиржам вазиятда ҳал этиши, фақат шундан кейингина бошқа кутаётганларга эътибор қаратиши лозим. Агар бошқа бирор киши кутиб қолса, куттириб қўйгани учун узр сўраши зарур. Кўпинча йирик меҳмонхоналарда маъмурга бир вақтнинг ўзида мурожаат қилувчи бир неча ташриф буюрувчи тўпланиб қолади, бундай пайтда хизматнинг бошқа ходимлари дарҳол кутаётган меҳмонларга эътибор қаратишлари керак.

Жойлаштириш хизмати ходими ёдда тутиши керакли, истеъмолчи (мижоз) жойлаштирилаётганда меҳмонхона хизматларига барча турдаги ҳужжатлар, варақларни тўлдириш меҳмонхона ходимига юкланади. Мижоз фақат уларга имзо чекади. Мижоз ҳақида тўлиқ маълумотлар бор карточканинг мавжудлиги, меҳмонхонага унинг биринчи келиши ҳақида маълумотлар мижозни ходим томонидан яхши кутиб олиниши ва хизмат кўрсатишига, кўп нарсада истакларини бажариш иложи йўқлиги ҳақида огоҳлантириш имконини беради. Бир вақтнинг ўзида бу мижоз билан доимий ишлашга ёрдам беради. Унга меҳмонхона ҳақида (янги хизматлар ва ҳ.к.) маълумотлар беради, туғилган куни, байрамлар билан табриклар жўнатади.

Яшаш қаватларида хизмат кўрсатувчи ходимлар келган меҳмонларни тик турган ҳолда кутиб олиб, биринчи бўлиб салом бериши ва дарҳол уларни ажратилган номерларга бошлаб боришлари зарур. Сутканинг ёруғ вақтида меҳмонни ичкарига кириши биринчи бўлиб таклиф қилинади, агар кириши зарур бўлса меҳмонхона ходими иккинчи бўлиб киради. Агар номер қаронғу бўлса меҳмонхона ходими биринчи бўлиб киради ва чироқни ёқиб меҳмонни таклиф қилади. Меҳмонга зарур хизмат кўрсатишни таклиф қилади, унга яхши дам олишга тилак билдирилади ва шундан кейингина номерни тарк этади. Яшаш даврида агар меҳмон номерда бўлса, ходим у ерга кирмаслиги зарур, ҳатто режа бўйича йиғиштириш керак бўлганда ҳам. Мабода номерга кириш ўта зарур бўлиб қолса (авария, яшаш қоидасини бузиш ва ҳ.к.) меҳмондан илтимос қилинади, бунда эшикни тақиллатиб киришга рухсат сўралади ёки телефон орқали киришга рухсат сўралади.

Агар жавоб бўлмаса, қайта таққиллатилиб, бир неча минут (3-10 минут)дан кейин, кириш заруратига қараб кирилади.

Меҳмонхонада хушмуомилалик ва хушёрлик талаб қилинади. Қаватдаги хизматкор илтимосни кутиб турмасдан кексаларга ёки ногиронларга жуда эътибор билан қараши ва ёрдамлашиши зарур. Агар меҳмонхонада техник сабабларга кўра сув ва иситиш узиб қўйилса мижоз огоҳлантирилиши лозим. Ноқулайлик туғилгани ҳақида меҳмонхона маъмуриятига маълум қилинади. Бундай ҳолларда яшовчи бошқа номерга (сув бор хонага) ўтказилади ёки шундай вазият учун кўзда тутилган бошқа идишлардан сув билан таъминланади.

Жойлаштириш хизматининг (ёки қаватлар бўйича хизмат кўрсатувчи) ходими янги келган меҳмонларни қоидалар билан таништиради, асосий кўрсатиладиган хизматларни айтади, меҳмонларга бўлган муҳим талабларни эслатади. Хизматчилар мижозга яхши хизмат кўрсатилишидан манфаатдор, уни қизиқтирувчи хизматлар ҳақида олдиндан сўраши зарур: кўйлакни ювиш, дазмоллаш керакми, қайтишга билет буюртма берадими йўқми, нонуштани номерга олиб келиб бериш керакми ва ҳ.к.?

Тинглаш хислати - хизмат кўрсатиш маданиятининг муҳим мезонларидан биридир. Маъмурлар, қаватлардаги хизматкорлар гапираётган мижозни эътибор билан тинглаши шарт. Тинглаш – мураккаб иш, сабр-тақатни талаб қилади. Лекин унутмаслик керак, мижоз билан ишончли алоқа ўрнатишда бош роль гапираётган кишига тегишли. Агар маъмур тинглаш хислатига эга бўлмаса, сўзлашув моҳиятига эътибор бермаса, айтилган нарсага қўрс жавоб беради, алоҳида фактларга субъектив баҳо беради.

Олийжаноблик – шахсий манфаатини бошқалар фойдасига қурбон қилиш қобилияти, ошкора, ҳалоллик билан ҳаракат қилиш, шахсий фойда деб ўзини камситмаслик. Олийжаноблик – бу савоб ишни билдирмай қилиш, мукофот таъма қилмаслик, миннат қилмаслик.

Ҳар бир киши унинг билан ҳисоблашиш, фикрига қулоқ солиш, маслаҳатлашишларини истайди. Буларнинг ҳаммаси атрофидагиларни унга ҳурматини билдиради.

Ҳурмат – бирор-бир кишининг одамийлиги, фазилатларини тан олиниши туйғусидир. Бу ҳақда хизмат кўрсатиш соҳаси ходимларига доимий равишда эслатиб туриш керак. Одамлар нафақат алоҳида иқтидор ёки талантни, балки ишлаш маҳорати, ҳақгуйлиги, юксак ахлоқий фазилатлари учун ҳам ҳурмат қилишади. Бу ҳурматни киши фақат ўзи ўз иши, атрофдагиларга ибрати билан қозонади.

Меҳмонхона ўрнатилган тартибларга, тинчликка, қоидаларга риоя этиш, улар ҳақида қайғуриш катта аҳамиятга эга. Меҳмонхоналар ходими йўл қўйилган хатарлар ҳақида меҳмонни хушмуомилалиги билан огоҳлантириши, ҳар хил тавртиб бўзарликларни ётиғи билан тушунтириб, қоидага риоя этишларини очиқ кўнгиллик билан талаб этиши муҳим. Меҳмонхонадан жўнаб кетар экан, меҳмонлар ходим билан хайрлашади, меҳмондўстлик учун миннатдорчилик билдиришиб, яхши тилаклар изҳор

этишади. Ходимлар ҳам ўз навбатида меҳмонларга самимият билан оқ йўл тилаб, яна меҳмонхонага ташриф буюришларини тилаб қолади.

Меҳмонхона сервиси соҳасида одоблик, саранжом-саришталик ҳам ўзига хос қирра ҳисобланади. Одоблик одамлар ўртасида ўзаро муносабатларни мустаҳкамлайди. Ҳар қандай вазиятда умум қабул қилинган қоидалар доирасида ўзини қўлга олиш, оғир-вазмин бўлишга ундайди. Шу тариқа **одоблик** – бу хушмуомилалик кўринишидаги расмиятчиликдир. Одоблик, сиполик, вазминлик айниқса одамлар ўртасида кўнгилсиз вазиятлар вужудга келганида зарур. Меҳмонхоналарда бўлиб туради, уларда яшовчи фуқаролар эҳтиётсизлик муносабатда бўлиб хизмат кўрсатувчи ходимлар, хизматчи ёки официантга боғлиқ категориядаги одамлар сифатида қўполлик қилиб қўйишади. Шундай пайтда одобли бўлиб – ўз шаънини сақлаш, ўзининг аҳлоқий устунлигини таъкидлаш демакдир.

Меҳмонхона ходими ўзида вазминлик, босиқликни тарбиялаши зарур, ўз ҳиссиётларини жиловлай олиши, турли характердаги одамларни кутиб олганда уларнинг салбий ҳиссиётлари таъсирига тушиб қолмаслиги даркор. Ҳатти-ҳаракатларида чарчагани, кайфияти йўқлиги, меҳмонни хушламаётгани ва бошқа тушкун ҳолатларини гап оҳангида, чеҳрасида, меҳмонлар билан муомилада асло сездириб қўймаслиги талаб қилинади. Булар бошқа кишининг ҳаракатланиши, камситилишига сабаб бўлиши, меҳмонхона ходимининг ўзини шаънини ҳам ерга ўриши мумкин.

Меҳмонхона ва ресторан нуфузи учун одобнинг аниқлик шакли айниқса жуда муҳим. **Аниқлик** бу хизматчининг хизматни жуда аниқ саришталик билан бажаришидир. Кутиб олиш, кузатиб қўйиш, транспортга буюртма бериш, нонушта, тушликни номерга олиб келиб бериш, уйғотиш ҳамма-ҳаммаси ўз вақтида бенуқсон бажарилиши зарур.

Сарамжон-Сариштали ва ҳозиржавоб хизматчи номерни ўз вақтида йиғиштириб қўяди, ўзини тартибга келтиради. Мижозга хизматни кечиктиришдан ҳам кўра ёмон муносабат йўқ.

6.2. Меҳмонхоналарнинг мижозлари ва уларнинг типлари

Меҳмонхона маҳсулотларини сотиш жараёнида мувоффақиятга эришиш учун ўзингиз муомилада бўладиган мижознинг психологик типини аниқ тасаввур қилиш муҳимдир. Бу нафақат мижозга хизмат кўрсатиш жараёни сезиларли соддалаштирилади, балки вақтни тежайди, унинг талаб ва эҳтиёжларини тўлароқ қондиришни таъминлайди. Демак, бу корхона даромадини кўпайтиради. Мижозларни жуда кўп психологик типологиялари (темпераменти, хулқи, атвори қарор қабул қилиш тури ва ҳ.к.) мавжуд.

Типология, асосан хулқнинг икки параметрида намоён бўлади яъни фаоллик ва ҳиссий ифодада. Бу борада мижозларнинг қуйидаги типларини ажратиш мумкин:

- «аналитик» (таҳлилчи) – пассив ва лоқайд;
- «энтузиаст» (ташаббускор) – фаол ва ҳозиржавоб;

- «активист» (фаол) – фаол ва индамас;
- «добряк» (яхши одам) – пассив ва ҳозиржавоб.

Меҳмонхона корхонаси учун мижозларнинг мақбулроқ типи – «яхши одам» типи ҳисобланади. Унга хизмат кўрсатиш меҳмонхона ходимига ҳеч қандай қийинчилик туғдирмайди. Шунинг учун ушбу параграф доирасида мижозларнинг қолган уч типи хусусиятларни кўриб чиқиш лозим:

«Аналитик» (таҳлилчи) суст ва шошилмас, оҳангсиз, қаттиқ гапирмайди киши. У менежер билан стол оша мулоқотни маъқул кўради. Сўзлашаётганда рўпарага эгилиш ўрнига орқага эгилади. Суҳбатдошининг кўзига тик қарамасликка ҳаракат қилади ва ўртача кийинади.

«Аналитик»нинг характерли хусусиятларидан бири, бу майда-чуйдани яхши кўради. «Аналитик»лар сергап, эҳтиёткор ва журъатсиз, жиддий, «чала ривож» ёки ҳазил сезгиси йўқ одамлар бўлиши мумкин.

Меҳмонхона ходимларига секин гапириш, ўз фикрини аниқ ифодалаш, икир-чикирга эътибор бериш, ҳар бир саволга жавоб бериш, «маъқул» ва «қарши» исботини аниқ кўрсатиш, қониққан мижозларни мисол келтириш тавсия этилади. Бундай мижоз билан муомилада бўлишда ҳиссиёт иш бермайди. Бундай мижоз билан «дўстона муносабатга киришиш»га интилманг. Яхшиси, хайрихоҳликдан кўра консерватив кўринган маъқул. «Аналитик» билан аниқ ва сипо бўлиш лозим. У ҳар хил кафолатларни истайди ва қарор қабул қилишда унга хавфсизлигини ҳис этиш муҳимроқ.

Қўлига бериладиган маълумотлар яхши расмийлаштирилган, сўралган маълумотлар аниқ ифодаланган бўлиши лозим. Аналитикларни жойлаштириш учун отел танлаш чоғида жуда кўп отеллар бўйича маълумотлар йиғиб таҳлил этилди. Қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати ходими аналитик билан мулоқотда бўлганида шундай мижозни алдамаслиги муҳимдир. Чунки, у узоқ ва мураккаб танловдан кейин сизнинг отелингизда тўхтаган.

«Энтузиаст» (ташаббускор) – ишчанлиги, жонлилиги, хайрихоҳлиги, хизматга шайлиги билан фарқ қилади. Эркак «энтузиаст» қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати ходими билан учрашувда биринчи бўлиб муносабатга киришади. Аёл «энтузиаст» учрашув чоғида майин табассум қилади, отел ходимига очиқ юз билан қарайди. Меҳмонхона ходими билан мулоқот қилар экан, «энтузиаст» қисқа оралиқни маъқул кўради. У билан сўзлашиш ҳеч қандай мушкуллик туғдирмайди. Сергап ва сўзга чаққон, тез ва қиттиқ ва узоқ гапиради. Икир-чикирлар унга унчалик муҳим эмас.

«Энтузиаст» мулоқот учун кўнгли очиқ бўлгани учун унинг билан ишлаш қулай. «Энтузиаст» тафсилотларга эътиборсиз, муболағага ва суҳбатлашишга мойил ташқи кўринишдан пала-партиш, олдиндан билиб-бўлмайдиган, чидамсиз ва ҳиссиётли бўлиши мумкин. Бироқ бундай типдаги мижозларга кўпинча нереал талабларни бажаришга талаб етарли (мисол учун, отел кўрсатмайдиган хизматларни тақдим этиш). Бу ҳолда бундай мижоз билан баҳслашмаслик керак, аксинча унда хизмат кўрсатишнинг муқобил вариантларига қизиқиш уйғотиш лозим.

Яна шуни таъкидлаш керакки, «энтузиаст» унутувчан, ўзини йиғиб ололмайди, кўпинча қимматли маълумотларни қулоғи ёнидан ўтказиб юборади. Бундай типдаги мижозлар мулоқотни узоқ давом эттиради ва бажарилмаган ишларини ёки муҳим учрашуви борлигини эслаб қолса, суҳбатни кескин узади. Мулоқотни тугатар экан, меҳмонхона ходими мижоз учун зарур маълумотларни пунктлар бўйича ёзиб ўтирмайди ва унга тегишли ахборот материалларини тутқазади.

«Активист» (фаол)ни ишчанлиги ва қатъиятлигига қараб билса бўлади. Ташқи кўринишидан у бошлиқ ёки юқори лавозимдаги одамга ўхшайди ва таассурот қолдиришни яхши кўради. Доимо банд ва ўз вақтини ғоят қадрлайди. Бироз кутиб қолиши ҳам унинг «жаҳлини чиқаради» ва асабийлаштиради.

«Активист» вазиятни ҳам, атрофидаги одамларни ҳам бутунлигича назорат қилишни яхши кўради. «Активист» тез ва қаттиқ гапиради, менежер кўзига тик қарайди. Қабул қилиш жойида жуда ҳам сабрсизлик қилади ва отел қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати суст ишлаётганидан нолиганинолиган.

«Активист» мустақил ва ўзига ишонган, жаҳлдор ва ҳатто қўпол бўлиши мумкин. Ўжар ва баҳо беришда сўзида туриб олади. Агар қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати ходимлари томонидан ишда бирор бир узилиш бўлса, «активист» мижоз отел ходимларини аччиқ сўз билан чақиб-чақиб олишдан тоймайди.

Шунга қарамасдан, «активист»дан қўрқиш керак эмас. Отел ходимлари бундай мижозлар билан хайрихоҳ, вазмин, ишчан, хушмуомилада бўлиши зарур. Ҳеч қаччон «активист»га эътироз билдириш ва унинг билан юзма-юз тўқнашувга бормаслик лозим. Бу мажорали вазиятни келтириб чиқариб, мижозни йўқотишга олиб келиши мумкин.

Активист билан мулоқотда икир-чикирга эътибор бермаслик керак. Фақат зарур ҳолларда айрим нарсалар отел мижози сифатида унга керак эканлигини босиқлик билан тушунтириш лозим. Отелда уни кўришдан хурсанд эканликни, мижоз сифатида унга қимматли хизматлар пакетини тақдим этишдан ходимлар мамнун эканлигини бир оғиз айтишнинг ўзи уни анча шаштини туширади.

Мижозларнинг бошқа типологиясини туризм соҳасидаги таниқли олим, профессор В.А.Квартальнов таклиф қилади. У мижозлар турмуш тарзини таҳлил қилиш асосида юзага келган. Турмуш тарзи мижознинг эҳтиёжи ва хизмат кўрсатишни танлаш мотивлари билан мустаҳкам боғланганлиги учун ушбу топология ҳам қизиқиш уйғотади. Ушбу типология амалда мутахассисга нафақат хулқ тактикасини танлашда, балки мижозни қизиқтирувчи меҳмонхона маҳсулотини тўғри танлашда ёрдам беради ва унинг аниқ эҳтиёжи ва истакларини ифодалайди. Мижознинг қадриятларини тўғри тушунмасдан туриб уни бирор-бир нарсага қизиқтириш амри маҳал. Мижоз меҳмонхонанинг бундай ходимига нисбатан «карлигича» қолаверади.

Проф В.А.Квартальнов мижозларнинг беш типини ажратади ва улар қўйидагилардан иборат:

- ўзида ҳаловат қидиришга муккасидан кетган киши;
- фаол ва мақсад сари интилувчан шахс;
- ишбилармонлик доиралари вакили;
- «кўк ёқалилар» деб аталувчилар;
- анъанавий уйда ўтирувчилар:

Ўзида ҳаловат излашга муккасидан кетган кишилар. Кўпинча бу ёш киши, қизиқ эмас, зерикарли иш билан банд. Шунинг учун у очиқ ҳаводаги фаолият турларини тасаввур қилиб, улардан қониқиш излайди. Овни ва балиқ овини, баскетбол ўйнашни, қимматбаҳо спорт автомобиллари билан шуғулланишни яхши кўриши мумкин. Унинг даромади яхши, аммо харидга келганда бир қарорга келиши қийин кечади. Бу одам ҳаётини узоқ истиқболга мўлжаллаб режалаштирмайди. У телевизорда кўрсатиладиган спорт, саргузашт ва бошқа фаол дастурларнинг доимий томошабини.

Бундай мижозлар билан ишлаш отел ходимлари учун қийин кечади, чунки бундай мижознинг кўнглини топиш анча мушкул. Шу боис унинг учун маъқул келадиган хизмат кўрсатиш вариантини танлаш осонмас. Бундай типдаги мижоз жойлаштириш шартлари ва қўшимча хизматларга жиддий талаблар қўяди.

Аммо тажрибали ходимга бундай мижознинг кўнглини топиш, эҳтиёжини аниқлаш ва уни қондириш учун барча ишни қилиш қийинчилик туғдирмайди. Харид ҳақида қарор қабул қилишга иккиланиш отел ходимига қўшимча устунлик беради, чунки бундай мижоз ташқи томондан таъсирга мойил бўлади.

Фаол ва мақсад сари интилувчан шахс. У бор кучи ва қувватини хизмат бўйича лавозими кўтарилишига йўналтиради, ўз ишига ғоят қизиқади. Бундай мижоз либерал, ҳозирги замон кўзи билан қараганда, ҳаётнинг кўп томонларида ўзига ишонган. У доимо янги ҳиссиётлар излайди, фаол фаолият билан ёнади. Масалан, чангида сайр, яхтада сузиш, хорижга сафар қилиш... Бу одам ҳозирги замон маданияти сўнгги тенденциялари, барча воқеалар, янгиликлардан хабардор бўлиш учун журналларни доимо ўқиб боради. Кўпинча янгиликларни кўриб боради, спорт ва кўнгил очиш дастурларини томоша қилади.

Отеллар учун бундай мижоз жуда қулай, чунки унинг конкрет отелни танлаши мижозни ушбу корхонага ишончи мустаҳкамлиги ва ходимлар хизматидан кўнгли тўқлигини билдиради. Бундай мижоз жуда кўп қўшимча хизматларни истеъмол қилади, бу эса корхона учун қўшимча даромад дегани. Ушбу мижознинг эҳтиёжини олдиндан айтиш осон, бу эса талабини тўлиқ қондиришга ёрдам беради.

Ишчан шахс. Бу мижоз бадавлат, фаол ва мақсад сари интилувчан шахсга нисбатан қиммат дам олиш учун катта имкониятга эга. Аммо узоқ масофага боришни ёқтирмайди, чунки яхшигина уйи ва аҳил-иноқ оиласи бор. Ишбилармонликка доир газета-журналларни ўқийди ва табиат ва сайёҳатлар ҳақидаги кўрсатувларни, қисқа янгиликлар маълумотларини кўриб боради.

Ушбу типдаги мижозлар сайёҳат қилувчи одамлар сегментини ишга доир мақсадларда деб тасаввур қилишади. Улар жойлаштириш ва хизмат кўрсатишга жуда юқори талаблар қўйишади. Ишбилармон одамлар учун бизнес-отеллар, конгресс-отелларнинг бутун бир сегменти шакллантирилган, конференциялар, форумлар, симпозиумлар ва учрашувлар ўтказиш учун барча шароитлар яратилган. Ишбилармон кишилар хизмат кўрсатвчи ходимларга жуда талабчан, хизмат кўрсатишда узилиш ва хатоликларни кечиришмайди. Бироқ сифатли хизмат кўрсатилган ҳолларда ушбу типдаги мижоз у ёки бу отелга жуда садоқатли.

«Кўк ёқалилар» кичик шаҳарларда ёки йирик шаҳарлар чеккаларида яшашади. Оғир иш зарурати ва қатъий аҳлоқ тарафдорлари ва фидойилари.

Чодирда оиласи билан дам олишни энг яхши дам олиш деб ҳисоблайдилар. Улар балиқ овлаш ва овни яхши кўришади. Телевизорда боулинг ёки футбол томоша қилишни маъқул кўришади. Бундай типдаги мижоз дам олиш учун арзон жойлаштириш воситасини танлашга интилади. Туристик ва эконом класс отелларни мақбул билишади. Улар ишлаб топган ва дам олишга сарфлаган ўша маблағлари эвазига максимум қулайлик олишга интилишади. Уларни кўпроқ нарх ва сифат муаммолари нисбати ташвишлантиради.

Анъанавий уйда ўтирувчи. Давр билан ҳамқадам юрилмайди ва эски анъаналарга маҳкум ҳисобланади. Уйда ўтирувчи таваккалчилик билан боғлиқ ҳамма нарсадан қочади, ҳеч қачон кредитга харид қилмайди. Кейинги воқеалар ҳақида асосий ахборот манбаи – телеянгиликлар. Бундай типдаги мижозлар ҳар бир сарфланган пулни санаб боришади. Улар оғиздан кўпик сачратиб отел ходимидан ҳар бир ҳисоб пунктига кетган пулни тушунтириб беришни талаб қилиши мумкин. Шундай меҳмонлар билан ишлаш жуда мураккаб, чунки бундай мижозлар унча катта бўлмаган маблағ сарфлаб, яхшигина тежаб қоладилар, лекин янада сифатлироқ хизмат кўрсатилишини истайдилар. Мажорали вазиятларнинг ва шикоятларнинг кўпи айнан ана шу «уйда ўтирувчилар»дан келиб чиқади.

Яна шуни айтиш керакки, потенциал мижозларни жойлаштириш учун аниқ меҳмонхона танлаш чоғида қуйидаги талаблардан келиб чиқилади:

- хавфсизлик ҳақида ўйлаш,
- маблағни тежаш,
- таклиф этилаётган меҳмонхона маҳсулотларининг янгилиги ва оригиналлиги,
- шинамлиги,
- нуфузи,
- анъаналарга содиқлиги,
- меҳмонхонанинг оммавий эътибор қозонгани.

1. **Хавфсизликни ўйлаш**. Сайёҳат – бу шундай соҳаки, у ёки бу даражада ҳамиша таваккалчилик, ҳаёт ва соғликка таҳдид билан боғлиқ. Отелга жойлаштириш ҳам туристнинг хавфсизлигини тўлиқ кафолатлай олмайди. Меҳмонларни ўғирлик, ҳужум, жароҳат, ҳашорат чақиши,

террорчилик ҳаракатидан 100 % ҳимоя қилишга дунёдаги бирорта отел кафолат беролмайди. Шунинг учун меҳмонлар ишончли ва хавфсиз дам олишлари учун меҳмонхонанинг хавфсизлик хизмати эътибор ва хушёрликни янада ошириши керак.

2. **Маблағни тежаш**. Туристлар бор, дам олиш вақтида тежашни яхши кўришмайди, аммо жойлашиш воситасини танлаганда ва рақобатчилардаги шундай хизматларга нархни таққослаганда улар хиссизликни намоён қилишади. Қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати ёки бронлаштириш хизмати ходимлари потенциал мижоздаги ушбу мойилликни аниқлаши ва бир неча муқобил вариантларни таклиф қилиш имконинг излашлари керак. Акс ҳолда мижозни йўқотишлари мумкин.
3. **Меҳмонхона маҳсулотларининг янгилиги ва оригиналлиги.** Шундай меҳмонлар категорияси мавжудки, улар учун меҳмонхона маҳсулотларининг янгилиги ва оригиналлиги сафарга чиқиш ва у ёки бу отелда жойлашишнинг муҳим мотивдир. Бу мижозлар ҳеч қачон анъанавий жойлаштириш вариантини танламайдилар ва у йилдан бу йил ўша битта отелда жойлашишмайди. Уларни янгилик, замонавий ва юқори технологияли хизмат кўрсатиш жалб қилади, доимий равишда вазиятни ўзгартиришади. Улар ҳозиргина оммавий ахборот воситаларида ялт этиб кўриниб қолган ахборотлардан ўша маҳсулот ва хизматларни яхши иштиёқида ёнишади.
4. **Шинамлик.** Бу нафақат тўлақонли дам олиш учун шароит, балки у ёки бу отелни танлашда асосли ҳаракат ҳамдир. Кўпчилик мижозлар учун бу тип аргумент-ҳаракат асосийлардан бири бўлади. Аммо унга айниқса оқилона иш кўрадиган ва тажрибали, тахлилий ақлга эга мижозлар таъсирчан. Ҳар ҳолда ушбу аргумент-ҳаракатни у ёки бу даражада меҳмонхона барча потенциал истеъмолчилар учун қўллаш фойдалироқдир.
5. **Отелда дам олишнинг нуфузлари.** Отелда янада юқорироқ категорияда жойлашиш мижозни у ёки бу ижтимоий гуруҳга мансублигини акс эттиради. Юқори классдаги отелга жойлашиш – бу ўзини кўрсатиш, бошқалар олдида мақтанишнинг ўзига хос усули, вариантидир. Жуда кўп ҳоллар учрайди, маблағдан қийналган бўлишсада мижозлар янада юқорироқ ижтимоий гуруҳларга яқинроқ бўлиш учунгина нуфузли отелларда дам олишни маъқул кўришади.
6. **Меҳмонхоналарнинг машҳурлиги ва мавқеи.** Ушбу аргумент замирида таҳлид қилиш механизми ётади. Бу механизм одамларни ўзига тортади: қандай қилиб мустақил фикрлаш, ўз қарорини топиш керак? Бу оғир иш, ҳар кимнинг ҳам қўлидан келавермайди, ҳеч ким кўмак ҳам бермайди, фақат ўз ақлига таяниши лозим. Шунинг учун одамлар ялқовликданми, ё соғлом фикр билан ўзининг интеллектуал кучини тежаш учунми, тақлид йўлидан боришади. «Агар ҳамма «ноциональ» отелида жойлашаяпти экан, нима, менинг улардан қаерим кам?».
7. **Анъаналарга содиқлик.** У ёки бу отелга боғланиб қолиш нафақат дид билан, балки кишининг маъқул кўриши, унинг реал жисмоний ва

молиявий имконият билан ҳам боғлиқ бўлиши мумкин. Туристнинг айрим консерва-тизими унинг маълум жойлаштириш вариантига ишқибозлиги билан боғлиқ, шунингдек отел ходимлари учун бу яхшигина кузир бўлиб хизмат қилиши мумкин. Шундай отеллар борки, унга меҳмонлар ўн йиллар давомида кўп марта ташриф буюрадилар. Бундай меҳмонлар учун махсус чегирмалар, дисконт карталар ва бошқалар қўлланилади.

6.3. Меҳмонхона ходимларининг мижозлар билан алоқаси хусусиятлари

Мижоз учун хавфсизлик, барқарорлик, хизматлар тўплами, уларга эришиш осонлиги ва кўрсатиш тезкорлиги, ходимларнинг хулқ маданияти муҳим моментлар ҳисобланади. Меҳмонхона ва ресторан нафақат тунаш жойи ва овқат тайёрлаш цехи, балки «уйдан олисдаги уй» ҳам бўлиши керак, қайсики у ерда шинамлик ва осудалик кутади. Меҳмон ҳис этиши лозим: у хизматлар тиламчиси эмас, ҳолатнинг хўжайини. Меҳмондўстлик – хизмат кўрсатишнинг махфий қуроли.

Меҳмондўстлик индустриясида инсон омили етакчи рол ўйнайди ва у корхонанинг муҳим ресурси ҳисобланади. Хизмат кўсратиш вақтида ходим ва мижоз ўртасида ўзаро муносабатларни белгилайди. Истеъмолчи билан алоқада бўладиган ходимни ва тайёрлаш чоғида асосий талаб ва эътибор ишчан мулоқот технологиясини касбий эгаллаганликка қаратилади. Бунда, шунингдек ижтимоий психология, этика, ишчанлик этикасини ўрганишда кенг фойдаланиладиган ишбилармонлик ўйинлари ва тестлар меҳмонхона ресторан ходимларини тайёрлашга қаратилиши керак. Бу ерда «хизмат кўрсатиш маданияти» тушунчасига тўхталиб ўтиш даркор. Сервис маданияти деганда ахлоқий билимлар, принциплар, мижозларга хизмат кўрсатиш чоғида сервис ходимлари фаолиятида намоён бўладиган хулқий кўникмалар тушунилади. Хизмат кўрсатиш маданияти ишлаб чиқилган маълум қоидалар, юмушлар, амалий кўникма ва уқувлар асосида мижозларга хизмат кўрсатишга қаратилган.

Бугунги кунда хизмат кўрсатиш маданиятини хушмуомилалик (хулқ этикаси) жамланмаси сифатида тушунилади. Бироқ ушбу тушунчани кенгроқ маънода унинг элементларида намоён бўладиган барча кўринишда қараб чиқиш зарур. Хизмат кўрсатиш маданиятининг асосий шартлари қуйидагилар ҳисобланади:

- хизмат кўрсатишда хавфсизлик ва экологик ҳолат;
- интерьер эстетикаси ва хизмат кўрсатишда шинам шароит яратиш;
- хизмат кўрсатиш жараёнларида ва шахснинг психологик хусусиятларини билиш;
- ходимларнинг хизмат кўрсатиш этик нормаларига риоя этиши ва билиши;
- меҳмонларга хизмат кўрсатиш навбатлиги ва белгиланган тартибларга, қоидаларга риоя этиш ва билиш;

- хизмат кўрсатиш учун зарур ускуналар ва жиҳозларнинг етарли миқдорда мавжудлиги.

Сервис маданиятининг бир неча аспектлари – психологик, эстетик, этик ва ташкилий-технологик томонлари ажратилади.

Сервиснинг психологик маданияти – психологик билимлар, кўникмалар ва сервис ходимларини мижозларнинг индивидуал-психологик хусусиятларини ҳисобга олиш учун касбий маҳорати ривожланганлик даражаси. Бу мижозларга яхшироқ хизмат кўрсатиш тактикасини ишлаб чиқиш мақсадида қўлланилади. Меҳмонхона сервиси контакт зонаси ходимига ўзининг температураменти типини аниқлаб олиш зарур бўлади.

Сангвиник – ходим мижозларга мувоффақиятли хизмат кўрсатади, аммо унга бир хилдаги завқсиз операцияларни бажариш қийин, зерикарли.

Холерик – ходим кўп сонли мижозларга хизмат кўрсатишда бебаҳо, аммо ўзини тутиши ёмон, айниқса таранг ва ихтилофли вазиятларда.

Флегматик – ходим босиқ, вазмин, бироқ жадал суръатда ишлай олмайди, бу эса мижозларнинг норозилигига сабаб бўлади.

Меланхолик – ходим хозиржавоб, яхшилик истовчи, ихтилофга бориб қолмасликдан қочишга интилади, бироқ суст ва тез хафа бўлувчи.

Меҳмонхона алоқа контакт хизмати ходимлари гуё меҳмонлар хулқини четдан кузатади. Буюртмани бажаришда кетма-кетлигига амал қилишни билишади, бу уларга мижозларга фаол таъсир ўтказишга ва хизмат кўрсатишнинг яхшироқ психологик тактикасини қўллашга имкон беради. Унга уч босқич хосдир.

Биринчи босқичда мижоз диққатини тортиш зарур, унда таклиф этилаётган хизматга қизиқиш ўйғотмоқ керак. Алоқа зонаси ходимининг иккинчи босқичдаги вазифаси мижозни хизматлардан фойдаланиш ҳақидаги қарорини моҳирона раҳбатлантириш ҳисобланади. Учинчи босқич – меҳмонхона хизматларини расмийлаштириш жараёнини якунлаш. Ҳужжатларни узил-кесил расмийлаштириш чоғида мижозни ушлаб турмаслик лозим.

Сервис этик маданияти дейилганда этик билимлар, ахлоқий принциплар, хулқий кўникмалар даражаси тушунилади. Бу ҳислатлар мижозларга хизмат кўрсатиш пайтида сервис ходимлари фаолиятида намоён бўлиши зарур.

Сервис эстетик маданияти – бу мижозларга хизмат кўрсатиш бўйича фаолият жараёнида сервис ходимлари томонидан фойдаланадиган эстетик қадриятлар ва тараққий этганлик даражаси. Бу ерга техник эстетика ва умумий фойдаланишдаги ўринлар дизайни, номер фонди; рекламали, пиктографик ва ахборот эълонлар, меҳмонхона биноси ички кўрсаткичлари, шунингдек унинг территориясидаги кўрсаткичлар: хизмат бинолари ташқи жиҳозланиши ва хизмат кўрсатувчи ходимлар иш жойлари; меҳмонхона ходимлари ташқи кўринишлари киради.

Сервис ташкилий-технологик маданияти дейилганда мижозларга хизмат кўрсатиш жараёнларининг ташкил этилиши тушунилади. Номерда хизмат кўрсатиш меҳмоннавозлик муҳитининг умумий қисми ҳисобланади.

У номерни синчиклаб йиғиштириш, номерда ичимлик ва овқатланиш хизмати кўрсатиш, кийимлар ва пойафзални тозалаш, яшовчиларни уйғотиш, мижозга унинг корреспонденцияларини келтириб бериш ва ҳ.к.дан иборат.

Энди қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати мисолида меҳмонхона алоқа хизмати ходимларининг кўпроқ кенг тарқалган муносабат вариантларини кўриб чиқамиз. Ташриф буюрувчилар билан айнан ана шу хизмат ходимлари биринчи бўлиб алоқага киришади. Қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати ходимлари кўпроқ меҳмонхона меҳмонлари билан қалин алоқага эга ва қуйидаги сифатларга эга бўлишлари зарур:

- хулқнинг касбий хислатига;
- мақбул келадиган шахсий самимият сифатига;
- алоқага шайлик;
- меҳмондўст муносабатга;
- ташқи яхши кўриниш: кийим, соч турмаги;
- эътиборлилик, хайрихоҳлик, интилувчанлик.

Қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати ходимига меҳмонларни қабул қилиш ва номерларни сотишда оддий **элементар** қоидаларга риоя этиш талаби қўйдагилардан иборат:

- табассум қилиш.
- нигоҳ алоқаси ўрнатиш ва кузатиб туриш.
- иложи борича меҳмоннинг исми шарифини айтиш.
- ишчан, ўзининг ишини биладиган, самимий ва хушмуомила бўлиш.
- яхши номерга жойлашишни таклиф қилинг ва уни сотишга ҳаракат қилиш.
- аниқ, чиройли ёзиш.
- ташқи кўринишга доимо эътиборли бўлиш.
- барча ваъда қилинганларни бажариш.

Номерни танлашни таклиф қилиш – сотиш ва меҳмонни жойлаштириш жараёнининг асосий калитдир. Бу жараён фикрлашни, режалаштиришни ва тажрибани талаб қилади. Меҳмонларда кўнгилли таассурот қолдириш учун навбатчи маъмур маҳсулотни икир-чикиригача билиши ва уни ижобий тасвирлаш қобилиятига эга бўлиши лозим. Меҳмон эҳтимол унга бронлаштириш карточкаси маълумотларидан маълум яшаш шароитлари уни қониқтиришига шаъма қилиши мумкин.

Номер (хона)ўз тарифи билан бир қаторда меҳмонлар учун бошқа афзалликларни ҳам ёдда тутиш керак.

Ҳар бир номерни танлашда тасвирлашдан кейин меҳмонга агар маъқул бўлмаса бошқа номерни танлаши мумкинлиги айтиб қўйилса мақбўл бўлади. Айрим меҳмонхоналар кўпинча ўз сиёсатига кўра ташриф буюрувчи меҳмонларга биттадан кўп номерни таклиф қилади, ва қайси маъқулроқ эканлигини сўрайди.

Меҳмон ўзига маъқул номерни танлагандан кейин ундан анкета ёки қайд қилиш карточкасини тўлдириш сўралади. Навбатчи маъмур меҳмон

номер танлаганини маъқуллаб, қайд этиб қўйиши мумкин. Регистрациядан сўнг маъмур меҳмонни меҳмонхонадаги нархлар ва мавжуд қулайликлар билан таништириши мумкин. Меҳмонларга одатда бундай маълумотлар ёқади.

Меҳмон ҳали регистрация жойидан кетмасидан олдин маъмур ўз меҳмонхоналарини танлагани учун унга миннатдорчилик билдиради, унинг келишидан мамнунлигини изҳор этади. Айрим меҳмонхоналар меҳмон жойлашгандан кейин дарҳол қўнғироқ қилиб, шароит маъқул бўлган-бўлмаганини шахсан сўраб қўйишади.

Ҳамма маъмурлар келган меҳмонлар билан бўш номерлар йўқлигини муҳокама қилишганда қатиятли ва сабр-бардошли бўлишлари лозим. Бу борада қуйидаги баъзи фойдали тавсиялар ҳам тақдим этилади:

- меҳмонларни бир неча кундан кейин яна жой бўшаган зоҳати келишга таклиф қилиши керак. Улар қайтганда VIP сифатида жойлаштириш ва ноқулайлик учун компенсация сифатида кичикроқ совға тақдим этиш маъқул;
- брони бор, аммо жойлаштирилмаган меҳмонларга ноқулайлик туғдирилгани учун узр сўраб хат ва келажакда меҳмонхонага қайтиш учун таклифнома жўнатиш;
- агар оммавий келиш иштирокчилари жойлаштирилган бўлмаса, гуруҳий келиш ташкилотчиларига хабар қилиш зарур; у муаммони ҳал этиши мумкин. Мисол учун иштирокчилардан икки киши бўлиб сал қисилиброқ жойлашиш сўралади. Бундай ҳолда навбатчи маъмурнинг оммавий келиш ташкилотчилари билан хизмат юзасидан яхши муносабатда бўлиши талаб этилади;
- агар тур гуруҳ аъзоси жойлаштирлмай қолса, дархол тур ташкилотчисига хабар берилиб, вазият тушунтирилади, мижознинг ҳар қандай шикоятини кўриб чиқиш имкони тур ташкилотчисига берилиши ҳам мумкин.

Меҳмонга рад жавобини беришдан бошқа вариант бўлмаса, унга буни алоҳида кабинетда тушунтириш лозим бўлади. Жойлаштирилаётганлар кўз ўнгида унга рад жавоби бериш ноқулай ва одобсизлик саналади. Шундай вазиятларда – меҳмонхонада жой бўлганда қабул қилиш ва жойлаштириш хизматида яқиндаги шундай меҳмонхоналарнинг телефонлари бўлиши ва мижозга тавсия этилиши мумкин. Буларнинг ҳаммасини хушмуомилалик, босиқлик билан қилиш керакки, келажакда меҳмонлар меҳмонхонадан юз ўгириб кетишмасин. Келувчилар учун меҳмондўстлик муҳитини яратишда мижозлар учун қўшимча ғамхўрликлар, ҳозиржавобликларни кўрсатиш муҳим рол ўйнайди.

6.4. Меҳмонхоналарда низоли вазиятлар ва уларни бартараф этиш усуллари

Меҳмонхоналарда низоли вазиятлар тез-тез бўлиб туради. Меҳмонхона хизматлари кўрсатиш психологиясида «қийин меҳмонлар» тоифаси алоҳида ажратилади, қайсиким уларнинг кўпчилиги қизиққонлиги билан низоли вазиятларни келтириб чиқаради. Меҳмонхонада дам олиш психологик шартлари дам олишнинг қолган барча шароитларига якун чиқаради, гуё у тўлиқ характер кўринишини беради.

Психологик шартларни инкор этиш меҳмонхонада дам олишни ташкил этишда катта қийинчиликларни юзага келтиради. Баъзан меҳмонхона ходимлари душманлик кайфиятидаги психологик таъсирга дуч келишади. Меҳмонларнинг тажаввузкорлиги баъзи ҳолатда меҳмонхона ходимларини ҳам шундай жавоб беришга мажбур қилади ёки уларни ожиз қилиб қўяди.

Психологлар тажаввузкор кайфиятдаги ташриф буюрувчилар – қийин меҳмонлар ижро этадиган ролни шундай ажратадилар: рақобатчи, баланд димоғдор, миссионер, зиддиятчи, аниқловчи ва хушчақчақ. Бундай меҳмонлар нафақат бошқаларнинг дам олишини бузади, балки жиддий жанжалларга «хамиртуриш» бўладиларки, бу меҳмонхона бошига кўплаб нохуш, кўнгилсиз муаммоларни келтириб чиқаради.

Меҳмонхона ходимларининг таъкидлашларича, рақобатчини унга таклиф қилинган номер, хизматлар ва бошқалар қониқтирмайди, дархол у номерни алмаштиришни талаб қилади. Бундай хилдаги меҳмон билан ишлаш ходимга етарли қийинчилик туғдиради. Бунга ўхшаш низони бартараф этиш учун меҳмонхона ходимларига жуда кўп тер тўкишга тўғри келади.

Ушбу вазият кўпинча шу билан тугайдики, отел мижозга худди шундай нарсаларни ё алмаштириб беради, ё кўрсатилган хизматлар сифати мижозни қониқтирмагани учун пул компенсациясини тўлаб қутилади.

Бироқ ҳамиша ҳам бундай низоларнинг таг-замини пуч бўлавермайди. Кўпчилик меҳмонхоналар мижозни йўқотади ва тўланмаган номер, кўрсатилмаган хизматлар туфайли маълум зарар кўрадилар. Бунга сабаб – меҳмонхона хизматлари сифати ва унда хизмат кўрсатишнинг аниқ мезонлари йўқлигидир. Мижозга хизмат сифатли ва меҳмон барча талабларига мувофиқ келишини исботлаш жуда мушкул.

Баланддимоғдор доимо ташаббусни қўлга олади ва суҳбатдошини – бошқа меҳмон ёки меҳмонхона ходимини оғиз очирмай қўяди. Баланддимоғдор киши ўта ўжар ва узундан узун нутққа мойил бўлади. Унинг истаги доимий равишда ўз «мен»лигини намойиш қилишдир. Бундай меҳмонни ўз жойига яхшилаб ўтқазиб қўйиш зарур бўлади. Акс ҳолда у нафақат ўзининг қимматли вақтни олади, балки меҳмонхонадаги бошқа яшовчиларнинг ҳам дам олишини бузади.

Баланддимоғдор кишилар «ўз сўзини ўтказиш»дан фойдаланиб жамоавий хулқни шакллантиришга сезиларли таъсир ўтказишга қобил. Меҳмонхона ишлари амалиётида бундай мисоллар кўп бўлиб, туристик гуруҳ

лидери гуруҳ барча аъзоларини меҳмонхонада кўрсатилаётган хизматлар сифатсиз деб гиж-гижлайди. Оқибатда юқори категориядаги отелда ажойиб дам олиш ҳар куни тақдим этилаётган хизматлар сифати борасида низоли муносабатни келтириб чиқариб, уни муҳокама қилиш билан ўтади. Бу ҳолда иғвогар лидерни жиловлаб қўйиш ва унинг билан жиддий суҳбат ўтказиш керак бўлади.

Миссионер меҳмонхона ходимларига ўргатишни яхши кўради, чунки у кўпгина ғоя ва фикрларга эгаман деб ҳисоблайди. Одатда у жиддий ва димоғдор кўринишида ўз билимлари ва тажрибасини пеш қилади. Бундай типдаги мижоз билан муносабатни йўлга қўйиш жуда осон. Бунинг учун меҳмонни миқ эттирмай қўядиган касбий бир-икки сўз кифоядир. Вужудга келган вазият ёки қўйилган масалага жавоб тополмай қолган миссионер мулоқотдан қочиб жўнаб қолишни маъқул кўради.

Зиддиятчи ҳар қандай таклифга эътироз билдиради. Унинг тажовузкорлиги босиқликда ифодаланиши ва мантиқан асосли туюлиши (рационал зиддиятчи), ёки дўқ-пўписали бўлиши (қўрқитувчи зиддиятчи) мумкин. Рационал зиддиятчи кўпинча меҳмонхона ходимларига уларнинг ваколати доирасига кирмайдиган қийин саволлар бераяпти деб даъво қилади. Қўрқитувчи зиддиятчи барча таклифларни инкор этиб, ишнинг изоҳига дахлдор бўлмаган фикрларни билдиради, буни тегишли қўл ҳаракатлари билан мустаҳкамлайди.

Бундай меҳмонлар билан ишлаш жуда мураккабдир. Юзага келган вазиятда меҳмонхона ходими томонларни муросага келтирадиган келишувга эришиши зарур ва зиддиятчини қониқтирадиган таклифларни ишлаб чиқиши керак. Зиддиятчи – мижоз билан биргаликда юзага келган муаммоларни бартараф этиш учун бир неча вариантларни ишлаб чиқиш қизиқарли усуллардан ҳисобланади. Бунда зиддиятчи қарор ишлаб чиқиш жараёнида бевосита иштирок этиши керак. Мижозга вазиятни унинг ўзи таҳлил қилгани, унга мос келадиган қарорни ўзи ишлаб чиққани ва қабул қилганини айтиш муҳимдир. Бу мижозни тинчлантиришга, шаштидан тушиб икки томонга ҳам қулай қарор қабул қилинишига имкон беради.

Аниқловчи розилик керак масалада рози бўлиш иложи йўқлигини қатъият билдиради. Меҳмонхона ходимининг ҳар қандай саволига: «нималигига қараш…», «қандайлигига қараш…», «вазиятга боғлиқ…» деб тумтароқ жавоб беради. Бундай меҳмон ҳам кўпинча меҳмонхона ходимининг асабига тегади, қўполлик қилади, жанжал чиқариб, асабийликка сабаб бўлади. Бу эса бир томондан меҳмонхона сервиси даражасини обрўсизлантиришга, бошқа томондан эса ундаги бошқа меҳмонларнинг дам олишини бўзилишига мажбур қилади.

Хушчақчақ ҳамма нарсада ҳазилкашликка, ўз ўткирлигига баҳона топади, бунинг устига бу ўткирлик унда кутилмаганда «Бизда шундай бўлганди» ёки «Бу мавзуда шундай латифа бор» қабилида пайдо бўлади. Аммо хушчақчақликнинг ҳазилкашлиги замирида кўпинча камситиш мақсади ётади, ҳатто бошқа меҳмонларни ва меҳмонхона ходимларини ҳақоратлашдан ҳам тоймайди. Бундай меҳмон билан алоқани минимумга

тушириш керак. Ушбу тип вакиллари билан мулоқотга эса жиддий ва лўнда тус бериш лозим.

Ушбу типологияни кенгайтириш мумкин, чунки у меҳмонхона сервисининг барча амалиётини қамраб ололмайди. Бундан ташқари, таништирилган типология юқорида берилганга зид келмайди («хушфеъл», «таҳлилчи», «энтузаист», «активист»). Гап шундаки, турли шароитларда бўлганда, киши ўзини турлича намоён этади. Ушбу классификациялар эса шартли бўлиб, бу кишининг психологик қиёфасини ёрқин очиб беришга кўмаклашади. Кейинги классификацияга келадиган бўлсак, у тажаввузкорона кайфиятдаги меҳмоннинг хулқ-атворини, типини ўз вақтида англаш имконини беради ва меҳмонхонада бузилган дам олиш муҳитини тиклаш бўйича тегишли чоралар кўришга имконият яратади.

Кейинги пайтларда Ҳамдўстлик мамлакатлари меҳмонхоналар хизмати бозорида шикоятлар сонининг ўсиб бориши кўзда тутилмоқда. Бу эса қатор омиллар билан боғланган. Биринчидан, меҳмонлар меҳмонхона корхонаси бурчлари ва ўз ҳуқуқларидан яхшироқ хабардор бўлишмоқда, улар ўз ҳуқуқларини талаб қилишга мойилдирлар. Иккинчидан, меҳмонхоналар хизматларига ўсиб бораётган талаблар бозорга тажрибаси камроқ, ресурслар билан камроқ таъминланган янги меҳмонхоналарнинг кириб келишига имкон бераяпти.

Эътирозларнинг сезиларли қисми рекламаларнинг ишончли эмаслиги, шартнома ҳужжатларини тайёрлашнинг заифлиги ва уни расмийлаштиришда эҳтиётсизлик, кўрсатиладиган хизматларни шартномада айтилганларга, сифатига номувофиқлигидан пайдо бўлади. Кўпинча турист анчайин нимани сотиб олаётганини унчалик тасаввур ҳам қилмайди. Меҳмонхона ходимлари эса мижоз томонидан ҳақ тўланадиган меҳмонхона хизматлари комплексини бажаришда ўз бурчини етарли равишда шакллантириб ололмайди.

Меҳмонхона ишларида барча шикоятларни шартли равишда тўртта тоифа (категория)га бўлиш мумкин:

1. Меҳмонхона хизматларининг бажарилмаслиги ёки кўнгилдагидек бўлмаслиги. Меҳмонхона бўйича кўпчилик шикоятлар айнан ана шу категорияга киради. Фарқи шундаки, туристларни у ерга юборган турфирмаларнинг меҳмонхона ҳақида айтганлари, ваъда қилганлари бошқаю, туристнинг амалда кўргани ва олганлари бошқа, унчалик сезилмасликдан тўлиқ номақбул ўзгартиришгача боради. Бундай шикоятларга сабаблар етарлича, улардан энг кўп тарқалгани қуйидагилар:
    - ваъда қилинганидан паст категорияли меҳмонхона тақдим этилган (ёки имкониятлари кам сон билан);
    - қўшимча хизматлар бекор қилингани;
    - дам олишга бирор бир шароитнинг йўқлиги, масалан, номерда иссиқ сув ва ҳ.к.
2. Хизмат кўрсатиш шартлари ўзгаргариши ҳақида меҳмонлар ўз вақтида хабардор қилинган. Меҳмонхона хизматлари тақдим этиш ҳақидаги шартномада айрим ўзгаришларга йўл қўйилган. Мисол учун,

меҳмонхона корхонасини тенг нархдагисига алмаштириш, яъни ўша классдагисига, ушбу дамда мижоз истаган меҳмонхонада шароит имкони йўқ. Лекин бошқа меҳмонхонга ўтиш учун мижоз рози бўлиши лозим. Агар хизмат кўрсатиш паст классдагига алмаштирилса, турфирма ёки отел нархдаги фарқни тўлашга мажбур.

3. Меҳмонхона маҳсулоти ҳақида ноаниқ ёки ишончли бўлмаган маълумот. Меҳмонхона ҳамма вақт ҳам меҳмонларга ўзига юкланган хизмат кўрсатишни виждонан бажаравермайди. Меҳмонхона ва унинг хизматлари ҳақида меҳмонларга зарур маълумотларни бермайди, баъзан уларнинг бирор бир хусусияти ҳақида лом-лим демайди. Бу эса туристларнинг дам олиш ўрнига қўшимча молиявий сарф-харажатлар қилишига у ёки бу хизматлардан фойдаланиш имкониятларини йўққа чиқаришга олиб келади.
4. Истеъмолчи ҳуқуқини паймол этувчи шартномани тузиш ва имзолаш. Меҳмонхона хизматларини сотиб олишда тузиладиган шартнома – бу меҳмонхона ва меҳмон ўртасидаги битимдир. Унда қонунчилик ҳужжатларида кўрсатилган шартлар, меҳмонхонанинг мижоз олдидаги масъулияти аниқ ифодасини топиши зарур. Чунки кўп ҳолларда ўзгартиришлар меҳмонхона айби билан рўй бермайди. Шундай қилиб, асосий эътиборни меҳмонларнинг шикоятларини кўриб чиқишга қаратиш зарур. Ҳатто энг кутилмаган шикоят ҳам эътиборсиз қолмаслиги керак. Чунки мижозларга хизмат кўрсатиш Халқаро ассоциациянинг АҚШда ўтказган тадқиқотларига кўра, 91 % норози мижозлар ушбу меҳмонхона хизматидан ҳеч қачон бошқа фойдаланишмайди. Агар эътирозлари қаноатлантирилса, яна 50-70 мижоз меҳмонхона хизматларидан фойдаланади. Агар улар дарҳол қаноатлантирилса бу рақам 95 % га ошади.

Шундай қилиб, шикоятларни кўриб чиқишда бир нечта энг оддий қоидаларга риоя этиш зарур бўлади:

- меҳмонни диққат-эътибор билан тинглаш шарт;
- иложи борича норози меҳмонни бошқалар эътирозини эшитмаслик учун ажратиб қўйиш керак;
- меҳмонни тез-тез исми шарифи билан атанг. Психологларнинг таъкидлашича, ўз исми инсон учун бош қадриятлардан бири;
- агар меҳмон жаҳлга минган бўлса, ходим номерга ёлғиз кирмаслиги лозим;
- меҳмонхона ходими унинг ваколатига кирмайдиган ваъдани бериши керак эмас;
- меҳмонни тинглаб бўлгач, айтилган фикрларни ёзиб қўйиш зарур. Асосий далилларни қайд эта туриб, ходим уларни ҳал этиши мумкин, ё муаммони ҳал этишга ким ёрдам бериши мумкинлигини билади, шунингдек хизмат кўрсатганда меҳмон унинг эътибор бераётгани, хушмуомилалигини ҳис этиб туриши керак;

- ходимлар илтимосни бажариш вақтида аниқ белгиланиши ва бу ҳақда меҳмонга хабар бериши керак;
- муаммони ҳал этиш ҳақида талабномани қабул қилган киши хабар қилади;
- муаммони ҳал этиш кимгадир топширилган бўлса, бажарилиши албатта, кузатиб борилади;
- агар муаммо ҳал этилмай қолса, буни ходим иложи борича эртароқ тан олиши керак;
- жамоада мунтазам роль ўйинлари ўтказилиб турилиши лозим, уларда эҳтимол тутилган низоли вазиятларни бартараф этиш йўллари машқ қилинади;
- барча шикоятлар тегишли журналда қайд этилади.

Меҳмонхона хизматлари сифатига мижозлар томонидан кўпроқ билдириладиган асосли шикоятларга мисоллар келтирамиз. Ушбу вазиятлар уларни ҳал этиш вариантлари имконсизлиги билан келтирилади. Кўрсатилган вазиятларни ҳал этиш вариантларини талабаларга амалий ва семинар машғулотларда мустақил топиш таклиф этилади.

1-мисол. Туристлар гуруҳи «тўрт юлдуз» даражасидаги Болгария отеллардиан бирига келишди. Регистрация жараёнида маълум бўладики, отел қаватларидан бирида канализация тизими алмаштирилаяпти экан. Турфирманинг меҳмонхона билан тузган шартномасига кўра ваъда қилинган икки ўринли номер ўрнига меҳмонларни уч ўринли номерларга жойлашиши таклиф қилинади.

2-мисол. Анталия (Туркия)даги меҳмонхоналардан бирида меҳмонхона раҳбарлари россиялик туристлар гуруҳини дам олишнинг тугашига бир неча кун қолганда уларни меҳмонхонадан чиқариб юборади. Улар буни ўтган дам олиш кунларида рус туристлари ўзларини номуносиб тутишгани билан изоҳлашади. Эртаси куниёқ Россиялик туристлар эгаллаган номерларга немис туристлари гуруҳи жойлаштирилади.

3-мисол. Афина (Греция)даги меҳмонхоналардан бирида номерга янги автомат қўл қуритиш ускунаси осиб қўйилди. Франциялик турист янги техника ишлаш принципини билишга кўп марта ўриниб кўрди ва оқибатда уни синдириб қўйди. Муҳандислик-техник хизмат вакиллари чақирилди ва аниқлаб турист ва қават бўйича навбатчига аппаратни таъмирлаб бўлмаслигини айтишди. Отел маъмурияти келтирилган зарар учун туристдан $ 1200 миқдорида тўлов талаб қилди.

4-мисол. Канадалик турист кампир номерга нонушта келтиришни буюрди. Официант беш минутдан кейин номерга тўйимли ва иссиқгина нонушта келтирди. Аёл афициантга чой пули бериб, нонушта қилишга тайёрланди. Бироқ официант меҳмондан нонушта учун нақд пул тўлашни талаб қилди. Меҳмоннинг нақд пули йўқ эди, у тўловни пластик карта ёрдамида тўлашни таклиф қилди. Официант вужудга келган муаммони 10 минут давомида ҳал этишга ўринди. Натижада маълум бўлдики, тўловни

нақд пулсиз ҳам амалга оширса бўларкан. Муаммо ҳал этилгандай. Аммо аёлнинг кайфияти бузилди, унга келтирилган нонушта эса совуб қолди.

5-мисол. Оилали жўфтлик турист боласи билан «5 юлдуз» отелида жойлашиши учун Туркияга йўлланма сотиб олди. Жойлаштириш чоғида қабул қилиш хизмати ходими уларга худди шундай номерга, лекин отелнинг бошқа қанотига жойлашишлари кераклигини айтди. Эр-хотин бронлаштирган номерни бошқа оила банд қилган экан. Ҳеч нарсадан хабари йўқ эр-хотинлар таклифга рози бўлишади. Бироқ кейин аниқланишича, улар денгиз кўриниб турадиган номер ўрнига ташқарига чиқиладиган эшик ёнида рўпарада отел янги биноси қурилаётган номерга эга бўлишибди. Эр-хотинлар 10 кун давомида дам олишда денгиз кўринишидан эмас, қурилиш материаллари, техника шавқин-сурони, чанг-тўзондан «ҳузурланишди».

Кўпгина низоли вазиятлар ва туристлар эътирозлари халқаро амалиётда Франкфурт жадвали деб аталган жадвал ёрдамида ҳал қилинади.

Кейинги йилларда туристлар шикоятлари сонининг кўпайиши ва уларнинг мазмуни таҳлил этилиши муносабати билан туристик ва меҳмонхона бизнесида янги тушунча – «**туристик рэкет**» пайдо бўлди. Мижозлар норозилиги учун ҳуқуқий асослар бор ёки йўқлигига қараб, уларнинг сабаблари турлича бўлиши мумкин:

- жойлаштириш корхонаси фаолиятида ҳеч қандай қоида бузилиши бўлмаган, аммо туристларнинг дам олишдан кутганлари оқланмади;
- хизматлар кўрсатишда қоида бузилиши меҳмонхонага хизматлар етказиб берувчилар томонидан содир этилди;
- меҳмонхона фаолиятида шартномада кўзда тутилгандан бирор-бир чекиниш бўлган (меҳмонхонани ёки номерни алмаштириш, экскурсион хизмат кўрсатиш барбод бўлиши, овқатланиш тақдим этилмагани ва ҳ.к.);
- меҳмонхона фаолиятида ҳақиқатдан ҳам жиддий бузилишлар бор, қайсиким у бунинг учун мижозлар олдида жавобгар, бироқ унга билдирилган эътирозлар ва талаблар анча ошириб юборилган;
- бузилиш меҳмоннинг ўзининг эҳтиётсизлиги ёки мақсадлиги оқибатида рўй берган;
- дам олиш омадли кечганига қарамай, меҳмон қилган барча харажатларини қоплаш учун «хийла» ишлатишга қарор қилди.

Бундай вазиятлар ривожи ҳамиша турлича кечади, у бир қатор омилларга боғлиқ:

- низони ҳал этиш давомида меҳмонхонанинг ўзи ва унинг ходимлари хулқи;
- мижоз – эътироз билдирувчининг ижтимоий мавқеи;
- мижозларнинг шикоятларини кўриб чиқиш билан шуғулланувчи органлар;
- меҳмонларнинг меҳмонхонага талаблари (уларнинг асосланганлиги, ақлга сиғиши, зарарни исботловчи далил мавжудлиги ва ҳ.к.).

Кўпчилик меҳмонхоналар бундай холлардан ҳимояланиш иложини тополмай жанжаллар, эътирозлар ва судга даъволарни бартараф этиш учун катта молиявий зарар кўрадилар. Бундай «рэкестирларда» отеллардан таъмагирлик билан тавон ундириб олишга қаратилган бутун воситалар пайдо бўлган. Аммо туристик ва меҳмонхона бизнеси профессионаллари томонидан психологик портрет ишлаб чиқилган, унга асосан йўлланма сотиш бўйича менежер, қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати бўлажак жанжалчини ҳали ҳужжатларини расмийлаштириш чоғидаёқ аниқлаб олиши қийин эмас. Шу тариқа низо чиқишига сабаб бўлувчи барча ҳоллар олдиндан кўзда тутилади.

Ҳар қандай ҳолатда ҳам сафар чоғида пайдо бўладиган англашилмовчиликларни жойида ҳал этишга уринган маъқул. Бунинг учун меҳмон муаммони дархол ҳал этиш ваколати ва имкониятига эга меҳмонхона ходимига мурожаат қилиши лозим. Агар бунинг иложи бўлмаса, унда меҳмон ўз ҳуқуқи паймол этилганини қайд этиб қўйиши, эътирозни тегишли тарзда расмийлаштириши керак:

- эътироз икки нусхада расмийлаштирилиши зарур;
- рўй берган ҳолатни бўрттирмаслик керак;
- аввало, ваъда қилинган ва тўланганни кўрсатиш, кейин реал тақдим этилганни айтиш керак;
- ўз бурчини қўпол бузган ёки виждонан бажармаган хизматчиларни, шунингдек вужудга келган муаммони бартараф этишга ёрдам беришга уринган ходимларни кўрсатиш даркор;
- эътирозга унинг ҳақлигини тасдиқловчи ҳужжат нусхаси тиркалади;
- моддий ҳужжатларни санаш зарур;
- якунида меҳмонхона аҳволни қандай тузатиши ва шикоятни қаноатлантириши мумкинлиги вариантлари таклиф қилиниши лозим.

Истеъмолчи хизмат кўрсатилишида аниқланган камчиликларни истеъмолчи ҳуқуқларини ҳимоя қилиш қонунчилигига асосан кўрсатиб, ўзи танлагани бўйича талаб қилишга ҳақли: кўрсатилган хизматлардаги камчиликларни ҳақ тўланмаган ҳолда тузатиш; ишларнинг қайта бажарилиши; шартномани ва зарарни тўлашни бекор қилиш; моддий зарар учун компенцация; хизматдаги камчиликларни тузатиш бўйича харажатларни қоплаш.

Эътироз меҳмонхонага тақдим этилади ва кирувчи ҳужжатлари журналида қайд этилади (ёки тилхат бўйича масъул шахсга топширилади). Агар белгиланган муддат (эътироз олингандан кейин 10 кун ичида)да меҳмон ўзини қониқтирувчи жавоб ололмаса ёки олган жавобдан қониқмаса у ваколатли давлат органлари ёки судга мурожаат қилиши мумкин.

Суд низо ва баҳсларни ҳал этувчи сўнгги чорасидир. Суд жараёнини юргизиш кўп вақт ва ҳуқуқий ёрдам олишга анча маблағ талаб қилади. Судгача отелга эътирозни билдириш шарт ҳисобланади, чунки бусиз судга даъво аризаси киритиш уни қабул қилишни рад этилиши ёки қўрилмай қолишига олиб келади.

Ҳуқуқий амалиёт гувоҳлик берадики, туризм ва меҳмонхона ишлари соҳасида вужудга келадиган кўпчилик низолар ва баҳсларни судгача бартараф этиш ярашув битими шаклида амалга оширилади. Томонлар қабул қилинган қарорга рози бўлишмаса ва судга мурожаат қилишса, жабрланувчи томон суди бари-бир бўлади, судгача муросага келтириш талаб ҳажми ва характерини аниқлашга қаратилган. Шунингдек судга жўнатиладиган даъвони исботловчи далиллар текшириб чиқилади.

Назорат саволлари

1. «Профессионал этика» нима, у қандай элементлардан ҳосил бўлади?
2. Меҳмонхона корхоналари ходимларининг асосий шахсий сифатларини сананг.
3. Мижозларнинг қайси типлари уларнинг хулқ хусусиятлари бўйича ажратилади?
4. Меҳмонхоналар мижозларининг асосий типларини характерланг.
5. Мижозларнинг ажратилган ҳар бир типи билан ходимларнинг ишлаш хусусиятлари қандай?
6. В.А.Квартальнов мижозларнинг қандай типларини ажратади? Улар билан ишлаш хусусиятлари.
7. Конкрет отелни танлаш чоғида мижозлар қандай мулоҳазаларга асосан шу қарорга келади?
8. Сервис маданияти нима? Унинг қандай хилма-хилликларини биласиз?
9. Меҳмонхона ходимларининг мижозлар билан ўзаро муносабати ва муҳим хусусиятларини айтинг.
10. Сиз «қийин меҳмонлар» категорияси ҳақида нималарни биласиз, айтиб беринг.
11. Қийин меҳмонлар қайси типларга ажратилади?
12. Қийин меҳмонлар ҳар бир типи билан ишлаш хусусиятлари ҳақида айтиб беринг.
13. Мижозларнинг Меҳмонхонага билдирган барча эътирозларини қандай категорияларга бўлиш мумкин?
14. Меҳмонларнинг шикоятларини кўриб чиқишда қандай қоидаларга амал қилиш керак?
15. Тарқалган шикоятлар ва уларнинг ҳал этиш имконияти йилларига мисоллар келтиринг.
16. «Туристик рэкет» нима, уни пайдо бўлишига қарши қандай курашиш лозим?

7-БОБ. МЕҲМОНХОНАЛАРНИНГ ТУРФИРМАЛАР БИЛАН ЎЗАРО МУНОСАБАТЛАРИ

7.1. Турфирмалар вакиллари билан музокаралар олиб бориш хусусиятлари
7.2. Меҳмонхоналарнинг туроператорлар билан ўзаро ҳамкорлигида таваккалчилик ишлаш шакллари
7.3. Меҳмонхона корхоналарининг турпоераторлар билан таваккалчиликсиз ишлаш схемалари
7.4. Шартнома ҳужжатларини расмийлаштириш

7.1. Турфирмалар вакиллари билан музокаралар олиб бориш хусусиятлари

Туристларга хизмат кўрсатишда иштирок этувчи барча ташкилотлар ва корхоналарни тур ўтиш вақтида, туристик амалиётда хизматлар етказиб берувчилар деб аташ қабул қилинган. Асосий хизматлар етказиб берувчиларга транспорт, меҳмонхона ва овқатланиш корхоналари киради. Шунингдек экскурсион, бўш вақтни кўнгилли ўтказувчи ташкилотлари, овқатланиш, савдо корхоналари, спорт ва реакцион иншоотлар ва ҳ.к. ҳам муҳим аҳамият касб этади.

Турфирмалар меҳмонхона корхоналари билан биргаликда ишлаганда қуйидагиларга амал қилиши зарур:

- шерик томонидан «тақдим этилган хизматлар сифатига жиддий ёндашув, шунингдек хизматлар етказиб берувчи нуфузини ҳисобга олиш;
- меҳмонхоналар, овқатланиш корхоналарини туризм кўринишидаги ва истеъмолчилар ижтимоий сегментида қўшимча хизматлар типлари ва даражасига мувофиқ келишига риоя этиш; қайсиким конкрет тур ўшанга қаратилган;
- ҳамкорлик бўйича тузиладиган барча шартнома ҳужжатларига эътибор билан малакали ёндашув.

Идентификацияда масъул шахснинг маълум номи, ҳуқуқий ва ҳақиқий манзиллари, электрон почта манзиллари бор ва идентифицирлаштирувчи (таништирилувчи) туристик бозор субъекти обрўси ҳақида дастлабки фикр шаклалнтирилишида унга амал қилинади. Жойлаштириш воситаси идентификациясида маълум конкрет меҳмонхоналар ёки бир қатор меҳмонхоналар бор, уларнинг номер фондида туроператор туристларни жойлаштиришни режалаштиради, шунга асосан иш кўради:

- туроператорда меҳмонхоналар билан шартномавий база борлиги;
- меҳмонхонани режалаштирилаётган тур мақсадларига мувофиқлиги – меҳмонхона жойлашган жой, унинг категорияси, номер фонди, зарур инфратузилмалар мавжудлиги, маълум муддатга жойлашиш имконияти;

- таҳлил этилаётган меҳмонхоналарнинг нархи ва конкрет афзалликлари;
- ушбу региондаги жойлаштириш воситалари билан ишлаш тажрибаси.

Хизматлар етказиб берувчиларни излаш турли спровочник (маълумотнома)лар, Интернет, бошқа турфирмалар жавоби ёрдамида амалга оширилади. Аммо хизматлар етказиб берувчилар ва туроператорларни асосий учратадиган жой кўргазма ва ярмаркалар ҳисобланади. Хизматлар етказиб берувчилар регионал манфаат, туризм тури, хизмат кўрсатиш дастури мазмунига, шунингдек истеъмолчилар сегментида ёши, ижтимоий ва иқтисодий режага кўра танлаб олинади. Уларнинг обрўси ва ишчанлик сифати ҳам муҳим аҳамиятга эга.

Меҳмонхоналар учун энг муҳими бу туристик корхоналар билан ўзаро муносабатларни йўлга қўйиш ҳисобланади. Одатда, улар билан 30-80 % кафолатли квота ўринлари ҳақида шартнома тўлдирилади. Шунингдек кафолатсиз квота ўринлари; тўлиқ тўлов билан ўринларни сотиб олиш; жорий бронлаштириш ва ҳ.к.лар ҳақида шартномалар тўлдирилади.

Шартномаларни имзолашдан олдин одатда улар бир-бирлари билан музокаралар олиб боришади. Уни шундай олиб бориш мумкинки, кўзда тутилган натижа – белгиланган меҳмонхона хизматларининг ҳажми ва қулай нархларда меҳмонхоналарда жойни сотиб олинишига эришилиши керак. Музокаралар олиб боришга пухта тайёргарлик кўрилиши ва таҳлил қилиб олиниши зарур:

- Музокаралар тафсилотлари – сизга шерикдан айнан нималар керак?, Қандай ҳажмда?, Қайси даврга? Сиз шерикдан қўшимча яна нима истайсиз? Унда ва бозорда хизматлар ва товарларга нарх даражаси қандай? Товарлар дифференциялашадими? Мисол: олдиндан буюртма ёки тасдиқлангани мавжуд график бўйича мувофиқ келадими? Чунки туристик гуруҳларни (30 киши) мунтазам йил давомида ва ҳар ҳафтада тўрт кун жойлаштириш зарур. Жойлаштириш хизмати, овқатлантириш ва бўш вақтни кўнгилли ўтказиш қўшимча хизматлари керак бўлади. Нарх ўртача бозор даражасига мувофиқ бўлиши, улгуржи харидга минус 10 % чегирма (яъни ўринни кафолатли бандлиги бор), берилиши, аммо N суммадан юқори бўлмаслиги зарур. Туристик (ўртача) класс учун жойлаштириш ва хизмат кўсратиш даражаси дефференцияланмайди. Туристик гуруҳлар таркиби бир хилда - ўртача классда бўлиши лозим.
- Эҳтимол тутилган муаммоларни ҳал этиш йўллари – билиш керак, аниқ ким ва нимани қилади ва қайси муддатга? Ҳал қилишнинг қайси босқичида биридан бошқасига ўтилади? шартнома тузиш воситалари тайёрлгарликнинг қайси босқичида турибди? Қўшимча хизматлар бўйича масалалар қандай муҳокама қилинади? Уларни бир йўла шартномага киритиш керакми, йўқми? «Шартлар шартномага киритилади, музокаралар жараёнида эса ё чиқариб ташланади, ё қўшилади.

- Музокаралар бўйича шеригингизнинг «портрети» - шеригингизнинг мақсади сизникидан қанча фарқ қилади? Шеригингиз стратегияси (муддати, хизмат кўрсатиш даражаси, хизматлар тўплами) қайси параметрларда жамланади? Ва кўп бошқа масалалар.

Ҳар қандай музокараларда нафақат стратегик ёндашув, балки психологик шайлик ҳам муҳим. Сиз аллақачон музокараларга тайёрландингиз, якунда хизматлар етказиб берувчи билан туристларга хизмат кўрсатиш юзасидан шартнома тузилиши керак. Стратегик режа тайёр. Сиз психологик жиҳатдан ҳам тайёрмисиз? Тарихда мисоллар кўп, музокаралар фақат ишончсиз оҳанглар туфайли барбод бўлган. Бундан қочиш учун, мутахассислар мулоқот ва музокаралар олиб бришнинг психологик қоидаларини ишлаб чиқишга уринишган.

Музокаралар олиб боришга психологик ёндошувнинг тўққизта қоидаси мавжуд бўлиб, улар қуйидагилардан иборат:

1. **Белгилаш**. Ўз шеригингизни музокаралар бўйича кимлигини аниқлаб олинг (унинг манфаатлари, қадриятлари, мақсади) ва уларни мулоҳаза қилиб мантиқ ипига тизиб, ўзингизнинг қарши хулосаларингизда фойдаланинг. Мисол учун, шерикка сиз билан ҳамкорликни қулай имкониятлари борлигига моҳирона эслатиш лозим.
2. **Сизнинг ёндашув**ингиз. Ҳар қандай фикрлар тўқнашуви ва низоларда аввало, шеригингизнинг хавфсираши, тараддудланиб қолгани ва нимани кўзлаётганини аниқланг. Унга ўзингизнинг қизиқишларингиз ва шубҳаларингизни билдиринг, сўнгра у билан ҳал этиш вариантларини биргаликда изланг, бу кўпроқ даражада ҳар икки томонни ҳам қониқтирадиган бўлсин. Унга ўзингизнинг битим кафолатингизни баён қилинг.
3. **Бағри кенглик**. Бошқалар ҳаракатини баҳолашда сабр-бардошликни намоён қилади. Бошқалар ҳаракатига баҳонгизни айтманг, фақат ушбу ҳаракат ҳақида ўз сезгингизни ифодаланг. Масалан, «сўзларингиз мени хафа қилаяпти» ва ҳ.к.
4. **Ақл тиниқлиги**. Бошқа позиция, бошқача қараш – бу ҳамиша сиздан яширин янги қирра, янги мавзу. Бошқалар позициясини, майли у хато бўлганда ҳам, дарҳол рад қилиш яхшимас, аксинча янги ёндашув сифатида қабул қилиш керак. Фақат барча муқобил вариантларни кўриб чиққандагина, улардан яхшисини танлаш керак.
5. **Референтлик**. Унутманг, одамлар улардан атройфидагилар нимани кутаётганига қараб, ўзларини тутадилар. Психологияда бу «Пигмалион эффекти» деб аталади. Сизга шерик учун аҳамиятли (референтли) бўлиш муҳим, унинг қарорига қандайдир таъсир ўтказиш учун бу жуда зарур. Референтлик – бу шундай товарки, биз ҳурматимиз эвазига ишонч намойишини, ишончни ва «самимий одам» образига мувофиқликни оламиз.
6. **Масъулиятни ўз зиммасига олиш**. Қандайдир омадсизлик сабабларини тушунтиришда ҳаммасини ташқи вазият ва бошқа одамларга оғдирманг. Рўй берган воқеа учун шахсий масъулиятни ўзингизга олинг. Айбни ўз

зиммасига олиш, узр сўраш – бу ўзига хос етуклиги. Бундан ташқари, бу усул шерикни қуролсизлантиради ва уни биродарлик юзасидан айбни ўзига олишга мажбур қилади, ахир у ҳам олийжанобликда кам эмас-да!

7. **Ўртоқлик позицияси** ёки ёши катта позицияси. Унутманг, сиз ўз мақсадингизга амалда «тенглик» позициясидан чиқмасдан эришасиз. Бу хотиржам ва ишончли ишора ва овоз оҳанги ҳолати, юз ифодасида намоён бўлади. Музокараларда ҳурмат, ишонч, жалб қилувчилик ва босиқлик намоён этиш зарур – бу барча сифатлар музокараларда муваффақиятларга олиб келади.
8. **Одоблик**. Инсон шаънини камситманг. Алдаманг, ҳалол ўйин олиб боринг. Ҳар қандай одобсизликдан қочинг. Ўзингизни ташқи томондан кўришга ўрининг. Бу хулқингизни тузатишга ва уни одоб-ахлоқ позициясидан баҳолашга ёрдам беради.
9. **Ижодий ҳал этиш**. Штамп, шаблонлардан қочинг, ностандарт қарорлар қидиринг. Оригинал бўлинг. Типик вазиятлар ва масалаларда олдиндан ишлаб чиқилган шаблонсиз ёндашув тайёрланмаларидан фойдаланиш мумкин.

7.2. Меҳмонхоналарнинг туроператорлар билан ўзаро ҳамкорлигида таваккалчилик ишлаш шакллари

Меҳмонхона ишларининг асосий йўналишларидан бири туристик корхоналар – туроператорлар ва турфирмалар билан ўзаро муносабатларни йўлга қўйиш ҳисобланади. Чунки меҳмонхона хизматлари (асосан – яшаш, овқатланиш ва қатор қўшимчалар) туристик пакетни ҳосил қилувчилар ҳисобланади. Шунингдек улар турпакет умумий нархида кўпроқ улуш (бир қатор ҳолларда 40 % гача етувчи)га эга бўлади. Меҳмонхоналар ва туроператорлар бир-бирлари билан ўзаро муносабатларини ўрнатишда танланган старатегия маълум даражада меҳмонхона хизматларига нарх белгилашда, унинг рақобатбардошлигини оширишда меҳмонхона имкониятларини аниқлайди.

Меҳмонхона корхоналари ва турфирмалар ҳамкорлигининг яхлит стандарт тўпламлари ва асосий схемалари мавжуд эмас. Чунки бозор вазияти ва шериклик фирма ҳолати жуда динамик ва вақтда ўзгарувчан бўлади. Ҳар қандай ҳолатда, меҳмонхоналар ва туроператорлар ўзаро қандай ҳамкорлик схемасини танлашмасин, ўзининг юқори самарадорлиги учун уларнинг ҳамкорлиги бир қатор принципларга амал қилган ҳолда қурилмоғи даркордир, яъни:

- **манфаатларда бир-бирига ён бериш принципи** – меҳмонхона корхонаси ва туроператор манфаатлари ҳамиша бир-бирига зиддир. Меҳмонхона корхонаси ўз хизматларини қимматроқ сотишга интилади. Бунда хизматлар реализацияси ва номерларни тўлдириш таваккалчилиги туроператор зиммасига қўйилади. Туроператорга пасайтирилган нархларда хизматларни сотиб олиш фойдалидир. Реализация қилинмаган номерлар учун таваккалчилик отел эгаларида сақланишини истайди.

Ушбу вазиятда улар ўртасида муросага келиш манфаатларни мослаштириш орқалигина амалга ошириш мумкин. Кўпинча – бу номерларни таваккалчилик билан бирга ва қайд этилган чегирма миқдорида сотишга бериш;

- **объективлик принципи** – меҳмонхона эгаларининг маълум даражада ҳам ўзига, ҳам турфирмага нисбатан таваккалчилигидир. Меҳмонхона ва турфирма ҳамкорлиги шароитида меҳмонхона эгаси «туроператор қанча кўп номер буюрса, шунча дисконт миқдори юқори ва унга камроқ даражада таваккалчилик қилинади» қоидасига амал қилиши керак;
- **ўхшашлик ёки бир хиллик** – фикрлар бир хиллиги принципи – шу билан белгиланадики, эски шериклар учун меҳмонхона таклиф қиладиган шартлар янги ва кам таниқли туроператор таклиф қиладиган шартлардан сезиларли фарқ қилади. Шартлар доимий ва ишончли шериклар учун одатда янги мижозлар учунга қараганда кўпроқ мақбулдир;
- **тортишув принципи** – туристик бозорда отеллар ўртасида истиқболли шериклар ва мижозлар учун ҳам, машҳур ва йирик отеллар билан алоқа ўрнатиш учун туроператорлар ўртасида ҳам кураш мавжудлигини кўрсатади. Машҳурлигидан фойдаланган меҳмонхона эгалари истиқболда ҳамкорлик учун туроператорларни танлаш ҳуқуқига эгадир. Бошқа томондан, меҳмонхона корхоналари йирик туроператорлар билан алоқа ўрнатишни қўлга киритиш учун ўзаро рақобатда бўладилар;
- **масъулиятлик принципи** – туроператорларнинг меҳмонхона корхоналари билан ўзаро муносабатнинг шартнома характерига асосланган ҳолда бўлади. Туроператорнинг меҳмонхона корхонаси билан шартномаси ҳар икки томон учун тенг шартларни кўзда тутиб, меҳмонхонанинг ҳам туроператорнинг ҳам ҳуқуқларини камситмайди. Ҳар икки томон ҳам шартнома шартлари бузилишига бирдай жавобгарликни бўйнига олади. Фақат форс-мажор – рўйхати шартномада қайд этилган ҳоллар бундан мустасно.

Туроператор ва меҳмонхона корхонаси ҳамкорлиги схемасини шартли равишда икки гуруҳга бўлиш мумкин. Улардан **биринчиси** турфирмага таклиф қилинган меҳмонхонадаги хизматлар ва номерлар реализацияси таваккалчилиги билан боғлиқ. Бу ҳолда меҳмонхона эгаси туроператорга хизматлар ва номерларнинг реал нархидан сезиларли даражада чегирмалар беради. Ҳамкорликнинг бундай шаклидаги гуруҳлари меҳмонхонани ижарага олиш, жавобсиз бронлаштириш, комитмент ва элотмент шартларида комната блокларини сотиб олишни ҳосил қилади.

Яна бир гуруҳ ўзаро ҳамкорлик шаклини ҳосил қилади, қайсиким унда номерларнинг реализацияси бўйича таваккалчилик меҳмонхонага беркитилади. Бунда туроператор сезиларли чегирма ва имтиёз олмайди. Бундай шаклга келажакда бронлаштириш, оширилган комиссия ва бир марталик талабнома бўйича ишлар киради.

Санаб ўтилган отеллар ва туроператорлар ҳамкорлиги шаклларининг хусусиятларини 7.1-жадвал мисолида кузатиш мумкин.

7.1-жадвал

Туроператор ва меҳмонхоналар ҳамкорлигининг асосий шакллари ва уларнинг хусусиятлари

Ишлар шарти	Шартнома муддати давомийлиги	Кунлар сони	Блокдаги ўринлар сони	Дисконт (скидка)	Ўринжой нархи
Мавсум чуққисида турғун нарх		1200 рубл/сутка			
отел ижараси	15.05-15.09	120	300	55	540
	15.06-15.09	90	300	50	600
Комитмент					
01.05 гача тўлов	15.05-15.09	120	100	49	640
01.06 гача тўлов	15.05-15.09	120	50	45	660
01.07 гача тўлов	15.05-15.09	120	30	42,5	690
01.05 гача тўлов	15.06-15.09	90	30	44	670
Элотмент (қаттиқ)					
7 кунга келиш	15.06-15.09	90	100	42,5	690
14 кунга келиш	15.06-15.09	90	100	43,3	680
Элотмент (юмшоқ)					
7 кунга келиш	15.06-15.09	90	100	25	900
14 кунга келиш	15.06-15.09	90	100	26,5	880
оширилган комиссия				12 15	1056 1020
жавоб берилмайдиган брон				20	960
жавоб берилмайдиган пролонгирланадиган брон				15	1020
мўлжалдаги брон				12	1056
бир марталик талабнома				10	1080

Оширилган комиссион нарх, оширилган комиссион шартларида ишлаш меҳмонхонанинг туроператор билан ҳамкорлиги шакли ҳисобланмайди. У кейингини талаб қилинган номерлар сонини реализация қилиш бўйича қабул қилган қисман ёки тўлиқ таваккалчилик қарорига асосланган. Оширилган комиссион нарх фарқли қирралари ҳамкорликнинг қолган икки шакли сингари – бу резервлаштириш ва конкрет тур шакллари остида хона учун тўлов, яъни мижоз туроператорга хизматлар ҳақини олдиндан тўлаган бўлади ёки тўлиқ тўлайди. Бу туроператор ишида таваккалчиликни мустасно этади ва отел эгалари томонидан чегирма миқдорини сезиларли қисқартиради.

Комиссион мукофот (далиллик ҳақи) – номер қийматининг маълум ҳажми (одатда фоиз кўринишида), ҳар бир сотилган койка-ўриндан шаклланган туроператор даромади бўлиб у отел эгаси томонидан

белгиланади. Комиссион нарх туроператорга номерларни меҳмонхона эгаси қўйган нархдан анча паст нархларда сотиш имконини беради. Бу эса туристларни жойлаштириш хизматларини сотиб олиш учун бевосита меҳмонхонага эмас, турфирмаларга мурожаат қилишга мажбур қилади. Меҳмонхона эгаларидан комиссион мукофот олар экан, туроператор меҳмонхона хизматларини ҳам реал, ҳам пасайтирилган нархларда реализация қилади.

Комиссион нарх ўзига хос рағбатлантириш бўлиб, у ёки бу отел билан ҳамкорлик қилишни режалаштириш туроператор учун жалб қилувчи моментдир. Унинг ҳажмини тартибга солар экан, меҳмонхона эгаси нафақат туроператорларни ўз меҳмонхонаси хизматларини сотишга даъват этиш имкониятини олади, балки янги туроператорлар ва уларнинг агентларини ҳам жалб этади.

Меҳмонхона билан ҳамкорликнинг ушбу шаклини танлаш туроператор учун ҳамиша ҳам фойдали эмас. Биринчидан, отел хизматлари индивидуал тур таркибига кирганидан ушбу шакл афзалроқ. Иккинчидан, меҳмонхона туристлар орасида катта обрўга эга ва машҳурдир. Учинчидан, отел хизматларининг ўртача қиймати ҳаддан ташқари юқори бўлади.

Комиссион мукофот миқдори, биринчи навбатда, туроператорлар мижозлари сони билан бегиланади. Бунда прогрессив комиссия деб аталадигани айниқса алоҳида роль ўйнайди, қайсиким у номерлар юкланишининг ўсиши билан дисконт (фоиз ёки даллоллик ҳажми) миқдори ҳам ошади. Мисол учун, мавсумда 1000 ўрин реализацияси учун чегирма – 10%, 1500 ўрин реализацияси учун – 12 %, 2000 ўрин учун эса – 15% ни ташкил қилиши мумкин. Прогрессив комиссия икки кўринишда бўлиши мумкин – ишлаб топилган ва бошланғич.

Ишлаб топиладиган прогрессив комиссия мавсум давомида туристлар сонига боғлиқ ҳолда ўзгаради. Мавсум бошида, масалан, у минимал, охирида мувоффақиятли, операторнинг сотиш ҳажми ўсиши нуқтаи назаридан, у максимал бўлиши мумкин. Бошланғич оширилган комиссия ишлаб топиладиганидан шу билан фарқ қиладики, айрим операторларга отел эгалари ҳали мавсум бошланиши олдидан кўпроқ комиссия бериши мумкин. Бундай ёндашув асосли, энг аввало, меҳмонхонанинг конкрет туроператорлари билан шерикчилик алоқаси мустаҳкамланади.

Бронлаштиришнинг устунлиги – афзаллиги. Бронлаштиришнинг афзаллиги заррача иқтисодий маънода эмас, чунки ўзида операторнинг кундалик ишини енгиллаштирувчи ва отелда хона (номер) бир марталик бронлаштириш билан боғлиқ омилни намоён этади. Туроператор ва отелчи ҳамкорлиги шакли дейилганда шу нарса тушуниладики, меҳмонхона эгаси туроператор талабномаларини навбатсиз кўриб чиқади ҳамда максимал устунликлар билан тасдиқланди.

Талабнома устунлиги шуни билдирадики, меҳмонхонада бронлаштириш хизмати оператор талабномасини бошқа туроператорлар манфаатига зиён етказган ҳолда тасдиқланиши мумкин. Яъни бошқа туроператорлар меҳмонхонада жойни бронлаштиргану, аммо ҳақини

тўламаган. Устун бронлаштириш ҳуқуқи одатда ҳеч нарса билан расмийлаштирилмайди, кўп ҳолларда уни ушбу меҳмонхона билан ишлашда ижобий тажрибага эга, меҳмонхоначи билан алоқаси бор туроператорлар амалга оширади. Аммо туроператорни бундай ҳуқуқни олиши унинг иш самарадорлигини кескин оширишга имкон яратади, операторга амалда ҳар қандай талабномани тасдиқлашига ишончни оширади.

Стандарт комиссион шартларида бир марталик талабнома. Бу меҳмонхона ва туроператорнинг кўпроқ сода ҳамкорлик шакли, таваккалчиликка, на меҳмонхоначи томонидан берилган қўшимча чегирмаларга боғлиқ эмас. Туроператор томонидан номерни резервлаштириш конкрет мижоз истаги билан рўй беради. У ё олдин тўловни амалга оширган, ё меҳмонхона хизматлари учун тўлиқ тўлаган.

Бир марталик талабнома бўйича ишлаш амалда икки усулда бажарилади – хизматларга тўлов туроператорга тўланади ва хизматларга жойида тўланади. Биринчи ҳолда туроператор мижоздан меҳмонхона хизматлари тўлиқ қийматини ундириб олади ва бронлаштиришни белгиланган муддати ичида меҳмонхоначи ҳисобига ўтказади, ўз комиссиони миқдорини олиб қолади.

Иккинчи ҳолда, мижоз, оператор ва меҳмонхона ҳисоб-китоби бевосита меҳмонхона корхонаси қабул жойида амалга оширилади. Бунда комиссион мукофот автоматик равишда меҳмонхонада туроператор учун очилган ҳисобга ўтказилади.

7.3. Меҳмонхона корхоналарининг турпоераторлар билан таваккалчиликсиз ишлаш схемалари

Меҳмонхонани ижарага олиш меҳмонхоналарни туроператорлар билан ишлашининг кам учрайдиган шакли ҳисобланадики, фақат йирик ва молиявий мустақил туроператорларгина меҳмонхонани бутунлигича ижарага олишга жазм этишади. Бунда туроператор яна барча таваккалчиликни ҳам ўз зиммасига олади ва отелни у ёки бу даврда бутлай тўлдириш эҳтимолларини реал баҳолаши керак.

Меҳмонхонани ижарага бериш меҳмонхонанинг барча номер фондини маълум ижара тўлови билан – бир марталик ёки даврий ижарага беришни кўзда тутади. Туроператор меҳмонхона тўлдирилиши таваккалчилигини ўз зиммасига олади. Бундай шакл меҳмонхона эгасидан ҳар бир номер учун чегирма бериш нисбатан жиддий сиёсатни талаб қилади. Кўпинча меҳмонхоналар эгалари номер реал нархидан туроператор фойдасига 50 дан 60 % гача тушади. Туроператордан олдиндан олинган тўлов меҳмонхона корхонасига отел инфраструктураси ва модернизациялаш учун сезиларли маблағ қўйишга имкон беради.

Бундай шаклдаги ишлар нафақат меҳмонхоналар эгалари учун қулай. Улар туроператорлар учун ҳам қулайдир. Агар ҳисоб-китоб тўғри қилинган бўлса, бундай шаклдаги ҳамкорлик туроператорларга меҳмонхонадаги номерларни ва ўз турмаҳсулотларини рақобатчиларга нисбатан арзон сотиш

имконини беради. Ҳатто меҳмонхонада номерлар тўлиқ юкланмаган тақдирда ҳам туроператор уларни туроператор мижозлари бўлмаган индивидуал туристлар ва ташкил этилган гуруҳлар дам олиши учун сотиши мумкин.

Шу билан бирга меҳмонхоначидан меҳмонхона хизматларини тақдим этиш, хизмат кўрсатувчи ходимлар ишлаши, молиявий ва бошқарув масалалари бўйича функциялар олиб ташланмайди.

Туроператор зиммасига фақат номерларни реализация қилиш масалалари, уларни бронлаштириш, шунингдек яшовчилар билан асосий меҳмонхона хизматлари учун ҳисоб-китоб қилиш тушади. Меҳмонхона бронлаштириш хизмати ижаранинг бутун муддати давомида туроператордан сайёҳлар келиш саналари, уларнинг шахсий маълумотлари, сони, уларни жойлаштириш шароити ҳақида (номерлар категорияси, овқатланишни ташкил қилиш, ҳужжатлар рўйхати, қўшимча хизматлар кўрсатиш) ахборот олиб туради.

Ижара тўлови миқдори туроператор билан келишилган ҳолда меҳмонхона корхонаси эгаси томонидан белгиланади:

- биринчи навбатда, классга, жойлашган жойига, меҳмонхона обрўсига;
- меҳмонхона номерлари категориясига;
- уларнинг нисбатига;
- ижарага олинган меҳмонхона ҳажмига (номерлар сони ва улардаги ўринлар);
- ижара муддати (муддат қанча кам бўлса, ижара тўлови шунча кўп);
- киритиш шартлари;
- қўшимча хизматлар сони ва сифати;
- туристлар келиш частотаси ва сони;
- бошқа соҳалар ва меҳмонхона хизматида туроператорлар ишлаш фаоллигига боғлиқ.

Меҳмонхона корхонасини ижарага олгач туроператор унинг номерларини ўз агентлари тармоғидан фойдаланиб реализация қилишга киришади. Ижарага олинган меҳмонхонада номерлар уч хил усул билан амалга оширилиши мумкин:

1) туроператорнинг турмаҳсулотлари комплекси таркибидаги номерларини реализация қилиш – ишлар вариантларининг устун томони, чунки у нафақат номерларни сотишдан фойда олишни, балки турпакетга кирувчи бошқа хизматларни сотишдан ҳам даромад олиш имконини беради;

2) бошқа туроператорлар турмаҳсулотга кирувчи хизматларни ижарага олинган меҳмонхонада реализация қилишда – рақобатчи туроператорлар ижарачи туроператорга мурожаат қилиб, туристларнинг яшашини ташкил ташкил этиш учун туристларга транспорт ва бошқа хизматларни таклиф қиладилар;

3) номерларни отелнинг ўзида реализация қилиш фойдаси камроқ ва ишнинг таваккалчилик шакли ҳисобланади. Чунки, фақат номерлар бўш қолганда ва тўлмай қолганда қўлланилади. Бундай ҳолатда туроператорнинг

асосий мақсади меҳмонхонага бевосита масканда жойлашиш муаммосини ўзи мустақил ҳал этувчи уюшмаган туристларни қўйишдан иборат.

Комитмент шартлар. Бу – меҳмонхона корхоналарини туроператорлар билан ишлаши бўйича кўпроқ тарқалган шаклидир. Чунки туроператор томонидан меҳмонхона ижарага олинганда кам харажат ва таваккалчиликни кўзда тутади. Аммо ҳамкорликнинг бу шаклида меҳмонхона эгалари учун фойдаси кам. Меҳмонхона корхонаси маълум блокдаги ўринларни ўзгармас шартларда реализация қилишни таваккалчилиги билан туроператорга сотишни турфирмага ташкил қилиб беради. Бунда туроператор ушбу блокдаги номерларни ўз хоҳишига қараб тақсимлаш имкониятига эга бўлади.

Ўринлар блоки дейилганда меҳмонхонадаги вақтинча чекланган ўхшаш койка-ўринлар ва уларнинг сони тушунилади, қайсиким туроператор меҳмонхона эгаси олдида сотиш учун жавобгарликни бўйнига олади. Ҳар қандай блок ўрин бир қатор таърифларга эга:

- номерлар сони ва уларнинг категорияси;
- блок ўринлар давомийлиги;
- Меҳмонхона эгаси томонидан бериладиган чегирма ҳажми.

Меҳмонхоналарда блок ўринларни икки катта гуруҳга бўлиш мумкин:

- қаттий белгиланган – меҳмонхона рўйхати шартномага иловада кўрсатилган аниқ номерни реализация қилади;
- эркин белгиланган – отел аниқ категориядаги ёки сиғимида уларни рақами кўрсатилмаган ҳолда хоналарни реализация қилади.

Туроператор қабул қиладиган таваккалчиликка қараб, қаттиқ ва юмшоқ блок ўринларни ажратиш мумкин: Қаттиқ блок сотилган тўланган номерлар учун жавобгарликни меҳмонхонадан туроператорга сотилган бутун ижара муддати давомида юклайди. Зарар тўлиқ туроператор зиммасида бўлади, унинг шартнома муддати ичида блокдан воз кечиши эса жарима санкциясиз қолмайди. Юмшоқ блок дейилганда маълум режалаштирилган келишгача (одат 7-14 кун) бутун блок ёки унинг бир қисмидан воз кечиш эҳтимоли кўзда тутилган ишлаш шартлари тушунилади. Бунда меҳмонхона эгаси жарима санкцияси талаб қилмайди ва номерларнинг мустақил равишда реализациясини ташкил қилади.

Сотиб олинадиган блоклар ҳажмига қараб бўлиши мумкин: Эксклюзив (агар блок ҳажмини меҳмонхона номер фондининг ярмидан ошган ҳолларда):

- йирик (блок ҳажми – меҳмонхона номер фондининг – 30-50 %);
- сезиларли (блок ҳажми меҳмонхона номер фондининг – 15-30 %);
- сезилмайдиган (блок ҳажми меҳмонхона номер фондининг – 15 % гача).

Комитмент шартлар – мавсум олдидан талаб қилинган номерлар сонига олдиндан тўлиқ ёки қисман тўлов (камида 50 %)дан иборат, шунингдек туроператорни талаб этилган блокдан комитмент муддати ўтгунча воз кечолмаслиги эҳтимоли кўзда тутилади. Хоналарни реализация қилиш таваккалчилиги тўлиқ туроператор зиммасида бўлади. Ҳар қандай бўш номерлар меҳмонхона эгаси томонидан компенсация қилинмайди,

туроператор томонидан тўланган сумма ҳеч қандай кўринишда қайтарилмайди.

Комитмент шартлар меҳмонхона корхонаси учун қулайдир. Чунки улар меҳмонхонага ҳали туристик мавсум бошлангунча ва яшовчилар келишгунча маълум маблағ олишга имкон беради. Бундай шакл туроператорга ҳам маъқул келади. Чунки ижарага олинган блок доирасида номерларни реализация қилиш бўйича ўз зиммасига олган барча таваккалчиликлар учун сезиларли чегирма олиш имконига эга бўлади.

Комитмент шартларда чегирма ҳажми қуйидагиларга қараб белгиланади:

- блок ўрин давомийлиги;
- ижарага олинган блокда номерлар ва отел категорияси;
- меҳмонхона обрўси ва жойлашган ўрни;
- қўшимча хизматларнинг хилма-хиллиги ва сифатлиги;
- блок ўрин тури ва муддатига қараб тўлов.

Амалда шундай қоида бор – «ижарага олинган блок ўрин қанча кўп бўлса, туроператор шунча эртароқ унга тўлайди, меҳмонхона эгаси тақдим этадиган дисконт ҳажми шунча юқори бўлади».

Элотмент шартлар. Кўрсатилган ишлар схемалари комитментнинг тескариси, меҳмонхона учун номерларни реализация қилиш бўйича таваккалчиликни сақлашни кўзда тутади. Элотмент шартлари бўйича блок ўрингa тўлов бевосита олдиндан эмас, туристларнинг ҳар бири келиши олдидан амалга оширилади. Ҳамкорликнинг ушбу шакли йирик ва таниқли меҳмонхона лар учун ва фақат камтаниш ва мувоффақиятсиз жойлашган меҳмонхоналарда тажриба қилинади.

Элотмент блокда номерлар ҳажми ва уларни доимий резервлаштиришни аниқлашни кўзда тутади. Бироқ кўрсатилган блок ўринлар учун маблағ бевосита туристлар гуруҳининг ҳар бир келиши олдидан тўланади. Қаттиқ блок ўринлар ҳолатида элотмент учун тўлов ҳажми доимий, келишувчилар реал сонига боғлиқ эмас. Юмшоқ блок ўрин ё жарима санкцияси йўқлигини ва бўш номерларга тўловни, ё аксинча, буюртмалар сони кўпайган ҳолда туристлар келган вақтида бевосита блок ўринларни кўпайтиришни кўзда тутади.

Элотмент шартлар бўйича ижара ҳақи ҳажми ўша шартларга боғлиқ. Худди комитмендагидек. Бироқ бу ерда блокнинг қаттиқми ёки юмшоқ эканлигини сўрайди, туроператор ва уларга келишлар режалаштирилаётган ўртача давомийлиги қандай бўлади каби далил катта таъсир кўрсатади.

Меҳмонхоналар ва туроператорлар иш тажрибасида комитмент ва элотмент кўпинча бирлашади ва бир-бирини тўлдиради. Кўпинча туроператор коминтмент шартлари бўйича 20-30 % номерларни сотиб олади, қолган ҳажмларни элоомент билан танлаб олинади. Бу сотиб олинадиган хизматларнинг қимматлашувига олиб келади, аммо туроператор таваккалчилигини сезиларли камайтиради. Меҳмонхоналар учун ушбу вариант молиявий маънода унча мақбул эмас. Аммо бироқ туроператорларнинг асосий массаси ушбу вариантдан кенг фойдаланишга

уринади ва кўпчилик отеллар кўрсатилган шартларни қабул қилишга мажбур бўлади.

Жавобсиз бронлаштириш. Ишларнинг ушбу шакли меҳмонхоналар ва туроператорлар ҳамкорлигининг етарли тарзда таваккалчилик шакли ҳисобланади. Унинг маъноси шундан иборатки, унча катта бўлмаган давр вақтига маълум хоналар сони туроператор томонидан резервланади (байрамлар, тадбирлар), талабномада бронга тўлов муддати охирида тўланиши кўрсатилади. Бунда туроператорнинг бронлаштирилган номерлардан воз кечиши, уни жарима санкцияси тўловсиз қолмайди (жавобсиз бронлаштириш).

Жавобсиз бронлаштириш кўпинча «ўлик жонлар» остида амалга оширилади, яъни мавжуд бўлмаган мижозлар фамилияси кўрсатилган санада отелга келиши айтилади.

Бронга ўз вақтида тўлов кафолати кўрсатилган муддатдан кечикмай кафолат хати билан мустаҳкамланади.

Меҳмонхонада бронлаштиришни тасдиқлагандан кейин туроператор номерларни реализация қилиш ишини бошлайди. Зарур пул суммаси йиғилгандан кейин уларни қайта тўлов амалга оширилади.

Туроператорлар учун жавобсиз бронлаштириш қулай. Чунки бу уларнинг таваккалчилигини камайтиради ва бунда туроператорга номерларни ўз номидан реализация қилиш имкониятини беради. Жавобсиз брон йирик тўловни талаб қилмайди, сотилган турпакетлар ҳисобига бронлаштирилган номерларга тўловни кечиктириш мумкин. Ишларнинг ушбу шакли меҳмонхоналар эгасига ҳам қулайдир, қайсиким хоналарнинг реализацияси (сотилиши) бўйича таваккалчиликни туроператорга юклайди ва бунинг устига шеригига сезиларли чегирмалар берилади.

Жавобсиз бронлаштириш икки кўринишда бўлади:

- қатъий белгиланган – хоналарни аниқ саналарга резервлаштириш, санани ёки келиш давомийлигини ўзгартириш имконияти берилмайди;
- муддати узайтирилган бронлаштириш – жавобсиз бронлаштириш, бунда туроператор меҳмонхона эгасига жарима санкцияси тўловисиз келиш санасини анча кейинги муддатга кўчириш имкониятига эга бўлади.

7.4. Шартнома ҳужжатларини расмийлаштириш

Турфирмалар орқали бизнес-класс меҳмонхоналарда номер фондини сотиш ҳажми ўртача 30-40 % ни ташкил қилади, туристик классдаги меҳмонхоналар учун эса бу кўрсаткич 70-80 % даражасида туради. Бироқ, айнан юқори класс отеллар турфирмаларга чегирмаларнинг кўпроқ эгилувчан тизимини таклиф қиладилар. Меҳмонхоналарда ҳозирги вақтда гуруҳий тариф туристик классдаги меҳмонхоналар учун сони 7-10 кишилик гуруҳдан ёки бизнес класс меҳмонхоналар учун номерлар сонидан (масалан, 10 номер) ҳисобланиб белгиланади. «Rack rates» (қабул жойида) ва гуруҳий тариф ўртасида нарх фарқи ўртача 20 %ни ташкил қилади. Туристик гуруҳлар сони

бўйича сезиларли келиш чоғида меҳмонхоналарда чартер нархларга амал қилинади, қайсиким гуруҳий тарифдан 8-10 % га паст бўлади.

Турфирма туристларни камайтириш чоғида имтиёзли тарифлар олишга қуйидаги ҳолларда ҳам умид қилади:

- меҳмонхона агар турфирма ўз катологи ёки бошқа реклама маҳсулотлари орқали меҳмонхонани таъминласа, турфирмага блок ўрин нархини тахминан 10-15 % га кафолатлайди;
- меҳмонхона номерлар сотишдан олинадиган фойдага қараб турфирмага чегирма беради (мисол учун, $ 20000 доллардан – базавий нарх, $ 40000 дан 4 % ва ҳ.к.);
- меҳмонхона фирмага келаётган гуруҳлар сонига қараб чегирма беради (мисол учун 12 кишидан базавий нархда – 4 %, 24 кишидан – 6 %, 48 кишидан – 8 %);
- меҳмонхона турфирмага қисқа муддатли дам олиш учун транзит туристларни жойлаштиришга чегирма беради (мисол учун, 0 дан 12 соатгача ва 12 дан 24 соатгача – чегирма 50 % ни ташкил қилиши мумкин).

Меҳмонхона корхоналарининг шартнома ҳужжатлари жуда хилма-хил бўлади ва уларнинг ўзаро ҳамкорлиги асосий шакллари билан белгиланади, қайсиким биз уни юқорида кўриб ўтдик.

Кўпгина ҳолларда меҳмонхона корхоналарининг туроператорлар билан ўзаро муносабатлари қуйидагича аниқланади:

а) отелнинг ижара шартномаси билан;

б) ўринлар сони квотасини 30-80 % тўлдиришни кафолатловчи шартнома билан;

в) ўринларни қатъий сотиб олиш ҳақида квота тўлиқ тўлови шартномаси билан (элотмент шартномаси билан);

г) қатъий сотиб олиш ҳақида квота ўринларга тўлиқ тўлов шартномаси билан;

д) жорий бронлаштириш ҳақида шартнома билан (стандарт комиссион шартида бир марталик талабнома).

Меҳмонхона ижара шартномаси. Ижара ҳақини тўлаган туроператорга меҳмонхона эгасини меҳмонхона номерлардан фойдаланиш ҳуқуқини алмашишни кўзда тутади. Иқтисодий маънода бу битим нафақат туроператорни меҳмонхона номерларидан ўз номидан фойдаланиш ҳуқуқини сотиб олишини, балки меҳмонхоначи тижорий таваккалчилигини туроператор зиммасига ўтишни ҳам билдиради. Бу меҳмонхона эгасидан ҳар бир хона нархида жиддий дисконтни талаб қилади.

Ўрин квотаси ҳақида 30-80 % тўлдириш кафолати билан шартнома туроператорни меҳмонхонадан маълум миқдорда (блок) ўрин олишини кўзда тутади, қайсиким у маълум давр ичида туристлар билан тўлдиришга мажбур. Бунда туроператор ажратилган 30-80 % ўрин квотасига ҳатто улар фойдаланилмаса ҳам тўловни кафолатлайди. Қолган квота қисмини туроператор белгиланган муддатда бекор қилишга ҳақли. Бундай ҳолда

ўринлар нархи одатдаги тарифлардан паст бўлади, чунки таваккалчилик туроператор томонидан қабул қилинади.

Ўринлар квотаси ҳақида тўлдириш кафолатисиз шартнома туроператор ўнга ажратилган блок ўринлар тўлдирилмай қолганда таваккалчиликни ўзига олмаслигини кўзда тутади. Ушбу ҳолатда белгиланган муддатда туроператор томонидан фойдаланилмаган ўринларни одатдаги бекор қилиш вазияти бошланади. Бундай шаклдаги шартнома меҳмонхоналар учун қулай эмас ва номер учун ҳисоб-китоб одатдаги тариф бўйича боради.

Ўринларнинг қатъий хариди ҳақида тўлов билан шартнома меҳмонхона ажратган ўринлар квотасига уларни тўлдирилишидан қатъий назар тўлиқ тўловни кафолатлайди. Бундай шартлар пайтида туроператор меҳмонхона эгаси билан меҳмонхонада жойлаштириш нархини максимал камайтириш имконини келишиб олишга ҳаракат қилади.

Жорий бронлаштириш ҳақида шартнома индивидуал туризмни ташкил этиш билан шуғулланувчи туроператорлар учун кўпроқ типик шартнома ҳисобланади. Ушбу шартнома бўйича туроператор меҳмонхонадан ҳеч қандай ўринга квота олмайди. Мижоз фирма туроператорига мурожаат қилганида талабнома бронлаштириш учун меҳмонхонага жўнатилади ва фақат белгиланган муддатга бўш ўринлар мавжудлиги ҳақида тасдиқ олингандан кейингина меҳмонхона хизматлари сотувини ўтказади. Бундай ўзаро муносабат вариантида меҳмонхона номерларига одатдаги тарифлар амал қилади.

Меҳмонхоналар ва туроператорлар шартномаларининг кўп сонли хилма-хиллигига қарамай, уларни тузишнинг маълум қоидалари мавжуд бўлиб, унда қуйидаги шартлар келишиб олинади:

- бронлаштириш ва номерлар қиймати;
- номерлар типи ва уларнинг зарур сони;
- хизмат кўрсатиш давомийлиги;
- бўш даврлар;
- туристлар келиши графиги;
- бир марталик хизмат кўрсатиш муддати ва давомийлиги;
- кирувчи хизматлар тўплами;
- овқатланишни ташкил қилиш шакли ва миқдори;
- туристларга овқатланиш хизмати кўрсатиш вақти;
- улардан фойдаланиш имконияти ва махсус қулайликлар;
- хизмат кўрсатиш тили;
- туристлар келиш муддати тасдиғи (бронлаштириш);
- бронни олиб ташлаш муддати;
- бронни олиб ташлаш муддати бўйича томонларнинг жавобгарлиги;
- дисконт ҳажми ўзига хос ва қўшимча шартлар.

Меҳмонхоналарнинг туроператорлар билан тузиладиган шартномаси уч хил шаклда бўлади: агентлик, комиссион ва корпоратив.

Агентлик ва комиссион шартлар предмети бўлиб меҳмонхоналарнинг амалдаги бош тарифларига мувофиқ мижозларга меҳмонхона хизматлари кўрсатувчи фирмаларни тақдим этиш ҳисобланади. Бу шундай

шартномаларнинг ажралмас қисмидир. Буюртма берилган хизматлар ҳажми ҳисобга олинган ҳолда туроператорга базавий нархлардан чегирма берилади. Чегирма ҳажми кенг миқёсда белгиланиши мумкин: унча катта бўлмаган туроператорлар ва турагентлар учун – 10 % дан, йирик туроператорлар учун 30 % гача. Бир қатор ҳолларда нарх хизмат кўрсатиш таннархига яқин ёки катта тенглаштирилиши мумкин.

Шартномага мувофиқ меҳмонхона хизматларига ҳақни туроператор тўлайди, туристларга хизмат кўрсатиш эса ваучерга мувофиқ амалга оширилади. Ушбу ҳолатда ҳамма қўшимча хизматларга ҳақ мижоз томонидан тўланади.

Комиссион шартномага мувофиқ меҳмонхона ҳар бир ойда туроператорга комиссион мукофот тўлайди, бунда унга чегирма ва имтиёз берилмайди. Комиссион нарх ҳажми шартномада кўрсатилган чегирма ҳажмига мувофиқ келади.

Меҳмонхоналар туроператорлар учун нархларни белгилашда, қуйидагиларни ҳисобга олиши лозим бўлади:

- турагентга тескари тарзда туроператор ҳам туристларга, ҳам алоҳида хизматларга сўнгги сотиш нархини ўзи белгилайди ва шунинг учун ҳам меҳмонхона туроператор билан муносабатда соф нарх деб аталувчи нархлардан фойдаланади, улар чегирма билан максимал нархлардан ҳосил бўлган (уларга комиссион нарх қўйилмаган ҳолда);
- туроператор учун хизматлар нархи (максимал нархлардан чегирманинг ҳақиқий ҳажми) туроператорга ўз турагентликлари учун таниқли агентлик комиссиялари билан ҳосил қилиш имконини кўзда тутиши зарур;
- меҳмонхоналар тақдим этадиган хизматлар нархидан туроператор томонидан шакллантириладиган сўнгги – охирги сотиш нархи меҳмонхонанинг ўзи чакана, корпоратив мижозлар ва турагентликлар учун белгиланган тегишли сотиш нархидан юқори бўлмаслиги керак;
- туроператор учун хизматлар нархи бронлаштиришни қайта ишлаш ва жўнатишда ўз харажатларини қоплаш, шунингдек маблағнинг бир қисмини маркетинг ва турмаҳсулотларни бозорда илгари суришга йўналтириш имконини бериши лозим.

Корпоратив шартнома анчайин қулай шартларга эга бўлиб, меҳмонхона билан узоқ ҳамкорликдан кейин (бу ҳамкорлик ҳар икки томон учун ҳам фойдали бўлган шароитда) тузилади. Ушбу шартнома предмети бўлиб, фирма мижозларини корпоратив нархларда меҳмонхона номерларига жойлаштириш учун меҳмонхона тақдим этадиган қўшимча хизматлар ҳисобланади. Бунда маълум давр вақтида кафолатланган кечалар сони туроператор томонидан таъминланиши шарт.

Корпоратив шартномалар меҳмонхона ташкилотлари учун иқтисодий жиҳатдан манфаатлидир, чунки:

- улар меҳмонхоналарни ишчанлик фаолияти даврида режалаштирилган вақт оралиғида ишга доир мақсадларда келган туристлар билан кафолатли юкланишини таъминлайди;
- корпоратив мижозлар одатда нисбатан қулай жойлаштириш ва қўшимча хизматлар шартларидан фойдаланишади;
- корпоратив мижозлар меҳмонхоналар учун қўшимча потенциал қизиқиш уйғотади – йирик халқаро компаниялар вақти-вақти билан конференциялар ёки семинарлар ва бошқа тадбирлар ўтказишади, уларга хизмат кўрсатиш меҳмонхонага сезиларли фойда келтиради.

Корпоратив фойда тузиш чоғида турфирмалар кўпинча корпорация ва меҳмонхоналар ўртасида воситачи бўлиб чиқади. Корпоратив хизматлар учун нархлар базавий нархларда камида 10 % паст бўлиши керак ва кафолатланган кечалар сонига боғлиқ бўлади.

Минимал корпоратив нарх трансмиллий корпорациялар ва фирмаларни рағбатлантириш учун тақдим этилади. Мижозларнинг доимий оқимини таъминлайди. Корпоратив нархлар нархлар даражаси агентлар учун нарх даражасига тенг ёки паст бўлиши зарур.

Агар туристларнинг овқатланиши меҳмонхонадан ташқарида ташкил этилса ва у жойлаштириш хизматлари пакетига кирмаса, унда туроператор албатта, маълум овқатланиш корхонаси билан шартнома тузади. Бундай шартномада алоҳида ўринни туристларни йўлда овқатлантириш масаласи эгаллаши керак. Ушбу шартнома мажбурий тартибда қуйидаги пунктларни ичига олиши керак:

- хизмат кўрсатиладиган туристлар сони;
- буюртмалар катталиги ва мунтазамлиги;
- овқатланиш шакли ва тури;
- таомноманинг тахминий вариантлари;
- турли овқатланиш рационларига тахминий нархлар;
- чегирма ва имтиёзлар;
- овқатланишга талабнома бериш муддати;
- буюртмани олиб ташлаш муддати;
- маршрут бўйича овқатланиш графигининг бузилиши эҳтимолларида томонларнинг жавобгарлиги; алоҳида шартлар (алоҳида таомнома, овқатланиш шакли ва ҳ.к.).

Меҳмонхоналарнинг турагент билан шартномасига мисол қуйида келтирилган.

АГЕНТЛИК ШАРТНОМАСИ № _____

«__» _____ 20____ й.

МЧЖ «____» Бош директор, кейинги ўринларда **Принципиал** деб аталади, _____ бир томондан ва _____ ва иккинчи томондан, кейинги ўринларда **Агентлик** деб аталади _____ _____ қуйидагилар ҳақида ушбу шартномани туздилар:

1. Шартнома предмети

Принципиал Агентликка бронлаштириш имкониятини тақдим этади ва кейинчалик **Агентлик** талабномасига кўра кўрсатилган даврга меҳмонхона номер фондини **Агентлик**ка туристларга (мижозларга) реализация қилиш мақсадида сотади.

2. Томонлар мажбуриятлари

2.1. Принципиал мажбур:

2.1.1. Меҳмонхона номер фондини **Агентлик** томонидан самаралироқ реализация қилиш учун шароит яратиш мақсадида **Принципиал Агентлик**ка нархлар ва меҳмонхона номер фонди ҳақида маълумотларни тақдим этишга мажбур.

2.1.2. Меҳмонхонада туристларни жойлаштиришга **Агентлик**дан ёзма кўринишда талабнома қабул қилиш **Агентликка Агентлик**дан талабнома олингандан кейин бир сутка ичида буюртманинг тасдиқланганлиги ёки рад этилгани ҳақида ёзма хабар жўнатиш.

2.1.3. **Агентлик** жўнатган мижозларга қўшимча пуллик хизматлар тақдим этиш. Қўшимча хизматлар учун тўлов мижозлар томонидан амалдаги прейскурант ва таърифлар бўйича мустақил амалга оширилади.

2.1.4. **Агентлик** мижозга **Принципиал** томонидан кўрсатилган барча хизматларга ҳақ тўлаш ҳуқуқига эга, бу ҳақда олдиндан ёзма равишда **меҳмонхона**ни хабардор қилади. Ушбу ҳолда хизматлар учун тўланган маблағ **Принципиал**нинг ҳисоб рақамига ёки классига мижоз меҳмонхонага келишидан 24 соат олдин тушиши керак.

2.2. **Агентлик** мажбур:

2.2.1. Меҳмонхона номер фондини туристларга (мижозларга) чакана сотиш ва ҳаракатланиши бўйича фаолиятни амалга оширади. Бунда сотиш (реализация) **Агентлик**нинг ўз номидан ва тўлиқ молиявий мустақиллик шартида амалга оширилади.

2.2.2 **Принципиал**га **Агентлик**нинг туристларни жойлаштиришга буюртмаси электрон ёки факсимал алоқа воситалари орқали ёзма кўринишда, **Принципиал** барча талаблари ҳисобга олинган ҳолда ҳамма зарур маълумотлар кўрсатилиб жўнатилади.

2.2.3. Зарурият туғилганда буюртмадаги ўзгартиришлар ёки буюртма бекор қилингани ҳақида ёзма равишда **Принципиал** хабардор қилинади. Бунда буюртмадаги ўзгаришларни томонлар бошланғич буюртма бекор

қилингани сифатида қараб чиқилади ва янги буюртма берилади. Буюртмани бекор қилиш учун муддат – **Агентлик**ни туристлар гуруҳини (10 кишидан кўпроқ киши гуруҳ саналади). Жойлаштиришдан 15 кун олдин ва **Агентлик**нинг индивидуал туристини жойлаштиришдан 24 соат олдин. Буюртмани бекор қилиш муддатига риоя этишда Шартнома бўйича барча тўловлар **Агентлик**ка қайтарилиши лозим. Буюртмани бекор қилиш муддатига риоя этилмаганда шартнома бўйича барча тўловлар – пул маблағлари Принципиалда қолади.

2.2.4. Жорий йилнинг ҳар бир охирги числосида **Принципиал**га ҳисобот беради (яшаётган меҳмонлар ҳақида ҳисобот) ва комиссион мукофот олишга ҳисоб тақдим этади.

2.2.5. Жўнатилаётган мижозларни **Принципиал**нинг қўшимча хизматлари ва уларга ҳақ тўлаш шартлари ҳақида хабардор қилиш.

3. Нархлар, ҳисоб-китоб тартиби

3.1. Агентлик томонидан жўнатиладиган мижозларнинг яшаши учун **Принципиал** томонидан белгиланган яшашга тарифлар ва талабномага мувофиқ **Агентлик**дан тўловларни қабул қилиш.

3.2. Бронлаштирилган номер фондига **Агентлик** томонидан тўлов **Принципиал** белгилаган нарх ҳисобида амалга оширилади. Агентликка комиссион мукофот ҳажми – яшаш учун қўйилган суммадан 10 (ўн) фоиз.

3.3. Тўловга ҳисоб **Агентлик** буюртмаси **Принципиал** томонидан тасдиқлангандан кейин бир ишчи куни ичида **Агентлик**ка **Принципиал** томонидан тақдим қилинади.

3.4. Меҳмонхонада яшаш учун ҳисоб-китоб **Агентлик** томонидан олдиндан 100 % тўлов шарти билан **Принципиал** берган ҳисобга мувофиқ амалга оширилади. Тўлов нотўғри ёки ўз вақтида тўлиқ бўлмаса **Агентлик** буюртмаси бекор қилинади.

3.5. Барча ҳисоб доллар ёки сумда қўйилади. Тўлов нақд пулсиз пул ўтказиш йўли билан **Принципиал** ҳисоб рақамига ўтказилади. **Принципиал** ҳисоб рақамига пул маблағи тўлиқ ҳажмда келиб тушган сана тўлов санаси ҳисобланади.

3.6. Агентлик турист (мижоз)и келмай қолган ҳолда **Агентлик**ка пул маблағини қайтариб бермайди.

3.7. Келгуси ойнинг 10-санасигача **Принципиал Агентлик**ка олдинги ой учун ҳисоб мавжудлигида ва **Принципиал** ва **Агентлик** томонидан имзоланган ва келишилган комиссион мукофотни тўлайди.

4. Томонлар жавобгарлиги

4.1. **Агентлик** жавобгарлиги:

4.1.1. **Принципиал** томонидан берилган ҳисоб ўз вақтида ва тўлиқ тўланмаган ҳолларда **Принципиал Агентлик**ка бирор-бир компенсация тўламаган ҳолда **Агентлик** буюртмасини бекор қилишга ҳақли.

4.1.2. Буюртмани бекор қилиш (ўзгартириш киритиш) муддати бузилганида ушбу шартноманинг 2.2.3. пунктида кўрсатилгандек **Агентлик Принципиал**га жарима тўлайди: Турист жойлаштирилган кунгача камида бир сутка олдин бекор қилинган ҳолда (туристлар гуруҳини жойлаштириш учун 15 кун) Агентлик томонидан турист яшаши учун тўловнинг 100 % ҳажмида.

4.2. Енгиб бўлмайдиган вазиятлар вужудга келган ҳолларда ушбу шартнома бўйича мажбуриятларни бажарилмагани ушбу томонлар қисман ёки тўлиқ жавобгарликдан озод қилинадилар.

5. Шартноманинг амал қилиш муддати

5.1. Ушбу шартнома томонлар муҳри қўйилиб, ваколатли шахслар имзолаган кундан бошлаб кучга киради ва «____» _____ 20___ йилгача амал қилади.

5.2. Ушбу шартнома томонларнинг ўзаро келишувига мувофиқ муддатдан олдин бекор қилиниши мумкин.

5.3. Ёзма кўринишда расмийлаштирилган ва ҳар икки томон имзолаган ушбу шартномага киритилган барча ўзгаришлар ва қўшимчалар ушбу Шартноманинг ажралмас қисми ҳисобланади.

6. Баҳсларни ҳал этиш

Ушбу шартнома бўйича вужудга келадиган барча баҳслар ва келишмовчиликларни томонлар музокаралар йўли имкониятлари бўйича ҳал қиладилар, келишувга эришилмаган тақдирда эса амалдаги қонунчилигига мувофиқ Арбитраж суди орқали ҳал этилади.

7. Реквизитлар ва томонлар имзолари

МЧЖ «_____»
ш. _____ кўча _____
ИНН _____ КПП _____
Ҳ/Р _____
ОАЖ «_____»
Ш. _____
К/С _____
РФ МБ ГУ РКЦ бўйича _____
БИК _____
_____/_____/ _____

Эслатиш лозим, айрим меҳмонхоналарда турфирмалар билан шартнома тузилмасдан хат бўйича ишлаш тажрибаси бор. Бундай хатларда турфирмалар реквизитлари, келаётган туристлар рўйхати, келиш-кетиш санаси, талаб қилинадиган қўшимча хизматлар, шунингдек чегирма ва комиссионларнинг келишилган ҳажми кўрсатилади. Бундай ҳолда чегирма бериш ҳақидаги қарорни меҳмонхона бош менежери қабул қилади ва ўз қарори ҳақидаги қарорни меҳмонхона бош менежери қабул қилади ва ўз қарори ҳақида турфирмага хабар беради.

Назорат саволлари

1. Меҳмонхона корхоналарининг туристик фирмалар билан бўладиган муносабатлари хусусиятлари қандай?
2. Сиз ишбилармонлик музокараларини олиб боришнинг қайси принципларини биласиз?
3. Меҳмонхон ни туроператор билан ҳамкорлигининг таваккалчилик шакллари ҳақида айтиб беринг.
4. Меҳмонхонани туроператор билан таваккалчиликсиз ҳамкорлик шаклларини характерланг.
5. Комитмент ва элотмент моҳияти нималардан иборат?
6. Меҳмонхоналарда номерларни бронлаштиришнинг турлари қанақа?
7. Сиз меҳмонхона корхоналарининг турфирмалар билан шартномаларининг қайси хилма-хилликларини биласиз?
8. Меҳмонхона хизматлари тақдим этиш ҳақидаги шартномага қандай шартлар киритилади?
9. Туристларни овқатлантиришни ташкил этиш шартнома ҳужжатлари қандай расмийлаштирилади?

8-БОБ. МЕҲМОНХОНАЛАРДА АНИМАЦИОН ХИЗМАТЛАР

8.1. Анимация тушунчаси ва унинг функцияси
8.2. Анимация типологияси
8.3. Анимацион дастурларнинг турлари ва уларни амалга ошириш технологиялари
8.4. Курорт отелларининг анимацион-бўш вақт фаолияти

8.1. Анимация тушунчаси ва унинг функцияси

«Анимация» сўзи лотинчадан келиб чиққан бўлиб, (anima-шамол, ҳаво, жон; animatus – жонлантириш) жонлантириш, руҳлантириш, ҳаётий кучга рағбатлантириш, фаолликка ундаш деган маънони англатади.

«Анимация» атамаси биринчи марта XX асрда Францияда турли ассоциациялар тузиш ҳақидаги қонун жорий этилиши муносабати билан бадиий ижодга, маданиятга жонли қизиқишни уйғотишга қаратилган фаолият сифатида талқин этилди.

Анимация – бу ўзига хос хизмат бўлиб, у хизмат кўрсатиш сифатини ошириш мақсадини кўзда тутади. Шу билан бирга у меҳмонларни ва уларнинг танишларини қайта жалб этиб, туристик бизнесни фойдали ва даромадлигини ошириш учун бозорда туристик маҳсулотларнинг сотилишини олға суриш мақсадини кўзлаган ўзига хос реклама шакли ҳамдир.

Туризм соҳасида анимация ўзида аниматорларнинг туристлар билан бирга бўладиган бўш вақтида расмий ва норасмий раҳбарликнинг қўшилиши асосида ўзаро ҳамкорликни амалга оширувчи мутахассислар лидерлигини англатади. Бундай ўзаро ҳамкорлик натижасида ушбу жараён иштирокчиларининг соғломлаштириш, маданий-ижодий, таълимий эҳтиёжлари ва қизиқишлари қондирилади.

Шахснинг атроф-муҳит воқейлигини ўзида хис этиш унга муносабатини шаклалнтиришда ижтимоий фаоллиги учун шароит яратади.

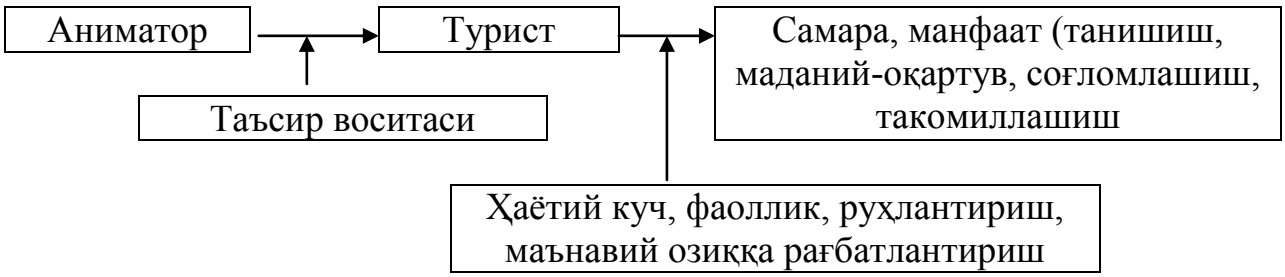
Анимация – бу туристик фаолиятнинг хилма-хиллигидир. У туристик корхоналар (туркомплекслар, отеллар, саёҳат кемалари, поездлар ва ҳ.к.)да амалга оширилади. Қайсиким, бўш вақт учун ишлаб чиқилган махсус дастурда иштирок этиш орқали туристларни турли хил тадбирларга жалб қилади.

Анимация турли хил характерли қирраларга эга бўлиб, қуйидагилардан иборат бўлади:

- бўш вақтда амалга оширилади;
- эркин англаниши, кўнгиллиги, ҳам бир киши, ҳам турли ижтимиой гуруҳлар ташаббуси, фаоллиги билан фарқ қилади;
- миллий, диний, ҳудудий хусусиятлари ва анъаналар билан боғланган;
- катталар, ёшлар, болалар турли қизиқишлари асосида хилма-хил турлари билан характерланади;

- ўта шахсийлиги, ривожланувчанлиги, соғломлаштириш ва тарбиявий характердалиги билан ажралиб туради.

Анимацион фаолиятнинг тўлиқ моҳиятини тушуниш учун унинг мазмуни, мақсади ва анимацион жараёнлари вазифасини қараб чиқиш зарур. Чунки анимацион хизмат ўзида алоҳида жараённи мужассам этган, қайсиким моҳияти аниқ қонуниятлар билан шартланади (мавзуелиги, хиссиётлилиги, фаоллиги, мақсад сари интилувчанлиги ва ҳ.к.). Анимацион жараёнлар, улар олдида турган мақсад ва вазифалар қуйидаги тарзда ифодаланиши мумкин (8.1-расм).



8.1-расм. Анимацион жараён

Анимацион жараён давомида аниматор туристларга воқеа объектларини кўришга ёрдам беради. Бу маълум мавзуда берилган воқеани томошабин сифатида қабул қилиш имконини беради (биринчи вазифа); зарур ахборотларни эшитиш ёки мисол учун, кўрганларни мусиқа остида тўлдириш (иккинчи вазифа); ўзи худи шундай қилиб кўришга уриниш (учинчи вазифа); жараёнга қўшилиш (тўртинчи вазифа), амалий кўникмаларни эгаллаш (бешинчи вазифа).

Анимацион фаолият моҳиятининг таҳлили унда ўзига хос уч даражани белгиловчи турли элементлар мавжудлигини акс эттиради. Қайсиким, уни шундай классификациялаш мумкин:

- ижодий – фаолиятда ижодий моментлар устунлиги;
- репродуктив – илгариги шакллари ва усулларда қайси ишланган тайёрларни оддий такрор ишлаб чиқариш;
- репродуктивли – ижодий – киши ўзи учун янги деб билганни кашф этиши, қайсиким аслида объектив янги ҳисобланмайди.

Юқорида айтилганлардан келиб чиқиб, анимацияни тўлақонли рекреацион, ижтимиой-маданий, бўш вақт ва кишининг бошқа фаолиятига унинг ҳаётий кучи таъсири йўли билан жонлантирувчи ва руҳлантирувчи рағбат сифатида белгилаш мумкин.

Туристик анимация – бу туристик хизматлар, қайсиким, кўрсатилиши чоғида турист фаол ҳаракатга жалб этилади. Туристик анимация тураниматорни (аниматорни) турист билан шахсий инсоний алоқаларига асосланган, яъни инсоний яқинлик, аниматор ва туристни туркомплекс таклиф этган анимацион дастурнинг кўнгил очиш тадбирларига жалб этади.

Анимацион меҳмонхона хизматлари меҳмонларни отелга жалб қилишнинг энг самарали воситаларидан бири ҳисобланади ва туристнинг

отел ишига ижобий баҳо беришига таъсир ўтказади. Бу отелнинг мижозга ўзига хос қўшимча хизмат кўрсатиши бўлиб, уни шундай ром қилиб оладики, туристда ижобий ҳиссиётлар уйғонади, унда отелда дам олишдан қониқиш ҳосил бўлади ва унда ушбу отелга яна келиш истаги туғилади.

Туристик анимация – туристик корхоналар ўхшаш фаолиятининг ажралмас муҳим қисмидир (отелда, ресторанда, йирик теплохода ва ҳ.к.). Бу нафақат завқ-шавқ, туристик фаолият профессионализмининг юқори даражаси ифодаси ва туристик маҳсулотнинг муҳим таркибий қисми ҳамдир. Шунинг учун, туристик корхоналар бошқа ҳар хил фаолияти сингари анимация режалаштирилган, аниқ тартибга солинган ва бошқариладиган фаолиятни ташкилий жиҳатдан пухта ишлаб чиқишга асосланади, моддий, молиявий ва кадрлар ресурслари билан таъминланади.

Туристик анимациянинг пировард мақсади бу туристнинг дам олиши, яхши кайфияти, ижобий таассуроти, ақлий ва жисмоний кучини тиклаши ҳисобланади. Туристик анимациянинг муҳим рекреацион функцияси ана шундан иборат. Туристик анимациянинг аҳамияти унинг сифатини ошириш, туристик маҳсулотнинг хилма-хиллиги ва жозибадорлиги, доимий мижозлар сонини кўпайтириш, туристик маҳсулотга бўлган талабни кўпайтириш, туркорхона моддий-техника базасига юкланишни оширишдан иборат. Шулар орқали ундан фойдаланиш самарадорлигини ошириш ва ниҳоят туристик фаолият рентабеллиги ва даромадлигини таъминлашдир.

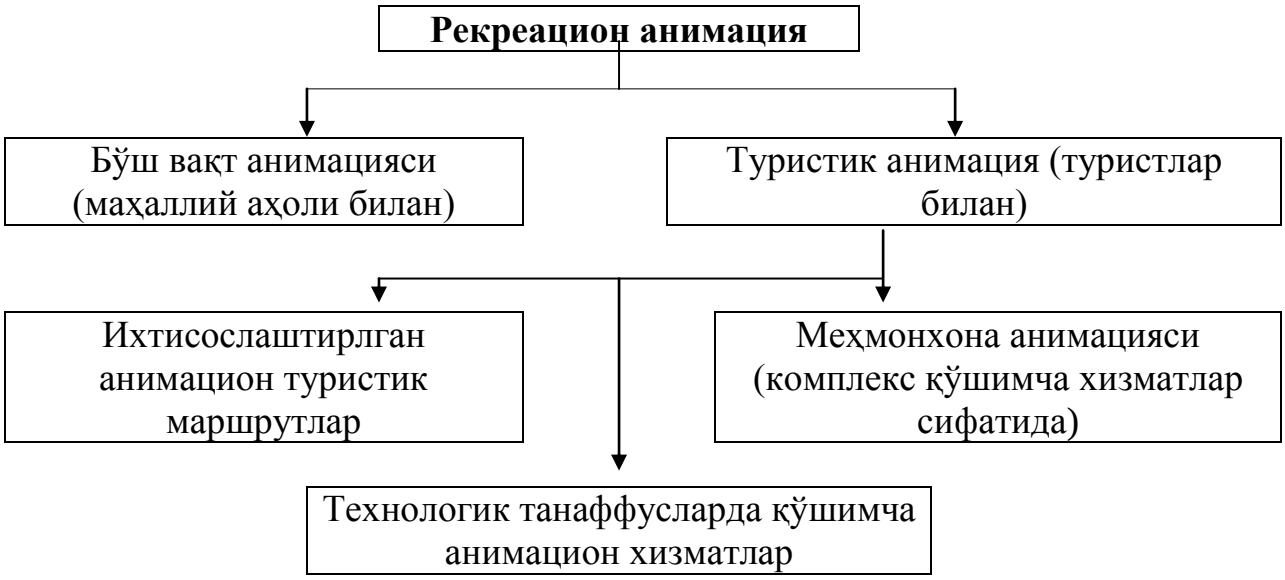
Туристик анимациянинг учта асосий функцияси мавжуд бўлиб, у (**даволаш, соғломлаштириш ва билиш**) амалда бевосита икки функцияни бажаради, яъни спорт – соғломлаштириш ва билишдир. Билвосита тегишли тарзда даволаш функциясини ҳам бажаради. Анимацион иш тажрибасида мақсадли конструктив дастур учун туристик анимациянинг қуйидаги функцияларини ажратиш мумкин:

- **адаптация функция**си, кундалик ташвишлардан эркин, ҳоли бўлиб, бўш вақтга мослашишга имконият яратади;
- **компенсация функция**си, кишини кундалик турмушдаги руҳий ва жисмоний чарчоқлардан холос қилувчи;
- **барқарорлаштириш функция**си, ижобий ҳиссиёт ва руҳий барқарорликка рағбатлантирувчи;
- **соғломлаштириш функция**си, кишининг кундалик турмуш фаолиятида (меҳнатида) сусайган жисмоний қувватини қайта тиклаш ва ривожлантиришга қаратилган;
- **ахборот функция**си, одамлар, регион (минтақа)лар, мамлакатлар ва ҳ.к. ҳақида янги маълумотлар олишга имкон берувчи;
- **таълимий функция**си, атроф-муҳит ва оламдан олинган янги билим, кўникмалар ва ёрқин таассуротларни мустаҳкамлашга, билимни бойитишга имкон берувчи;
- **такомиллаштириш функция**си, жисмоний ва интеллектуал такомиллашувга олиб келувчи;

- **реклама функция**си, анимацион дастур орқали туристни мамлакат, регион (минтақа), туркомплекс, отеллар, турфирмалар ва ҳ.к. ҳақида реклама ташувчига айлантириш имконини берувчи.

8.2. Анимация типологияси

Туристик анимациянинг хилма-хил функцияси анимацион фаолият тури кўп қиррали ва анимацион дастур ва тадбирларнинг турли кўринишдалиги билан шартланган. «Анимация» тушунчасини «**меҳмонхона анимацияси», «туристик анимация»** тариқасида турлича талқин этилиши, анимацион бўш вақт фаолият дастури ва хилма-хил шакли мавжудлиги билан боғлиқ. Бу хилма-хиллик ҳам туристик маршрутларни, ҳам меҳмонхона бизнесини шакллантиришда кўринади ва умуман олганда, ҳозирги замон ҳаётида одамлар бўш вақтини ташкил этишда намоён бўлади: мамлакатларда, шаҳарларда, бўйсунувчи шаҳарлар ва муниципалететлар, парклар, клублар, ассоциациялар, ташкилотлар, ўқув муассасалари ва бошқаларда. Бу ерда туристик, курорт-рекреацион ва меҳмонхона анимацияси ҳақида сўз юритилади. Шунинг учун ушбу тушунча қуйидагича чекланади (8.2-расм).



8.2-расм. Рекреацион анимациянинг турлича кўриниши

Реакцион анимация – бўш вақт фаолияти кўриниши бўлиб, у инсоннинг жисмоний ва маънавий кучғқувватини тиклашга қаратилган. Рекреацион мақсадларда амалга ошириладиган бўш вақтни ўтказиш дастури ҳам туристик ва курорт корхоналарининг туристлар, дам олувчилар ва меҳмонлар билан, ҳам бўш вақтни ўтказувчи корхоналар томонидан маҳаллий аҳоли билан ишлашини кўзда тутади. Бу бизга рекреацион анимация тушунчаси, туристик ва меҳмонхона анимациясига қараганда кенгроқ эканлигини таъкидлаш ҳуқуқини беради. Туристик ва меҳмонхона анимациясига келадиган бўлсак, улар рекреацион анимация билан мустаҳкам боғланади. Чунки отеллар, туркомплекслар ва санаторияларда ҳамда

ихтисослашган анимацион турларда анимацион дастурларнинг асосий (бош) мақсади дам олувчиларни соғломлаштиришга, уларни кундалик ташвишлардан холос бўлишга, кайфиятини кўтариш ва ҳ.к.ларга қаратилади. Бошқача айтганда, рекрацион анимация туристалрнинг ҳаётий куч-қувватини тиклашга йўналтирилади.

Туристик анимация – туристик фаолиятнинг хилма-хиллиги бўлиб, у туристик корхоналар (туркомплекслар, отеллар) ёки транспорт воситалари (саёҳат кемаси, поезд, автобус ва ҳ.к.) ёки туристлар келган жойда (шаҳар майдонида, театр ва шаҳар паркларида ва ҳ.к.) амалга оширилади ва бўш вақтни ўтказиш учун махсус тузилган дастурда иштирок этиш орқали туристларни турли хил тадбирларга жалб этади. Бошқача айтганда, туристик анимация – бу туристик хизматлардир. У туристларга кўрсатилиши чоғида унда турист фаол ҳаракатда иштирок этади.

Туристик анимацион дастурни тайёрлаш пайтида жуда кўп хусусиятлар ҳисобга олинади. Бу хусусиятлар қуйидагилардан иборат бўлади:

- туристларнинг миллати;
- уларнинг ёши (болалар, ёшлар, етук ёшдагилар, учинчи ёшдагилар, аралаш ёшлилар);
- жинси (аёл, эркак, биргаликда);
- сони (индивидуал, гуруҳий, оммавий);
- туристлар иштироки фаоллиги (фаол, пассив).

Бундан ташқари, туристик анимация муҳимлиги жиҳатидан учта асосий типга бўлинади: мўлжали, саёҳат умумий дастурида анимацион дастур ҳажми (тур маҳсулотда) ва муҳимлиги.

1. **Анимацион туристик маршрутлар** – битта анимацион дастур ҳақи мақсадли туристик сафар ёки узлуксиз анимацион жараён, кенгликда сайёҳат шаклида қулоч ёзган, бир анимацион хизматдан (дастурдан) бошқасига ўтиш, турли географик нуқталарда амалга оширилади. Ушбу ҳолда анимацион дастур мақсадли, мўлжалли ва турпакетда нафақат жисмоний ҳажм, балки маънавий рағбатлантириш бўйича руҳлантирувчи куч сифатида мустаҳкам ўрин эгаллаган бўлади.

Бундай анимацион дастур турмаҳсулотда ўзига хос нарх ҳосли қилувчи омил сифатида намоён бўлади. Одатда ушбу дастурлар индивидуаллар ёки бир хилдаги туристик гуруҳлар, битта маънавий қизиқиш билан бирлашганлар (профессионал, хобби) учун мўлжалланган. Ана шундан анимацион дастурларнинг асосий турли кўринишларини санаб ўтамиз: маданий-билиш ва тематик, фольклор, адабий, мусиқий, театрий, санъатшунослик, илмий, фестивалли, карнавалли, спортли. Ёки, мисол учун, турли мамлакатларда жойлашган казино-марказлар бўйлаб казино ўйинини яхши кўрувчилар учун турсафар уюштириш.

2. **Қўшимча анимацион хизматлар** – анимацион дастурлар, турпакетда келишилган асосий туристик хизматларни «қувватлаш» учун мўлжалланган бўлади. Технологик танаффузларда, йўлда ушланиб қолганда (кема, поезд, автобус, меҳмонхона, вокзал ва ҳ.к.), кўчиб ўтишда, об-ҳаво

бузилганда (спорт ва ҳаваскорлик турлари уюштиришда, пляжли курортларда), тоғ чанғиси курортларида қор бўлмаганда ва бошқа ҳолларда амалга оширилади.

3. **Меҳмонхона анимацияси** – меҳмонхона комплекс рекреацион хизмати, тураниматорни турист билан шахсий инсоний алоқаларида, инсоний яқинлигига, аниматор ва туристни туркомплекс анимацион дастурлари таклиф этган кўнгил очар тадбирларда биргаликдаги иштирокига асосланади. Кўзланган мақсад меҳмонхона хизмат кўрсатишининг янги фалсафасини амалга ошириш, хизмат кўрсатиш сифатини ошириш, туристнинг дам олишидан қониқиш ҳосил қилишига эришиш, меҳмонхона маркетинг стратегиясидан жалб қилувчи хизматлардан бири сифатида фойдаланишдир.

Меҳмонхона анимацияси тушунчаси уч қараб чиқилганлардан нисбатан торроқдир. Чунки у фақат туристик корхоналарда бўш вақтни ташкил этишни кўзда тутади: туркомплекслар, отеллар, меҳмонхоналар, турбазалар ва бошқаларда. Бошқача айтганда, меҳмонхона анимацияси – бу туркомплекслар, отеллар, меҳмонхоналарнинг таклиф қиладиган бўш вақтни ўтказиш фаолиятидир. Туристик анимациянинг ушбу қисми бироқ кўпроқ аҳамиятли бўлиб, кенг тарқалгандир. Анимацион дастурлар дам олишнинг клубли ташкил қилиш, меҳмонхона занжирлари, турли мақсадли ва турли катталикдаги меҳмонхоналарда бир-биридан фарқ қилади.

8.1-жадвал

Анимацион фаолият типологияси

Туристик анимация турлари	Анимацион машғулотлар шакллари
Туристик соғломлаштириш	Поход, слёт, туристик мусобақалар
Спорт-соғломлаштириш	Спорт мусобақалари, фитнес, эстафеталар, спортакиадалар
Тобошо-соғломлаштириш	Байрам, конкурс, фестиваль, карнавал, ярмарка, дискотека
Билиш-соғломлаштириш	Экскурсия, лекция, суҳбатлар, викториналар, билимдонлар мусобақаси ва бошқа спорт, ўйин (танца), ҳунар турларига ўқитиш ва ҳ.к.
Комплекс	Аралаш экскурсия, дам олиш куни поход, шоу-дастурда иштирок этиш ва бошқ.

Л.М.Курило ўзининг «Анимация назарияси ва амалиёти туристик анимациянинг назарий асослари»китобида туристик анимациянинг 8.1-жадвалда кўрсатилган бир неча бошқа типологияларини келтиради. Унда анимация барча турларига «соғломлаштириш» қўшимчаси тиркалган, бу билан анимациянинг соғломлаштириш ва рекреацион функцияни бажариши таъкидланади. Ҳар бир турига белгиланган мақсадларга мувофиқ, анимация туризм ва туристик мусобақа, спорт баҳси ва спорт билан шуғулалниш, томоша тадбири, билиш ва экскурсион фаолият ҳисобланади.

8.3. Анимацион дастурларнинг турлари ва уларни амалга ошириш технологиялари

Анимация турлари. Туристик анимацияга тизимли (системали) ёндошув нуқати назаридан – бу мулоқот, ҳаракат, маданият, ижод, кўнгил очиш, вақтни хушчақчақ ўтказишда ўзига хос туристик эҳтиёжларни қондиришдир. Бу эҳтиёжларнинг қамрови жуда кенг бўлиб, бу тўғрида мутлоқо ҳар хил фикр билдиришади. Хусусан: биров учун дам олиш – бу саёҳатдир, бошқа учун эса – китоб ўқишдир, учинчи киши учун эса бу – ўрмонда сайр қилишдир, тўртинчи одамга – балиқ овлаш ва ҳ.к. Ушбу талабларга мувофиқ туристик хизмат кўрсатиш амалиётида туристлар (дам олувчилар)ни турли эҳтиёжларини қондирувчи анимациянинг қуйидаги турлари фарқланади.

Ҳаракатда анимация – замонавий кишининг ҳаракатда эҳтиёжини қондиради, кўнгилли кечинмалар қониқиш билан қўшилиб кетади.

Кечинмалар орқали анимация – янги, номаълум ҳисда, кутилмаган қийинчиликни енгиб ўтишда кашфиётларда, мулоқотда эҳтиёжни қондиради.

Мулоқот орқали анимация – янги ва қизиқарли кишилар билан мулоқотда, одамлар ички оламини очиш ва мулоқот орқали ўзлигини англаш билан эҳтиёжини қондиради.

Тинчлаштириш орқали анимация – одамларнинг кундалик руҳий зўриқиши, чарчоқдан тинчлантириш эҳтиёжини, ҳамдардлик билдириш, табиат билан алоқада бўлиш орқали қондиради.

Маданий анимация – шахснинг маънавий ривожланган одамлар эҳтиёжини ёдгорликлар ва мамлакатлар, регион, халқлар, миллатлар маданияти замонавий намуналарига ҳамнафас бўлиши орқали қондиради.

Ижодий анимация - инсоннинг эҳтиёжини ижодда, ўз ижодий яратувчанлик қобилиятини намойиш қилишда қалбан яқин одамлар билан алоқа ўрнатиш, биргаликда ижод қилиш, яратиш орқали қондиради.

Реал анимацион дастурлар кўпинча анимациянинг ушбу турларига нисбатан комплекс характерга эга бўлади. Санаб ўтилган анимация турлари эса ушбу дастурларнинг таркибий элементлари ҳисобланади. Худди ўзини ғиштин уйдек намоён этган анимация дастурларининг ғиштларидай. Одатда, анимацион дастурлар бир вақтнинг ўзида соф кўнгил очиш тадбирлари билан хилма-хил спорт ўйинлари, машқлар ва мусобақаларни ўз ичига олади. Бундай қўшилишлар анимацион дастурларни соғлик учун фойдали, қизиқарли хиллар билан янада бойитади. Шунинг учун айнан туристик анимация ва спортнинг ўзаро боғлаб қўйиб олиш борилишида кўпроқ соғломлаштириш – тиклаш самарадорлигига эришилади.

Анимация технологияси. Технология дейилганда аниматорнинг меҳнат усуллари тўпламини, ушбу меҳнатни ташкил этиш, мослама ва асбоблардан фойдаланишни тушиниш керак. Анимацион дастурларни яратиш ва сотиш (реализация қилиш) – мураккаб жараён ва кўп режалидир. Чунки у қуйидаги вазифаларни ҳал этади:

- анимация дастурлари тузиш;

- дастурлар иқтисодий қийматини ҳисоблаш;
- дастурларни реклама қилиш;
- уларни реализация қилиш;
- анимацион дастурларни таҳлил этган ҳолда ижодий равишда уни амалга тадбиқ қилиш.

Ушбу технологик жараёнлар ўзида бутун бир тизимни мужассамлаштиради ва барча компонентлар ўзаро ҳаракатда бўлади.

Анимацион дастурларни тузиш ва реализация қилиш тизими сифатида ўзаро боғланган бир неча тизим ости вазифалар мавжуд бўлиб, улар қуйидагилардан иборат:

- тизим ости ташкилий ишлари – иқтисодий, техник, реклама бўлимларининг биргаликдаги анимацион фаолияти командасини ташкил этиш;
- инструкторлик-методик тизим ости – тадбирлар сценарийсини тузиш ва қайта ишлаш, экскурсия матнларини ишлаб чиқиш, спорт ўйинлари ва мусобақаларини танлаб олиш, тажрибаларни умумлаштирган ҳолда методик тавсияларни ишлаб чиқиш билан походлар маршрутларини тузиш;
- тизим ости режиссёрлиги – ролларни тақсимлаш, репетиция режаси, саҳналаштириш;
- техник тизим ости – анимацион тадбирлар учун майдон (саҳна), реквизитлар, декорация, ёритқичлар, мусиқа куйлари, костюмлар ва бошқаларни тайёрлаш.

Барча тизим остилар технология тизимини ташкил этади ва анимацион хизматнинг ишлашига асос бўлиб хизмат қилади. Анимацион фаолият ўзига хос бўлган қоидалар асосида ҳаракат қилувчи реал ва мутлоқа ўзгача оламдир. Бу ҳаракатни профессионаллар амалга ошириш жараёнида имкон қадар кўпроқ одамларни жалб қилиш учун қўллашади. Бу ерда анимацион фаолиятни ишлашининг ўзига хос қонунияти мавжуд.

Анимацион дастурлар тузиш технологик жараёни ўз ичига қуйидаги элементаларни киритади:

- фаолият обьектлари хизмат кўрсатиладиган аҳоли ташриф буюрувчилар (алоҳида шахслар ва одамлар жамоалари);
- фаолият субьектлари: анимацион хизматлар раҳбарлари, мутахассислари;
- анимацион хизматнинг ўзи (субъектнинг субъектга ўзаро таьсир жараёни) унинг бутун компонентлари билан.

Технологик жараённинг ҳамма ишлаш элементлари биргаликда ва ўзаро ҳаракатда бўлади ҳамда ягона тизимни ташкил қилади. Ушбу тизимда асосий элементлар – фаолият объектлари, одамлар: туристлар, меҳмонлар, дам олувчилар, ҳамма нарса уларни жисмоний ва маънавий эҳтиёжларини қондиришга қаратилган. Шунинг учун мутахассис – аниматорлар ушбу эҳтиёжларни билиши лозим, ҳар куни улар аудиторияни, аҳоли турли гуруҳлари кайфиятлари ва қизиқишларини ўрганишлари зарур. Одамларни

билмасдан туриб, кутилган натижага эришиш қийин, аудиторияга ҳиссий таъсир этиш ва интеллектуал самарадорликни ошириш мушкул бўлади.

Анимацион дастурларни ишлаб чиқиш ва ўтказиш босқичлари. У ёки бу анимацион дастурларни тайёрлаш ва ўтказиш бўйича ишларни бир неча босқичларга бўлиш мумкин. **Биринчи босқич** (энг катта ва масъулиятли босқич) – тайёргарлик бўлиб, у ўз таркибига қуйидагиларни киритади:

- таклиф этилаётган анимацион дастур таҳлили;
- мақсад ва вазифаларни аниқлаш;
- дастурни ўтказиш жойи ва вақтини танлаш;
- анимацион дастурларни ёши, этник ва ушбу хизмат истеъмолчиларининг бошқа хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда лойиҳалаштириш;
- дастурга киритилган анимацион тадбирлар сценарийларини танлаш ёки тузиш;
- дастурларни ўтказишга харажатлар сметасини тузиш;
- ижодий жамоани танлаб олиш, анимацион команда ичида бурчларни тақсимлаш;
- техник тайёрлаш: инвентарлар сотиб олиш, декорация, кастюмлар, реквизитлар ва ҳ.к. тайёрлаш;
- товуш ва ёритиш аппаратларини ва бошқа техник воситаларни ўрнатиш, саҳнани жиҳозлаш, фонограмма ва бошқаларни тайёрлаш;
- репетиция ўтказиш, ўйин қоидаларини ўргатиш ва бошқ.;
- белгиланган анимацион тадбирларга реклама компанияси ўтказиш.

Иккинчи босқич – анимацион дастурни ўтказиш, бу барча иштирокчилар учун энг мураккаб ва масъулиятли иш ҳисобланади. Бу ҳамма аниматорларнинг кучини бирлаштиришни тоқоза этади, асабий зўриқишни енгиб ўтиш ва қўйилган вазифани бажаришни талаб қилади.

Учинчи босқич – якунни чиқариш: ўтказилган дастурни таҳлил қилинади; таҳлил билан бирга истеъмолчилар анкета сўровлари умумлаштирилади; дастурни такомиллаштириш ишлари олиб борилади. Шундай қилиб, технологик жараён уч асосий босқични ўз ичига олади: тайёргарлик, дастурни ўтказиш ва ўтказилган дастурни таҳлил қилиш.

Анимацион дастур рекламаси. Анимацион дастурнинг самарадорлиги кўп жиҳатдан реклама компаниясини тўғри ташкил этилишига боғлиқ бўлади. Маълумки, реклама товарларни истеъмолчилик хусусиятлари ва хизмат турларини уларга талабни оширши мақсадида истеъмолчиларга етказиш ҳисобланади. Шундай бўладики, анимацион дастурлар жуда паст даражада реклама қилинади. Ҳатто ушбу дастур бор туристик корхоналарда ҳам.

Анимацион дастурни реклама қилиш – бу шундай воситаки, истеъмолчида уларга қизиқиш уйғотиш мақсадида мазмуни, хусусиятлари, жозибадорлиги ҳақида маълумот берилади, истеъмолчилар реклама қилинган товарни сотиб олиш билан анимацион дастур иштирокчисига айланади. Анимацион дастурлар рекламасини ишлаб чиқишга кириша туриб қуйидагиларга амал қилиш зарур бўлади:

- дастур реализацияси, реклама материаллари нархлари ва бошқалардан олинадиган фойдага кўра ўз молиявий имкониятлари ҳисобга олинган ҳолда рекламага молиявий харажатларни баҳолаш;
- потенциал истеъмолчиларни аниқлаш ва уларни демографик (ёши, жинси), этник белгилари, ижтимоий мақоми, даромад даражаси ва бошқалари бўйича таърифини тузиш;
- рақобатчиларни аниқлаш, ўз дастурларининг устунлигини аниқлаш ва унга рекламада эътиборни тортиш;
- рекламани тарқатиш каналлари ва усулларини аниқлаш.

Ўз фирма стилини ишлаб чиқиш жуда муҳим, қайсиким таклиф қилинаётган анимацион дастурларни сифатининг кафолати сифатида қабул қилинади. Ўз фирма стилини ишлаб чиқиш чоғида қуйидагиларни ҳисобга олиш зарур:

- фаолиятнинг асосий йўналиши;
- ишлаб чиқиладиган дастурлар мўлжалланган бозор сигментлари;
- асосий реклама воситалари;
- ишлаб чиқилаётган дастурлар хусусиятлари ёки устунлиги.

8.4. Курорт отелларининг анимацион-бўш вақт фаолияти

Курортларда рекреантларнинг дам олишини ташкил қилиш – курорт ишлари ва туризм мутахассисларининг муҳим вазифаларидан бири ҳисобланади. Кўпсонли анкета сўровлари шуни кўрсатадики, курортларда дам олишга келувчиларнинг 50-70 % асосий мақсади дам олиш ҳисобланади. Бу фоиз денгиз бўйи курортлари учун бир мунча юқори, даражада, тор ихтисослашувдаги корхоналар учун эса паст кўрсаткичга эга бўлади. Ҳар қандай ҳолатда ҳам дам олувчиларнинг бўш вақтини ташкил этиш оғир вазифа ҳисобланади. Энг аввало, дам олувчиларнинг отеллар ва курортларда бўлган даврида бўш вақтлари жуда кўп бўлиши кузатилади.

Кейинги йилларда дам олувчиларнинг бўш вақтларини ташкил қилишда сезиларли ўзгаришлар рўй берди. Бу эса бир қатор сабаблари билан шартланади:

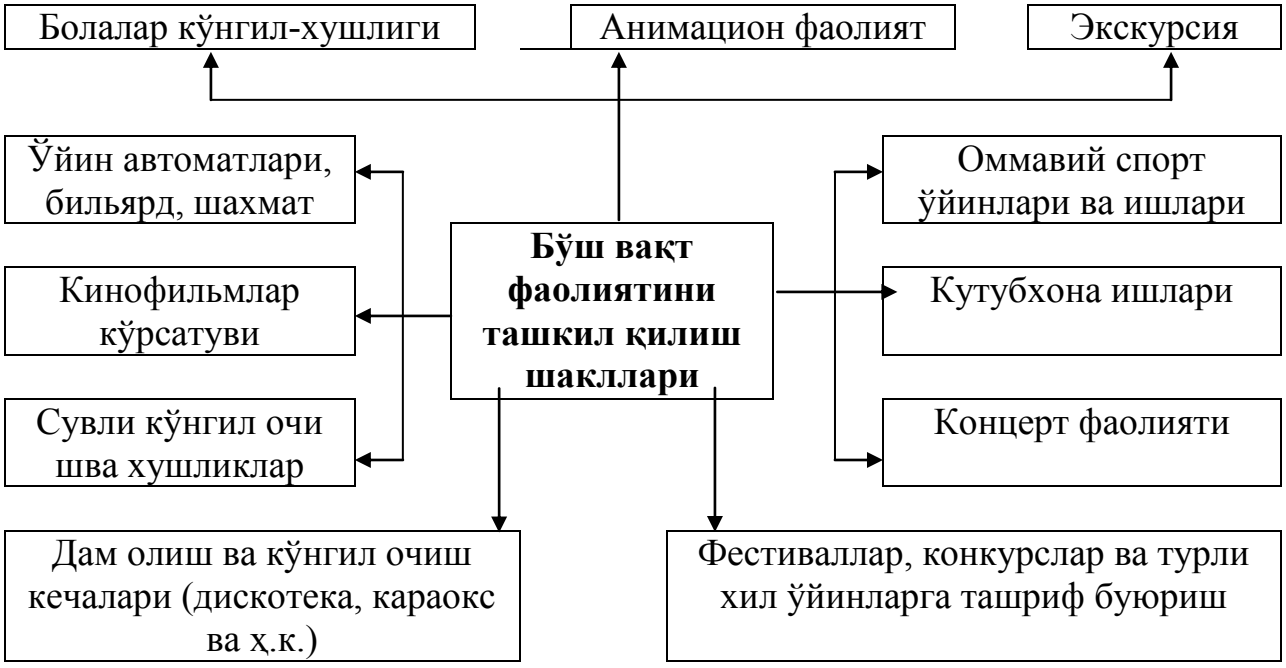
- хорижий курортлар тажрибасини алмашиниши;
- аҳоли маданий ва таълимий даражасининг ўсиши;
- бўш вақтдан фойдаланиш таркибининг ўзгариши;
- профессионал театр, кино ва эстрадалар концерт фаолияти, гастролларининг фаоллашуви.

Туристик тармоқлар хизматининг потенциаль истеъмолчиси бўлган ўз таътилини денгиз бўйи курортларида ўтказишни танлаган киши, шубҳасиз, ўз олдига биринчи навбатда дам олиш, кундалик ташвишлардан холи бўлиш, кейинги ҳаёти учун зарур куч-қудрат ва ҳис-туйғуларга эга бўлиши вазифасини қўяди. Айнан руҳий ҳолат, кайфият ва ҳиссиёт ушбу меҳмонхонада ўтказилган бўш вақтдан қониқиш ҳосил қилиш туйғусини белгилайди.

Меҳмонхона корхонаси фаолиятининг кўп режали муҳим қисми, унинг юксак даражада профессионализм ифодаси анимацияни ташкил этиш

ҳисобланади. Бу ўзига хос ва таъсирчан реклама шаклидир. У орқали мижозларни, уларнинг танишларини қайта жалб этиш, ушбу маҳсулотни меҳмонхона хизматлари бозорида ҳаракатланишини амалга ошириш, корхона иши самарадорлигини, даромадлиги ва рентабеллигини оширши мумкин.

Отел рақобатбардошлигини оширишнинг инкор қилиб бўлмайдиган омили, у ёки бу дам олиш жойини танлаш ҳуқуқи «меҳмонхона анимацияси» кенг маънодаги тушунчасини янги йўналишлар туғдирувчи шартларга айлантириши мумкин.



8.3-расм. Анимацион-бўш вақўт фаолиятини ташкил этиш шакллари

Юқоридаги расмда келтирилган анимацион бўш вақт фаолиятининг аниқ шаклини танлаш, отелнинг моддий-техник базаси имкониятлари, унинг жойлашган ўрни ва инфратузилмалари мавжудлиги, дам олувчилар сони, бўш вақт соҳаси ходимларининг касбий тайёргарлик даражасига боғлиқ бўлади. Бўш вақтни ташкил этишнинг нисбатан анъанавий шакли бу оммавий спорт ишлари, экскурсион ишлар, кинофильмлар кўрсатиш, дам олиш кечаларини ўтказиш кабилар ҳисобланади.

Оммавий спорт ишлари ҳам отелнинг ўз ходимлари, ҳам ташқаридан жалб этилган профессионаллар кучлари билан ўтказилади. Экскурсион ишлар ҳам отелнинг ўз кучи билан, ҳам ихтисолашган турфирма ташкилотлари ва экскурсион бюроларни жалб этиш орқали амлага оширилиши мумкин. Тажриба кўрсатадики, ихтисослашган туристик экскурсион ташкилотлар хизматидан фойдаланиш ўз кучи билан ташкил этишдан кўра мақбулроқ.

Кинофильмлар кўрсатиш янги технологиялар ва йўлдош телевединие пайдо бўлиши билан иккинчи даражага тушиб қолди. Энг кейинги техника воситалари билан жиҳозланган залларда кичикроқ аудиториялар учун

кинофильмлар трансляцияси бундан мустасно. Дам олиш кечалари бўш вақтни ўтказишнинг энг оммавий шаклларидан ҳисобланади ва уларни ўтказишнинг жуда кўп вариантлари билан характерланади. Булар учрашув кечалари, танца (ўйин) тадбирлари, жонли мусиқа оқшомлари, байрам кечалари, конкурслар ва ҳ.к. бўлиши мумкин. Бу тадбирлар кўпинча отелларнинг ўз кучлари билан ўтказилади, камдан-кам ҳолларда эса профессионаллар жалб этилади.

Кутубхона хизмати дам олувчиларнинг бўш вақтини ўтказишнинг анча эски шаклларидан ҳисобланади. Кутубхона иши кўпинча уч йўналишда амалга оширилади: бўш вақтда ўқиш учун даврий журналлар ва китобларни тавсия этиш; турли тематик тадбирлар ўтказиш; соғлом турмуш атрзини тарғиб қилиш ва бошқалар. Бўш вақт фаолиятини ташкил этишнинг ўйин шакллари ҳам курортларда жуда оммалашган. Дам олувчиларга ҳам пассив (қўшимча ходим жалб этмасдан шахмат-шашка, бильярд), ҳам фаол кўнгил очар ўйинлар (махсус ходим ва аниматорларни жалб этган ҳолда) тақдим этилади.

Нисбатан йирик ва машҳур отеллар янада аҳамиятлироқ тадбирлар ўтказишади. Бунда таниқли эстрада юлдузларининг концертлари ташкил этилади. Кино ва театр артестлари бенифислари ва ижодий кечалари ўтказилади. Турли фестиваллар, модалар намойиши, кўргазма ва ярмаркалар, умуммамлакат аҳамиятидаги конференциялар, симпиозумлар уюштирилади. Ана шундай тадбирларни ўтказувчи машҳур марказлар ва бошқа айрим курорт шаҳарлари ҳисобланади.

Дам олувчилар бўш вақтини ташкил этишда анимацион сервиснинг янги йўналиш сифатида қараб чиқишга тўғри келади. Таъкидлаш лозимки, анимацион-маданий фаолият кўпроқ Ғарбда тўлиқроқ намоён бўлмоқда. Хорижда аста-секин аҳолининг бўш вақти ҳажми кўпаймоқда, шунга мувофиқ бўш вақт дастурлари ва хизматлари сифатий кўпайиш жараёнлари кечмоқда.

У ерда кўнгил очиш индустрияси ярим асрдан аввалроқ ривожлана бошлаганди, бўш вақтни ташкил этиш тизимининг ривожланиши шунинг натижасидир. Бу борада АҚШ, Канада, Ғарбий Европа мамлакатлари (Германия, Дания, Бельгия, Нидерландия, Финляндия) кўп ишларни бажаришга улгурдилар.

Туристик анимацион сервис нисбатан курорт зоналарда анча тараққий этган бўлиб, бу ерда у туристик саёҳатлар ва дам олиш сифатини фаол оширишга имкон беради. Жаҳондаги барча курорт зоналарида дам олувчиларнинг бўш вақтини ташкил этишда алоҳида ўрин (роль) айнан анимацион сервисга дахлдор эканлиги чуқур англаб етилмоқда: фаол мусобақалар, ўйин тадбирлари, турли шоулар ва байрамлар ва ҳ.к. Ғарбда анимацион секторнинг асосий фаолияти – катталар ва болалар учун бепул хизматларни ўз ичига олган кундалик кўнгил очиш дастурлари ҳисобланади.

Шунга қарамай ҳар бир отелнинг анимацион базаси ўз хусусиятларига эга бўлиб, анимацион типдаги барча хизматларни қуйидаги тарзда структуралаш мумкин (8.2-жадвал).

8.2-жадвал

Хорижий курортларда анимацион типдаги хизматлар

Стандартли	Қўшимча	Эксклюзивли
Болалар шаҳарчаси, ўйин автоматлари	Велосипедлар, роликлар, скутерлар прокати	Скаладром
Болалар хонаси	Теннис кортлар	Пейнтбол-клуб
Бассейн, сувли шоу ва ўйинлар	Комондон ва арболетдан ўқ отиш	Роллердром
Волейбол майдончаси	Баскетбол майдончаси	Батут
Пляж	Парк	Компьютер клуби
Дискозон/танца майдони	Дайв-марказ (снорклинг)	Автодром
Гримхона ва ди-жей жойи	Пневматик тир	Армрестлинг клуби
Спорткомплекс	Қўшиқ-грин клуби	Мини аквапарк

Ҳар бир туристик жойлаштириш объекти ўзининг кундалик кўнгилочар дастурига эга, қайсиким дам олувчилар контингенти ва сони, объект жойлашган ўрни, ходимлар, овқатланиш графиги, экскурсиялар ва бошқаларга боғликдир. Туристик соҳада муваффақиятли ривожланаётган мамлакатлар тажрибаси таҳлили шуни кўрсатадики, кўнгил очиш индустрияси сифатли дастурлар, қиммат турадиган ва юқори сифатли ускуналар, бошқарувда янгича ёндошув, юқори малакали ходимларни талаб қилади.

Туристлар учун марокли дам олишнинг асосий (бош) хусусияти дам олиш давомида уларнинг руҳий ҳолати, кайфияти ҳисобланади. Дам олувчиларга хизмат кўрсатишни ташкил қилишда шуни ёдда тутиш муҳимки, туристик жойлаштириш объектининг юқори сифатли ҳолати ўз-ўзидан турист учун тўла қонли қулайликни таъминлаб қолмайди. Отел деворларини жонлантириш керак, дам олувчиларни уларни жойлаштирганларни ғояларига сингиб кетиш имконини бериш лозим – мана қабул қилувчи томоннинг бош вазифаси. Туристик жойлаштириш объекти штат таркибини ишлаб чиқишда ва ходимларни дам олувчилар руҳий ҳолатига таъсирини таҳлил этишда шуни эътиборга олиш керакки, отелда у ёки бу руҳий муҳитни яратишда анимацион сервис ходимлари – аниматорлар асосий роль ўйнайдилар.

Пировард натижада айнан уларнинг шахсий сифатлари ва туристларда шинамлик, қулайликни ҳис этиш тўйғусини уйғотиш маҳорати отел меҳмонлари тўла қонли дам олишини таъминлайди.

Аниматор – туристик бозорда турист – спорт маҳсулотларини шакллантириш ва илгари суриш бўйича мутахассис ва туристларни спорт-соғломлаштириш фаолиятини ташкил этувчидир. Анимацион сектор профессионал командаси ўйинлар, конкурслар ва спорт мусобақалари

ташкил этади ва ўтказади. Томошага театрли ва рақс шоу, мюзиклар, комедиялар, классик мусиқа иштирокчиларини таклиф қилади, кинофильмлар намойиш қилади, пляжда кечалар ўтказади ва ҳ.к. Отеллар анимацион секторлари фаолияти сервисдаги айрим камчиликларни бартараф этиб, отелни даромад олишини кўпайтиради.

Бўш вақтни ўтказишнинг ҳар қандай усули у психологик жиҳатдан ўзини оқлагандагина яхши. Иши доимий зўриқишни талаб қиладиган одамлар учун дам олиш – хордиқ чиқариш, чарчоқ ва зўриқишни бартараф этиш фойдалидир. Айрим одамлар эса аксинча ўз кучини фаоллаштиршига зарурат сезади. Бундан ташқари, анимацион фаолиятни мажбурий тарзда дам олувчилар контингенти жинс, ёш хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда ташкил этиш талаб қилинади. Шу нуқати назардан ушбу жойда жойлашган маданий-бўш вақт муассасаларини биргаликда амалга ошириладиган мақсадли дастурларини ишлаб чиқиш зарурати юзага келади.

Дам олиш дастури қанча хилма-хил бўлса, у шунчалик қизиқарли бўлади. Бу айниқса болалар учун анимацион дастурлар ишлаб чиқишда ғоят долзарбдир.

Анимацион сервис бир неча асосий конпонентлардан мужассамлашади. Қулай, ташқи шароит ҳисобга олинган ҳолда анимацион лойиҳани амалга ошириш формуласи қуйидаги кўринишни ҳосил қилади (8.4-расм).

Кадрлар (ходимлар)	+	МТБ (моддий техник база)	+	Жой (территория)	+	Технология (билим, маълумотлар)
(ким?)		(нима ёрдамида?)		(қаерда?)		(қандай қилиб?)

8.4-расм. Анимацион лойиҳани амалга ошириш формуласи

Жойлаштириш объектида кундалик анимация дастури ўз таркибига қуйидагиларни киритиши мумкин:

- катталар учун спорт ўйинлари ва мусобақалар (пляжда ёки бассейнда аэробика, волейболь, сув тўпи, дартс, армреетлинг, стол тенниси, комондан ва пневматик тўппончадан ўқ отиш ва бошқ);
- болалар дастурлари (болалар майдончаси ёки бассейнда ўйинлар ва конкурслар, кечки кўнгилочар дастурлари, тематик байрамлар);
- кечки шоу дастурлар (шоу конкурслар, ўйин шоулари, комик шоулар, дискотекалар, эстрада жамоалари, бадиий хаваскорлик чиқишлари, тематик оқшомлар ўтказиш – 80-йиллар дисколари, жонли мусиқа ва ҳ.к.).

Шундай қилиб, ўз ичига анимация барча турларини қамраб олган анимацион дастурлар хилма-хиллиги анимацион командаларнинг юқори малакали, ишчан, хайрихоҳ ва ташаббускор ижодий ходимлри томонидан ҳаётга тадбиқ этилади. Бу муассаса обрўсини ошириш имконини беради, унинг рақобатбардошлиги устунлигини таъминлайди, мижозларни ушбу отелга яна келишини кафолатлайди, чунки мижоз айнан ўзига ёқиб қолган жойга қайтади.

Назорат саволлари

1. «Анимация» тушунчасига аниқлик киритинг.
2. Туристик анимациянинг асосий қирраларини сананг.
3. Анимацион фаолият ва анимацион жараён тузилиши моҳияти нималардан иборат?
4. Туристик анимация қандай функцияларни бажаради?
5. Туристик анимациянинг асосий типларини характерланг.
6. «Меҳмонхона анимацияси» тушунчасига нималар киради?
7. Туристик анимациянинг қайси турлари ажралиб туради?
8. Анимацион дастурларни яратиш ва амалга ошириш технологияларининг ўзига хослиги нимада?
9. Анимацион дастурларни ўтказиш ва амалга ошириш босқичларини характерланг.
10. Отеллар анимацияси – бўш вақт фаолиятини ташкил этишнинг қайси шакллари ажратилади?
11. Отелларда анимацион сервис аҳамияти ва моҳияти нималардан иборат?
12. Нисбатан оммалашган меҳмонхона анимацион дастурларига мисоллар келтиринг.

9-БОБ. МЕҲМОНХОНАЛАРДА ҚЎШИМЧА ХИЗМАТЛАРНИ ТАШКИЛ ЭТИШ

9.1. Меҳмонхоналарда овқатланиш хизматлари
9.2. Меҳмонхоналарда турли хил билетларни бронлаштириш ва транспорт воситаларини ижарага олиш
9.3. Меҳмонхоналарда экскурсион хизматлар ва «кутиб олиш - кузатиб қўйиш» хизматлари

9.1. Меҳмонхоналарда овқатланиш хизматлари

Меҳмонхоналарда овқатланиш туристик маҳсулот таркибида мажбурий хизмат ҳисобланмайди ва турни амалга ошириш жараёнида кўрсатилмаслиги ҳам мумкин. Аммо шуни унутмаслик керак, инсоннинг овқатланишга эҳтиёжи физиологик талаб ҳисобланади. Саёҳат жараёнида ушбу хизматни тақдим этмасликда тур ташкилотчилари икки муаммо ҳақида қайғуришлари зарур:

- маълум вақт давомида туристларни овқатлантиришни резервлаштириш муаммоси;
- овқатланиладиган масканлар қаерда борлиги ҳақида туристларни хабардор қилиш муаммоси.

РМАТ олимларини овқатланиш корхоналари классификацияси умумлаштирилган ишида қуйидагилар келтирилади:

- **корхоналар типлари бўйича**: ресторанлар, барлар, кафе, ошхона, тамаддихона, кухни фабрикалар;
- **мулкий кўриниш бўйича**: ўзиники ва ижарага олинганлар;
- **жойлашган ўрни бўйича**: туристик меҳмонхона комплекси таркибида; меҳмонхоналар таркибида; бошқа жойлаштириш воситалари таркибида; мустақил;
- **хизмат кўрсатиш усули бўйича**: официантлар хизмат кўрсатадиган; ўзига-ўзи хизмат кўрсатадиган; аралаш хизмат кўрсатиш;
- **класслиги бўйича:** «Люкс», «олий»; «биринчи»; «категорияда эмас»;
- **ассортимент бўйича**: таомлар кенг танлови; комплекс таомлар; милилй пазандачилик таомлари; тансиқ таомлар;
- **хизмат кўрсатиш режими бўйича**: нонушта; ярим пансион; тўлиқ пансион; швед столи (буфет); махсус овқатланиш (пархез таомлар, вегетариан таомлар ва ҳ.к); болалар овқатлари.

Энди овқатланиш корхоналарининг асосий типларини кўриб чиқамиз, қайсиким улар туристик саёҳат ташкилотларида амалда фойдаланилади.

Ресторан – одатда хилма-хил ассортиментда мураккаб тайёрланадиган таомлар, газаклар, кондитер, вино-ароқ, мева, минерал сувлар, шарбатлар, музқаймоқ, диссертлар таклиф қилинадиган умумовқатланиш корхонасидир. Ресторанларда индивидуал буюртма бўйича ҳам таомлар, газаклар тайёрлаш амалда кенг қўлланилади, таомномада кўзда тутилган фирманинг ўзига хос

ва миллий таомлари таклиф этилади. Ўринлар сонига қараб жуда кичик ресторанлар (10-15 ўрин) ва жуда катталари (500 дан зиёд ўринли) мавжуд. Кўпинча юқори даражадаги ресторанларда хизмат кўрсатиш ташриф буюрувчиларнинг дам олиши билан қўшилиб кетади. Ресторанларда оилавий тантаналар, расмий оқшомлар, қабуллар, конференциялар, тематик кечалар ўтказилади ва уларга хизмат кўрсатилади.

Кафетерий – овқатланиш корхонаси бўлиб, унда ичимликлар ассортиментида албатта, бир неча номдаги кофе-қаҳва ва кофе билан тақдим этиладиган ром, ликёр, коньяк каби спиртли ичимликлар бўлади. Кафетерийда кўпинча «**аля карт**» сервиси тақдим қилинади ва унда истеъмол қилиш учун иссиқлик ва яхна ичимликлар, нон-булочка, чекланган ассортиментда унча қийин бўлмаган пазандалик таомлари тайёрланади ва реализация қилинади. Таомномага иссиқ ва яхна ичимликлар, ун маҳсулотлари, иссиқ овқатлар киритилади. Таомномада албатта, кенг танлаш учун минерал сувлар, шарбатлар, алкогол ичимликлар, мевалар бўлади. Кафетерийда хизмат кўрсатиш официант орқали амалга оширилади.

Кафе – қуйидаги тарзда фарқланади. Кафе – шинамликларга эга бўлган корхона бўлиб, унда кенг ассортиментда (15 номдан зиёдроқ) қандолатпазлик маҳсулотлари реализация қилади. Кафега ташриф буюрувчиларга янги газета-журналлар ҳам таклиф қилинади. Бундай корхоналарда одатда иссиқ овқат таклиф этилмайди. Кафе –музқаймоқ-корхона, унинг ассортиментида жуда кўп ва хилма-хил музқаймоқ, иссиқ ичимликлар, мева шарбати, минерал сувлар, спиртли ичимликлар (коньяк, ром, ликёр, шампан виноси) бўлади. Кафеда ўзига-ўзи хизмат кўрсатиш ҳам, офециант хизмат кўрсатиши ҳам мумкин. Кафе витриналарида одатда шинамлик маҳсулотлар қўйилади ва хўрандалар уларни ўзлари танлаб олишлари мумкин.

Ошхона – овқатланиш корхонаси бўлиб, унда асосан ўзи ишлаб чиқарган маҳсулотлар тайёрланади ва реализация қилинади. Ошхоналар одатда биринчи класс меҳмонхоналарда, баъзан курортларда, корхоналарда, ўқув муассасаларида ташкил этилади. Бу ўз сиғимига кўра анча катта овқатланиш корхонасидир. Туристларни ошхонада овқатлантириш тез-тез ташкил этилиб турилади. Мисол учун, улар қайсидир саноат корхонасига ташриф буюришганида комплекс таомнома тақдим этилиши мумкин. Кўпинча унда циклик таомномадан фойдаланилади. Шунингдек газак «швед столи» принципида таклиф қилинади. Асосий таомни тарқатиш жойида танлаш мумкин. Умуман олганда, унда тўлиқ рациондан: нонушта, тушлик, кечки овқатлардан фойдаланиш мумкин.

Пиццерия – овқатланиш корхонаси у истеъмол учун пиццини жойида тайёрлаш ва реализация қилишга ихтисослашган.

Италян пиццаси шунчалик кенг тарқалганки, кўп сонли пиццириялар дунёнинг ҳамма жойида очилган. Уларда туристлар арзон ва мазали таомлар истеъмол қилишлари мумкин. Пиццириялар ресторан принципида ҳам ташкил этилиши мумкин. Яъни унда официант хизмат кўрсатиши ва индивидуал таом тайёрланиши мумкин. Ёки барча ассортимент тарқатишга

қўйилганида ўзига-ўзи хизмат кўрсатилиши мумкин. Ассортиментга бир неча хил тур пиццилар, минерал сувлар, шарбатлар, винолар ҳам киритилади.

Буфет – асосан ташриф буюрувчиларга тез хизмат кўрсатишга мўлжалланган овқатланиш корхонасидир. Буфетдан яхна газак, бутерброд, иссиқ ва яхлатилган ичимликлар, булочка-нон, ширинлик маҳсулотлари сотиб олиш мумкин. Буфетда шунингдек осон ва жуда тез тайёрланадиган иссиқ таомлар (котлетлар, сосискалар) реализация қилинади. Бундай буфетлар ҳам меҳмонхоналарда, ҳам тезлик трассаларида ташкил этилган бензин қўйиш шахобчалари ва автостанциялари қошида ташкил қилинади.

Қаҳвахона лавка ёки қаҳвахона – ассортименти чекланган овқатланиш корхонаси бўлиб, асосан қаҳва тайёрлашга ихтисослашган. Қаҳвахона ассортиментида асосан чой, қаҳва танлови кенг бўлган, шунингдек турли хил ширинликлар ҳам пиширилади. Спиртли ичимликлар ҳам бўлиши мумкин. Ширинликлар шу жойда пиширилиши ёки етказиб берувчига буюртма берилиши мумкин. Баъзан осон тайёрланадиган таомлар, мисол учун, бутерброд ва сэндвич тайёрланиши ҳам мумкин.

Барлар дунёнинг ҳамма жойида кенг тарқалган овқатланиш корхонаси бўлиб, улар тез хизмат кўрсатишга ихтисослашган, кенг ассортиментда аралаш ичимликлар реализация қилиш учун мўлжаллангандир.

Барларда ширинлик маҳсулотлари ҳам сотилиши мумкин. Уларда базан газак ва иссиқ овқат ҳам реализация қилинади. Буларнинг асосий (бош) мақсади – меҳмонларга шинамлигина вазиятда дам олишни, мусиқа эшитиш ёки футбол ўйинини томоша қилиш имконини яратишдир. Барлар асосан шаҳарлар марказида ва агар гап курортлар ҳақида борса, денгиз қирғоқ бўларида жойлашган бўлади. Барлар, ассортиментга қараб, пиволи (машҳур инглиз паблари), виноли, шунингдек коктейл-холлар ва коктейл барларга бўлинади. Улар ҳажми ва ускуна-жиҳозлари хилма-хиллиги билан бир-биридан фарқ қилади. Одатда туристлар барларга боришни яхши кўришади. Бир қатор мамлакатларда, мисол учун, Буюк Британияда барларга ташриф туристик дастурларга киритилиши мумкин.

Тез хизмат кўрсатувчи овқатланиш корхоналари дунё бўйича тобора машҳур бўлиб бормоқда. Уларга туристлар ҳам якка ҳолда, ҳам ташкил этилган гуруҳий таркибда ташриф буюришади. Тез хизмат кўрсатувчи овқатланиш корхонасида ассортимент одатда бир неча таомлар билан чекланган бўлади: яхна таомлар, иссиқ овқат, бутерброд, ичимлик, музқаймоқ ва ҳ.к. Бундай корхоналарда эркин танлаш билан ўзига-ўзи хизмат кўрсатишдан ва тарқатиш жойларидан кенг фойдаланилади. Ушбу корхоналар юқори ўтказиш қобилиятига эга бўлиб, улар харидорлар оқими гавжум бўлган йўлларда, жойларда жойлашган бўлади.

Тез хизмат кўрсатувчи овқатланиш корхоналаридан Fast Food, “MeDonald’S”, “Burger King” каби гамбургерларга ихтисослашган типлари айниқса машҳурдир; “Pizza Hut” эса пиццега ихтисослашган корхонадир. Францияда бу “Fras”, катта ассортиментларда сабзавот салатлар, десертлар (мевали ва ширинликлар) ва чекланган ассортиментда асосий таомлар (гўштли, балиқли)ни таклиф қилади. Германияда бу“Nordsse” – балиқли

таомлар ва денгиз маҳсулотлари, сабзавот салатлар, шарбатлар таклиф қилади.

Кейтиринг. Р.А.Браймер белгилаши бўйича кейтиринг кўпинча бу овқаталниш корхонаси биносидан ташқарида хизмат кўрсатилишидир. Шарқий Европа мамлакатларида комплекс хизмат кўрсатиш унга мос келади. Бинодаги кейтиринг, бинодан ташқаридаги кейтиринг, кўчма кейтиринг, спорт ареналарида яхна ичимликлар ва бутербродлар, шунингдек автоматлар орқали сигарета, печенье, пакетда шарбатлар ва газли ичимликлар сотилишини ҳам киритиш мумкин.

Овқатланиш хизматлари меҳмонхоналар доирасида – меҳмонхона хизматлари комплекси таркибида ҳам, меҳмонхонага боғлиқ бўлмаган ҳолда – қаҳвахона, ресторанлар, ошхоналар, барлар, фаст-фудлар, тезкор тамаддихоналарда ҳам тақдим этилиши мумкин. Халқаро туристик тажрибалар кўрсатишича, туристларнинг овқатланиши одатда жойлаштириш корхонаплари билан боғлиқ бўлади. Дунёнинг кўпгина меҳмонхоналарида кўпинча меҳмонхона тарифига меҳмонхона ресторани ёки буфетида ташкил қилинадиган нонушталар қиймати ҳам киритилади.

Хоҳишга кўра ёки турга мувофиқ туристга меҳмонхона ресторанида комплекс бир марталик, икки марталик, уч марталик овқатланиш тақдим қилиниши мумкин. Туристик тажрибада туристларнини меҳмонхонада овқатланишига тааллуқли қуйидаги махсус «режалар» ажратилади.

Европача режа (European Plan, EP) меҳмонхона таърифи бўлиб, ўз ичига фақат жойлаштириш қиймати (овқат қийматисиз)ни олади. Бу ҳолда туристлар мустақил равишда умумий овқатланиш корхонасини, ошхона ва бериладиган буюртма таомни танлайди, ҳозирги вақтда ундан унча кўп фойдаланилмайди. Ушбу режа АҚШ ва дунёнинг қатор мамлакаталри ҳамда йирик шаҳарларида кенг тарқалган.

Континенталь режа (Continental Plan, CP) – меҳмонхона тарифи бўлиб, у ўз ичига жойлаштириш ва континентал нонушта қийматини олади. Континентал режа шунингдек «тушлик ва нонушта» (Bed and Breakfast, BB) деб ҳам аталади. Ана шундай режага мувофиқ туристга континентал нонушта енгил нонушта, қаҳва ёки чой, булочка, ёғ ва мураббодан иборат таомлар тақдим этилади. Айрим мамлакатларда эса у бир стакан шарбат (Италияда), пишлоқ (Голландияда), балиқ билан (Норвегияда) тўлдирилиши мумкин.

Бермуд режа (Bermud Plan, BP) – меҳмонхона тарифи. У ўз ичига жойлаштириш ва тўлиқ нонуштани олади. Қайсиким у инглизча нонушта ҳам деб ҳам аталади. Бермуд режа ўз ичига мева шарбати, сули шавла, қовурилган тухум ёки гўштни, ветчина, гренка, ёғ, мураббо, қаҳва ёки чойни олади. Унга бошқа овқатланишлар қўшилмайди. Кейинги йилларда бермуд режа кенг тарқалмоқда; кўпинча у «швед столи» типида ташкил қилинади.

Модификациялашган америкача режа (Modi feed American Plan, MAP) – яшаш қийматига «континентал» нонушта (Европада) ёки тўлиқ ва яна битта овқатланиш, одатда кечки овқат киритилади. Ушбу режа Багам ороллари курортлари, Бермуд ороллари, Кариб ҳавзаси ва Мексикада кенг тарқалган. Европада ушбу режа одатда ярим пансион деб аталади.

Таомноманинг хизмат кўрсатиш шакли билан боғлиқ бир неча асосий турлари ҳам мавжуд. «**Аля карт**» - таомнома бўлиб, унда ҳар бир таомнинг алоҳида нархи билан кўрсатилади. Бундай таомномадан фойдаланиш қиммат ресторанларда француз сервиси билан амалга оширилади. Бундай ресторанлар нуфузли ва қиммат баҳоли меҳмонхоналар қошида ишлайди. «Аля карт» хизмат кўрсатиш тизими мижозларга ресторан таомномасида таклиф қилинган таомларни эркин танлаш имконини кўзда тутади.

«**Табльдот**» - таомнома бўлиб, унга мувофиқ таомлар ягона комплекс нархларда таклиф қилинади. Нархга ҳаммаси – газакдан тортиб десертгача киради. Бунинг устига таомлар ҳар хил комплекс нархларда ва ҳар хил таомлар эса бир неча хил вариантларда таклиф этилади. «Табльдот» тизимида ҳамма мижозлар учун ягона комплекс нархларда таомни танлаш ҳуқуқисиз хизмат кўрсатиш кўзда тутилади.

Кейинги йилларда қимматбаҳо ресторанларда аралаш таомнома пайдо бўлди. Унда турли нархларда, турли таомлар танлашнинг бир неча вариантлари мавжуд. Бу ҳолда хизмат кўрсатиш тизими қисман ягона таомнома бўйича таомни танлаш ҳуқуқисиз хизмат кўрсатишни, одатда муҳими газак ёки десертни эркин танлашни кўзда тутади.

Туристларга хизмат кўрсатишда «швед столи» кенг тарқалган, унда нонушта, баъзан эса кечки овқатга газаклар бой ассортименти таклиф этилади. «**Швед столи**» принципи – умумий столга қўйилган таомларни эркин танлаш ва ўзига-ўзи хизмат кўрсатишдир. Мисол учун, Исроилнинг кўпчилик меҳмонхоналарида, кўпчилик Германия меҳмонхоналари қошидаги ресторанларда нонушталар шундай ташкил этилади.

Шунингдек туристлар овқатланишини ташкил қилишда «**алмаштириш вариантлари**» ҳам кўзда тутилади. «Қуриқ паёк» (пикник) – ўтказиб юборилган нонушта (тушлик, кечки овқат)нинг ўрнини босади. Алмаштириш олдиндан берилган талабнома бўйича амалга оширилади. Ўтказиб юборишнинг сабаблари ҳар хил бўлиши мумкин, одатда бу ё режалаштирлимаган сафар, ёки қўшимча экскурсиялар ва ҳ.к.

«**Совуқ кечки овқат**» ҳам ўша сабаблар туфайли тайёрланади. Лекин туристларнинг режали кечки овқат тугагандан кейин келиши кўзда тутилади ва барча таомлар қўйилган столни ташкил қилади – худи режали кечки овқатга келганларникидек, фақат унда иссиқ овқат бўлмайди.

Тушлик ёки кечки овқатнинг бошқа кунга кўчирилиши олдиндан келишувга мувофиқ бажарилади. Шунингдек нонушталарнинг қуйидаги хилма-хил кўринишлари мавжуд:

- «континентал» - асосан булочка ва кофе (чай)дан иборат ва шаҳар отеллари ва мотеллари учун характерли;
- «Европача» - кўпгина хилма-хил таомлари билан ва уларнинг сони чекланмаган ҳолда бўлиб, у Буюк Британия ва Америка мамлакатлари учун хосдир;
- «Минибар» - уч юлдузли отеллардан бошлаб қўшимча хизматлар сифатида номер ички барларидан фойдаланишни кўзда тутади.

9.2. Меҳмонхоналарда турли хил билетларни бронлаштириш ва транспорт воситаларини ижарага олиш

Ҳозирги вақтда меҳмонхона хизматларини реализация қилиш соҳасида компьютер техникасидан фаол ва кенг кўламда фойдаланилмоқда. Компьютерда бронлаштириш тизимисиз отелларда турли турагентлар ва компанияларнинг ҳар хил чегирмаларини ҳисобга олган ҳолда номерларни бронлаштириш ишларини тасаввур қилиш қийин. Ушбу тизим кенг тарқалган ва яхши мувофиқлаштирилган.

Йирик меҳмонхона компаниялари, турагентликлар ва компьютер тизимини ишлаб чиқарувчилар бронлаштиришнинг суперглобал ягона компьютер тизимини яратишга интилмоқдалар. Бир вақтнинг ўзида унча катта бўлмаган меҳмонхона фирмалари ва айрим турагентликлар унинг монополлаштиришдан хавфсираб, яратилишидан ташвиш билдирмоқдалар.

Халқаро бозорда ишлашни кўзлаётган меҳмонхона компанияларининг стратегияси меҳмонхоналар ички компьютер тизимини бронлаштириш имкониятларидан иборат. Бу сотилган ўринлардан олинадиган даромадни кўпайтиради, бронлаштиришнинг қудратли тизимини яратади, глобал компьютер тизимига уланиш имкониятини кенгайтиради ва бронлаштириш бўйича учинчи авлод электрон ускуналаридан фойдаланишга йўл очади.

Бундай тизимлар бронлаштириш пунктида (сотишда) батафсил маълумотлар бериши лозим (график ва фильм кўринишида), меҳмонхона ўринларини сотиш жараёнини тезлаштириб, максимал енгиллик туғдириши зарур.

Ҳозирдаёқ бир терминал орқали барча глобал компьютер тизимлари маълумотлари банкидан фойдаланиш имконини берувчи технология яратилган.

Глобал компьютер тармоқларини ривожлантириш йўналишларидан бири – бундан кейин компьютер техникаси ва алоқа технологияси (космик, оптик ва ҳ.к.)ни янада такомиллаштиришдир. Алоқа тизими, компьютер техникаси тараққиёти ва фойдаланувчиларнинг кўпайиши янги мураккаб муаммоларни кўндаланг қўймоқда. Хусусан, уй компьютерларининг пайдо бўлиши, компьютер тармоғига уланиш саёҳатчининг ўзини бевосита меҳмонхона хизматлари ва транспортга бронлаштиришни амалга оширишга имкон бермоқда. Натижада ўртага тушувчи воситачига ҳожат қолмаяпти.

Бронлаштириш жараёнининг ўзини шартли равишда икки таркибий қисмга бўлиш мумкин:

1. **Жойлаштиришнинг мақбул вариантини танлаш**. Танлов танланган бронлаштириш тизими сайтида амалга оширилади, унда сотувдаги жойлаштириш объекти тақдим қилинади. Маълумот объектнинг батафсил тасвирлаш тарзида берилади, унинг инфратузилмаси ва номер фонди фотосуръатлари, рўйхатлари билан келтирилган бўлади. Шунингдек сайтда жойлаштириш нархи, қўшимча хизматлар билан танишиш ва ўрин борлигини билиш мумкин.

2. **Ўринни бронлаштириш**. Логин ва парол йўли билан мақбул вариант танлангач, турагент бронлаштириш тизимига тушади. Тизимда жойлаштириш типини танлаш ва турист ҳақида маълумотлар киритиш зарур. «Бронлаштирилсин» тугмачаси босилгач, танланган ўрин бронлашади. Турист учун ҳужжатларни тўлдириш ва агент учун тўловга ҳисоб очиш қолади. Ҳеч қандай қўшимча тасдиқланишни кутишга ҳожат бўлмайди. Тўлов бронлаштириш моментидан банк уч куни ичида амалга оширилади.

Интернетнинг тараққий этиши нафақат алоқани арзонлаштиради, балки барча туристик бозор иштирокчиларига ягона идора сифатида реал ишлаш имконини олишга йўл очди. Интернет орқали глобал бронлаштириш тизими билан ишлаш агентликка нафақат тезкор, нарх ва ҳар қандай вақтда бўш ўрин мавжудлиги ҳақида ишончли маълумот олиш имконини беради, аммо буюртмани амалга оширишнинг барча босқичларини кузатиш имкони бўлмайди.

Турли бронлаштириш тизимлари мавжуд (CRS – computer reser Vation systems), уларнинг ҳаммаси бир-биридан таклиф қилинаётган хизматлар тўплами, ишлаш технологиялари билан фарқ қилади.

Celena, Amadeus, Gabriel каби нисбатан эски тизимлар асосан махсус терминал орқали ишлайди, қайсиким корхона ўз идорасига уни ўрнатиши керак бўлади. Ушбу тизим орқали ишлаш учун яқиндаги тугунча алоқа канали (сим) ўтказиш лозим. Гап шундаки, бу илгари, ҳали Интернет бўлмаган вақтда яратилган. Ишлаш технологияси мураккаб командаларга қурилган, тизимга киритилган маълумотлар эса ўзида оддий матнни мужассамлаштирган. Ушбу тизимда фотосуръатлар, карталар ва бошқа график маълумотлар йўқ. Бундай тизимга ўқитиш қиммат туради ва ҳамманинг чўнтаги кўтаравермайди. Ходимлар мустақил равишда CRCда камида бир йилдан кейин ишлаши мумкин.

Ушбу тизим орқали асосан авиация ва темирйўл билетлари реализация қилинади, шунингдек меҳмонхона номерлари бронлаштирилади. Классик CRS эксплуатациясига жавоб берувчи кўпчилик фирмалар Интернет орқали ушбу тизим билан ишлаш имконини берувчи дастурлар ишлаб чиқишни олиб боришади. Ёш бронлаштириш тизими Интернет алоқа воситаси сифатида фойдаланилади, терминал сифатида эса – оддий компьютер ишлатилади. Улар орқали ишлаш харажатлари юқори даражада эмас. Бу эса ҳатто унча катта бўлмаган фирма учун ҳам имконият яратади.

Ҳозирги замон отеллари шароитида ана шундай тизимлардан бирига уланиш транспорт воситалари ва билетларни бронлаштиришни анча осонлаштиради. Элетрон бронлаштиришдан фойдаланишнинг прогрессивлигини тасаввур этиш учун туристик бозорда турли субъектлар ўртасидаги асосий ўзоро муносабатлар юмушларини кўриб чиқилади.

Меҳмонхоналарда шерикларни танлаш. Отел – хизматлар етказиб берувчи объектдир. Бронлаштириш тизими орқали ишлай туриб транспорт хизматларини етказиб берувчиларни қидирар экан, отел маълумотлар тизими орқали транспорт хизмати кўрсатувчи корхона билан танишиши мумкин.

Отел мижоз. Мижоз меҳмонхона танлар экан, у анча йилдан буён ишлайди, бозорда обрўси қандай, қаерда жойлашган, хизмат кўрсатиш сифати, таклиф қилинаётган нархлар ассортиментларни ҳисобга олади. Бронлаштириш тизими билан ишлар экан, мижозларга хизмат кўрсатиш даражасини оширади ва бу билан ўз харажатларини оширмасдан эътибор қозонишга интилади.

Меҳмонхоналарда шартнома тузиш. Отел – хизматлар етказиб берувчи. Отел етказиб берувчилар билан шартнома тузиш учун ҳамиша ҳам яхши шартлар ололмаслиги мумкин. Чунки унинг имкониятлари чеклангандир. Кўпинча отел ўзига маъқул келган биринчи вариантда тўхтаб, биринчи ўнлик қаторлари бўйича бронлаштиришни амалга оширади. Танланган корхона билан транспорт хизмати кўрсатиш ёки транспорт воситасини ижарага олиш юзасидан шартнома тузади.

Отел – мижоз. Шартнома тузиш муносабати билан шу нарса аёнки бир мижоз катта ҳажмдаги буюртмаларни таъминлай олмайди, отел агент ёки туроператор билан ишлашни маъкул кўради, қайсиким у катта миқдорда мижозлар ёки агентлар билан шартномалар тузади.

Меҳмонхоналарда хизматлар ҳақида маълумотларни тақдим этиш. Хизматлар етказиб берувчи – отел. Етказиб берувчилар маҳсулот ҳақида маълумот бериш учун буклетлар чиқариш, кўргазмаларда иштирок этиш, рекламалар бериш, ўз фаолиятининг асосий бронлаштириш барча тизими ҳақида маълумотлар юритишга мажбур. Акс ҳолда отел туризм бозорда ишлаб турган у ёки бу кархона ҳақида маълумотлар етказмаслигидан улардан қай бири маъқуллигини билмайди. Бронлаштириш тизими етказиб берувчига ўзи ҳақида маълумотнома тизимига ахборотлар киритиш имконини беради ва отел барча ходимларига, мижозларнинг ўзига ҳам жуда қўл келади. Бу маълумотлар нотўғрилигидан қочиш, шунингдек ўзгартиришлар киритилган ҳолларда унинг тезроқ тузатилишига имконини беради.

Отел-мижоз. Бронлаштириш тизими орқали ишлаш ўзининг хусусий крайслари ва катологларини яратиш заруриятидан холос қилади, чунки бронлаштириш тизимида маълумотнома тизими бор. Отел қисқа муддатда ва хатто тўғридан-тўғри мижоз ҳузурида зарур бўлган хизмат кўрсатиш вариантини танлай олади.

Меҳмонхоналарда хизматлар реализацияси. Хизматларни етказиб берувчи-отел. Ўз ишида етказиб берувчи билан одатдаги технологиядан фойдаланувчи отел етказиб берувчи хизматларга боғлиқ ҳолда олдиндан тўловни амалга ошириши ёки реализация қилинган хизматларга жавобгарликни бўйнига олиши керак. Агар хизматларга талаб бўлмай қолса, унда отел уларни қайта сотишга ёки санкциясини олишга ҳақли. Бронлаштириш тизими ёрдамида отел етказиб берувчи учун хизматларнинг сотилмай қолиши таваккалчилигини сақлаб қолишни кўзда тутувчи нисбатан оптимал вариантни олишга уринади.

Отел–Мижоз. Мижоз хизматлар реализация қилишда агар отел мижозни қоноатлантирадиган вариантлар қидирса, католог билан ишласа кўп вақт кетиши мумкин. Агар отел ходими катта тажрибага эга бўлса, кўп

маълумотларни эсда сақлайди, бу билан вақтни қисқартиради. Бироқ тажрибали ходимлар унча кўп эмас.

Мижоз вариантни танлагандан сўнг, хизматларни бронлаштириши зарур. Хизматларни бронлаш учун талабнома тайёрлаш ва уни етказиб берувчига жўнатиш лозим. Айрим хизмат етказиб берувчилар талабномага тезкор жавоб берадилар. Бироқ кўпинча талабномага жавоб бериш бир неча соатга чўзилади. Баъзан иккинчи кунга тўғри келади. Мижоз жавобни узоқ кутолмайди ва ушбу вақтда ўзини қизиқтирувчи хизматларни бошқа етказиб берувчидан сотиб олиши мумкин. Ушбу муаммони ҳал қилиш учун кўпчилик етказиб берувчилар эркин сотиш схемасини жорий этишган ёки талаб бўйича сотадилар. Агар зарур хизматлар эркин сотувда бўлса, отел мижоздан дарҳол пул олиши мумкин ва брон ҳақида тасдиқни кутиб турмайди. Ушбу схема фақат паст мавсумдагина ёки унчалик машҳур бўлмаган хизматлардагина яхши.

Бронлаштириш тизими билан ишлай туриб, отел мижозга хизматлар катта ассортиментини таклиф этиши мумкин. Бронлаштириш тизими хизматларни танлаб олиш, мижозни максимал қаноатлантириш имконини беради. Бу баъзан бир неча минутда, баъзан бир неча секунтда амалга оширилади. Мижоз керакли хизматни тез танлаб олишга бронлаштириш тизимидаги реализация қилишни қидириш тизими имкон беради. Керакли хизматни тезда танлаб олиш имконияти мижозда ижобий таассурот уйғотади. Хизматлар танлаб олингач, отел ходимлари бир неча минут ичида ўринни бронлайди ва барча зарур ҳужжатларни расмийлаштиради.

Меҳмонхоналарда бронлаштирилган хизматларга тўловлар. Етказиб берувчи - отел, отел-мижоз. Агар отел ходими етказиб берувчига бориб, нақд пул тўлай олмаса, унда буюртма тасдиқланганини билгач, у ҳисоб олиши зарур. Агар ҳисоб факс бўйича узатилса, бу жараён анча чўзилиб кетиши мумкин. Пул кўчирилгач, отел ходими пул етказиб берувчи ҳисоб рақамига тушганлигига ишонч ҳосил қилиши керак. Бронлаштириш тизими билан ишлаб, отел бронлаштириш учун ҳисобни автоматик равишда бир неча минут ичида олади. Отел ходими пул етказиб берувчи ҳисоб-рақамига пул тушгани-тушмагани ҳақида бронлаштириш тизими орқали сўров юбориб, бир неча секунд ичида маълумот олади. Меҳмонхона қўшимча хизматларидан бири – автомобилларни прокат (ижара)га бериш туристлар орасида кенг тарқалган хизматдир. Жуда кўп машҳур меҳмонхоналар таркибида ё ўзининг автомабилларини прокатга бериш пункти бор, ё ушбу фаолият билан шуғулланувчи таниқли фирмаларнинг филиалларига эга. Автомабилларни бронлаштириш бўйича барча хизматлар кўпинча стандарт шартлар асосида тақдим этилади:

- турист ёши 21 ёшдан кам, 70 ёшдан катта бўлмаслиги лозим (баъзан 25 ёшдан 75 ёшгача);
- туристда паспорт ёки шахсни тасдиқловчи ҳар қандай ҳужжат ва халқаро намунадаги ҳайдовчилик гувоҳномаси мавжудлиги;

- ❖ ижара шартномаси тузилаётганда ҳайдовчилик гувоҳномасининг амал қилиши икки йилдан кам бўлмаслиги керак (Буюк Британияда камида бир йил);
- ❖ унча катта бўлмаган гаров пулини тўлаш;
- ❖ кредит карточкаси мавжудлиги (Испания,Франция ва бошқа шу каби мамлакатларда).

Ижара нархи автомобил классига ва отел ёки ижара компанияси нуфузига боғлиқ. Автомабилни прокатга олиш бўйича ижара шартномаси имзолашидан олдин мижоз ижара тўлови қийматига нималар кириши билан танишган бўлиши зарур. Унга эса қуйидагилар киритилиши лозим:

- ➢ автомобилнинг чекланмаган йўл босиши;
- ➢ автомобилни шаҳар чеккасига мижозга элтиб бериш;
- ➢ техник носозлик рўй берганида автомобилни таъмирлаш ва алмаштириб бериш;
- ➢ мижоз айбдор бўлмаган йўл-транспорт ходисаси ҳолларига қарши тўлиқ суғурта;
- ➢ мижоз айбдор бўлмаган йўл-транспорт ходисаси ҳолларида зарарни қопловчи суғурта;
- ➢ бахтсиз ҳодисалардан йўловчиларни суғурталаш (ҳайдовчидан ташқари);
- ➢ солиқ.

Машина туристга баки бензин билан тўла тўлдирилган ҳолда тақдим қилинади, аммо у эгасига ҳам тўлиқ бензин баки билан қайтарилиши зарур. Қўшимча тўлов эвазига машинани бошқариш учун иккинчи ҳайдовчини автомобил бошқариш ҳуқуқи билан ёллаб олиш мумкин.

9.3. Меҳмонхоналарда экскурсион хизматлар ва «кутиб олиш - кузатиб қўйиш» хизматлари

Экскурсион хизматларни кўрсатиш туризм индустриясининг асосий компонентларидан бири ҳисобланади. Экскурсион хизматлар жойлаштириш воситаларининг кўрсатадиган қўшимча хизматлар рўйхатига киради. Таъкидлаш лозимки, экскурсион хизматларни категорияси ва обрў-эътиборидан қатъий назар кўпчилик меҳмонхона корхоналари ҳам амалга оширади. Бир қатор меҳмонхоналар қошида ўзининг экскурсион бюроси ва ихтисослашган бўлимлари мавжуд бўлади.

Экскурсион хизматлар – туристлар (экскурсантлар)нинг билишга қизиқишларини қондириш бўйича туристик хизматлардир. Унга экскурсион хизмат кўрсатиш дастурларини ишлаб чиқиш, жорий этиш ёки алоҳида экскурсияларни ташкил этиш ва экскурсияларни ўтказиш ишлари киритилади. Экскурсион хизматларни яратиш ва тақдим этиш билан шуғулланувчи ташкилотлар экскурсион фирмалар (компаниялар, бюролар) деб аталади.

Туристик-экскурсион фирмалар фаолиятида сезиларли фарқлар кузатилади. Қайсиким уларнинг ихтисослашуви, операциялар ҳажми ва характери, истеъмолчига ва хизмат ижрочиларига муносабати билан боғлиқ

бўлади. Қабул қилувчи фирмалар учун туристик индустрия ташкилотлари, қайсиким келувчи туристлар ва экскурсантлар учун хизматлар ижрочилари ҳисобланади (музейлар, транспорт компаниялари, овқатланиш корхоналари ва бошқ). Турфирмалар – туристлар ва экскурсантлар етказиб берувчилар билан алоқа ўрнатиш характерлидир. Қабул қилувчи турфирмалар учун шунингдек маҳаллий аҳолига туристик-экскурсион хизмат кўрсатиш характерлидир.

Жўнатувчи фирмаларнинг асосий мақсади – маҳаллий аҳолини сафар маршрутларида экскурсион хизмат кўрсатиш учун жалб этиш ва шерик туристик-экскурсион фирма марказлари ёки бошқа ихтисослашган корхоналар (музейлар, томоша муассасалари ва бошқ.), хизматларнинг бажарилишини таъминловчилар билан яхши алоқалардир.

Шундай қилиб, экскурсион корхона ўз иш фаолиятида хизмат кўрсатишнинг турли шаклларидан фойдаланади:

- экскурсия алоҳида хизмат сифатида: шарҳли ва тематик экскурсиялар; турли транспорт воситалари турларидан фойдаланиб, пиёда экскурсиялар; ишлаб чиқариш экскурсияси; музейга, кўргазмага, қўриқхонага, буюртмахоналарга экскурсиялар. Экскурсиялар мавзусининг мавжудлиги, малакали раҳбар-экскурсовод, экскурсион гуруҳ; экскурсион объектларни кўрсатиш; иштирокчилар ҳаракати; бир соатдан бир суткагача давомийлиги билан фарқ қилади;
- Сафар таркибида, дам олиш куни маршрутида экскурсия таклиф этилаётган турнинг таркибий қисми ҳисобланади;
- Экскурсиялар, маданий-томоша хизматларини ташкил этиш.
- Гид-экскурсводлар, экскурсоводлар, тур етакчилик, экскурсия ташкилотчилари хизматлари кўрсатиш;
- Йўл экскурсия ахборотлари. Ушбу хизмат узоқ давом этадиган ички маршрут ташишларда кўрсатилади. Экскурсовод ёки тур етакчиси гуруҳ бораётган йўлда жойлашган экскурсион объектлар ҳақида қисқача маълумот (экскурсион справка кўринишида) беради.

Экскурсион фаолият – туристлар ва экскурсантларнинг жойлаштириш хизматини кўрсатмасдан вақтинча борган жойда экскурсион объектлар билан таништиришни уюштирувчи фаолиятдир. Экскурсион ташкилий фаолиятни экскурсион хизматлар яратиш технологиясига қўйилган талабларни ва экскурсантларга хизмат кўрсатишни яхши биладиган малакали ходимлар амалга ошириши, аҳоли кенг қатламларини қамраб олиши керак. Экскурсион фаолиятни ташкил этиш деганда таклиф этилган стандартлашган экскурсион дастурлар ёки туристик хизматларнинг хилма-хил кўриниши сифатида алоҳида экскурсиялар тушунилади.

Экскурсион фирмалар бевосита ишлаб чиқарувчилар (музейлар, транспорт, томоша ташкилотлари) хизматларини ўз хоҳишига ва истеъмолчилар талабига кўра мувофиқлаштириши, шунингдек ўзлари туристик- экскурсион хизматларни яратиши ва тақдим этишлари мумкин, яъни улар туроператорлар ҳисобланишади.

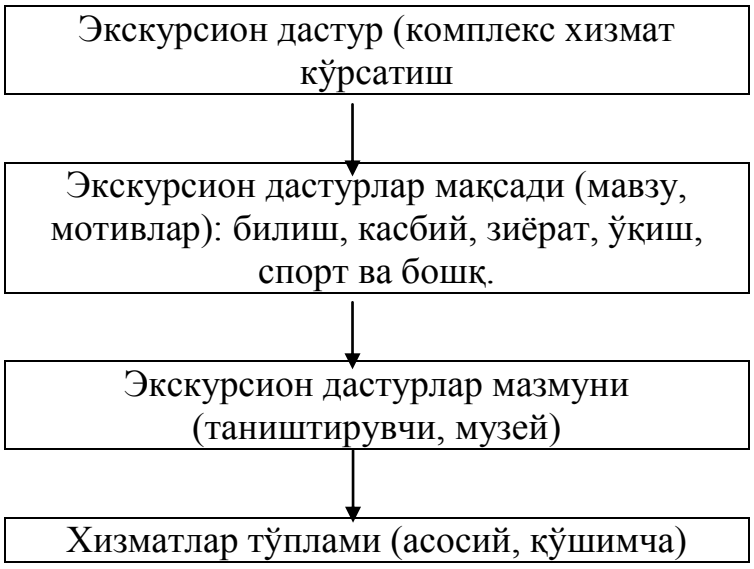
Амалда бир экскурсион фирма доирасида юқорида кўрсатилган функцияларни бирлаштирган турли вариантлар кузатилади. Асосан пассив туризм билан шуғулланувчи бошловчи фирмалар вақт ўтиши билан ўзларининг экскурсион хизматларини ишлаб чиқишади ва ўзаро манфаатдор шартларда шерик-фирмалар билан ҳамкорлик қиладилар. Экскурсион фирма бир вақтнинг ўзида турагент ҳам ҳисобланади. Ушбу фаолиятга экскурсоводлар, туристик- экскурсион гуруҳлар раҳбарларини, мактаб ўқитувчиларини, касаба уюшма ходимларини жалб этади ва уларга турагент ролини топширишади. У экскурсион хизматлар сотувчиси сифатида ҳам чиқиши, бошқа туроператорлар ишлаб чиққан экскурсион хизматларни сотиши ҳам мумкин. Ўзининг туристик- экскурсион хизматлар пакетини яратиши ва агар унга бозорда талабни аниқласа ўзи реализация қилиши ҳам мумкин.

Экскурсион компания ёки бюро одатда туристларга улар вақтинча бўлган жойда экскурсион хизмат кўрсатишни ташкил қилади. Таъкидлаш керакки, хизмат кўрсатишнинг экскурсион дастури – бу туристлар ёки экскурсантлар, маҳаллий аҳолининг келиш мақсадига қараб қизиқишлари ва билишга талабларини қондириш учун ихтисослашган, реализация қилинадиган конкрет экскурсион тадбирлар режасидир.

Дастур таркибига кирувчи комплекс хизмат экскурсион фирмалар (ёки туристик фирмаларнинг экскурсион бўлими) маҳсулоти ҳисобланади. Экскурсион дастурлар таркиби 9.1-расмда келтирилади.

Экскурсион хизмат кўрсатиш дастурлари вазифаси қуйидаги мақсадларга эришиш демакдир:

- билиш (тарихий, архетектура-шаҳарсозлик, адабий, санъатшунослик, табиатшунослик мавзуларида);
- кўнгил очиш (дам олиш, спорт);
- касбий (ишга доир, бизнес сафарлар, кўргазма ва ярмаркаларда ва бошқаларда иштирок этиш);
- бошқалар (зиёрат, хобби, ўқиш, малака ошириш ва бошқ.).



9.1-расм. Хизмат кўрсатишнинг экскурсион дастурлари таркиби

Мазмунига кўра дастурлар таништирувчи ва мавзуей бўлади. Таништирувчи экскурсион дастур ўз ичига бозор экскурсияни олади, шаҳар (мамлакат) ҳақида таассурот беради, унинг тарихи, хусусиятлари ва аҳолининг урф-одатлари, архитектура ёдгорликлари ва замонавий турмуши билан таништирилади. Мавзуей хизмат кўрсатиш дастурининг мақсади – экскурсантларнинг маълум мавзу бўйича билимларини кенгайтириш (айниқса билиш турларда), шунингдек бошқа хизматларни ташкил қилиш ва тақдим этишдан иборат.

Экскурсион хизматларни ишлаб чиқиш бир қатор босқичлардан иборат бўлади:

- экскурсиянинг мақсади ва вазифаларини аниқлаш;
- мавзуни танлаш;
- адабиётларни танлаш ва библиографиялар тузиш;
- мавзу бўйича музей фондлари ва экспозициялар билан танишув;
- экскурсион объектларни танлаш ва ўрганиш;
- экскурсия маршрутини тузиш;
- экскурсион айланиш ва бориш;
- экскурсия назорат матнини тайёрлаш;
- «экскурсовод портфелини» комплекслаш;
- экскурсия ўтказиш методик усулларини танлаш;
- экскурсия ўтказиш техникасини аниқлаш;
- методик ишланмалар тузиш;
- индивидуал матн тайёрлаш;
- экскурсияни қабул қилиш (топшириш);
- экскурсияни отел экскурсион бўлими маҳсулоти сифатида тасдиқлаш.

Эсккурсион хизматларни расмийлаштириш учун қуйидаги ҳужжатлар зарур бўлади (9.2-жадвал).

9.2-жадвал

Экскурсион хизматларни расмийлаштириш учун зарур ҳужжатлар рўйхати

Т/р	Ҳужжат номи	Ҳужжат мазмуни
1.	Мавзу бўйича адабиётлар рўйхати	Ушбу экскурсияни тайёрлашда фойдаланади барча брошюра, мақола, китоблар
2.	Карточка (пас-порт). Маршрутга киритилган объектларники	Экскурсион объектни характерловчи маълумотлар. Объект тури, унинг номи, унинг билан боғлиқ воқеалар, жойи, объект яратилган вақти, муаллифлари, манбалари ва қисқача тафсилоти.
3.	Экскурсия назорат матни	Манбалар бўйича мавзуни очиб берувчи танланган ва ишончли материаллар. Асосий масалалар ва темани очиб берувчи матнлар мазмуни, индивидуал матнлар учун асос бўлиб хизмат қилади.
4.	Экскурсоводлар	Методик ишланма, экскурсиянинг тузилиши,

	индивидуал матнлари	назорат матнига асосан унинг маршрутига мувофиқ конкрет экскурсовод томонидан ёзилган материаллар. Объектлар ва воқеаларга характеристика беради, мантиқан ўтиш билан маъруза асосий қисми, хулосалардан иборат.
5.	Маршрут схема (карта)си	Алоҳида варақда гуруҳ борадаган йўл кўрсатилган. Маршрут боши ва охири, кўрсатиладиган объект, уларни кузатиш жойи, гуруҳнинг объектга чиқиш учун тўхтайдиган жойи белгиланган.
6.	«Экскурсовод портфели»	Фотосуръатлар, схемалар, карталар, чизмалар, расмлар, репродукциялар, ҳужжатлар нусхаси, фирмалар маҳсулотлари намунаси, бошқа кўргазмали қўлланмалар жамланган папка
7.	Мавзуга методик ишланмалар	Экскурсияни ўтказиш бўйича тавсиялар, кўрсатув ва ҳикоя методик усуллари айтилади, объектлар намойиши босқичлари, кўргазмали қўлланма ва экскурсияни олиб бориш техникаси экскурсантга дифференциал ёндошув ҳисобга олинган ҳолда белгиланади.
8.	Кичик экскурсиялар	Мавзуга тааллуқли рефератлар, маълумотлар, жадваллар, рақамли материаллар, ҳужжатлардан кўчирмалар, нусхалар, бадиий асарлардан цитаталар
9.	Мавзу бўйича экс-курсияни ўтказиш-га рухсат берилган экскурсоводлар рўйхати	Тадбирга кўра экскурсия ўтказишга янги экскурсоводлар жалб этилиб, тўлдирилади

Экскурсия ўтказишга жавобгар экскурсия корхонаси ўз штатида махсус тайёрланган ва туристлар учун уларнинг она тилини биладиган профессионаллар (гидлар)га эга бўлиши зарур. Гид-таржимон бўлмаслиги ёки унинг профессионал эмаслиги туристни сафардан таассуротини мутлақа бузади ва қониқтирмайди. Гид-таржимонга қўйиладиган талаблар турлича бўлиб, улардан асосийлари қуйидагилар ҳисобланади:

- катта далилий материалларни билиш ва туристлар контингенти хусусиятлари, уларнинг ёши ва ижтимоий таркибига мувофиқ таклиф этилаётган матнни ўзгартириш маҳорати;
- ўз ишига ижодий ёндошув, гуруҳда иштирок этувчи ҳаммага шаҳар ва мамлакатларга бўлган ўз меҳрини «юқтира» олиш маҳорати;
- ўз умумий дунёқарашини кенгайтириш устида тизимли ишлаш, профессионал билимларини такомиллаштириш ва чет тилини билиш, белгиланган аҳлоқ-одоб қоидаларига риоя этиш, туристлар билан ўзаро муносабатда хушмуомилалик.

Гид-таржимоннинг асосий бурчи қуйидагилардан иборат бўлади:

- хорижий туристларни қабул қилиш ва хизмат кўрсатиш қоидаларини яхши билиш ва қатъий бажариш;
- дастурнинг биринчи пунктидан бошлаб, кейинги пунктигача сафарда туристлар гуруҳини кузатиб бориш;
- ташкилотчилар томонидан режалаштирилган сафар тадбирларини ўтказиш вақтида оғзаки таржимонни таъминлаш;
- жойлаштириш объектлари маъмуриятлари ва овқатланиш тизимларини хорижий-туристларга хизмат кўрсатиш талабларига риоя этишларини қатъий назорат қилиш;
- ишдан бўш вақтда тизимли ўз билимини бойитиб бориш ва илмий фаолият (методик ва лексик қўлланмалар тузиш, экскурсиялар янги матнларини ёзиш, экскурсовод портфелини бутлаб, тўлдириб бориш ва бошқ.).

Гидни аниқ хорижий гуруҳ билан ишлашга тайинлашда унга туристлар жойлашган меҳмонхонага кириш учун рухсатнома берилади. Шунингдек унга режалаштирилган тадбир ўтказиладиган жой, сана, вақт кўрсатилган режа тақдим қилинади. Гуруҳларни кутиб олиш ёки кузатиш чоғида қуйидагилар гид вазифасига киради: туристларга божхона ёки чегара назорат постларидан ўтишда ёрдам кўрсатиш; туристларни давлатга кириш қоидалари (божхона қоидалари ва чекловлар), валюта алмаштириш тартиби, давлат территориясида видеосурат ва фотосуратга олиш тартиби ҳақида хабардор қилади; багажни олишни ташкил этади.

Туристларни жойлаштиришда гид қуйидагиларга мажбур:

- отел ходимига ўзини таништиради ва гуруҳ келгани ҳақида хабар беради;
- туристларни тез жойлаштиришда меҳмонхона маъмуриятига кўмаклашади;
- регистрация қилинадиган карточкаларни тўлдирилишини назорат қилади ва туристларга уларни тўлдиришда ёрдам беради;
- туристларни уларни меҳмонхона номери кўрсатилган рўйхатини тузади;
- ушбу манзилга келиш дастури ҳақида олдиндан айтиб беради;
- отелдан жўнаб кетишда калитларни маъмурга тўғри топширлиганини текширади.

Агар гидга тунаш лозим бўлса, у шу отелда туристлардек бир ёки ўринли номерга (бошқа гид ёки ҳайдовчи билан) жойлашади. Гид ва туристнинг битта номерда жойлашиши қабул қилинмаган. Овқатланишни ташкил қилишда гид ресторанга белгиланган вақтда келишни ташкил этиши шарт, ресторан овқатланиш хизматини гуруҳ келгани ҳақида хабардор қилади, туристлар диди ва яхши кўрган таомларини айтади.

Агар овқатланиш сафар чоғида ташкил этилса, мисол учун, тўхтаган вақтда ёки вагон-ресторанда, гид олдиндан овқатланиш графигини аниқлаши, бу ҳақда туристларни хабардор қилиши зарур. Экскурсион дастурларни бажариш пайтида таржимон маршрут бўйича методик қўлланма

материалларини ўрганиши, гуруҳ билан бирга бўлиши ва бутун экскурсия давомида оғзаки таржима олиб бориши зарур.

Таъкидлаш лозимки, гид-таржимон экскурсия ўтказиш чоғида экскурсоводлик фаолияти билан шуғулланиш ҳуққуқини берувчи лицензияни ўзи билан бирга олиб юриши зарур. Акс ҳолда унга жарима таҳдиди бор. Шуни ҳисобга олиш керак, дунёнинг жуда кўп мамлакатларида одатда экскурсоводлардан уларнинг иши ошкоралигига исбот талаб қилинади. Томоша объектларига ташриф чоғида гид олдидан билет олади, уларнинг сифатини текширади, тарифни ва томоша объекти биносидан чиқишни ташкил қилади.

Туристлар билан ишлашда гидга қуйидагилар қатъиян таъқиқланади:

- ўзича режалаштирилган маршрутни ўзгартириш, дастурга ўзгартириш киритиш, экскурсияни узайтириш;
- ўзбошимчалик билан кўрсатув объектига ташриф уюштириш, бўлиш дастурида кўзда тутилганлардан четга чиқиш.

Экскурсион хизмат кўрсатишга шунингдек кузатиш, «**кутиб олиш – олиб юриш**» хизматлари киритилади.

Чет элга гуруҳий сафарларни оқилона ва аниқ равишда ташкил этишни талаб қилади: туристик гуруҳларнинг келиши, уларни жойлаштириш манзилига етказиб бериш, туристларни отелда (отелларда) жойлаштириш, келиш дастурининг барча босқичларидан ўтиш шулар жумласидан. Ушбу вазифа туретакчиси зиммасига юкланади.

Туретакчиси – тушунча, Россия ва МДҲ давлатларида чиқиш туризмига хос. Одатда, туретакчиси деганда, жўнатувчи тур фирмалар ёки отеллар экскурсион фирмалари ходимлари тушунилади. Улар гуруҳ билан бирга маршрут бўйича боришади ва барча сафарлар давомида туристларнинг бўлишини ташкил қилади. Хизмат кўрсатиш даражаси, сафар йўналишига қараб, туретакчи гуруҳни кузатиш бўйича барча функцияларни бажара оладиган бир киши, ёки сафарнинг у ёки бу босқичида ўз функциясини бажарувчи ходимлар командасидан иборат бўлиши мумкин.

Хўш, туретакчи қандай аниқ иш билан шуғулланади?

Биринчидан, туристларнинг учиши олдидан у барча ҳужжатларни ўз вақтида расмийлаштирилишини кузатади, бундан ташқари, туристларни транспорт воситасига ўтиш жараёнини назорат қилиши зарур.

Иккинчидан, аэропорт ва вокзалга келгач, туристлар чиқишини назорат қилиш лозим – муҳими, ҳеч ким йўқолиб қолмаслиги, қолиб кетмаслиги, бошқа томонга кетиб қолмаслиги ва ҳ.к. керак. Одатда, маълум жойга тўпланиш олдиндан тайинлаб қўйилади. Масалан, қўлида плакат билан автобус ёнида кутиб олувчи ҳузурида тўпланиш.

Учинчидан, туристларнинг багажларни олишини назорат қилиш жуда муҳим. Чунки, эътиборсизлик, шошқалоқлик оқибатида ғалва келиб чиқиши, туристни ўз багажини бошқаники билан адаштириб қўйиши, унутиб қолдириши, йўқотиш ҳолатлари пайдо бўлиши мумкин.

Сўнгра туристларни жойлаштириш манзилига (отелга) етказиш босқичи – **трансфер** бошланади. Ушбу босқичда кузатиб боришга қабул

қилувчи фирмалар ходимлари қўшилиши мумкин. Агар гуруҳларни бир неча отелларга жойлаштириш кўзда тутилган бўлса, унда автобус бир меҳмонхонадан бошқасига ўтиб боради, йўл-йўлакай бир нечта туристларни тушириб қолдиради. Йўлга қанча вақт кетиши ҳақида туристларни хабардор қилиш муҳимдир. Меҳмонхонада туристлар рўйхати солиштириб кўрилади. Муаммоли вазият вужудга келганда – уни кузатувчи қабул қилувчи фирма билан боғланиб ҳал этади.

Кузатувчи экскурсиянинг ўтишини, режа бўйича боришини кузатиб бориши лозим. Экскурсияни кузатилган муддатда ўтказиш имконияти бўлмаса, унинг розилиги билан бошқа вақтга кучириш мумкин. Сўнгги ҳолатда туристлар розилиги билан муқобил вариант қидирилади. Меҳмонхонада бўлиш охирги кунида қўшимча хизматлар кўрсатиш бўйича меҳмонхона амалда кўрсатган хизматларга ўз вақтида ҳақ тўланиши лозимлиги ҳақида туристлар хабардор қилинади (телефондан, спортзал, мини-бар ва бошқалардан фойдалангани учун). Мамлакатдан жўнаб кетишда киришдаги барча босқичлар такрорланади.

Гид – турфирма ходими, маршрут маълум участкасида туристларга ахборот-маълумот бериб боради. Бунда гид маршрутнинг бутун давомида ишловчи бир киши ёки турли участкаларда гидлар бир-бирини алмаштирувчи вариант бўлиши мумкин: аэропортда, трансферда, меҳмонхонада, экскурсияда ва бошқ.

Аэропортда гид туристларни хожатхона қаердалиги, пулни қаерда алмаштириш мумкинлиги, агар вақт бўлса, қаерда тамадди қилиб олиш ҳақида хабардор қилади.

Гид вазифасига хос ёрқин фирмада бўлади. Трансферда гид меҳмонхонагача қанча вақт кетишидан хабардор қилади. Агар бу муддат бир соатдан ошса, туристларга масофани километр билан маълум қилади. Трансферда гид ҳайдовчи билан бориладиган йўлни келишиб боради, йўлда муаммо туғилса биргаликда ҳал қилади. Меҳмонхонада тухташдан олдин гид қайси туристлар аввал чиқишини кўрсатади, багаж ҳақида эслатади. Отелда гид маълум жадвалга асосан туристлар ҳузурига ташриф буюради (ҳар куни, кунаро, сафар чоғида икки марта).

Туристларнинг отелга келиши чоғида тақдимот маросими ўтказилиши мумкин. Унда отел ҳақида – нима қаерда жойлашган, қандай қўшимча хизматлар олиш мумкин, тўлов шакли қанақа ва ҳ.к. ҳақида маълумотлар берилади. Экскурсия ўтказиш чоғида гид қабул қилувчи томон фирма бланкасига ўтказиш талонини ёзиб беради, мижозларни экскурсия бошланиш муддати ҳақида хабардор қилади, туристик сафарнинг охирги куни ҳақида эслатади, бу туристларга ўз вақтларини оқилона тақсимлашга ёрдам беради.

Гид-экскурсавод туристлар билан бирга маршрут бўйлаб боради ва бўлиш жойи ҳақида умумий маълумотлар беради. Бундан ташқари, туристларни маршрутда туризм соҳаси ходими – экскурсавод кузатиб бориши ҳам мумкин, у ўз мамлакатида экскурсия ўтказиш ҳуқуқини берувчи лицензияга эга бўлиши керак.

Унинг меҳнатига ҳақ тўлаш – соатбай; қабул қилувчи томон фирмалари вакили фирма раҳбарияти билан боғланади, сафар жараёни кечишини мувофиқлаштиради, бунда жўнатувчи мамлакат гуруҳларини кузатувчи билан қарорини келишиб олади. Агар гап чиқиш туризми ҳақида бораётган бўлса, чет эллик туристлар гуруҳи ҳамиша кузатувчига ва қабул қилувчига эга бўлишади. Таржимон, одатда ё VIP мижозларни кузатиб боради, ё ишга доир сафарларда иштирок этади.

Трансфер деганда туристларнинг транспортдан фойдаланиб, маршрут бўйича ҳар қандай кўчиши тушинилади. Аммо кўпинча, туристларнинг аэропорт ёки вокзалдан учиш (келиш) куни ва меҳмонхоналардан аэропорт (вокзал)га жўнаб кетиш куни трансфер деб аталади. Бундан ташқари, трансферга, масалан, меҳмонхона ва чанғи марказлари ўртасида бориб-келишни киритиш мумкин. Трансфер гуруҳий ва индивидуал (VIP туристларга хос); фақат бир томонга ёки «**уёққа-буёққа**»бўлиши мумкин. Болаларга чегирма берилиши, икки ёшгача болани бепул олиб бориши мумкин. Трансферда кузатувчи иштирок этиши мумкин. Трансферни экскурсия билан бирга қўшиш варианти имкони бор (образли ёки якуний). Бу реклама мақсадларида қилинади, бунда унинг қиймати ўзгармаган ҳолда хизматлар пакети кўпаяди.

Назорат саволлари

1. Овқатланиш корхоналарини классификациялаш қандай ўтказилади?
2. Сиз қандай овқатланиш корхоналарини биласиз?
3. Ўзингизга маълум овқатланиш корхоналарини қисқача характерланг.
4. Меҳмонхоналарда овқатланишни ташкил этишнинг хусусиятлари.
5. Нима учун кўпинча отелларда овқатланишнинг «Швед столи» типидагиси мақбул кўрилади?
6. Транспорт воситаларига билетларни бронлаштириш қандай амалга оширилади?
7. Отел меҳмонларига экскурсион хизмат кўрсатишнинг хусусиятлари қандай?
8. «Кутиб олиш – кузатиб қўйиш» хизмати нима?
9. Қандай хизматлар трансферга киради?

10-БОБ. МЕҲМОННОВОЗЛИК ИНСТРУКЦИЯСИГА КИРИШ

10.1. Меҳмонхона хўжалигининг вужудга келиши ва тараққиёти
10.2. Меҳмонхона ассоциациялари
10.3. Халқаро меҳмонхоналар конвенцияси
10.4. Халқаро меҳмонхона қоидалари

10.1. Меҳмонхона хўжалигининг вужудга келиши ва тараққиёти

Меҳмонхона хўжалигининг вужудга келиши ва тараққиёти жамият тараққиёти билан чамбарчас боғланиб кетган. Биринчи меҳмонновозлик корхонаси саёҳат қилувчи кишиларга хизмат кўрсатиш бўйича касб сифатида ҳозирги замон меҳмонхоналарининг кўриниш тарзида узоқ ўтмишда – қадимги шарқ цивилизация даврида эрамиздан олдинги 2 минг йил аввалроқ пайдо бўлган. Анча кейинроқ даврда римликлар давлат зарурати бўйича саёҳатчилар учун ажратилган махсус бинолар қуришган. Бош қўл бўйларида жойлашган ушбу биноларни меҳмонлар яшаш ҳовлиларининг ўтмишидоши ҳисоблаш мумкин.

Меҳмонновозлик корхоналари пайдо бўлишида яқин Шарқ, Осиё ва Кавказортида савдо алоқаларининг ривожланиши улкан роль ўйнайди. Ушбу ҳудудларнинг территорияси бўйлаб йирик савдо йўллари ўтганди, улар орқали товарлар билан карвонлар ҳаракатланган.

Савдо йўллари бўйлаб саёҳатчиларни тунашини ташкил қилиш учун махсус жойлаштириш манзиллари – карвон саройлар барпо этилган (йўловчиларни қўниши ва дам олиши учун бино), у одатда одамлар учун бинони, туялар ва отларни қамаш учун қўраларни ўз ичига олган. Буларнинг барчаси шамол, қор – ёмғир, бўрон, шунингдек қароқчилар ва талончилардан ҳимоя қилиш учун баланд деворлар билан ўраб олинган.

Ўрта асрларда меҳмонновозлик корхоналари ривожланишига диний анъаналар сезиларли таъсир ўтказган. Ўша даврда жуда кўп одамлар муқаддас қадамжоларга зиёратни амалга оширишган, йўловчилар қўноқ жойни энг аввало, монастрлар ва аббатликлардан қидиришган.

Черков зиёратчиларга бошпана беришни, улар учун тўнашга жой бериш, овқатлантиришни монастрларга юклаган саёҳатчиларга монастр томонидан бепул хизмат кўрсатилиши хусусий жойлаштириш корхоналари ривожланишига имкон бермаган. Шунга қарамай, яшаш ҳовлилари бўлган ва уларнинг сони ортиб борган, бироқ улар дастурхонсиз – фақат бошпана таклиф қилиш билан чекланган.

Шахсий меҳмонхона ҳовлилари ва тавернлар тараққиётига фақат Ўрта асрлардан кейингина туртки берилди. Хусусан, 1530 йилларда Англияда Қирол Генрих VIII черков мулкини дунёвий мулкка ўтказди ва жаҳонгаштачилик қилувчилар энди монастрларда бепул яшашга умид қилаолмасдилар ва хусусий яшаш ҳовлиларда тўхташга мажбур бўлдилар.

Русда бундай хусусий ҳовлилар XII – XIII асрларда пайдо бўлди: ўшанда улар яма деб аталар ва бир – биридан ўтиш масофасида жойлашганди.

Меҳмонхона хўжалигининг навбатдаги сезиларли тараққиёти даври Европада мунтазам почта ва от – арава транспорт тармоғи ўрнатилиши (Ғарбий Европада дилжанси, Россияда ЯМСК станцияси) билан боғлиқ. Почта трассаси бўйлаб давлат транспорти учун почта станциялари пайдо бўлди, улар шунингдек дам олиш жойи ҳам бўлиб хизмат қилди; улар қор – ёмғирдан бошпана ва отларни алмаштиришни енгиллаштириш манзили эди. XV асрга келиб, қўниладиган ҳовлилар почта станциялари билан қўшилди; моҳиятан уларни материаллар шакли деб аташ мумкин. Катта рус шаҳарларида меҳмон ҳовлилари пайдо бўлди, уларнинг қўноқ ҳовлилардан фарқи шунда эдики, бу ерда йўловчилар нафақат жойлашиш ва овқатланиш имконига эга бўладилар, балки тижорат операцияларни ҳам амалга ошира оладилар, яъни меҳмонхона ҳовлисига мебелли хоналар, савдо расталари, ловка ва омборлар бирлаштирилди. Одатда буларнинг ҳаммаси деворлар ва миноралар билан ўраб олиниб, кириш дарвозалари билан таъминланган эди.

Ғарбий Европада очилган биринчи қаҳвахоналар XVI асрга таалуқли бўлиб у ўша, даврнинг маданий ва адабий ҳаёти марказига айланганди. Уларнинг пайдо бўлиши кофе ва чай сингари қадимги ичимликларни тарқалишига имкон берди.

“Отдел” сўзи XVIII асрда пайдо бўлди. Францияда дастлабки отеллар кўп хонали бино деб аталган, квартиралар бир ойга, бир ҳафтага, ҳатто бир кунга ижарага берилган. Тез орада бу атама Америкада ҳам кенг тарқалган. Кўпчилик тавернлар тезда отел деб атала бошлаган, бу эгаларнинг фикрича, уларга европача (французча) кўрк бағишлаган АҚШ меҳмонхоналарни техник жиҳозлаш соҳасида кўпчилик янгиликларни ватани деб ҳисобланади. Меҳмонхоналарга эҳтиёж бу мамлакатда эмигрантлар тўхтовсиз оқиб келиши боис жуда катта бўлган. Уларни вақтинча жойлашишга зарурат сезгани туфайли меҳмонхона бизнесини гуркираб ривожланишига, унга талабни кескин ошишига имкон яратган.

1794 йил АҚШ да биринчи меҳмонхона очилди бу Нью – Йоркда Бродвесдаги 70 хонали “Сити – отель” эди 1829 йил Бостонда “Гремонт” отели очилди – АҚШ да бу биринчи класс отдел эди. У даҳлизлар, регистрация бўлими (рецепция). Номерлар эшиклари қулфлаб (икки ва бир ўринли) ва ҳатто меҳмонхоналар учун бепул совун билан таъминланганди. Бу воқеа ушбу мамлакатда меҳмонхоналар тез кўпайишига асос бўлиб хизмат қилди. XIX аср ўрталарида мамлакатда марказий иситиш тармоғига эга биринчи отел иш бошлади. XIX аср охирига келиб эса меҳмонхоналарнинг икки типи тарқалди. Бири катта ва ҳашаматли, улардан айримлари чинакам архитектура санъати эди. Кенг вестюбеллар, бал учун заллар кишини ҳайратга соларди. Улар ўша пайтдаги барча қулайликларга – лифт, ҳажатхона, электр нури ва бошқаларга эга эди. Бошқалари, кичкина ва эскирганлари арзон нархларда хизматар таклиф қиларди.

Меҳмонхона ишлари тараққиётига швейцариялик Цезар Ритц салмоқли ҳисса қўшди; Ритц бутун умри давомида ёлланган бошқарувчи, бирорта отел эгаси бўлмаган бўлсада, ҳозиргача энг машҳур ва қиммат Европа меҳмонхоналар тармоғи унинг номи билан аталади.

Швейцариялик Ритц ва америкалик Статлер меҳмонхона бизнеси ишқибозлари эдилар. Улар ҳаттоки, майда – чуйда кўринган деталларга ҳам эътибор қаратишди.

Ритцнинг киритган янгиларидан бири отел ресторанларида оркестр пайдо бўлиши эканлигини таъкидлаш мумкин. Ритц давридан буён оркестр Штраус мусиқаларини ижро этиб келади. Мусиқа шарофати туфайли хўрандалар ресторанда узоқ ўтириб қолишади, бу эса табиийки, ичимликлар сотилишидан келадиган даромадни оширади. Ритц узоқ вақт отел ресторинин ёритишни тажриба қилиб кўрди ва шунга эришдики, ресротан ёрқин чироқлари ёруғида хонимларнинг қимматбаҳо тақинчоқлари жилоланиб кетди.

Статлер меҳмонхона номерига катта кўзгу кроват устига чироқ, эшик ёнида ўчиргич ўрнатишни таклиф қилди. Унинг таклифи билан номерларда телефон пайдо бўлди. Идора қоғозлари қўйилди; Меҳмонхона ходимлари формасини ҳам у жорий этди. У меҳмонхона қурилишида икки кишилик жойлаштириш номерлари барпо этиш ғояси муаллифи ҳамдир. Номерларни тик сантехника қувурига нисбатан симметрик жойлаштириш ва икки номер учун битта умумий бўлиши маблағларни анча тежаш имконини берди. “Мижоз ҳамиша ҳақ” шиорини ҳам Статлер ўйлаб топди, қайсиким ҳозирги вақтда ҳам хизмат кўрсатишга илмий ёндошув асоси бўлиб хизмат қилади.

Жамият юқори лавозим амалдорлари вакилларининг ташрифи билан юқори классли меҳмонхоналар таомилга кирди; мисол учун, Лондонда эркаклар клубларида кечки овқат тановул қилиш ўрнига жентелменлар хонимлар билан бирга отел ресторанларида кечки овқатланадиган бўлдилар.

XIX аср охири - XX аср бошлиради Европа ва Америка катта шаҳарларида янги миллионерлар ва эски мижозларнинг талабларини қондиришга мўлжалланган ҳашаматли меҳмонхоналар (ҳозирги замон атамасида беш юлдузли) пайдо бўлди. Бу саёҳатчилар учун вақт ўтказишнинг қулай масканига айланди.

Ана шундай бир нечта меҳмонхоналар Россияда ҳам қурилди, мисол учун Москва “Метрополь”, “Националь”, Санкт – Петербургда “Европа” шулар жумласидандир.

Меҳмонновозлик индустрияси муҳим соҳага айланмоқда. Меҳмонхоналар қуриш, кадрлар тайёрлаш, нарх ҳосил қилиш масалалари билан меҳмонхона бирлашмалари, синдикатлар, акционерлик жамиятлари, корпорациялар шуғуллана бошладилар. Улар орасида кўпроқ Лондон меҳмонхоналар эгалари синдикати, меҳмонхона хўжайинлари Француз уюшмаси ва меҳмонхона эгалари халқаро уюшмаси таниқли, улар жаҳон турли мамлакатларидан 1700 меҳмонхона эгаларини бирлаштирганлар.

Иккинчи жаҳон урушидан кейин халоқаро меҳмонхоналар занжири кенг ёйилмоқда. Биринчи халқаро меҳмонхона занжири “Хилтон” ўзининг яратилиши учун “Пан Америкэн” авиатранспорт компаниясидан ҳар қанча миннатдор бўлса арзийди. Негаки компания самолётлари парвозни амалга оширган Лотин Америкаси мамлакатларида америкалик бизнесменлар кўниккан даражадаги меҳмонхоналар йўқ эди. Шу боис ушбу мамлакатларда

ўша тегишли класс меҳмонхоналар даражасида хизмат кўрсатадиган отеллар қуриш ғояси вужудга келди. Мисол учун, Буэнос – Айресдаги “Хилтон” отели сервис бўйича Нью–Йоркдаги “Хилтон” отелидан фарқ қилмаслиги керак.

Ҳозирги вақтда жаҳондаги ўнлаб халқаро меҳмонхоналар занжирлари ишлаб турибди. Улар орасида “Холилией Ини”, “Чойс”, “Бест Вестерн”, “Марриотт”, “Хултон”, “Шератон” ва бошқаларни эслатиш мумкин.

10.2. Меҳмонхона ассоциациялари

Халқаро меҳмонхоналар ассоциацияси (ХМА) – меҳмонновозлик соҳасида етакчи халқаро ташкилот – 1946 йил ташкил этилган ХМА нинг асосий вазифаси халқаро хукумат ва нохукумат ташкилотларидаги унинг аъзолари манфаатларини ҳимоя қилиш ҳисобланади. Ушбу мақсадларда халқаро қонунчилик, маркетинг соҳаларида мунтазам тадқиқотлар олиб борилмоқда, меҳмонхоналар қурилиши, уларнинг классификацияси, капитал қўйилмалар самарадорлиги муаммоларига кўп эътибор қаратилаяпти. Халқаро туризм ва меҳмонхона хўжалиги тараққиётига 1981 йил халқаро меҳмонхоналар қоидалари қабул қилиниши алоҳида улуш бўлиб қўшилди.
Жаҳоннинг кўпчилик меҳмонхоналар занжирлари ва айрим меҳмонхонлар касбий, соҳавий ва иқтисодий манфаатларини ҳимоя қилиш учун ихтиёрий асосида миллий меҳмонхона ассоциацияларини ташкил қилдилар.

Россия меҳмонхоналар ассоциацияси (РМА) 1997 йил ташкил этилди. Москва, Санкт – Петербург, Сочи, Рязам, Иркутск ва РФ бошқа шаҳарлари етакчи меҳмонхоналари унинг муассислари ҳисобланади.
РМА – нотижорат ташкилоти, меҳмонхона корхоналари ва бошқа жамоавий жойлаштириш воситаларини, шунингдек улар учун товарлар ва хизматлар ишлаб чиқарувчи молия, ўқув муассасалари ва бошқаларни бирлаштиради.
РМА асосий фаолияти йўналишлари:

- мамлакат меҳмонхона индустриясини ривожлантириш, меҳмонхона хизматларини кенгайтириш ва сифатини яхшилаш, уларни Россия ички ва хорижий бозорларида илгари суришда биргаликда ҳаракат қилишга йўналтирилган ҳамкорлик;
- Ассоциация аъзолари касбий манфаатларига жавоб берувчи федерал, регионал ва маҳаллий номратив ҳуқуқий ҳужжатларни ишлаб чиқишда иштирок этиши;
- Ишбилармонлик ва касбий алоқаларни кенгайтириш, Россия меҳмонхона бизнеси, виждонан рақобатни ҳимоя қилишга имкон берувчи ички корпаратив муносабатларни қўллаб – қувватлаш ва ўрнатиш;
- Меҳмнхона соҳасида милий халқаро дастурлар ва лойиҳалар ишлаб чиқиш ва реализация қилишда иштирок этиш;
- аниқ дастурларни амалда жорий этиш.

2003 йил декабрда РМА меҳмонхоналар ва ресторанлар халқаро ассоциациясига аъзо бўлди.

Ассоциацияси доимий равишда ўз фаолияти соҳасини кенгайтириб бораётир, Ассоциация ижтимоий – сиёсати ва иқтисодий, ҳуқуқий соҳаларда

аъзолари касбий манфаатларига жавоб берувчи қонунлар қабул қилишда қонунчилик ва ишрочи ҳокимият органлари билан ҳамкорлик қилишга эришмоқда, меҳмонхона (жойлаштириш воситаси) фаолиятида молиявий – иқтисодий соҳада етарли шароит ташкил қилишда иш олиб бораяпти.

Ушбу мақсадларни амалга ошириш учун РМА:

- меҳмонхона корхоналари (жойлаштириш воситалари) фаолиятини қўллаб – қувватлаш ва ривожлантириш масалалари бўйича федерал, регионал, маҳаллий даражада ҳуқуқий – меъёрий ҳужжатларни ишлаб чиқишда иштирок этмоқда;

- меҳмонхоналар (жойлаштириш воситалари) фаолиятини реал яхшилаш бўйича конкрет таклифларни ишлаб чиқиш ва унинг молиявий – иқтисодий кўрсаткичлари самарадорлигини ошириш бўйича ҳар қандай меҳмонхона (жойлаштириш воситаси) ёки унинг алоҳида йўналишларида ишлар комплекс экспертизаси ўтказиш;

- дастурлар ва лойиҳаларни амалга ошириш учун инвесторларни танлаб олади, турли ҳужжатларни тайёрлаш, хўжалик фаолиятини лицензиялаш, меҳмонхона – ресторан бизнеси корхонасини сертификатлашда ёрдам кўрсатади;

- меҳмонхона – ресторан бизнеси корхоналари учун хизматлар ва товарлар ишлаб чиқарувчилар базасини шакллантиради ва улар билан РМА аъзоларига имтиёзли хизматлар кўрсатиш юзасидан шартномалар тузади;

- меҳмонхона – ресторан бизнеси барча касблари бўйича маълумотлиликнинг ҳамма даражасида кадрларни тайёрлаш ва қайта тайёрлашни ташкил қилади;

- ҳуқуқий масалалар, бухгалтерия ҳисоби, илғор меҳмонхона технологиялари, товарлари, хизматлари ва ҳоказолар бўйича Ассоциация аъзолари учун амалий семинарлар ташкил қилади;

- Ассоциация ва унинг аъзолари фаолиятини реклама қилиш учун меҳмонхона ва туристик кўргазмаларда иштирок этади;

- РМА фаолияти ва унинг аъзоларини ахборот билан таъминлашни РМА журнали “Парад оттелей” орқали ташкил қилади (РМА аъзоларига бепул юборилади), журналда муаммоли мақолалар, меҳмонхона фаолияти соҳасидаги янги норматив ҳужжатлар, қонунларни жойлаштиради, меҳмонхона – ресторан бизнесида янги технологиялар ҳақида маълумот беради, РМА аъзолари фаолияти, товар ва хизматларини реклама қилади;

- Туристик маршрутларни уларга Ассоциация аъзолари бўлган меҳмонхона (жойлаштириш воситалари)ни қўшган ҳолда кенгайтириш бўйича туроператорлар, турфирмалар, турагентликлар билан ишлашни ташкил қилади. Москва области меҳмонхоналар ассоциацияси (МОМА) 2004 йил 26 августда Подмосковая меҳмонлар комплекси раҳбарлари уни таъсис этиш ҳақида шартнома имзоладилар. МОМА ўз фаолияти асосий вазифаси сифатида Москва области меҳмонхона индустрияси системасини самарали ишлаши учун шароит яратишда ҳамкорлик қилишни кўзда тутади:

Меҳмонхона хизматларини тартибга солиш масалалари бўйича норматив характердаги қарорлар тайёрлашда иштирок этади; меҳмонхона

индустриясини ривожлантиришнинг давлат дастурини ишлаб чиқишда иштирок этади.

- МОМА амалга оширади;

- Шаҳар ва областда меҳмонхона – туристик комплексни ривожлантириш дастурини ишлаб чиқиш ва реализация қилишни мувофиқлаштириш;

- бошқа манфаатдор ташкилотлар билан ҳамкорликда меҳмонхона корхоналари инвестицион таклифлари ягона системасини тайёрлаш;

- Москва ва Москва областида ишлаб турган меҳмонхона хўжаликлари объектларини реконструкция қилиш ва янгиларини қуриш учун инвесторларни танлаб олишни ташкил қилиш;

- бюджет маблағлари йўналишлари бўйича таклиф ишлаб чиқиш, шу жумладан, алоҳида меҳмонхона корхоналарида, конкрет инвестицион лойиҳаларни бюджетдан қўллаб – қувватлаш истиқболларини аниқлаш;

- территориал бошқарув органлари ва шаҳар меҳмонхона комплекси ўзаро ҳаракати системасини мустаҳкамлаш, территориал инфраструктура ва меҳмонхона корхоналари тараққиётини мувофиқлаштириш.

Шаҳар меҳмонхона комплекси бошқарувини такомиллаштириш концепциясини амалга ошириш имконияти борлиги пойтахт келажак меҳмонновозлик индустрияси учун катта аҳамият касб этади. Мақсад – Москва ва Москва областида энг яхши халқаро стандартларга мувофиқ келадиган меҳмонхона соҳасини шакллантириш, уларни юқори технологияли бошқарув системасини яратиш, энг янги ускуналар билан жиҳозлаш. Бу Россиялик ва чет эллик меҳмонларга кўрсатиладиган хизмат сифатини кескин ошириш, шаҳар меҳмонлари юкланиш фоиз кўрсаткичига эришиш имконини беради. Қўшимча иш ўринлари яратади, шаҳар хазинасига тушумларни сезиларли кўпайтиради.

10.3. Халқаро меҳмонхоналар конвенцияси

Конвенция халқаро характердаги меҳмонхона контрактларига нисбатан қўлланилади, улар меҳмонхоналар эгалари ва турагентлар ўртасида тузилади, уларнинг рўйхатга олинган ва жойлашган жойи турли мамлакатлар.

Конвенция турагентлар ва меҳмонхоналар эгалари ўртасида тузиладиган ва ижро этиш ва тартибга солиш учун имзоланган меҳмонхона контрактларини кўзда тутади. Контрактда ушбу конвенция қоидаларига риоя этиш ёки улардан фойдаланувчиларни шартнома тузиш чоғида кундалик фаолиятда амал қилиш мажбуриятлари акс этади.

Меҳмонхона контракти – бу контракт, унга кўра меҳмонхона эгаси турагент олдида унинг мижозлари ҳисобланган саёҳатчиларга меҳмонхона хизматлари кўрсатиш мажбуриятини ўз зиммасига олади.

Конвенция меҳмонхона контрактлари икки турини тартибга солади: индивидуал мижозларга меҳмонхона хизматлари сотиш бўйича контракт; гуруҳий мижозларга меҳмонхона хизматлари сотиш бўйича контракт. Халқаро конвенция билан ҳар бир контракт тури бўйича меҳмонхона контракти тузиш қоидалари ва боскичлари белгиланган.

Индивидуал мижозларга меҳмонхона хизматлари сотиш бўйича контрактлар.

Индивидуал мижозларга меҳмонхона хизматлари тақдим этиш бўйича контракт деб шундай битим тан олинадики, унда гуруҳий контракт бўйича хизмат кўрсатишда мижоз имтиёз олаолмайди. Ушбу ҳолатда меҳмонхона контракти тузиш бошланиши деб меҳмонхона эгаси номига турагентнинг меҳмонхона хизматларини бронлашни сўраб жўнатган йўлланмаси тан олинади.

Оғзаки шаклда хизмталарни бронлашга сўров ёзма (хат, телеграмма, телекс, электрон почта ва ҳ.к) ҳолда тасдиқланган бўлиши керак. Бронлаштириш сўровида хизмталар рўйхати ва нархлар кўрсатилган бўлиши лозим.

Сўровни қабул қилиш ҳам худди шундай ёзма шаклда тасдиқланган, фирма сўровига кирувчи хизматлар ва уларни нархлари кўрсатилган бўлиши зарур. Тасдиқнома сўров олингандан бошлаб уч кун ичида меҳмонхона эгаси томонидан сўровчига жўнатилади.

Олдиндан тўлов. Томонларнинг хоҳиш иродасига мувофиқ меҳмонхона эгаси талаб қиладиган олдиндан тўлов ё депозит шаклида, ё закалат шаклида амалга оширилиши мумкин.

Депозит – турагент томонидан меҳмонхона хизматларига умумий тўловнинг олдиндан тўланадиган қисми у хизматларга узил – кесил ҳисоб – китоб чоғида ҳисобга олинади, контракт бекор қилинган ҳолда эса қайтариб берилиши керак.

Закалат, Француз қонунчилигига мувофиқ шартнома компенсацияси, закалат берган томон айби билан контракт бекор қилинганда қайтариб берилмайди.

Меҳмонхона эгаси олдиндан тўловни (кафолатланган депозит ёки закалат шаклида) сўровни қабул қилиш шарти сифатида талаб қилишга ҳақли.

Ҳар қандай олдиндан тўлов кафолатланган депозит сифатида баҳоланади. Меҳмонхона эгаси олдиндан тўловни тўғридан – тўғри закалат шаклида бўлишини кўрсатган ҳол бундан мустасно. Меҳмонхона эгаси олдиндан тўлов ҳақида контракт тузишни талаб қилган ҳолатда у фақат меҳмонхона эгаси айтилган суммани олганидан кейин ёки турагентдан тўлов далили бўлгандагина тан олинади.

Олдиндан тўлов суммаси, одатда бронлаштирилган хизматлар (номер, овқатланиш ва бошқалар)нинг номовсумда бир сутка ва гавжум мавсумда уч сутка учун нархига эквивалентли.

Меҳмонхона эгаси турагентга олдиндан тўлов олингандан бошлаб 24 соат ичида олинган суммани тасдиқлаши зарур.

Бронлаштиришга ҳужжатлар. Меҳмонхоналар эгалари олдиндан тўловни ё тўлиқ, ёки қисман тўланишини талаб қилишга ҳақли. Агар у бундай шарт қўймаса, унда турагент ваучерини қабул қилишга мажбур.

Ваучер – ҳужжат, турагент томонидан чиқарилади, унга кўра турагент турагентнинг охирги мижозига меҳмонхона эгаси кўрсатган хизматлар учун

тўлашни ўз зиммасига олади. ваучерда хизматлар турлари ва уларнинг максимал нархи кўрсатилган бўлиши керак.

Турагент Конвенцияда кўзда тутилган муддат ва шартга мувофиқ тўлов амалга оширилишини тасдиқловчи кафолат ҳужжати сифатида ваучерни тан олади.

Оддий ваучер. Оддий ваучерда бошқа маълумотлар билан бир қаторда мижознинг келиш ва жўнаб кетиш санаси, меҳмонхона хизматлари (номер ва овқатланиш) киритилган бўлиши керак.

Ваучер (тўлиқ кредит). Бундай типдаги ваучерни чиқариш меҳмонхоналар эгалари ва турагент ўртасида махсус келишувга биноан амалга оширилади. Бундай ваучерда "соф" меҳмонхонаникидан ташқари (номер ва овқатланиш) бошқа хизматлар рўйхатига ҳам йўл қўйилади.

Таъкидлаш зарур, халқаро меҳмонхоналар конвенциясининг 13 – моддасига мувофиқ, хизматлар учун меҳмонхоналар эгалари турагентга белгиланган нархлар контрактда кўзда тутилади, ҳеч қандай вазиятда бевосита мижозлар учун меҳмонхона тарифларида кўрсатилган нархдан ошмаслиги шарт. Хизматлар учун ҳақни мижоз тўлайдими ёки турагент, бундан қатъий назар.

Агар меҳмонхоналар эгалари контрактда махсус нархларни келишиб олган бўлсалар, улар контракда кўрсатилган нархдан зиёд ҳажмда тўлов талаб қилишга ҳақли эмас.

Меҳмонхона эгаси контрактда кўзда тутилган нархга амал қилиши лозим. Нарх янги нархларга ўзгарган ҳолда улар ўзгаргандан бошлаб 30 кун ўтгандан кейингина қўлланиши мумкин. Бироқ ўзгариш меҳмонхона эгаси тасдиқлаб берган хизматлар кўрсатиш нархига даҳл қилмаслиги керак. Меҳмонхона контракти тузган турагент тақдим этилган хизматлар учун ҳисоб бўйича тўловни ўз зиммасига олади, ҳисоб учун мижоз тўлаши келишиб олинган ҳоллар бундан мустасно.

Ҳисоб контрактда кўрсатилган муддатда тўланиши шарт, агар у йўқ бўлган ҳолда ҳисоб кўрсатилган (олинган) кундан 30 кун ичида тўланади.

Турагентни ўз мижозлари учун шартнома бўйича белгиланган нархдан юқори комиссия қўйишга ҳақи йўқ, бироқ бронлаштириш учун ҳисоб мижозга меҳмонҳонада хизмат кўрсатиш учун берилган ҳисобдан алоҳида тақдим этилиши мумкин.

Комиссия. Агар контракда турагент бронлаштирган хизматлар тўлови мижоз томонидан тўланиши кўзда тутилган бўлса, меҳмонхона эгаси турагентга комиссия тўлашни кафолатлаши лозим. Бу ҳолда меҳмонхона эгаси кўрсатилган хизматлар учун тўловни кредит карточкасидан қабул қилмасликка ҳуқуқни ўзида сақлаб қолади.

Комиссия миқдори шартнома ҳар икки томони ўзаро келишувига мувофиқ белгиланади. Бундай комиссия одатда номинал нархларнинг 10 % ташкил қилади, у ўзига солиқлар ва алоҳида меҳмонхона хизматлари учун тўловларни қўшмайди.

Агар мижоз ўзини меҳмонхонада бўлиш муддатини узайтирса ёки турагент меҳмонхонага ўз мижозининг туришини узайтиришни сўраб сўров юборса, ушбу ҳолда ҳам комиссия тўланади.

Мижозни ўша битта саёҳат давомида меҳмонхона биносидан фойдаланишни кейин ҳам давом эттиришга яшашни узайтириш сифатида қаралади, албатта, яшаш давридаги узилиш оралиғи 30 кундан ошмаса. Бироқ мижозни яшаши 60 кундан ошса, ҳар қандай узайтириш қўшилган ҳолда унда комиссия (60 кундан ошган давр учун) фирмага тўланмайди.

Турагентга комиссион мукофот мижоз жўнаб кетгандан кейин 30 кун ичида меҳмонхона эгаси томонидан тўланади. Конвенция ёки контрактда кўзда тутилган муддатда буюртма бекор қилинган ҳолда олдинган тўлов сифатида меҳмонхона эгаси олган сумма бекор қилинган моментдан бошлаб 30 кун ичида турагентга қайтарилиши шарт. Бекор қилиш. Барча буюртмаларни бекор қилиш бекор қилинган сана кўрсатилган ҳолда ёзма шаклда амалга оширилади (рўйхатга олинган хат, телекс, гувоҳнома ҳақиқийлиги ва ҳ.к. кўринишида).

Турагент томонидан оғзаки қилинган ҳар қандай бекор қилиш шахсан ёки телефон орқали ёзма равишда тасдиқланган бўлиши шарт. Агар буюртмани бекор қилиш оғзаки хабардор қилинган кундан бошлаб амалга оширилиши зарур бўлса, ёзма тасдиқда бекор қилинган ўша кун санаси қўйилиши керак.

Меҳмонхона контрактини муддатидан кечиктириб тўлиқ ёки қисман бекор қилиш муддатлари ва шартлари, шунингдек бекор қилиш учун компенсация ҳажми контрактларнинг ҳар бир тури учун кўзда тутилган махсус қоидалар билан тартибга солинади.

Агар контрактда бошқа келишувлар бўлмаса, турагент риоя қилиши шарт бўлган бекор қилиши минимал муддатлари қуйидагилар ҳисобланади:

- жойлаштиришга эҳтиёж сезиларли бўлган жойларда бекор қилиш муддати меҳмонхона бевосита мижозлари учун белгилангандек, аммо келган кунининг эртасидан кечиктирилмайди;
- туристлар учун мўлжалланган меҳмонхоналарда: мавсум гавжум пайтида келиш санасигача 30 кун олдин ёки номавсумда келишигача 14 кун олдин;
- юқорида кўрсатилган муддатлардан кейин берилган бекор қилиш қуйидаги миқдорда компенсация олиш ҳуқуқини беради;
- хизмат кўрсатишни камида 3 суткага бекор қилиш учун буюртма берилган барча хизматларнинг суткалик қийматида;
- хизмат кўрсатишни номавсумда 3 сутка ва ундан кўпроқ муддатга бекор қилиш учун буюртма берилган меҳмонхона барча хизматларининг суткалик қийматида;
- мавсум авжида хизмат кўрсатишни 3 сутка ва ундан кўпроқ муддатга бекор қилиш – буюртма берилган барча меҳмонхона хизматларининг уч суткалик қийматида.

Мажбурият. Турагент буюртма бериладиган хизматларга тегишли тўлиқ ва майда – чуйда маълумотларгача тақдим этиш мажбуриятини олади.

Меҳмонхона эгаси томонидан турагент мижозига тақдим этиладиган хизматлар контракт (индивидуал мижозлар ва гуруҳлар учун) га мувофиқ меҳмонхона бевосита мижозларига кўрсатадиган ўшандай сифатда бўлиши керак. Меҳмонхона эгаси бронлаштирилган бинони мижозлардан келиш куни кундузи соат 2 дан бўшатади ва уни жўнаб кетиладиган кун тушгача сақлайди.

Меҳмонхона эгаси хизматлар кўрсатиш бўйича ўзлари имзолаган контрактдан келиб чиқадиган мажбуриятларини хурмат қилиши лозим, буюртмаларни белгиланган муддатда бажариши зарур. Агар меҳмонхона эгаси ўз мажбуриятларини бажара олмаса, турагентга етказилган амалдаги зарарни қоплашга мажбур. Бронлаштириш даврида, шунингдек турагент уч ҳафта олдин ана шундай имокниятлар ҳақида хабардор қилинган ва кўзда тутилган ҳоллар бундан мустасно. Меҳмонхона эгаси мижозни яқин атрофда жойлашган худди шундай меҳмонхона худди шундай хизматлар билан жойлаштириши мумкин. Ёки юқорироқ классдаги меҳмонхонага жойлайди. Бундай ҳолларда турагент шундай алмашинув учун компенсация талаб қилишга ҳақли эмас. Нархдаги фарқ меҳмонхона эгаси томонидан тўланади.

Агар турагент ёки меҳмонхона эгаси контракт бўйича мажбуриятлар улар томонидан форс – мажор вазият ёки бошқа сабабга кўра, бажарилмаслиги мумкинлигини аниқласалар, контрактни бажара олмаган томон дарҳол ҳамма воситани ишга солиб у томонни бундан хабардор қилиши зарур. Бу бажарилмаган мажбурият оқибатида кўриладиган зарарни камайтиради.

Агар томонлардан бирида кутилмаган форс – мажор вазият пайдо бўлса, уни назорат қилиб бўлмаса, бартараф этиш имкони йўқ бўлса, натижада контракт келиб чиқадиган мажбуриятни бажариш иложи бўлмаса, ўша томон бошқа томонга етказган зарари учун компенсациясиз мажбурият учун жавобгарликдан озод этилади.

Форс – мажор вазият мавжудлиги билан боғлиқ келишмовчиликлар келиб чиққан ҳолларда контракт томонлари ўзаро мақбул битимга келиш учун бор куч – ғайратларини сарфлаши зарур. Агар шундай келишувга эришилмаса, томонлар арбитражга мурожаат қилишга ҳақлидирлар.

Меҳмонхона эгаси турагентдан мижозлар муддатдан илгари кетиб қолгани ёки улар томонидан буюртма берган хизматлардан фойдаланмаганлиги туфайли кўрилган зарарни қоплашни талаб қилишга ҳақли, меҳмонхона эгаси айби билан шундай хизматлар тақдим этилмай қолган вазиятлар вужудга келган ҳоллар бундай мустасно.

Мижоз келмай қолган, унинг учун бронланган хизматлар анча кейин ҳам бекор қилинмаган ҳолларда турагент меҳмонхона эгасига амалга етказилган зарарни қоплаш учун компенсация тўлаши шарт. Меҳмонхона эгаси дарҳол турагентга мижози келмаганини хабар қилади.

Гуруҳий мижозларга меҳмонхона хизматларини сотиш бўйича контрактлар.

Гуруҳий мижозлар деб бирга саёҳатга чиққанлар меҳмонхоан эгаси ва турагент томонидан ялит бирлик деб тан олинган, меҳмонхона эгаси

шартнома асосида уларга белгиланган нархларда махсус хизмат кўрсатадиган гуруҳ шахслар кўзда тутилади. Хизматлар рўйхати турагентнинг барча гуруҳ учун берган битта сўровномасида қайд этилади ва меҳмонхона эгаси томонидан тасдиқланади. Кўрсатиладиган хизматлар учун гуруҳ аъзолари ҳаммасига битта ҳисоб берилади. Турагент меҳмонхона эгасига жойлаштириш учун гуруҳ аъзолари рўйхатини гуруҳ келишидан 2 ҳафта олдин жўнатади; у ушбу мажбуриятни бажарилишида вужудга келадиган барча қийинчиликлар учун жавобгарликни тўлиқ зиммасига олади. Меҳмонхона эгаси ўз навбатида жойлаштириш учун гуруҳ рўйхати гуруҳ келгунча 2 ҳафта олдин олинмаган ҳолда турагентни хабардор қилишга мажбур.

Тўлов, нарх шартлари, гуруҳ иштирокчилари сони, гуруҳ учун маъсул киши бор – йўқлиги, маҳаллий турагентлардан гуруҳ учун жавобгар махсус вакил борлиги одатда хусусий контрактда келишиб олинади. Контракда келишув бўлмаган ҳолларда қуйидаги тўлов шартлари кўзда тутилади:

- 50 % сумма гуруҳ келгунча 30 кун учун тўланади;
- Узил – кесил ҳисоб – китоб гуруҳ жўнаб кетгунча амалга оширилади.

Меҳмонхона эгасига камида 15 кишидан иборат гуруҳни кузатиб келувчи (кузатувчи, гид, шофергуруҳ рахбари ва ҳ.к) турагент бир вакилига бепул хизмат кўрсатиш тавсия этилади. Меҳмонхона эгаси ҳар бир 20 кишидан иборат қўшимча гуруҳни кузатиб келувчи иккинчи кузатувчига бепул хизмат тақдим этиши мумкин.

На турагент, на меҳмонхона эгаси контрактда келишилган нархни ўзгартирмасликлари керак.

Бекор қилиш. Агар келишувда бошқа минимал муддатлар кўзда тутилмаган бўлса, турагент меҳмонхона эгасини хабардор қилиши шарт бекор қилиш муддатлари қуйидагилар ҳисобланади:

- 50 % кўпроқ иштирокчилар келишини бекор қилишда
- Гуруҳ келгунча 21 кун олдин;
- 50 % дан кам иштирокчилар келишини бекор қилишда – гуруҳ келгунча 14 кун олдин.

Анча кечироқ муддатда бекор қилиш, компенсацияга ҳуқуқ беради, шартнома тартибида ҳар бир мижозга бронлаштирилган хизматларни бекор қилиш йўли билан аниқланади.

- Суммада миқдори олдиндан белгиланган;
- Бекор қилинган буюртманинг 2/3 қиймати миқдорида (шундай битим йўқ бўлса); контракда қайд этилган шартлар ва нархларга мувофиқ белигиланади.
- Гуруҳ келмай қолган ҳолларда индивидуал мижозлар учун худди шундай қоидалар гуруҳга ҳам қўлланади.
- Этика. Халқаро меҳмонхоналар конвенцияси касбий этика принципларига риоя этилишини талаб қилади.

Хусусан:

- Меҳмонхона эгаси турагент мижозини бевосита ўзининг мижози қилиб олишга уринишдан тийилишга мажбур.
- Турагент битта мижоз (гуруҳ) га жойлаштиришга жой бронлаштириш учун бир вақтнинг ўзида, ўша бир муддатга бир нечта меҳмонхона эгаларига сўров билан мурожаат қилиши мумкин эмас.
- Меҳмонхона эгаси меҳмонхона жойлашган ўрни, категорияси, кўрсатиладиган хизматлар сифати ҳақида аниқ маълумотлар беришга мажбур
- Меҳмонхона эгаси ва турагент ўз мижозлари билан мулоқот чоғида келишиб олган томонлар хизматлари сифатини шубҳа остида қолдирувчи, уларнинг касбий нуфузига путур етказувчи гапларни айтишдан тийилишлари зарур.

10.4. Халқаро меҳмонхона қоидалари

Халқаро меҳмонхона қоидалари биринчи марта 60 йил аввал халқаро меҳмонхоналрассоциацияси томонидан эълон қилинганди. Шундай кейин улар бир неча марта қайта кўриб чиқилди. Халқаро меҳмонхона қоидаларидан мақсад меҳмонхонада жойлаштириш шартномалари масалаларини тартибга солувчи, халқаросавдо амалиётида умум қабул қилинган кодификация ҳисобланади. Улар меҳмонхоналар эгаларининг ўзаро ҳуқуқ ва бурчларидан хабардор қилишни кўзда тутади. Ушбу қоидалар шартнома муносабатлари ҳақидаги миллий қонунчиликда кўзда тутилган ҳолларни тўлдиради. Улар меҳмонхонада жойлаштириш шартномасига дахлдор ўзига хос моментлар қонунчиликда акс этмаган ҳолатларда қўлланади.

Меҳмонхонада қўнувчи шахс шартнома томони бўлиши шарт эмас; меҳмонхонага жойлаштириш шартномаси унинг номидан учинчи шахс томонидан тузилган бўлиши мумкин. Қоидалардаги “мижоз” атамаси меҳмонхонага жойлаштириш шартномаси тузган ва жойлаштириш учун тўлов жавобгарлигини бўйнига олган ҳуқуқий ёки жисмоний шахсни билдиради. “Меҳмон” атамаси меҳмонхонага жойлштирилган ёки жойлаштириш кўзда тутилган жисмоний шахни билдиради.

1 – қисм. Шартнома муносабатлари

1-модда. Жойлаштиришга шартнома жойлаштириш шартномасига мувофиқ меҳмонхона эгаси меҳмонларни жойлашга ва қўшимча хизмат тақдим этишга мажбур. Кўрсатиладиган хизматлар категориясига қараб хизмат кўрсатадиган одатдаги меҳмонхоналарниига мувофиқ бўлиши кўзда тутилади, одатда меҳмонлар умумий эҳтиёжлари учун номер ва қулайликлардан фойдаланиш қўшилган бўлади.

Мижоз шартнома нархи бўйича тўлов жавобгарлигини зиммасига олади. Шартнома шартлари меҳмонхона категорияси, миллий қонунчилик ёки меҳмонхоналар фаолияти ҳақида йўриқномалар (агар шунақаси бўлса),

халқаро меҳмонхоналар қоидалари ва меҳмонхона ички тартиб – қоидалари билан шартланган ва меҳмонларга кўрсатилиши зарур.

2-модда. Шартнома шакли

Шартнома бирор – бир алоҳида шаклга эга эмас. У бир томон иккинчи томон шатларини қабул қилганда тузилган ҳисобланади.

3-модда. Шартнома амал қилиш муддати

Шартнома белгиланган ва белгиланмаган даврга тузилиши мумкин.

Шартнома яқинроқ муддатга тузилганда нисбатан қисқа давр келишиб олинган ҳисобланади. Агар шартномада келишиб олинмаган бўлса, бир кундан ортиқ жойлаштириш кўзда тутилмаган бўлса, жойлаштиришга шартнома мижоз келган куннинг эртасида кундузги соат 12^{00} да тугайди. Муддати белгиланмаган ҳар қандай шартнома бир кунга шартнома сифатида қаралади. Бу ҳолда шартнома тугагани ҳақида, қайсиким амал қилиши эртаси куни 12^{00}да тугайди, томонлардан бири айтиши керак.

Ушбу масала бўйича меҳмонхона меҳмонга билдирган билдириш, мижозга билдирилган сифатида қаралиши керак.

4-модда. Шартнома ижроси.

Меҳмонхона эгаси ва мижоз шартнома шартларини ҳурмат қилишлари керак.

5-модда. Шартномани бажарилмаслиги

Агар шартнома тўлиқ ёки қисман бажарилмаса, айбдор томон бошқа томонга етказилган зарарни тўлиқ компенсациялашга мажбур.

Агар меҳмонхона эгаси шартномани бажара олмаса, у ўша жойда стандартга тенг ёки юқорироқ классдаги бошқа жойлаштириш воситаси имкониятини қидириш керак. Ушбу вазият билан боғлиқ барча харажатлар меҳмонхона эгаси томонидан қопланиши зарур. Агар у буни таъминламаса, компенсация тўлаш учун судга тортилади.

6-модда. Шартнома тугаши.

Миллий қонунчилик ёки миллий савдо амалиёти шартнома шартлари бошқача талқин этса, тўлиқ бажарилмагунча ҳеч қандай шартнома тугалланмаган ҳисобланиши мумкин эмас, агар томонлар буни ўзаро келишиб олишмаган бўлса, албатта.

7-модда. Тўлов

Меҳмонхона тўлиқ ёки қисман олдиндан тўловни сўраши мумкин.

Агар меҳмонхона мижоздан аванс тариқасида маълум суммани олса, бу жойлаштириш ва қўшимча хизматлар кўрсатишга олдин тўлов деб ҳисобланиши керак. Меҳмонхона жойлаштириш ва хизмат кўрсатишга олган пул, аванс олдиндан тўлов суммасидан ошиб кетса, агар олдиндан аванс, тўлов қайтарилмаслиги келишиб олинмаган бўлса, ортиқчасини қайтариб бериши лозим. Ҳисоб топширилган моментдан бошлаб кучга киради. Агар

алоҳида келишиб олинмаган бўлса, меҳмонхона чеклар, кўпонлар, кредит карточкалари ва бошқа нақд пулсиз тўловларни қабул қилишга мажбур эмас. Агар меҳмонхона билан бошқа тартиблар келишиб олинмаган бўлса, тўлов миллий валютага мувофиқ амалга оширилади.

8-модда. Шартнома бузилиши.

Ҳар қандай ёки қайтарилувчи шартнома мажбуриятларини бузилиши жабрланувчи томонга олдиндан хабардор қилмасдан дарҳол шартнома амал қилишини тўхтатишига ҳуқуқ беради.

II – қисм. Бошқа мажбуриятлар

9-модда. Меҳмонхоналар эгаларининг жавобгарлиги

Меҳмонхона эгаларининг ҳуқуқий жавобгарлиги миллий қонунчилик билан белгиланади.

Миллий қонунчиликда тегишли Низом бўлмаса, унда Европа конвенциясининг 1962 йил 17 декабрдаги Низоми қабул қилиниши керак.

Меҳмонлар мулки учун жавобгарлик одатда чекланган, меҳмонхона эгаси ёки унинг хизматчилари айби аниқ бўлган ҳоллар бундан мустасно.

Қимматбаҳо буюмларни сақлаш учун қабул қилишда меҳмонхона мажбурияти меҳмонхона ҳажми ва категориясига боғлиқ.

Қимматбаҳо буюмлар учун жавобгарлик агар меҳмон ўз вақтида бундан хабардор қилинган бўлса, оқилона йўлга қўйилиши мумкин. Меҳмонхона эгаси меҳмонлар автомашинаси ва унинг жиҳозлари учун жавобгарликни зиммасига олмайди.

10-модда. Меҳмонлар (мижозлар) жавобгарлиги.

Меҳмон (мижоз) меҳмонхона эгаси олдида бинога, ҳар қандай пардоз ёки ускунага зарар етказса ва унинг айби исботланса ҳуқуқий жавобгар бўлади.

11-модда. Меҳмонлар мулкини ушлаб қолиш

Меҳмонхона унга лозим бўлган ҳар қандай сумма тўловини кафолати сифатида меҳмон томонидан меҳмонхона биносига киритилган ҳар қандай буюмларини ушлаб қолиши ва тижорий қийматда реализация қилиш ҳуқуқига эга.

12-модда. Меҳмонлар ҳулқи.

Меҳмонлар ўзини меҳмонхонада қабул қилинган ички тартиб қоидалари ва урф –одатларга мувофиқ тутиши лозим.

Ички тартибни жиддий ёки такрорий бузилиши меҳмонхонага огоҳлантирмасдан шартнома амал қилиниши дарҳол тўхтатиш ҳуқуқини беради.

13 – модда. Уй хайвонлари.

Агар меҳмон ўзи билан уй ҳайвонларини меҳмонхонага олиб келмоқчи бўлса, олдиндан бунга ушбу меҳмонхона ички–тартиб қоидаларида рухсат берилганига ишонч ҳосил қилишга мажбур.

14–модда. Нормерларни эгаллаш ва бўшатиш.

Агар бу бошқача келишиб олинмаган бўлса, меҳмонларга резерланган номер (номерлар) соат 14^{00} да тайёр бўлиши керак, жўнаб кетаётганлар номерлари эса кун яримигача бўшатилиши лозим.

Меҳмонхоналар ва турагентликлар ўртасида муносабатлар кодекси

Бутунжаҳон турагентликлар федерацияси ассоциациялари меҳмонхоналари ва турагентликлари ва халқаро меҳмонхона ассоциациялари ўртасида муносабатлар кодекси.

Ушбу Кодекс – меҳмонхоналар ва турагентликлар ўртасидаги ўзаро муносабатлар асосий принциплари ҳақидаги ҳужжат.

1–модда. Томонлар

Халқаро меҳмонхоналар ассосциацияси (ХМА) (Фобур Сен Мартен кўчаси, 251, 75010 Париш, Франция) ва турагентликлар ассоциациялари Бутунжаҳон федерацияси (ТАБФ) (Сен–Оноре кўчаси, 163, 75001 Париж, Франция; Гримальди кўчаси, 17, МС 98000 Монако).

2–модда. Томонлар мажбуриятлари

Томонлар мажбурият олишади: Кодекс Низомини халқаро даражада тегишли миллий ассоциациялар томонидан бажарилишини талаб қилиш;

Меҳмонхона контрактлари тузиш чоғида аъзолар ва корхоналарга Низомга амал қилишни тавсия этиш, қайсиким қонун бўйича бошқа мамлакатлардан конагентлар томонидан қувватланиб турилади.

3–модда. Кодексни мутлақ халқаро характердалиги

Кодекс халқаро характердаги меҳмонхона контрактлари тузишда қўлланади, яъни меҳмонхона ва турагентлик турли мамлакатда бўлади.

4–модда. Кодексни миллий характери (мамлакатлар ичида).

Ассоциациялар ўртасида миллий конвенциялар тузишда ушбу Кодекс Низомини асос қилиб олишни тавсия қиламиз.

5–модда. Кодекснинг ёрдамчилик роли

а) Кодексдан меҳмонхоналар ва турагентликлар ўртасида коонтракт бўлмаган ҳолда фойдаланиш лозим.

б) Худди шундай ҳолатда, агар аниқ контрактда келишиб олинмаган бўлса, масалаларниҳал этиш лозим.

в) Кодпексдан меҳмонхоналар ва турагентликлар ўртасидаги баҳсли вазиятларни ҳал қилишда хусусий ажрим сифатида расмий (судларда, ҳуқуқшунослар ҳузурида) фойдаланишга истак билдирамиз.

6–модда. Кодекс қўлланиладиган соҳалар

Кодекс турагентликлар ва отеллар эгалари ўртасида контрактлар (меҳмонхона контрактлари номи остида маълум) тузида фойдаланиш учун қабул қилинган.

Агар Кодекс Низомида бирор –бир модда миллий (хусусан, оптимал) ёки халқаро қонунларга зид келса, муаллифлар уларни ҳақиқий эмас деб ҳисобланишига рози.

7–модда. Меҳмонхона контрактини белгилаш.

Ушбу матнда “Меҳмонхона контракти” дейилганда меҳмонхона эгалари турагентлик мижозлари ҳисобланган мижоз ёки мижозлар гуруҳиа меҳмонхона хизматлари тақдим этишга розилик берган шартлар контракти тушунилади.

8–модда. Бронлаштириш

а) Меҳмонхона барча контрактлари турагентлик ташаббуси бўйича тузилади, қайсиким меҳмонхона эгасига бронлаштириш ҳақида сўров жўнатилади.

б) Меҳмонхона эгалари оғзаки сўровни дарҳол ёзма равишда (хат, телеграмма, телекс, факс ва ҳ.к) нусхалаштириб олишлари лозим бўлади.

в) Ҳар бир сўровда сўралаётган хизматлар рўйхати бўлиши керак.

9–модда. Контракт таркибий қисми.

а) Турагентликдан сўров олиниши биланоқ эга бронлаштиришни ёзма равишда тасдиқлайди (хат, телеграмма, телекс, факс ва ҳ.к), сўралган хизматлар нархлари ё бронлаштирилган номерни компьютер орқали бериш йўли билан, ё бронлаштирини сўраб берилган буюртмага кўра кўрсатилади.

б) Турагентлик дарҳол (ё эга билан келишиб олинган вақт ичида) ёзма кўринишда эга шартларига кўнганини тасдиқлайди.

10–модда. Брон қилинганини тасдиқловчи ҳужжат

а) Йўлланмаларни қабул қилиш

Эга олдиндан тўловни ёки сумма қисмига аванс сўраши мумкин. Агар у бундай қилмаса, унда йўлланмани турагентлик билан келишгани шаклида қабул қилиши керак. Турагентлик, агар бу аниқ келишиб олинмаган бўлса, эгага мижоз йўлланмасини кўрсатиш тўлов кафолати эканлигини тан олади.

б) бошқа шартлар орасида йўлланмада кўрсатилади:

келиш ва кетиш санаси меҳмонхона кўрсатилган транспорт ва махсус хизмат тури

в) Хизмат кўрсатишга буюртма мазмунига эга йўлланма беришда меҳмонхона хизматлари стандарт тўпламидан ортиқ хизматлар учун турагентлик ва эга албатта, қайтадан ёзма кўринишда шартнома тузилиши керак. Унда кўрсатиладиган хизматлар ва кредит максимал суммаси белгиланади.

11–модда. Нархлаш

Эга контрактда келишиб олинган нархларга амал қилади. У мамлакат валютасида ё агар контрактда кўрсатилган бўлса, бошқа валютада бўлиши мумкин. Шунга қарамасдан, узоқ муддатли контрактда нархларни кўриб чиқиш ҳолати қайд этииши мумкин.

12–модда. Олдиндан тўлов

а) Эга бронлаштириш учун буюртмани қабул қилиш шарти сифатида аванс (гаров) тўлови талаб қилиши мумкин. Агар эга шундай талабни қўйса бу алоҳида келишиб олинади. Бронлаштириш учун ўлов узил – кесил ҳисоб – китобдан ҳисоблаб чиқарилади, бироқ рад этиш кечикса у ҳолда у қопланмайди.

б) Ҳар қандай аванс гаров ҳисобланиши мумкин, меҳмонхона низомига кўра ёзма равишда ёки соҳада умум қабул қилинган нормага кўра буюртма бекор қилиниши бундан мустасно. Агар эга аванс сўраса, меҳмонхона контракти ушбу сумма тўлангандан кейингина ёки тўлов ўтказилгани исботлангандан кейин узил–кесил тузилган ҳисобланади.

в) Эга аванс олинганини 72 соат ичида тасдиқлаши лозим.

13 – модда. Эгага тегишли суммалар ҳисоби

а) Турагентлик томонидан тўланадиган хизматлар ҳақи меҳмонхонага юбориладиган бронлаштириш тўғрисидаги ҳужжатларда кўрсатилади.

б) Меҳмонхона билан контракт тузувчи турагентлик келишилган барча хизматлар учун тўловларга жавобгар, келишганига кўра, ҳисобга бевосита мижоз тўлаши ҳоллари бундан мустасно.

в) контракт шартларига мувофиқ узоқ муддатли яшаш ҳолларида турагенлик ушбу муддат ичида кўрсатилганмеҳмонхона хизматлари қийматини тўлайди.

г) меҳмонхона хизматларига бвосита мижоз ҳақ тўлаган ҳолларда эга турагентга келишилган хизматлар учун унга комиссион тўланишини кафолатлайди.

д) бундай бевосита ҳисоб – китоблар чоғида эга ўз ҳоҳишига кўра тўловга фақат кредит карточкаларини қабул қилиши мумкин.

14– модда. Комиссион тўловлар ҳақида аниқ тасаввур

Меҳмонхона сиёсати аниқ меҳмонхонанинг эгаси турагентга комиссион тўлаш керакми, йўқми деган масалага агар ҳа, деб жавоб берса, унда қандай шарт билан тўлайди аниқ акс этиши керак ва турагнт билан олдиндан ёки тасдиқнома юбориш билан бир вақтда келишиб олинади.

Бевосита комиссион ҳақидаги сиёсатга дахлдор масалалар маълумотлари одатда қўйидагиларни ўз ичига олади:

а) Комиссион ё тўланади ёки тўланмайди; қандай хизмат учун;

б) Комиссион суммаси;

в) Меҳмонхона билан келишилган яшашни узайтириш учун комиссион тўланадими, ёки бронлаш учун мижоз томонидан яшаш вақтида тўланадими шарт шуки, турагентлик тўловни кафолатлайди.

15–модда. Бекор қилиш

а) меҳмонхона контрактини тўлиқ ёки қисман бекор қилиш шартлари ва муддатлари, компенсация суммаси тасдиқ жўнатилаётган моментда келишиб олиниши зарур.

Эга бекор қилиш тартибини тегишли муддатларни кўрсатаётган ҳолда аниқ тушунтириши зарур. Мижоз контрактни кўрсатилган тартибда бекор қилиниши ҳақида хабардор қилиниши лозим жўнатилмоғи керак. Агар бекор қилиш оғзаки хабар қилингандан кейин кучга кирадиган бўлса, бу ҳақда келишилган ёзма равишда тасдиқланиб қўйилиши лозим. Меҳмонхонадан оғзаки хабарга таянилиб, ёзма кўринишда олинган ҳар қандай ҳужжат кейинчалик турагентликни ёзма тасдиқ юборишдан холос этади.

Зарурат туғилганда меҳмонхона бекор қилиниш қайд этилган рақамни беради, бу турагентни бекор қилиш ҳақида ёзма тасдиқ юбориш ташқишидан ҳоли қилади.

в) катта съездлар, семинарлар, кўргазмалар ва ҳоказолар каби махсус келишилар учун ёзма кўринишда алоҳида битим талаб қилиниши мумкин.

Гуруҳ – бу 15 кишидан кам бўлмайди, бирга келиб, бирга жўнаб кетишади ва турагентлик ва меҳмонхона эгаси учун алоҳида бирлик ҳисобланади. Эгадан гуруҳий тасдиқ ҳар бир мижоз учун бир хил шартни билдиради, ҳисоб эса бутун гуруҳ учун ҳамма суммага битта бўлади. Агар бронлаштирилганидан кейин келувчилар сони камайса ва гуруҳ 15 кишидан камни ташкил қилса, эга турагентдан сўрайди: бу сонни гуруҳ деб ҳисоблашда давом этадими?

г) ушбу мавзуда махсус битим бўлмаганида турагентлик гуруҳга бронлашни рад этиши ва қуйидаги қоидаларга мувофиқ компенсация тўламаслиги мумкин:

- Гуруҳни ҳаммасига рад – келишдан камида 30 кун олдин. Меҳмонхонанинг 30% дан кўпроқ номерларини эгаллайдиган гуруҳ келишига уларни бронлашда эга гуруҳ келишгача 60 дан 30 кунгача муддатда турагентликни ёзма равишда хабардор қилиши зарур. Қайсиким унда турагентлик кафолатламаган келиш учун мўлжалланган номерлардан ихтиёрига кўра фойдаланишини маълум қилади; Агар турагентлик барча бронлашган номерларга келишни кафолатласа, рад бекор қилинади;
- Дастлабки бошланғич бронлашни 50% кўп бўлмаган бекор қилиниши – келишдан олдин камида 21 суткадан кечиктирмай;
- Дастлабки бошланғич бронлашни 25 % га яқинини бекор қилиш – келишдан олдин 14 сутка ичида кечиктирмай;

д) кўрсатилган муддатлардан кечиктириб келган радлар меҳмонхонага қоплов талаб қилишҳуқуқини беради, чунки бўш турган номерлардан

меҳмонхона эгаси зарар кўради, аммо у буни исботлаши керак: Қоплов, яъни товон пули ҳажми.

- Олдиндан келишилган миқдорда;
- Шундай келишув бўлмаганда – бронлаштирилган хизматлар қийматини 2\3 қисми миқдорида (аммо бекор қилинган яшовчининг бир кеча яшаши ҳақи миқдоридан кам бўлмаслиги керак);
- Келишдан 3 сутка олдин (72 соат) рад этиш – буюртманинг 3\4 қиймати миқдорида

е) олдин жўнаб кетилган ёки буюрилган хизматлардан фойдаланилмаган ҳолларда турагентлик эгага унинг амалда кўрган зарарнигина қоплайди, эрта жўнаб кетиш эга томонидан буюртма хизматлар тақдим этилмагани ҳоллар бундан мустасно. Агар аванс ҳисоб бўича ҳамма суммани қопламаса, эга қолган ҳақни бевосита мижоздан ундиришга ҳақли.

Ушбу Низом турагентлик орқали келмаган яшовчиларга нисбатан меҳмонхона сиёсатига мувофиқ ҳоллардагина қўлланади.

16 – модда. Меҳмонхоналарни хабардор қилиш

Турагентлик сўраладиган хизматлар ҳақида меҳмонхонани батафсил хабардор қилади.

17 – модда. Турбюро ва мижозни хабардор қилиш

а) Эга бронлаштиришни бажара олмаса, унга буюртма қабул қилмайди.

б) Эга турагентликка меҳмонхона жойлашган жой, унинг категорияси, кўрсатадиган хизматлари ҳақида тўлиқ маълумот беради.

Турагентлик ушбу маълумотларга (у орқали мижозларга жўнатилган) ишониш мажбуриятини олади. Эга ва турагентлик мижоз билан муносабатда контрагент томонидан кўрсатиладиган хизматлар сифатига соя ташловчи ёки унинг касбий нуфузига зарар етказувчи ҳолларни тасдиқлашдан ўзларини тийишади.

18 – модда. Турагентлик тақдим этадиган хизматлар

Агар бошқача келишиб олинмаган бўлса, унда меҳмонхона контрактига мувофиқ мижозга эга тақдим этадиган хизматлар турагентлик орқали келмаган яшовчиларга кўрсатиладиган даражада бўлади. Котрактга мувофиқ бошқа бирор –бир алоҳида хизматлар талаб қилинган ҳолларда махсус қоида қўлланилади.

19 – модда. Номер тақдим этиш

а) Меҳмонхонада номер мижоз келган куни унга тушгача 3 соатдан кечиктирмай тақдим этилиши керак, унинг келиши соат 18 гача кутилади; акс ҳолда бронлаштириш кафолатланган ёки унинг кечироқ келиши хабар қилинган бўлиши керак.

б) жўнаб кетиладиган куни номер мижоз томонидан тушгача соат 12 дан кечиктирилмай бўшатиб қўйилиши лозим.

20 –модда. Келмай қолиш

а) Кафолатланмаган бронлаштириш.

Агар эга брон қабул қилган бўлса, ҳар қандай ҳолатда у номерни келиш кўзда тутилаётган кун соат 18 гача ушлаб туриши шарт, соат 18 дан кейин эса ўз ихтиёрига кўра иш кўриши мумкин.

б) Кафолатланган бронлаштириш.

Кафолатга мижоз ёки турагентлик 12 –моддада ёзилгандек нақд пул, чек ёки кредит картаси билан тўлайди (ёки, агар бу кафолат турагентлик томонидан расман брон ҳақидаги ҳужжатда ёки йўлланмада кўрсатилган бўлса).

Махсус келишиб олинган мижоз истакларига пешвоз чиқа туриб, эга ҳар қандай моментда, ҳар қандай брон бўйича кафолат сўраши мумкин: бу ҳолда эга келиши кутилаётган кундан эртаси куни тушгача номерни сақлашга мажбур, кейин эса ўз ихтиёрига кўра иш кўради.

в) келмай қолиш

Келмай қолиш – бу мижозни меҳмонхонага соат 18 гача келмай қолиши; ушбу ҳолда кеч рад этиш ҳақидаги Низом шартлари (15–моддага қаранг) қўлланади. Кечиктириб рад этгани ёки келмагани учун компенсация кўринишида тўланадиган сумма келишиб олинмаган бўлса, унда у камида бир кеча яшаш қийматига тенг деб ҳисобланади (аммо уч кеча қийматидан ошмайди).

21 –модда. Мижоз олдидаги мажбуриятларни бажариш

а) Эга ўз мажбуриятлари тўғри расмийлаштирилган ва брон тасдиқланганда уларни бажаради; агар у буни қилмаса, унда турагентликка етказилган зарарни қоплаши лозим.

б) Агар эга расмийлаштириш ва брон тасдиқлангандан кейин мижозга номер тақдим этмаса, у ўз ҳисобидан мажбур;

- Мижозни яқиндаги худди шундай категорияга эквивалентли меҳмонхона жойлаштиришни таъминлаши ва нархдаги фарқни тўлаши шарт;
- Мижозни ёки мижоз келганини турагентликка эртароқ хабар қилиш, акс ҳолда яшаш жойи ўзгаргани ва бошқа меҳмонхонага қайта бронлаш учун кетган харажатлар ҳақида мижоз уйига, иш жойига телефон орқали қилинган хабар харажатларини унга тўлайди;
- Агар мижоз олдин ўзи брон қилган меҳмонхонага номер –жой бўшагач, келиш истагини билдирса, унга келиш ҳақи тўланади.

22–модда. Енгиб бўлмайдиган кучлар бостириб келганида жавобгарликдан озод қилиш принципи

Меҳмонхона контракти бўйича томонлардан бири енгиб бўлмас кучлар тақозасига кўра ўз мажбуриятларини бажаришга ноқобил бўлиб қолса (кутилмаган, енгиб бўлмас, бошқариш иложи йўқ ҳоллар) у ўз мажбуриятларидан озод қилинади ва компенсация тўлашга мажбур эмас.

23 –модда. Енгиб бўлмас кучлар вазияти ҳақида хабар қилиш

Меҳмонхона контракти бўйича томонлардан бири зиммасидаги мажбуриятларни енгиб бўлмас вазиятлар тавозосига кўра бажарилмай қолса, бу ҳақда дарҳол имкони бўлган барча воситаларни ишга солиб, контрагентни хабардор қилиши керак ва потенциал зарарни минимум ҳолга келтириш йўлини қидириши зарур.

24 – модда. Икки жойда бронлаштиришдан сақланиш

Агар турагентлик бронлаштиришни сўраб, бир неча меҳмонхонага мурожаат қилса, у яшаш учун ўша мижозга (гуруҳга) бир йўла икки жойда ҳам ўрин бронлашдан сақланиши керак. Чунки кейинчалик (муддат келганида) уларнинг бирини керакмас деб рад этиши мумкин. Бу ҳолда эгани бронни бекор қилиш ва авансни қайтармасликка ҳақи бор.

Кўп сонли гуруҳларга талабнома берилган ҳолларда шундай талабномаларни ҳаммаси бекор қилинади

25–модда. Баҳсларни дўстона ҳал этиш.

Келишилмай қолган ҳолларда, енгиб бўлмас кучлар вазияти ҳам қўшилган ҳолда, муаммони ўзаро мақбул тарзда ҳал этиш йўлини излаш керак. Агар бунга муваффақ бўлинмаса, ҳар қандай томон МГА\УФТАА ҳузуридаги Комитетга аппелиацияга мурожаат қилиши мумкин.

26 – модда. Баҳсларни тартибга солиш

а) Меҳмонхона ва турагентлик ўртасида халқаро характердаги контракт бўйича ҳар қандай баҳс МГА\УФТАА ҳузуридаги Комитетга кўриб чиқиш учун берилиши мумкин.

б) Агар томонлар ўз эътирозлрини кўриб чиқиши учун МГА\УФТАА ҳузуридаги комитет арбитражига беришга келишиб олишса, кўпроқ манфаатдор томон зарур барча ҳужжатларни кўриб чиқишга сўралганда тақдим этиши лозим.

в) Томонлар биттадан сўроқ нусхасини имзолаб юқорига юборади

27–модда. Муносабатлар кодексини қўллаш

МГА\УФТАА ҳузуридаги Комитет ҳар иккала томон тайинлаган делегатлар таркиби ушбу муносабатлар кодексини қўллашга ваколатли орган деб ҳисобланади.

28–модда. Муносабатлар Кодексини саналаш

Ушбу муносабатлар Кодекси 1991 йил 3 июлда уни тузган ҳар иккала томон имзолангандан кейин кучга кирган.

Ўзини текшириш учун саволлар

1. Меҳмонхона хўжалиги тараққиёти асосий босқичларини айтинг.
2. Меҳмонхона типидаги корхоналар вужудга келишига қайси омиллар таъсир этади?
3. Цезарь Ритц меҳмонхона иши тараққиётида қандай роль ўйнаган?

4. Меҳмонхона хўжалиги фаолияти нима билан тартибга солинади?
5. Меҳмонхонлар ва бошқа жойлаштириш воситалари классификация системалари асосий мақсадларини айтинг.
6. Халқаро меҳмонхона конвенцияси нимани тартибга солади?
7. Меҳмонхона контрактлари тузиш қоидалари ва босқичларини харакатерланг
8. “Депозит” ва “Заклат” ўртасида фарқ нимада?
9. “Ваучер” тушунчасига аниқлик киритинг?
10. Меҳмонхона эгаси қандай ҳолларда турагентга комиссия тўлашни кафолатлайди?
11. Меҳмонхона контрактини тўлиқ ёки қисман бекор қилиш шартлари ва муддати
12. Меҳмонхона контракти томонларининг асосий мажбуриятларини сананг.
13. Меҳмонхона эгаси қандай ҳолларда кўрган зарари учун турагентдан компенсация талаб қиишга ҳақли?
14. Халқаро меҳмонхоналар қоидалари нимани тартибга солади?
15. Халқаро характердаги контраклар тузишда қандай ҳужжатлар қўлланилади?

Ўзини текшириш учун саволлар

1. “Хизматлар” тушунчасига аниқлик киритинг, меҳмонона хизматлари мазмуни ва даражасини характерланг.
2. Сизга маълум қўшимча хизматлар турларини айтинг
3. Меҳмонхона хизматлари хусусиятларини сананг
4. Меҳмонхона хўжалиги соҳасида маркетинг хусусиятлари нимаар билан шартланган?
5. Меҳмонхона хизматлари бозорини сегментлаш деганда нимани тушунасиз?
6. Бозорни сегментлаш асосий босқичарини характерланг
7. Меҳмонхона хизматлари бозорини сегментлаш ўтказиш чоғида фойдаланиладиган сизга маълум мезонларни сананг.
8. Мақсадли бозорни танлаш чоғида бозор сегментарига қандай талаблар қўйилади?
9. Меҳмонхона маҳсулотларини ўрин эгаллаши деганда сиз нимани тушунасиз?
10. Меҳмонхона бизнесида хизматлар ва маҳсулотлар дифференциациясига кўпроқ тарқалган йўналишларни айтинг.
11. Меҳмонхона маҳсулотларини ўрин эгалашини ташкил этишда қандай хатолардан қочиш керак?
12. Сизга маълум маркетинг (стратегия) ёндашувларни сананг.
13. Сиз меҳмонхона маҳсулотларининг қайси типларини айта оласиз?
14. Меҳмонхона бизнеси соҳасида сизга маълум хизмат кўрсатиш технологияларини айтинг
15. Меҳмонхона бизнеи корхоналари фойдаланадиган маркетинг дастурлариа мисоллар келтиринг
16. Янги маҳсулотлар (хизматлар) ишлаб чиқишда қаси қоидаларга амал қилиш лозим?
17. Меҳмонхона бизнесида PR – фаолиятини характерланг.
18. Сиз қайси PR – воситаларни айта оласиз? Аниқ мисоллар келтиринг.

11-БОБ. ЖАҲОН МЕҲМОНХОНАЛАР МАЖМУАСИНИНГ ТАШКИЛИЙ БОШҚАРУВ ТУЗИЛМАСИ

11.1. Меҳмонхона бизнесини ташкил этиш модели ва меҳмонхоналар хилма – хиллиги
11.2. Франчайзинг системаси
11.3. Жойлаштииш воситалари классификацияси. Меҳмонхоналар типологияси.
11.4. Меҳмонхоналар классификацияси
11.5. Номер фонди. Меҳмонхона номерлари классифкацияси
11.6. Меҳмонхона хўжалигида Стандартлаш ва сифатни бошқариш системаси
11.7. Хорижда меҳмонхона соҳасини қўллаб – қувватлаш чоралари
11.8.Россияда меҳмонхона хўжалигини ривожлантириш муаммолари

11.1. Меҳмонхона бизнесини ташкил этиш модели ва меҳмонхоналар хилма – хиллиги

Жаҳон амалиётида меҳмонхона бизнесини ташкил этишнинг бир неча модели шаклланган.

Ритца модели ўз номини швейцариялик тадбиркор Цезар Ритц хотирасига олган, унинг шарафига жаҳоннинг кўпчилик нуфузи отеллари аталади. Ушбу отелларда асосий эътибор европача дид анъаналари ва аристократизмни сақлашга қаратилади (уларга, масалан, Млсквадаги “Палас – Отелёни киритиш мумкин), бироқ ҳозирги вақтда бу модель инқирозни бошдан кечираяпти.

Кемонс Уилсон номини олган модель етарли даражада юқори сандартларда хизмат кўрсатиш билан қўшилиб кетган катта эгилувчанликка мўлжалланган (“Холидей Инн” меҳмонҳоналар занжири).

Ушбу модел бўйича ташкил этилган меҳмонхоналар занжирига муҳим талаб қуйидагиларни ўз ичига олади: белгиланган стил (архетураси, интерьер) бирлиги ва ташқи ахборотлар; мижозларни рўйхатга олиш тезлиги; доимий мижозларга мўлжалланган номерлар мавжудлиги; нонуштага “швед дастурхони”; конференц – холл мавжудлиги; тарифлар системаси эгилувчанлиги; бошқарув, маркетинг ва алоқа хизмати ягоналиги.

Ушбу модел бўйича қурилган меҳмонхона занжири назорати остида жаҳондаги меҳмонхона номерларининг 50 % дан кўпроғи турибди. Бундай занжирлар бир мулк эгаси – бош холдинг томонидан бошқарилади. Ихтиёрий меҳмонхоналар занжири (“Best Westrn”, “Romantic Hotels” типидаги) мамлакатлардан мустақил жойлашган ягона савдо маркаси остида бирлашади ва маълум стандарт хизматлар ватўпламларга амал қилади.

Меҳмонхоналар ягона фондга бадал тўлашади, бу маблағ маҳсулотларни илгари сўриш бўйича маркетинг ва реклама мақсадларига сарфланади. Бунда ҳар бир мемонхонанинг бошқарув ва молиявий мустақиллиги сақланиб қолади.

Амалиёт моделлар ва интеграция қўшилувини ишлаб чиқди. Турли классдаги меҳмонхоналарнинг унча катта бўлмаган гуруҳлари ва отелларни бирлаштирган меҳмонхона консорциумлари шу тариқа вужудга келган: “Best Western Hotels”, “Romantic Hotels Restaurants”, “Best Western Hotels” Россия компанияси шулар жумласидандир. Консорциумлар ўзсервис стандартларини тиқиштирмасдан, отелларни халқаро бозорда илгари сўришга имкн беради. Уарни резервлаштириш системасида манфаатларини намоён этади. Консервациумарга кирувчи меҳмонхоналар белгиланган фойда фонди ёки қайд этилган йиллик пул аратмалари тўлашлари зарур. Россия отеллари орасида халқаро консорциумларга “Art Hotels” (“Best Western Hotels”), ва “Аэростар” (“Supranational Hotels”) киради.

Оилалар ёки ассоциацияар (“The Leading Hotels of the World”, “Preferred Hotels of Resorts Worldwide”, “Small Luxury Hotels of ihe World” ва бошқалар) маълум талабларга жавоб берувчи отелларни бирлаштиради. Меҳмонхона маркетинг сотиш системасини олади, шунингдек таниқли бренд ва жалб қилувчи нуфузга эга бўлади. ассоциациялар ўз стандартларига риоя қилишини қаттиқ назорат остига олади, аммо корпоратив нормалар қўпол равишда бузилганда отелларни ўз саидан чиқариш ҳуқуқига эга бўлсада, уларни бошқарув ишига аралашмайди. Бундай компаниялар хизматига тўловлар белгиланган йиллик аъзолик бадалларидан ҳосил бўлади, отел жорий аромадларига ва бронлаштириш хизматларини амалга оширганлик учун комиссион мукофотларга боғлиқ эмас. “The Leading Hotels of the World” (“Жаҳоннинг энг яхши отеллари”) ассоциациясига тўрт россия отели – “Националь”, “Балчуг Кемпинск”, “Астория” ва “Гранд Отель Европа Кемпинск” киради. Меҳмонхона бирлашмалари франчайзинг принципи бўйича ташкил этииши мумкин, меҳмонхоналар ва францайзинг тармоқлари ўртасида ҳамкорликнинг ўнлаб вариантлари мавжуд, улар ўзаро мажбуриятлари билан фарқланади. Шундай қилиб ташкил этишнинг юқорида санаб ўтилган моделларига мувофиқ меҳмонхоналар эгалари (тадбиркор, мулкдор) ва меҳмонхоналар бошқарув бўғини ўртасида ўзаро муносабатларнинг характери бўича меҳмонхоналарни қуйидаги хилма – хиллиги ажратилади:

1) мустақил меҳмонхоналар, эгаси эгалигида ва фойдаланишда эгасининг ихтиёрида:

- Эгаларининг ўзи бошқарувида;
- Ёлланма менежер – мутахассислар ёки ёлланадиган (шартнома бўйича) ихтисослашган бошқарув компанияси ёрдамида ошқариладиган, шу жумладан, ўз савдо белгисига ёки хизмат кўрсатиш елгисига эга; бунда кейингиси бозор муносабатларининг бошқа субъектларига нисбатан мустақил сифатида меҳмонхоналар мақомини ўзгартиришни зиммасига олмайди:

2) Меҳмонхоналар занжири (бирлашмалар) га кирувчи меҳмононалар ушбу бирлашмаларга кириш шароитига қараб фарқланади:

- ❖ Занжирнинг, тўла ҳуқуқли аъзоси ҳисобланган меҳмонхоналар, умумий мулк эгалигига бирлашганлар, жамоавий бинесни амага оширувчилар ва занжир маъмурияти томонидан бошқариладиган меҳмонхоналар – мулкдорлар вакиллари. Занжир раҳбарияти (маъмурияти) бинес натижаси ва бошқарувга тўлиқ жавобгардир ва фойда олишга тўлиқ ҳақлидир;
- ❖ Занжирнинг ассоциацияашган аъзоси (қўшилган) ҳисобланган меҳмонхоналар бизнесда француз шартномаси асосида иштирок этади;

3) Контракт бошқаруви шартларида меҳмонхоналар бирлашмасига кирувчи мемонхоналарни лкини профессионал меҳмонхона компаниялари (меҳмонҳона оператори) томонидан бошқарилиши учун уларнинг эгаларидан ушбу фаолиятга операцион мукофот оладилар. Бундай операторли (мулкдорлар) ўртасида ўзаро муносабатлар бўича уч асосий хилма – хилликка эга ва оператор билан бошқарувга кнтрактда кеишиб олинади:

- ❖ Эга мулкига бошқарув ҳуқуқини тўлиқ операторга ераи ва бошқарув араёнига аралашишдан воз кечади, фақат меҳмонхона фаолияти якуний даромадидан соф фойда олади; бунда оператор ўз фаолиятида операцион таваккалчилик ва молиявий жавобгарликни тўлиқ зиммасига олади;
- ❖ Эга бошқарув жараёнида аралашиш ҳуқуқини фаолиятни назорат қилиш орқали сақлаб қолади, аммо бунда бошқарув бўйича барча операцион харажатлар ва барча операцион ва молиявий таваккалчилик тўловлари унинг мулкка галик ҳуқуқидан келиб чиқиб уни жавобгарликдан соқит қилмайди, оператор котрактда келишилган ўз фаолияти қисми учунгина жавоб беради;
- ❖ Эга бошқарувчи компания оператор) фаолиятини қатъий назорат қилади, бироқ бунда уни меҳмонхона бизнеси натижаси учун жавобгарлигидан тўлиқ озод қилади, қасддан қилинган ҳоллар ва қўпол хатоликар ҳоллари бундан мустасно;

4) Аралаш шартларда меҳмонхоналар бирлашмаларига кирувчи меҳонхоналар;

5) Мустақил меҳмонхоналар ассоциацияларига кирувчи меҳмонхоналар.

Ассоциацияларга кирувчи меҳмонхоналар барча ишларда тўлиқ мустақилликни, шу жумладан, тижорий операциялар ва маркетинг сиёсаи ўтказишда кўпинча ягона товар белгисини сақлаган ҳолда, ассоциацияда иштироки учун бадал тўлайди. (кириш бадали – товар белгиси учун, ойлик бадал– реклама ва бронлаштириш системаси – хабардорлик учун).

11.2. Франчайзинг системаси

Ушбу системани кўриб чиқишдан олди, асосий аниқликни берамиз.

Франчайзинг бизнесни шундай ташкил қилишки, компания (фанчайзинг) бизнесни сотишни амалга оширади, бадиркор ёки компания (франчайзинг) бизнесни харид қилади, яъни тайёр бизнесни (франшизни)

сотиш ҳуқуқи кўринишида ва \ёки франчайзер маҳсулоти ва хизматлари ишлаб чиқариш, шунингдек бизнес – системаларга мувофиқ келувчи харидни амалга оширади.

Франчайзер – жисмоний ёки ҳуқуқий шахс, франшиз шартларда битимни сотишни таклиф қилади ва ўз томонидан шундай битимлар шартларини бажарилиши таъминлайди.

Франчайзи – жисмоний ёки ҳуқуқий шахс сотиб олинган франшизга мувофиқ ҳаракат қилувчи Франшиза (фанцузчадан Franchise – имтиёз) – франчайзинг акети кўриниида тайёр бизнес франчайзер ранчайзини сотади. Баъзан франчайзинг системаси бўйича ишлайдиган корхона ҳам франшиза деб аталади.

Франчайзингли шартнома (тижорий концессия шартномаси) – унга кўра бир томон (ҳуқуқли эга) бошқа томонга (фойдаланувчига) тегишли тўлов ва маълум ёки аниқ бўлмаган муддатга фирмен номланишдан фойдаланиш ҳуқуқини беради. Бунга тижорий ахборотлар товар белгиси, хизмат кўрсатиш белгиси ва ҳ.к. ҳам киради.

Тижорий концессия шартномаси бўйича томонлар якка тадбиркор сифатида рўйхатдан ўтган ҳуқуқий ва жисмоний шахслар бўлишлари мумкин.

Ўзаро мажбуриятлари фарқ қиладиган меҳмонхоналар ва франчайзинг тармоқлари ўртасида ҳамкорликнинг бир неча вариантлари мавжуд. Франшиз меҳмонхона маъмурияти томонидан бевосита назоратсиз мустақил бошқарилиши мумкин. Франшз шартномасида занжир маъмурияти (франчайзер) франшиз меҳмонхонага (франчайзига) рамз (маркадан) фойдаланиш, ноу – хау ва занжирнинг системали тузилмасидан фойдаланиш (фаолиятни ташкил этиш, бошқарув ходимларини ўқитиш, таъминот ва ҳоказо) ҳуқуқини тақдим этади. Франшиз меҳмонхона эса франчайзинг учун бошланғич бадал тўлаш йўли билан тўловни амлга оширишга мажбур (франчайзинг харид қиймати) ва мунтазам тўловлар (франчайзинг учун мукофот).

Савдо маркасидан фойаланишга лицензияни сотиш бўйича франчайзинг шартномаси ва сотиш системасида ва маркетингда иштирок этиш ҳуқуқи жаҳон амалиётида анча муваффақиятлилардан бири ҳисобланади. (“Марриотт Гранд”, “Марриотт Ройал”, “Марриотт Тверская”). (Marriott), “Националь” (Le Royal Meridien), “Виноградове”, (Holiday Im) ва бошқалар). Бунда оператор меҳмонхоналарни бошқармайди ва мулк эгаси ўзгармайди. Мисол учун, Москванинг “Marriott” отели американинг “Interstate” компанияси томонидан бошқарилади, “Националь” эса муниципал корхоналигича қолади.

Франчайзинг бир неча шартномаларни ўз ичига олган бошқарувга контрактлардан иборат– савдо маркасидан фойдаланиш, ходимлар ва ноу – хау тақдим этиш, системасида иштирок, техник хизмат кўрсатиш ва ҳ.к. лар бўлиши мумкин. Мисол сифатида “Шератон Невский Палас” ни келтирса бўлади. Тармоқ отелда самарали менежмент моделини жорий этиш бўйича

мажбуриятлар қабул қилади ва унинг мукофоти бевосита меҳмонхоналарнинг эришилган даромад даражасига боғлиқ.

Отел оператори хизматларига кириш бадаларидан ҳосил бўлган маблағдан тўлаш бўйича шартнома варианти кўпроқ тарқалган (юқори класс отеллар учун 100 – 150 минг доллар), роялти ялпи операцион фойдадан 4 – 8 %), маркетинг мақсадларига ажратма ва сотиш каналларидан фойдаланганлик учун комиссион.

Россияда қўшма корхоналар яратиш амалиёти кенг тарқалмоқда (“Рэдиссон САС Славенская”, “Балчуг кемпински”, “Марко Поло Пресня”, “Новотль Шерметьево”, “Шератон Палас” ва бошқалар). Бу ҳолда тармоқ лойиҳа инвесторларидан бирига айланади, отел фойда олишида иштирок этиш шарти билан ўз маблағи ва технологияларини қўяди.

Меҳмонхона оператори отел эгаси сифатида чиқиши мумкин, бироқ бу схема катта маблағ қўйишни талаб қилади, бу тармоқни кенгайтиришни сусайтиради. Бундай моделда отелга эгалик бизнес барқарорлиги гарови ҳисобланади.

Европада гуруҳлар ва консорциумларга атиги 16% меҳмонхоналар киради, Шимолий Америкада эса франчайзингли тармоқлар барча отелларнинг 70 % дан кўпроғини қамраб олган. Бизнес юритиш амалиёти шуни кўрсатадики, занжирга кирган отеллар даромади мустақил меҳмонхоналарга қараганда ўртача 60 % кўп ва 8% кўпроқ тўланади.

Франчайзер ва франчайзинг, бунда ранчайзер франшизни тўғридан – тўғри маҳаллий тадбиркор (франчайзи) га сотади. Франчайзер ва франчайзи ўртасида географик масофа катта бўлганида халқаро франчайзинг тармоғи ташкил этилади, унда маҳаллий даражада етарлича қўллаб – қувватлаш ва маҳаллий хусусиятларни ҳисобга олиш муаммоси вуудга келади;

Бевосита франчейзинг (субфранчайзинг), бунда халқаро франчайзер барча система тараққиёти мутлоқ ҳуқуқини бошқа мамлакат ҳудудидаги бирор франчайзига сотади, қайсиким келгусида навбатдаги франчайзига субфранчайзингли шартнома тузади. Шундай қилиб, франчайзи фарншизларни бошқа тадбиркорга таклиф этиб ва сота туриб, ушбу мамлакат фанчайзерига айланади ва улардан сервис тўлови (роялёти) йиғади.

Франчайзинг вариантларини танлашда молиявий омилни ҳисобга олиш зарур, негаки ҳалқаро кўламда фаолиятни кенгайтириш франчайзердан каттагина пул инвестициясини талаб қилади, қайсиким фанчайзингли шартномалар тузиш бўйича музокаралар олиб бориш ёки ўз хусусий ваколатхонасини очиш, шунингдек маҳаллий шароитга кўникиш учун зарур бўлади. маҳаллий менежерларни ёллаш муаммосини ҳам ҳал этишга тўғри келади, улар маҳаллий қонунчилик талаблари, анъаналари ва пировард истеъмолчи дидини яхши билишлари керак. Улар махсус курсларда ўқитилади ва кейинчалик маслаҳатчи сифатида фойдаланилади.

Мамлакатда амалий тажрибага эга, бош франчайзи функциясини бажаришга қодир ва молиявий ва кадрлар ресурсига эга, тадбиркорликни ривожлантириш потенциали мавжудлиги ҳамиша марказий фирмалар – франчайзерлар учун қулай, негаки шакллантирилаётган ушбу мамлакатдаги

халқаро тармоққа бизнесни жорий этишга катта маблағ сарфланмаслигига имкон беради.

Франчайзер одатда франчайзер мамлакати билан умумий чегараларга эга мамлакатда тўғидан –тўғри франчайзингли шартномалар тузишга мойил бўлади. агар мамлакатлар географик жиҳатдан олисда бўлишса, унда ҳамкорлик қийинлашади ва ортиқча рансакцион чиқимларни талаба қилади. Шунинг учун франчайзер франчайзингни иккинчи шакли (билвосита) га мойиллик билдиради. Унда мамлакатларда фарқи даражаси (турли тиллар, қонунлар, дини анъаналари, истъмолчилар диди, тадбиркорлик фаолияти учун шароит) бошқа омиллар қаторида франчайзерни франчайзинг вариантини танлашига таъсир кўрсатади. Франзайзинг системаси росия шароитида меҳмонхона хўжалигини ташкил қилиш ва бошқаришда кенг кўлланилиши шубҳасиз, чунки у мулкчилик шаклини ўзгартиришни талаб қилмайди.

Франчайзинг бизнес юритишнинг замонавий ишлаб чиқилган технологиясини таклиф қиади, бу ташкилий – техник характердаги хатолардан қочиш имконини беради. Шу билан бирга франчайзинг ташкилий, иқтисодий восита сифатида барқарор қонунчилик асосларини талаб қилади, қайсиким ҳозирча бизнинг мамлакатимизда йўқ. Мамлакат тадбиркорлари учун франчайзингли тармоққа кириш нисбатан унча катта бўлган иш бошлаш маблағи мавудлиги билан боғлиқ (бир марталик йиғим киритиш учун), бироқ ушбу мақсдда кредит олиш осон эмас.

11.3. Жойлаштииш воситалари классификацияси. Меҳмонхоналар типологияси.

Меҳмонхона – мураккаб хўжалик ва мукий мажмуа (бино ёки бино қисми, ускуналар ва бошқа мулклар), хизматлар ишлаб чиқариш ва тақдим этиш (меҳмонхона маҳсулотлари) учун мўлжалланган. Меҳмонхона индустриясининг корхонаси сифатида меҳмонхонани қуйидаги белгилар ёрдамида характерлаш мумкин:

- Номерлар сони (минимал мифдоридан ошадими, йўқми);
- Тақдим этиладиган меҳмонхона хизматлари;
- Мамлакатда қабул қилинган стандартларга мувофиқ тақдим қилинадиган хизматлар турига қараб категория ва класс.

Меҳмонхоналар яшаш учун мўлжалланган жой сони ва номер сони, сиғими бўйича фарқланади.

Меҳмонхоналарнинг икки бош гуруҳи ажратилади; доимий яшаш учун ва вақтинча яшаш учун, ўз навбатида улар қуйидагиларга бўлинади:

Транзит меҳмонхоналар, қисқа вақтли шароитда ҳар қандай контингентга хизмат кўрсатади;

Ишбилармонликка мўлжалланган меҳмонхоналар, иш юзасидан борадиган ва сафарда бўлган шахсларга хизмат кўрсатади; дам олиш учун меҳмонхоналар, яъни туристик, курорт ва бошқалар.

Жойлаштириш воситалари классификацияси. Халқаро амалиётда жойлаштириш воситаларининг стандарт классификацияси қабул қилинган. Унга мувофиқ улар жамоавий ва индивидуалларга бўлинади.

Жамоавий жойлаштириш воситаси ўз навбатида меҳмонхона типидаги корхона ва ихтисослашган корхонага бўлинади.

Меҳмонхона типидаги корхона – объектлар, номерлардан иборат, қайсиким сони маълум минимумдан ошади (7–10), мамлакат сандарлари ва хизматларига мувофиқ категория ва классларга гуруҳланган, ягона раҳбарликка эга ва хилма – хил меҳмонхона хизматлари (меҳмонхона, отел, мотел, квартира типида меҳмонхона, клуб – отеллар, пляж ва курорт меҳмонхоналари, пансионатлар ва ҳ.к.) тақдим этади.

Меҳмонхона типидаги корхона фарқланади:

- Катталиги бўйича (100 номердан кам, 100 дан 300 номергача, 300 номердан юқори);
- Қулайлиги ва хизмат кўрсатиш даражаси ва сифати бўича *люкс класс отеллар, биринчи класс, эконом класс);
- Бошқарув бўйича (мустақил, занжирларга мансуб ва ҳ.к);

Жамоавий жойлаштиришни воситаларига шунингдек туристик ётоқхоналар, мебеллихоналар ва бошқа муассасалар ҳам киради, қайсиким чекланган хизматлар (масалан, яшаш ноерни йиғиштириш қўшилган ҳолда) тақдим этади.

Ихтисослашган ойлаштириш воситалар – объектлар, қайсиким нафақат жойлаштириш хизмати кўрсатади, балки яна бирор – бир бошқа ихтисослашган функцияларни бажаради. Бундай жойлаштириш воситаларига киради:

- Соғломлаштириш муассасаси (санаториялар, профилакториялар);
- Дам олиш уйлари, меҳнат ва дам олиш лагерлари, туристик, спорт базалари, дам олиш базалари;
- Туристик бошпана, тўхташ жойи ва бошқалар;
- Конгресс – марказлар, жамоат транспорти воситалари (поездлар, саёҳат кемалари, яхталар);
- Ер усти ва сув транспорти, тўнаш учун жиҳозланган жойлаштириш воситалари;
- Кеминглар (кемипг, автофургонлар учун майдонлар;

Индивидуал жойлаштириш воситалари – ижарага бериладиган квартиралар, квартираларда хоналар уйлар коттежлар.

Жамоваий жойлаштириш воситалари. Жамоавий жойлаштириш воситаси дейилганда ҳар қандай ягона раҳбарликка буйсинувчи корхона тушунилади, қайсиким ташриф буюрувчиларга мунтазам асосда жойлаштириш ва яшаш (тўнаш) бўйича номерларда (хоналарда ёки шунга ўхшаш бирор – бир бинода) хизматлар тақдим этади, номерлар сони 10 тадан кам бўлмаслиги керак.

Жамоавий жойлаштириш воситаси жойлашган бино, унинг муҳандислик системаси ва ускуналари бенуқсон ишлаши зарур, унинг ташқи кўриниши ўз вақтида янгиланади ва таъмирланади.

Бинога туташ территория ободонлашган, ёритилган, тоза сақланган, шунингдек автомобилларни қисқа вақт қўйиш учун майдонга эга бўлиш лозим. Бинога бош кириш жойигача йўллар қаттиқ қоплама тўшалган, ном кўрсатилган пешлавҳа, меҳмонхона эмблемаси билан жиҳозланган эшик олди айвони ёғин – сочиндан ҳимояланиш учун усти ёпилган бўлиши зарур. Ресторанга алоҳида кириш жойи бўлса, уҳам номи ёзилган пешлавҳа билан жиҳозланади.

Барча ишлаб чиқариш ва ташкил этиш хизматлари ташриф буюрувчиларга самарали хизмат кўрсатиш ва юқори сифатни таъминлашлари зарур. Бу хизмат кўрсатувчи барча ходимлардан жамоавий саъй – ҳаракат, маъмурият томонидан қатъий назоратни талаб қилади. Маъмурият ёки қоидаларга амал қилишни бошқарувчи бошқарув ва хизмат кўрсатиш шакл ва методларини доимо такомиллаштириб боришлари, техника ва технолгия ютуқларини ишга жорий этиш, хизматлар номенклатурасини кенгайтириш ва уларни сифатини ошириш чораларини кўришлари керак. Жамоавий жойлаштириш воситаси кўзга ташланадиган ахборот воситалари (пешлавҳа, табличка, ёзувлар кўрсаткичлар ва ҳ.к) билан таъминланган, хизматлар номи ва уларнинг иш режими ёзиб қўйилган бўлиши лозим. Корхона категориясига қараб кўрсатилган ахборотлар рус тилида, зарур бўлганда чет тилида бадиий усулда бажарилади.

Ташриф буюрувчиларни қабул қилиш ва уларга хизмат кўрсатишда бевосита иштирок этадиган ходимларидан тегишли касб малакасига эга бўлиши, зарур даражада чет тилини билишлари (корхона категориясига қараб), хушмуомила, огоҳ, хизмат одобига риоя этувчи, яхши кўринишга эга, санатория ва шахсий гигиена қоидаларига қатъий риоя қилувчи, вақти – вақти билан тиббий кўрикдан ўтиб турувчи бўлишлари талаб қилинади.

Жамоавий жойлаштириш воситаларида жой ёки номер россия фуқароларига паспортига, ҳарбий хизматчиларга шахсини тасдиқловчи гувоҳнома ёки ҳарбий билетга қараб тақдим этилади; чет эллик фуқаролар кириш визасини тақдим қиладилар, агар киришни бошқа тартиби кўзда тутилмаган бўлса, унда амал қилувчи икки томонлама ҳукуматлар битими, ёки чет эл дипломати ёки консуллик муассасаси аъзоси эканлигини, ходим сифатида ўзи ва оиласи аккредитация қилинганини тасдиқловчи ҳужжат тақдим қилинади.

Жамоавий жойлаштириш воситаси иш режими – бутун сутка давомида.

Бўш жой мавжуд бўлганида ташриф буюрувчи ҳоҳишига кўра, икки кишилик ёки ундан кўпроқ ўринли номер тақдим тилиши мумкин, бунда номернинг тўлиқ қийматида тўлов ундирилади.

Навбатсиз жойлашиш ҳуқуқига эгалар:

- Собиқ Совет Иттифоқи Қаҳрамонлари, Россия Федерацияси Қаҳрамонлари, Шуҳрат орденли тўла кавалерлари;

- Прокуратура ходимлари, ички ишлар органлари ходимлари, суд органлари ходимлари, фельдъечер хизмати, солиқ хизмати ходимлари, ҳукумат федерал алоқа ва ахборот органлари ходимлари (хизмат вазифасини ўташ чоғида);
- I гуруҳ ногиронлар ва уларни кузатиб борувчи шахслар (бир кишидан ортиқ бўлмаслиги керак);
- Россия Федерацияси амалдаги қонунларига мувофиқ бошқа категория фуқаролар.

Улуғ Ватан уруши иштирокчилари, II, III гуруҳ ногиронлар ва уларни кузатиб борувчи шахслар биринчи навбатда жойлаштирилади. Улуғ Ватан уруши иштирокчилари, ногиронлар, I гуруҳ ногиронларини кузатиб борувчи шахслардан яшаш учун тўлов чегирма билан амалга оширилади.

Жамоавий жойлаштириш воситаси раҳбарияти ташриф буюрувчиларни яшаш учун зарур бўлган тартиб – қоидалар билан танишишлари имкониятларини яратиш, уларни зарур ахборот ва маълумотлар билан таъминлаши лозим.

Жамоавий жойлаштириш воситаси бўш ўринларни бронлаштириш бўйича ҳуқуқий ва жисмоний шахслар билан ёзма ёки оғзаки шаклда шартномалар тузишлари мумкин. Жой бронлаштирган шахс кечикканида, ундан бронлаштириш учундан ташқари номерни ҳақиқатда бўш қолгани учун ҳам тўлов ундирилади, бироқ бу бир суткадан кўпга бўлмаслиги керак. Бир суткадан кўпроқ кечикилганда брон бекор қилинади.

Жамоавий жойлаштириш воситасида яшаш учун тўлов номер (жой) учун бир сутка яшаш ҳисобида белгиланган нархда амалга оширилади, бу маҳаллий вақт бўйича жорий 12 соат ҳисобида ҳисобланган ягона соат бирлигига мувофиқ бажарилади.

Ҳисобланган соатгача ташриф буюрувчини жойлаштириш (0 дан 12 соатгача) да ундан яшаш учун ҳақ олинмайди. Ташриф буюрувчи 24 соатдан кам вақт давомида яшаганлиги учун жойлаштирилган вақтидан қатъий назар бир сутка учун ҳақ олинади.

Агар ташриф буюрувчи ҳисобланган соатдан кейин 6 соатдан кўпроққа кечикиб келса соатбай ҳақ тўлов амалга оширилади. 6 соатда 12 соатгача кечикса ҳисобланган соатдан кейин тўлиқ сутка учун ҳақ олинади. 12 соатгача кечикиб келса ҳам худди шундай тўлиқ суткага ҳақ олинади. 7 ёшгача бўлган болаларга алоҳида жой берилмай ота – оналари билан яшагани учун ҳақ олинмайди. Агар унга қўшимча жой берилса, унда қийматнинг 50 % миқдорида ҳақ олинади.

Россия федерацияси фуқароларини жойлаштириш келган муддатида талабномада ёки туристик ҳужжатларда кўрсатилгани бўйича амалга оширилади, чет эллик фуқаролар ёки фуқаролиги бўлмаган шахсларни жойлаштириш эса виза амал қилиш муддати доирасида амалга оширилади.

Жамоавий жойлаштириш воситасида барча яшовчиларга номерда бўлган буюмларни сақланиши кафолатланади, бироқ улар бунинг учун яшаш қоидаларига риоя қилишлари керак. Шунингдек номерни бўшатиб қўйган

лаҳзадан то меҳмонхонадан жўнаб кетгунига қадар сақлаш камерасидаги буюмлар сақланиши таъминланиши даркор.

Яшовчи сақлашга топширмаган пул ва қимматбаҳо буюмлар учун маъмурият жавобгар бўлмайди.

Номердаги буюми йўқолган ҳоллар аниқланганда яшовчи дарҳол уни топиш учун чора кўиршни сўраб маъмуриятга хабар қилиши зарур.

Номерда ташриф буюрувчилар унутиб қолдирган барча буюмлар далолатнома билан сақлаш камерасига топширилади ва маъмурият уларни эгасига қайтариш учун барча зарур чораларни кўришлари керак. Эгаси топилмаган ҳолларда унутилган буюмлар 6 ой ўтгандан кейин (чет эллик ташриф буюрувчилар учун – бир йил) белгиланган тартибга мувофиқ реализация қилинади.

Қабул қилиш ва хизмат кўрсатиш хизматида, шунингдек ресторанларда талаб ва таклифлар дафтари бўлиши шарт. Ташриф буюрувчилар талаб қилганида бу бўлинмалар ходимлари тегишли ёзувни расмийлаштириш учун уни беришга мажбур. Талаб ва таклифлар дафтарида ташриф буюрувчилар ёзиб қолдинган барча талаб ва таклифлар маъмурият томонидан дарҳол кўриб чиқилади ва бир ой ичида шикоят бўйича аризачига жавоб жўнатилади.

Жамоавий жойлаштириш воситасида ҳар бир ташриф буюрувчининг жойлаштириш воситасининг категориясидан қатъий назар, жойлаштириш, шунингдек жўнаб кетишида багажини автобус ёки автомобилдан номерга ва номердан уларга элтиб бериш таъминланади. Багажни меҳмонхонадан транспортга юклаш, туширишг эҳтиёткорлик билан зарар етказилмаган ҳолатда бажарилиши лозим. Жамоавий жойлаштириш воситаси маъмурияти багажни ҳайдовчидан қабул олганидан то багажни автотрафсоптга тўлиқ юклагунча бутун яшаши даврида ташриф буюрувчи олдида жавобгардир. Багажни жойлаштиришда, унга зарар етказилганда ёки йўқолган ҳолларда дарҳол қабул қилинган тартибда далолатнома тузилади.

Ташриф буюрувчининг багажи хизмат кўрсатувчи ходим айби билан йўқолса ёки зарарланса маъмурият унинг эгасига қийматини тўлайди ёки зиённи таъмирлаш бўйича чора кўради.

Меҳмонхонада яшовчи арча ташриф буюрувчилар бир хил ҳуқуққа эга ва қуйидаги бурчларни бажариши шарт:

1) меҳмонхонада белгиланган яшаш қоидаларига риоя қилиш;
2) ёнғин хавфсизлиги қоидаларига ва санитария нормаларига қатъий амал қилиш;
3) номердан чиқишда уни қулфлаш ва калитни топшириш;
4) шовқин солмаслик ва бошқа яшовчилар дам олишини бузмаслик;
5) меҳмонхона жиҳозларига зарар етказганида амалдаги қонунга мувофиқ зиённи қоплаш.

Жамоавий жойлаштириш воситасида яшовчилар унда кўрсатиладиган барча тур хизматлардан навбатсиз фойдаланишлари мумкин. Қўшимча хизматларга тўлоқлар маъмурият белгилаган нархлар бўйича амалга оширилади.

Ташриф буюрувчилар жойлашган номерлар жойлашиш воситаси категориясига мувофиқ тегишли буклетлар, фирмен почта қоғозлари, конвертлар тақдим этиладиган пуллик ва бепул хизматлар рўйхати, ички телефон справочниги, ички тартиб – қоидалари ҳақида эслатмалар ва рус ва чет тилларда босилган ёнғин ҳавфсизлиги қоидалари билан таъминланиши шарт.

Маъмурият жамоат жойлари ва номерларда тозалик устидан қатъий назар ўрнатиши лозим. Номерларни йиғиштириш ҳар куни ташриф буюрувчилар йўқлигида амалга оширилади. Номерларни йиғиштириш бўйича ишлар тартиби ва кетма – етлиги санитария нормаларига мувофиқ келиши керак. Россия федерация ҳукумати қарори билан тасдиқланган, Россия Федерациясида хизматлар тақдим этиш қоидалари 1 – иловада келтирилади.

Меҳмонхоналар типологияси. Меҳмонхонлар тақдим этадиган жойлаштириш, овқатлантириш ва бошқа хизматлар бир – бирини тўлдиради. Кўпгина ҳолларда ўзаро боғланган ҳисобланади ва меҳмонлар томонидан бир бутун яхлит сифатида қабул қилинади.

Шулар ҳисобга олинган ҳолда ва улар қандай жиҳозлангани ва ягона мажмуага бирлаштирилганига қараб, маълум тип категория вужудга келади.

Меҳмонхона корхоналарининг қуйидаги типлари фарқланади:

- отель – меҳмонхона корхонасининг анъанавий типи, одатда йирик шаҳарда жойлашган бўлади, хизмат кўрсатувчи ходимларнинг катта штатига эга, қўшимча хизматлар кенг тўплами ва юқори даражада қулайлик тақдим этади;
- отель – люкс – сиғими бўйича кичик ёки ўрта меҳмонхона корхонаси, одатда шаҳар марказида жойлашган бўлади. Яхши ўргатилган ходимлар энг нозик таъб, талабчан мижозларга ҳам юқори сервисни таъминлайдилар (конференциялар ишбилармонликка доир учрашувлар иштирокчилари, бизнесменлар, юқори ҳақ тўланадиган мутахассислар). Номернинг нархи юқорилиги характерли, ўз ичига имкони бор барча хизмат кўрсатиш турларини олади. номерлар бир неча хоналарга эга, албатта, меҳмонхона ва холис ухлаш хонаси мавжуд. Айрим люкс – номерларда совутгичи билан ошхона ва қурилган мини – бар бор;
- меҳмонхона (ўрта класс) – сиғими катта отел – люкс корхона (400 – 2000 ўрин), шаҳар марказида ёки шаҳар чеккасида жойлашган бўлади. Етарли даражада хизматлар кенг тўпламини тақдим этади. Уларда нарх даражаси жойлашган регионидагидек ёки бироз юқори. Бизнесменлар, якка туристлар, конгресслар, конференциялар иштирокчиларини қабул қилишга мўлжалланган;
- меҳмонхона – апартамент – кичик ёки ўрта ҳажмдаги сиғимга эга корхона (400 ўрингача), аҳолиси нодоимий йирик шаҳар учун характерли.

Вақтинча турар жой сифатида фойдаланиладиган квартира типидаги номер тақдим этади, кўпинча ўз – ўзига хизмат асосида. Нархи одатда жойлашиш муддатига қараб ўзгариб туради. Узоқ муддатга тўхтовчи оилали туристлар бизнесменлар, тижоратчиларга хизмат кўрсатади;

- эконом класс меҳмонхона – кичик ёки ўрта чиғимли корхона (150 ўринг ва кўпроқ). Автомагистраллар яқинида жойлашган бўлади. Оддий ва тез хизмат кўрсатиши билан характерли, хизматлар тўплами чекланган, десак хизмат кўрсатишга қўшимча фоиз унча катта эмас. Тўлиқ пансионга муҳтож бўлмаган ва истеъмол қилинган ҳақиқий хизмат учун ҳақ тўлашга интилувчи бизнесменлар якка туритслар истеъмолчилари ҳисобланади;
- отель – курорт – сиғими бўйича сезиларли фарқ қилувчи корхона, меҳмонновозлик хизматлари тўлиқ тўпламини таклиф қилади, бундан ташқари, махсус тиббий хизмат комплекси ва парҳез таомлар тақдим этади. Курорт жойларда жойлашган;
- мотель – автотуристларни жойлаштириш воситаси, оилавий жойлаштириш ва оилага хизмат кўрсатиш учун мослашган, отеллар таклиф қилингандек хизматлар барча комплексларига тўлов талаб этмайди. Булар асосан оддий бир қаватли ёки икки қаватли иншоатлар, шаҳар қурилиши ичида эмас, шаҳар чеккасида автомагистрал бўйида жойлашган бўлади. Бу кичик ёки ўрта сиғимли корхоналар (400 ўиргача). Унча катта сонли бўлмаган ходимлар ўртача сифатли хизмат кўрсатиши билан характерли отелларга таққослаганда, анча арзон нархларда чекланган хизматлар тўпламини таклиф қилади. Одатда мотеллар комплексига ресторан, бар, кинозал, тренажёрлар ва ўйин бинолари, бассейн ва ҳ.к. киради. Турли категория туристлар мижозлари ҳисобланади, аммо билиш автотуризмига урғу берилади;
- “Тўнаш ва нонушта типидаги хусусий меҳмонхона – меҳмонхона типи. АҚШ да кенг тарқалган. Бу кичик, баъзан ўрта сиғимли меҳмонхона, шаҳар чеккасида ёки қишлоқ жойда жойлашган бўлади. Хизматга одатда нонушта ва эртароқ кечки овқат уй шароитида таклиф қилинади. Мижозлар – уй осойишталигига интилган тижоратчилар ва маршрутли туристлар;
- Отель – гарни – корхона, мижозларга чекланган миқдорда хизмат кўрсатади (жойлаштириш ва континенталь нонушта);
- Апарат – отель – меҳмонхона корхонаси, бир неча квартиралардан иборат, нархи уларда яшовчи меҳмонхоналар сонига боғлиқ эмас. Ўз – ўзига хизмат кўрсатишга мўлжалланган, шу жумладан, меҳмонлар, ўзлари мустақил таом тайёрлайди. Европада апарат – отелнинг хилма – хиллиги кенг тарқалган – аноним пансион, бунда квартира эгаси турар – жойининг квартираларидан бирини яшашга бериш учун агентлик билан шартнома тузади;
- Пансион – оддий стандартва чекланган хизмат турлари билан корхона. Отел – гарнидан фарқли равишда бу ерда нонушта, тушлик, кечки овқат (тўлиқ пансион) тақдим этилади, қайсиким бу ерда доимий яшовчи мижозларгина олишлари мумкин. Пансион жаҳон амалиётида кенг таркалган. Пансионда яшаш одатдаги меҳмонхоналарда яшашга қараганда анча арзонга тушади. У юлдузли категорияга кирмайди, негаки стандартларга мувофиқ келиши шарт эмас. Анъанавий пансион унча кўп бўлмаган хоналари билан фарқ қилади ва одатда 10 – 20 киши яшашга мўлжалланган (баъзан ўринлар сони 50 тага етади). Кўпинча у бир оилага тегишли бўлади, қайсиким

яшовчиларга хизмат ҳам кўрсатади. Пансион учун илиқ ва самимий муҳит хос, бу паст нарх билан бир қаторда мижозларни жалб этади;

- Ҳовли меҳмонхона – корхона, хизмат кўрсатиш стандартлари соддалаштирилгани билан отеллардан фарқ қилади, кам сиғимли, меҳмонхоналарни келиши ва кутиб олиш учун бир қатор жамоат бинолари (холлар, вестюблей, меҳмонхона) йўқ. Ҳовли меҳмонхона таркибида ресторан ёки бар бўлиши шарт;
- Бунгало – енгил материаллардан қурилган унча катта бўлмаган иморат, туристларни жойлаштириш учуни фойдаланилади. Халқаро ёшлар туристик марказларида кенг тарқалган;
- Кемпинг – авто – мато – велотуристлар учун лагерь, одатда шаҳарнинг чекка жойида жойлашган бўлади, баъзан мотелдан унча узоқ бўлмайди. Туристларга тўнаш учун жой беради, кўпинча айрим элементар қулайликка эга ва индивидуал овқат тайёрланадиган ошхона ускуналари билан жиҳозланган ёзги уйча ёки чодирлардан иборат бўлади;
- Ротель – кўчма меҳмонхлона, бир ёки икки ўринли (ўхлаш бўлмаси билан) номерли вагон, унда ухлаш курсиси жойлашган. Кийиниш, умумий ошхона, совутгич, умумий ҳожатхона бўлмалари бор;
- Флотель – йирик сузувчи меҳмонхона, сув устида катта отель, махсус жиҳозланган кема. Туристларга фаол дам олиш учун шинам номерлар ва хизматлар кенг ассортименти таклиф этилади, бассейн, сув чанғиси, балиқ овлаш воситалари бор, сув остида сузиш ва сувости ови учун жиҳозланган, тренажёр, конгресс, конференция учун заллари, кутубхона мавжуд, хилма – хил ахбороттъаминоти (телефон, факс, компьютер ва ҳ.к) га эга. Кейинги вақтларда тез – тез бизнес – турлар, конгресс – турлар, конгресс – круизлар, турларни ўқитишни ташкил этиш учун фойдаланилмоқда;
- Флайтель – ҳаддан ташқари қиммат ва кўпсонли бўлмаган меҳмонхона тури. Қўниш майдончаси ва метеохизмат билан алоқа системаси билан жиҳозланган;
- Отель – сувдаги унча катта бўлмаган меҳмонхона, тегишли равишда жиҳозланган кема сифатида фойдаланилади;
- Акватель – стационар кема, фойдаланишдан транспорт воситаси сифатида олинган ва отел сифатида фойдаланилади.

11.4. Меҳмонхоналар классификацияси

Меҳмонхона классификациясига ҳали ишончни қозонган муассасалар жуда кам бўлган замонларда таъмал тоши қўйилган. Классификациядан мақсад саёҳатчилар учун овқатланиш ва яшаш бўйича сифатли хизмат кўрсатиш, хавфсизликни таъминлаш бўлган. Халқаро туризмни кейинги 50 йилда мисли кўрилмаган тараққиёти билан меҳмонновозлик индустрияси етуклик мақомини олди, классифкация мақсади эса истеъмолчини ҳимоя қилиш ғоясидан (одатда қонунчилик ва миллий тартибга солиш кафолатланган) истеъмолчиларни хабардор қилишга кўчди.

Отеллар учун классифкация – бу истеъмолчи учун зарур сервис, инфраструктура ва корхона бошқа имкониятлари ҳақида маълумотларни

тақдим этиш усулидир. Шу тарзда уларга потенциал мижозларга ўз мойиллигини билдиришга ёрдам беради.

Истеъмолчилар учун классификация катта ойдинлик, кўпроқ хабардорлик ва меҳмонхонани баҳолашда катта ошкоралик демакдир.

Меҳмонхона корхоналари турли мезонлар бўйича классификацияланади. Улар орасида кўпроқ истеъмол қилинадигани: шинамлик даражаси, номер фонди сиғими, функционал мўлжалланган, жойлашган ўрни, ишлаш давомийлиги, овқат билан таъминлаши, бўлиш давомийлиги, нарх даражаси, мулкчилик шакли.

- Шинамлик даражаси бўйича меҳмонхона корхоналари классификаияси меҳмонхона хизматлари сифатини бошқариш масалаларини ҳал этишда улкан роль уйнайди.

Шинамлик даражаси – бу комплекс мезонлар бўлиб, қуйидагиларда намоён бўлади:

- Номер фонди ҳолати – номерлар майдони (кв.м), бир ўринли (бир хонали), кўп хонали, номерлар, номер- апартаментлар улуши, коммунал қулайликлар мавжудлиги ва ҳ.к.;
- Мебеллар, жиҳозлар, санитария – гигиенага мўлжалланган предметлар ва бошқалар ҳолати;
- Овқатланиш корхоналари – ресторанлар, кафелар, барлар ва бошқалар мавжудлиги ва ҳолати;
- Бинолар, бориш йўллари, туташ территория ободончилиги ҳолати;
- Ахборот таъминоти ва техник жиҳозланганлик, шу жумладан, телефон, йўлдош алоқа, телевизор, совутгичлар, мини – барлар, мини – сейфлар ва ҳ.к мавжудлиги;
- Қатор қўшимча хизматлар тақдим этиш.

Кўрсатилган параметрлар бугунги, кунда классификация системасига эга барча меҳмонхоналарда баҳоланади. Бундан ташқари, ходим ва уни тайёрлашга, маълумоти, малакаси, ёши, саломатлиги, тилларни билиши, ташқи кўриниши ва ҳулқига қатор талаблар қўйилади.

Бугунги кунда жаҳонда меҳмонхонларнинг 30 дан кўпроқ классификацияси саналади, бундан ташқари, ҳар бир мамлакатда ўз миллий стандартлари қабул қилинган. Жаҳон ягона классификацион системасига киришга турли давлатларнинг маданий ва миллий хусусиятлари, тарихий тараққиёти ва бошқалар билан боғлиқ омиллар тўсқинлик қилади.

Қуйидаги классификация системаси кўпроқ тарқалган:

- Юлдузлар системаси – европа классифкация системаси, француз миллий классификация системасига асосланган, асосида меҳмонхоналарни бир юлдузлидан беш юлдузлигача бўлиш ётади. Бундай система Франция, Австрия, Венгрия, Миср, Хитой, Россия, Бразилияда (мустақил отелларда юлдузи айрим ошириш билан) ва бошқа қатор мамлакатларда қўлланилади.

Италияда кўпроқ сифатли беш юлдузли отеллар учун “Luxury” (ҳашаматли) қўшимча жорий этилган.

Меҳмонхоналарнинг кўпроқ юқори юлдузлигига кўпроқ кенг хизматлар тўплами мувофиқ келади, қайсиким у ўз мижозларига таклиф

тиши мумкин. Мисол учун, меҳмонларга гўзаллик салони, массаж хонаси, автотранспорт хизматлари (мижозларни вокзал ёки аэропортгача элтиб қўйиш), умумий овқатланиш хизматлари таклиф қилинади;

- Ҳарфлар системаси – система, Грецияда фойдаланилади, унга мувофиқ барча меҳмонхоналар А, В,С,Д ҳарфлари билан беглинадиган тўрт категорияга бўлинади. Меҳмонхона сифати юқори категорияси *de luxe* деб белгиланади. Тахминан беш юлдузли сифат категориясига мувофиқлик шундай:
- *de luxe* беш юлдузли даражага, А категория меҳмонхона
- тўрт юлдузли даражага, В категория – уч юлдузлига, С – категория – икки юлдузлига, Д – категория – бир юлдузли" меҳмонхона даражасига мувофиқ келади. Ҳозирги вақтда меҳмонхоналар пештоқларида ҳарфлар билан бирга одатдаги юлдузларни ҳам кўриш мумкин;
- тож ёки калитлар системаси Буюк Британияда тарқалган. Одатдаги юлдузларга ўтиш учун тожлар умумий сонидан биттасини олиш керак, яъни умумевропа юлдузига таққослаганда тож бир бирликка юқори.
- Балли ҳинд системаси, асосида меҳмонхоналарни эксперт комиссияси баҳолаши ётади.

Шу тарзда ҳар бир мамлакат учун ўз меҳмонхона индустриясининг корхона классификацияси хос. Шунинг учун битта категорияга тегишли, аммо турли мамлакатларда жойлашган меҳмонхоналар етарли даражада сезиларли фарққа эга бўлишлари мумкин.

Катталиги (сиғими) бўйича меҳмонхона корхоналари классификацияси.

Меҳмонхоналар сиғими номерлар ёки ўринлар сонига кўра аниқланади. Статистика маълумотларида кўпинча ҳар иккала параметр ҳам келтирилади.

Номер фонди ўринлари бўйича одатда меҳмонхона корхоналари тўрт категорияга бўлинади:

1) кичик (100 – 150 номерларгача);
2) ўрта (100 дан 300 – 400 номергача);
3) катта (300 дан 600 – 1000 номергача);
4) улкан (1000 номердлан кўпроқ).

Катталиги бўйича меҳмонхоналар классификацияси бир типли отеллар ишлаб чиқариш фаолияти натижаларини таққослаш имконини беради. Бундан ташқари, меҳмонхоналар катталиги одатда сервис тўлиқлива сифатидаги гувоҳлик беради (Қўшимча хизматлар ҳажми ва сифати), шунингдек билвосита бошқа параметрларни характерлайди.

Функционал мўлжалланган бўйича меҳмонхона корхоналари классификацияси. Бу ерда қуйидаги меҳмонхоналар фарқланади:

1) мақсадли меҳмонхоналар, улар ўз ичига олади:

- ишбилармонликка мўлжалланган меҳмонхоналар – туристлар учун меҳмонхоналар, уларнинг саёҳатдан асосий мақсади ва мотиви профессионал фаолият (бизнес, тижорат, учрашув, маслаҳатлашув, симпозиумлар, конференциялар, конгресслар, тажриба алмашув, ўқиш, касбий кўргазма, маҳсулот тақдимоти ва бошқалар) ҳисобланади. Ушбу категорияга бизнес

отеллар (тижорий отеллар), конгресс – отеллар, конгресс – марказлар, профессионал клуб – отеллар ва маҳкама отеллар киради:

- дам олиш учун меҳмонхоналар – туристлар учун меҳмонхоналар, саёҳат асосий мақсади ва мотиви дам олиш (пассив, фаол, аралаш) ва даволаниш (профилактик, тикланиш) ҳисобланади. Ушбу категорияга киради: курорт меҳмонхоналари, пансионатлар ва дам олиш уйлари (стационар пассив дам олиш учун), туристик – экскурсион меҳмонхоналар (тур комплекслар), туристик – спорт меҳмонхоналар (туркомплекслар), казино – отеллар (эҳтироси ўйин ишқибозлари учун) ихтисослашган (туристларни шахсий транспортига техник хизмат кўрсатиш системаси, мобил, ўз – ўзига хизмат билан);

2) транзит меҳмонхоналар, туристларга қисқа вақт тўхташ шароитида хизмат кўрсатувчи. Бундай меҳмонхона корхоналари автотрассаларда (аэропортлардаги меҳмонхоналар), автотрассаларда (мотеллар), темирйўл трассаларида (вокзал ёнида), сув трассаларида (портлар яқинида жойлашган отеллар) жойлашган бўлади;

3) доимий яшаш учун меҳмонхоналар.

Жойлашган ўрни бўйича меҳмонхоналар классификацияси

1) меҳмонхоналар, шаҳар доирасида жойлашган (марказда, чеккасида)

Ишбилармонликка мўлжалланган деярли барча отел – люкслар, ўрта класс меҳмонхоналар марказий ҳисобланади;

2) меҳмонхоналар, денгиз қирғоқ бўйларида жойлашган. Ушбу ҳолда энг муҳими денгизгача бўлган масаофа ҳисобланади (50, 100, 150, 200, 250, 300 м);

3) меҳмонхоналар, тоғларда жойлашган. Одатда булар дам олишга қулай туристик маршрутда жойлашган хушманзара тоғлик жойдаги меҳмонхоналар. Тоғ меҳмонхонаси, одатда, унинг меҳмонларини ёзги ва қишки дам олиши учун зарур жиҳозларга эга бўлади. Масалан, альпинист ва тоғ чанғиси жиҳозлари, кўтарилишга зарур мосламалар.

Ишлар давомийлиги бўйича меҳмонхоналар классификацияси;

1) сутка давомида ишловчи;
2) икки мавсумли ишловчи;
3) бир мавсумли

Овқатланишни таъминлаш бўйича меҳмонхоналар классификацияси:

1) меҳмонхоналар тўлиқ пансионни таъминловчи (жойлаштириш + уч маҳал овқат);
2) меҳмонхоналар жойлаштириш ва фақат нонушта таклиф қилувчи.

Меҳмонлар келиши давомийлиги бўйича меҳмонхоналар классификацияси:

1) Мижозларни узоқ бўлиб туриши учун;
2) Қисқа вақт туриши учун;

Номерга нарх даражаси бўйича меҳмононалар классифкацияси:

1) бюджетли;
2) тежамли;
3) ўрта;

4) биринчи классли;
5) аппартаменли;
6) фешенебелли.

Мулкчилик шаклига кўра меҳмонхоналар классифкацияси:

1) Кондоминиумлар – меҳмонхона комплекслари, бино ва номер фонди индивидуал эгаларга сотилган, ушбу бинони дам олувчилар ёки яшовчиларга ижарага берувчи;

2) Таймшерли. Таймшерли отелларни фарқи шундаки, номер фонди сотиб олинмайди, балки отелда ёки занжир отелларида узоқ муддатга дам олиш ҳуқуқини беради.

Ушбу классифкацияда россия меҳмонхоналари қуйидагиларга бўлинади:

1) муниципал;
2) хусусий;
3) маҳкамаларники;
4) аралаш мулк;
5) жамоат ташкилотлариники;
6) чет эл капитали иштироки билан

11.5. Номер фонди. Меҳмонхона номерлари классифкацияси

Номер фонди – меҳмонхоналарда турли категория – номерлар (жой) умумий сони ўхшашлигидир, қайсиким меҳмонхоналар дирекцияси, меҳмонхона занжири менежменти, меҳмонхоналарни, бронлаштириш глобал системаси ва жойни резервлаштиришни бошқарув бўйича дирекцияси томонидан бошқарилади. Номер фонди махсус дирекция томонидан бошқарилади, қайсиким қабул қилиш хизмати, хизматкорлар хизмати, жорий ремонт хизмати, бирлашган сервис гуруҳи, хавфсизлик хизматидан иборат бўлади.

Дирекция раҳбари кўрсатиладиган асосий меҳмонхона хизматлари ва номер фондини қабул қилинган стандартларга мувофиқ келишини сақлаш учун жавоб беради.

Номер – бу бино яшаш учун бир ёки бир неча ўриндан иборат. Ушбу категория меҳмонхонага қўйилган талабларга кўра жиҳозланган.

Койка ўрин – ухлаш жойи билан майдон, бир киши фойдаланиши учун мўлжалланган.

Меҳмонхона номерлари классификацияси. Меҳмонхона номерлари турли асосларга кўра классификацияланади:

- ўринлар сони бўйича. Номерлар бир ўринли, икки ўринли, уч ўринли ва ҳ.к деб фарқланади. Меҳмонхона, мотелда бир ўринли номер – ташриф буюрувчи бир кишини жойлаштиришнинг анча қиммат категорияси. Икки ўринли номер бир вақтнинг ўзида икки ташриф буюрувчи яшаш учун мўлжалланган. Бир ерда алоҳида – алоҳида ёки ёнма – ён турган икки кроват бўлиши мумкин, ёки битта икки кишилик кроват бўлади; бу эр – хотинни жойлаштириш учун фойдаланилади;

- хоналар сони бўйича. Бир хонали, икки хонали, уч хонали ва ҳ.к. номерлар бўлади;
- мўлжалланган бўйича. Бизнес – класс, эконом класс, номер – апартамент ва бошқалар фарқланади.

Бизнес – класс номерлар иш юзасидан ва сафар билан келган шахсларни жойлаштириш учун мўлжалланган. Бу ҳолда номерда стандарт муҳитдан ташқари, ишлаш учун шароит яратилган бўлиши зарур (иш столи, телефон, факс, компьютер).

Эконом класс номерлар – мижозлар кенг контингентини жойлаштириш учун мўлжалланган, арзонлиги, камтарона жиҳозланган зарур қулайликлар минимал тўплами (номерда – кроват, тумбочка, стол, стул, шкаф, номердан ташқарида – душ ёки ванна, хожатхона, совутгич, телевизор)га эгалиги, энг аввало, жойлаштириш нархи арзонлиги билан фарқ қилади.

Номер – апартаментлар – икки, - уч, - тўрт хонали номерлар, одатда оилаларни узоқ муддатга жойлаштириш учун мўлжалланган. Номер – апартамент таркибида албатта зарур жиҳозлари билан маиший техникага эга ошхона бўлиши шарт (қаҳва қайнатгич, микротўлқинли печь, миксер), қайсиким бўлган вақтда деярли уй шароитини таъминлаш имконини беради.

Люкс – апартаментлари – уч, - тўрт хонали номерлар, яшаш майдони камида 45 кв. М, таркибида ошхона йўқ бўлиши мумкин. Бу анча қиммат категориядаги номерлар.

Меҳмонхоналарни классификациялаш давлат системаси ва бошқа жойлаштириш воситалари тўғрисидаги низомига кўра Россия федерациясида қўйидаги номерлар категориялари белгиланган:

- Сюит – майдони 75 кв.м дан кам бўлмаган жойлаштириш воситасида номер, уч ва ундан кўпроқ турар жой хонаси (меҳмонхона ёки ошхона, кабинет ва ухлаш хонаси)дан иборат, ностандарт кенг икки кишилик кроват (200х200 см) ва меҳмонлар учун қўшимча ҳожатхонаси билан;
- Апартамент – жойлаштириш воситасида майдони камида 75 кв.м бўлган номер, икки турар жой хонаси (меҳмонхона ва ухлаш хонаси) дан иборат; бир – икки киши яшаши учун мўлжалланган;
- Студия – майдони камида 25 кв.м бўлган бир хонали номер, бинонинг бир қисмидан меҳмонхона, ошхона ёки кабинет сифатида фойдаланиш имконини берувчи режалаштириш билан; бир – икки киши яшашига мўлжалланган;
- Биринчи категория номер – жойлаштириш воситасида номер, бир – иккита кроват билан битта турар жой хонасидан иборат, тўлиқ санузл ванна ёки душ (умивальник, унитаз) билан; бир – икки киши яшаши учун мўлжалланган;
- Иккинчи категория номер - жойлаштириш воситасида номер, бир – икки кроват билан битта турар жойдан иборат хона, тўлиқ бўлмаган сан узел (умивальник, унитаз) ёки икки номер блокида тўлиқ бўлган санузел билан; бир – икки киши яшашга мўлжалланган;

- Учинчи категория номер – жойлаштириш воситасида номер яшовчилар сонига қараб, кроватлар сонига эга, битта турар жой хонасидан иборат, тўлиқ бўлмаган санузел (умивальник, унитаз) ёки икки номерли блокда тўлиқ санузел билан; бир киши яшашига мўлжалланган ҳисоб бўйича бир неча кишиларни яшаши кўзда тутилган; а) йил бўйича ишлайдиган бинода – 6 кв.м., б) мавсумда ишлайдиган бинода – 4,5 кв.м.:
- Тўртинчи категория номер – жойлаштириш воситасида номер, яшовчилар сонига қараб кроват қўйилган, умивальник билан битта турар жой хонасидан иборат; бир киши яшаши бўйича ҳисобга кўра бир неча кишини яшашига мўлжалланган:

а) йил бўйича ишлайдиган бинода – 6 кв.м.;

б) мавсумий бинода – 4,5 кв.м.;

- Бешинчи категория номер – жойлаштириш воситасида номер, умивальниксиз (умивальник даҳлизда) яшовчилар сонига қараб кроватлар қўйилган, бир хонали турар жойдан иборат, бир киши яшаши учун лозим майдон ҳисоби бўйича бир неча киши яшашига мўлжалланган:

а) йил бўйи ишлайдиган бинода – 6 кв.м.;

б) мавсумийда – 4,5 кв.м.

Номерларни классифкациялашнинг Европа стандартлари:

Европа отелларида номерлар қуйидаги тарзда классификацияланади:

- Double twin – номер икки кровати билан;
- Extra bed (ёки king size) – оилавий жуфтлик учун битта катта кроват билан номер;
- Triple – икки кроват ва диван билан номер, уларда гўдак ўхлаши мумкин;
- Single – худди шундай ҳажмда номер, double twin каби, аммо битта кроват билан баъзан бир мижоз икки ўринли номерга жойлаштирилади, бу ҳолда унинг нархи 25% га ошади. Бу вариант double for single use деб аталади;
- Unoior suite – режалаштирилгани яхшиланган икки ўринли бир хонали номер;
- De luxe – худди шундай номер, лекин қимматроқ вазиятда;
- Suit – юқори сифатли мебел билан меҳмонхонали ва ухлаш хонасига эга номер;
- Business – компьютер, факс билан ишлаш учун яроқли катта номер;
- Family studio – оила учун икки аралаш хонали номер;
- President – меҳмонхоналарда энг ҳашаматли номерлар, бир неча ухлаш хонаси, иккита, учта ҳожатхонаси бор.

Отеллар одатда бутун бир қўшимча хизматлар тўпламини тақдим этади (мини – барда ичимликларга нархлар прескурати билан, телепрограммалар томоша қилиш ва бошқалар билан мижоз олдидан танишиши мумкин), отел категорияси қанча юқори бўлса, қўшимча хизматлар шунча қиммат туради. Буюртмани “romm servicc” хизмати бажаради;

Юқори класс отелларда у бутун сутка давомида ишлайди. Қуйидаги қўшимча хизматлар кўпроқ тарқалган:

- Кир ювиш, ички кийимларни ювишга мижоз қандай ҳақ тўлагани махсус бланкага белгилаб қўйилади, шкафда махсус пакет олинади, унга ички кийимлар солиниб, бланка тўлдирилади. Шошилинч кир ювишда тариф бир ярим марта кўпаяди;
- Егулик ва ичимликларни номерга элтиб беришга буюртма;
- Кабелли телевидение томоша қилиш.

Номерда телепрогаммаларни томоша қилиш учун кабелли каналлар программасидан бошқасига қўшимча ҳақ олинмайди. Бунда бир неча минут давомида томоша бепул. Кейин трансляция ўчирилади, телевизор экранида номер пайдо бўлади, қайсиким у трансляцияни давом эттириш учун терилади. Кейинги программаларни томоша қилиш пуллик. Бу харажатлар номер учун ҳисоб – китобга қўшилади. Баъзан бепул ва пуллик трансляция орасидаги паузалар йўқ ва барча программаларни томоша қилиш автоматик равишда ҳисоб – китобга қўшилади;

- Сейфдан фойдаланиш. Айрим номерларда сейф бор; сейфлардан фойдаланиш шартларини навбатчидан билиш мумкин.

Отел номери калит ёки код билан очилади. Агар мижоз уларни йўқотса, бу ҳақда дарҳол отел маъмуриятини хабардор қилиш керак.

11.6. Меҳмонхона хўжалигида Стандартлаш ва сифатни бошқариш системаси

Хизмат кўрсатиш сифати – меҳмонхона ишларининг энг муҳим кўрсаткичларидан бири. Ҳозирги замон маркетинг назарияси классиги Ф.Котлер таъкидлайди: “Хизмат кўрсатиш сифатини яхшилашнинг энг муҳим усули шундаки, стандарт хизмат кўрсатиш ва унинг мақсади белгиланиши лозим, кейин бунга хизматчилар ва бошқарувлардагиларни ўргатиш керак. Бу стандартлар тинимсиз ошириб борилиши зарур. Яхши хизмат кўрсатувчи хизматчилар рағбатлантирилиши шарт.

Хизмат норматив – техник ҳужжат сифатида комплекс нормалар, қоидалар, объектни стандартлаштиришга талабларни белгилайди ва ваколатли орган томонидан тасдиқланади.

Стандартлаштириш мақсади – хизматлар истеъмолчилари манфаатларини ҳимоя қилиш, хизмат кўрсатиш, самарадорлиги ва сифат даражаси оширилишини норматив – техник таъминлаш.

ИСО 9000 халқаро стандартига мувофиқ сифатни таъминлдаш учун талаб қилинади:

- Тегишли моддий база (жойлаштириш воситалари);
- Яхши ишлашдан манфаатдор малакали ходимлар (инсон омили);
- Чуқур ўйланган ташкилий тузилма ва корхонани изчил бошқарув, шу жумладан, сифатни бошқариш.

Моддий база ва малакали ходимлар юқори сифатли хизматлар асосини ташкил қилади, ташкилот ва корхонани бошқариш эса уни тўлдирган ҳолда

имкониятларни ишга солишга имкон яратади, қайсиким моддий база ва инсон омили билан яратилади.

Сифатни бошқариш меҳмонхона корхоналарида қуйидаги бошқарув системаси, назорат қилувчи ташкилот ва хизмат кўрсатиш мавжуд бўлишини кўзда тутади:

Ходимларни танлаш ва уларни ўргатиш Ф системаси меҳмонхона маъмурияти танлаш хизмати ва ходимларни ёллашни ташкил қилиши лозим. Улар юқори сифатли хизмат кўрсатиш билим ва кўникмалари, қобилиятига эга бўлишлари ва доимий равишда ходимлар малакасини оширилиши учун қайғурилиши лозим:

- Стандартлаш ва сифат учун назорат системасига меҳмонхонада хизматлар тақдим этиш жараёнида қатъий амал қилинади. Меҳмонхона корхоналари учун хизмат кўрсатиш стандартлари белгиланаётган чоғда уларнинг эгалари ва менежерлари ўз мижозларигача қандай ғояларни етказмоқчи бўлганларини аниқ тасаввур қилишлари лозим. Шунинг боис ҳар бир корхона меҳмонновозликни жойига қўйиш учун ўз хусусий стандартлар кодексига эга бўлишлари зарур. Стандартлар эгилувчан бўлиши ва мижозлар талаб в аистакларини, биринчи навбатда доимий мижозлар хоҳишини акс эттириши зарур. Стандартлар дейилганда нафақат меҳмонларга тўғри хизмат кўрсатиш техникаси, балки ходимларни ўз ишига, меҳмонларга муносабати ҳам тушунилади;
- Мижозларни қониқиш ҳосил қилиш назорат даражаси системаси мижозларни шикоят ва таклифларини таҳлил қилиш асосига курилади.

Рақобатчилар хизмат кўрсатиш сифати билан ўзининг хизмат кўрсатиш сифати таққослаб кўрилади. Меҳмонхоналар шикоятлардан рақобатчилар олдида устунлигини шакллантиришнинг бебаҳо манбаи сифатида фойдаланиши мумкин. Негаки, шикоятлар ишни такомиллаштириш йўллари имкониятларини кўрсатади, норози мижозларни қониқтириш имконини беради

Шундай қилиб, номунали меҳмонхона стратегик режалаштириш, раҳбариятни хизматлар сифатини оширишга интилиш мавжудлигини характерлайди. Юқори стандартларда хизмат кўрсатишни таъминлайди. Меҳмонлар шикоятларини қондириш системаси, кўрсатиладиган хизматлар устидан назорат системасини яратиш имконини беради.

Меҳмонхоналарда сифатни самарали бошқариш қуйидагиларда аксини топади:

- Корхонани самарали маркетингли бошқарув;
- Сифатни тармоқ стандартларини жорий этиш;
- Ишлаб чиқариш жараёнлари технологияларини ишлаб чиқиш (норматив тавсилотлар);
- Ходимларга малака талабларини қўллаш (квалификацион стандарт);
- Ходимлар меҳнатини нормалашни жорий этиш (норматив ишланмалар);
- Меҳнат мотивлари ва адолатли баҳолаш;

- Корпоратив маданият мавжудлиги.

Россияда франшизларга асосланган ҳолда ишлаётган меҳмонхоналар фаолияти принципиал хусусиятлари шундан иборатки, улар қатъий корпоратив стандартга амал қилинган ҳолда, бошқариладилар ва у ёки бу меҳмонхоналар тармоғида қўлланилади. Стандарт сифат системасини назорат қилишнинг таъминлаш имкониятини беради, бу доимий хизматлар кўрсатилиши, меҳмонхона хизматларини баҳолаш учун ягона база ва ходимларни касбий тайёрлаш истеъмолчиларни жалб этиш учун жуда муҳимдир.

Бундан ташқари, корпоратив ёки фирма ички стандарти ҳамиша совдо маркасини намоён қилади, унга қараб меҳмонхона объектини яхши таниш мумкин ва бу меҳмонхонанинг тегишли бозор сегментида самарали ўрин эгаллашига имкон яратади.

Франшиз билан муносабатга кирувчи меҳмонхона эгалари ушбу корпорацияда қабул қилинган хизмат кўрсатиш стандартларини танлаши, қўллаши мумкин эмас. Бироқ улар меҳмонхона объектини бошқаришга розилик берувчи ёки ўз корпоратив стандартига асосан хизмат кўрсатиш технологиясини берувчи меҳмонхона корпорацияларини топширишлари мумкин.

Корпоратив стандартлар меҳмонхона операторининг ихтисослашуви, меҳмонхона хизматларига истеъмолчилик талаби тараққиётини, уларнинг рақобат ва ўзига хос хусусиятларини акс эттирган ҳолда йиллар ва ўн йиллар давомида ҳосил бўлган.

Деярли ҳар бир халқаро меҳмонхона шуҳратида ўз корпоратив сандарти бор ва отел қайси мамлакатда жойлашгани, у ерда миллий меҳмонхона стандарти ёки меҳмонхоналар классификацияси борми, йўқми, қатъий назар сўзсиз амал қилинади. Россияга кириб келган хориж меҳмонхона корпорацияси ўзи билан корпоратив маданиятни ҳам олиб келди. Корпоратив маданият дейилганда барча ходимлар баҳам кўрадиган ишонч ва қадриятлар системаси, жамоавий англаш ва ташкилот менталитети тушунилади. Корпоратив маданият меҳмонхона ходимлари ҳулқи, уларни мижозлар, раҳбарлар, воситачилар, етказиб берувчилар ва ҳ.к. билан ўзаро муносабатларини белгилайди, бунинг шарофати туфайли қандай ҳаракат қилиш керак ва ходимдан нима кутилаётганини билади.

Корпоратив маданият ходимга мақсадни ҳис этиш туйғусини беради ва ўз ташкилотига садоқатни шакллантиради.

Сифатни умумбошқариш системаси (TQM) корпоратив маданиятнинг қисмига айланди, у мижозларнинг талабларини қондиришга қаратилган TQM асосида қуйидаги принциплар ётади:

- Истеъмолчига мўлжал. Ўз истемолчиларнинг жорий ва келажак эҳтиёжларини тушуниш зарур, уларнинг талабларини бажариш керак ва улар кутганидан зиёда бўлишига интилиш лозим.
- Раҳбар етакчилиги. Раҳбарлар мақсад бирлигини таъминлайди ва ташкилий фаолияти йўналишини елгилайди. Улар қўллаб – қувватловчи ички

муҳитни яратиши, ходимларни ташкилот олдида турган вазифаларини ҳал этишга тўлиқ сафар этилишини таъминлашлари зарур.

- Ходимларни жалб этиш. Барча даржадаги ходимлар ташкилот асосини ташкил қилади ва уларни тўлиқ жалб этиш ташкилотга уларнинг қобилиятидан фойдаланиб фойда кўриш имконияти беради;
- Сифат системасига жараён сифатида ёндашув. Фаолият ва тегишли ресурслар жараён сифатида бошқарилгандагина кутилган натижага тезроқ эришилади;
- Бошқарувга системали ёндашув. Аниқлаш, тушуниш ва менежментнинг ўзаро боғлиқ жараёнлари система сифатида самарадорликни ошириш ва ташкилий мақсадларига эришишда ҳамкорлик қилади;
- Ташкилот фаолиятини доимий равишда яхшилаб бориш, унга бутунлигича шубҳасиз мақсад сифатида қараб чиқиш.

Меҳмонновозлик тармоқ сифатида мамлакат иқтисодиёти учун катта аҳамиятга эга ва Россия Федерациясида меҳмонновозлик индустрияси халқаро стандартларга мувофиқ ривожланиши учун жуда муҳим.

11.7. Хорижда меҳмонхона соҳасини қўллаб – қувватлаш чоралари

Туризмни тараққий эттиришга эътибор қаратилган мамлакатларда, одатда туристик инфратузилмани, хусусан, меҳмонхоналарни ривожлантиришни рағбатлантирувчи характердаги қонунчилик чоралари кўрилади. Бунда давлат органлари ва молия муассасалари туризмда инвестиция янги иш ўринлари яратиш, маълум даромад келтириши, шу жумладан, қатъий валюта туширишидан келиб чиқадилар.

Шунинг учун кўпчилик мамлакатлар ички ва чет эл сармояларини ва қарзларни жалб этиш имконини берувчи қонунчилик қарорлари қабул қиладилар. Мисол учун, уларга солиқ имтиёзлари бериш орқали.

Меҳмонхона соҳасини қўллаб – қувватлаш асосий чораларига қуйидагилар киради:

- қурилиш учун ер участкалари ажратишда ёрдам;
- маркетинг тадқиқотлари ўтказишда ёрдам;
- оширилган кредит ставкалари бўйича капитал қўйилмаларни қайтариш;
- лойиҳадан даромад олиш даврига (тўловни кечиктириш)лойиҳа бошланғич давридаги йўқотишларни киритиш;
- лойиҳалар учун давлат инфраструктурасини ривожлантириш;
- мамлакатда ишлаб чиқариламайдиган лойиҳа ускуналарини етказиб беришда солиқ ва божхона имтиёзлари.

Бошқа имтиёзларга фойдага солиқ йўқлигини киритиш мумкин (Эстония, БАА) ва солиққа тортишни бутунлигича уйғунлаштириш (Болтиқ бўйи мамлакатлари). Айрим мамлакатларда туристик инфратузилма молиявий характердаги сезиларли имтиёзларда фойдаланилади:

- Туркияда меҳмонхона – туристик комплексга давлат томонидан 40 % дотация берилади, бу рақобатбардош нархларни белилашга имкон

яратади. Бундан ташқари, туристлар учун қулай тарзда маҳаллий пул бирлиги билан хорижий валютани эркин амал қилиши йўлга қўйилган;

- Исроилда меҳмонхона соҳасига 30 % гача инвестиция давлат томонидан тўғридан – тўғри ажратма ва солиқ имтиёзи кўринишида қайтарилади (бунинг учун туристларни жалб этишда маълум ҳажмга эришилиши шарт);
- Мексикада Акапулько ва Камкун курортлари атрофида Франко зонаси яратилган (солиқдан озод);
- Испанияда испан турмаҳсулотларини рақобатбардошлигини ошириш режаси қабул қилинган, унда асосан курорт зоналарида меҳмонхоналарни модернизациялаш ва реконструкция қилиш йўналишлари, пляж бўлмаган ресторанларда (Валенсия) қишлоқ туризмини ривожлантиришга алоҳида эътибор берилган.
- Генериф ороли Франко зонаси деб эълон қилинган, бу нафақат туристик хизматлар (шу жумладан, меҳмонхоналар) қийматини пасайтиради, балки бошқа маҳсулотлар қийматини ҳам акс эттиради, хусусан, бензин; хукумат орол инфраструктурасини ривожлантиришга катта суммада сармоя ажратган;
- Марккода туризмни ривожлантириш режаси қабул қилинган у истиқбол лойиҳаларини ривожлантириш учун тўғридан – тўғри бюджетдан инвестицияни (20 – 40%) кўзда тутади (йирик кўнгил очиш парклари, меҳмонхона комплекслари ва ҳ.к);
- Индонезияда Бали ороли эркин иқтисодий зона деб тан олинган, бу туристик талабларга нархларни камайтиради. Шу ерда инфрастуктурани ривожлантириш учун бюджетдан тўғридан – тўғри сармоялаш амалиётга жорий этилган.

Одатда, потенциал инвесторлар олдига олдиндан шартлар қўйилади – бу ривожланаётган деб тан олинган регионларда амалга ошириладиган лойиҳаларни сармоялашдир. Бундан ташқари, талаблар илгари сурилади: қатъий валютада олинадиган фойда ва даромадни мамлакатда фойдаланиш; маҳаллий ходимларни жалб этиш; уларни ўргатишни амалга ошириш ва ҳ.к. Баъзан лойиҳаларни ташқи кўриниши (маҳаллий архитектура билан уйғунлиги)га талаблар қўшилади.

Агар меҳмонхона тармоғига капитал қўйилмаларни давлат томонидан қўллаб – қувватлаш чоралари ҳақида гапириладиган бўлса, у қулай инвестиция муҳити яратишни таъкидлаш лозим, яъни ана шу сифатида одатда қуйидагилар кўриб чиқилади:

- Булажак инвесторга ахборот ва маслаҳат ёрдами. Лойиҳа истиқболини тўғри баҳолаши учун инвестор бир неча йиллик динамикада асосий бозор кўрсаткичлари тўғрисида маълумотларга эга бўлиши зарур. Меҳмонхона индустриясида бундай кўрсаткичларга юкланиш, номер даромади, номер учун ўртача нарх ва ҳ.к киради.
- Бундай маълумотларни фақат давлат расмий манбалари ёки ихтисослашган консалтинг компаниялардан олиш мумкин:

- Давлат кафолати бериш – кредитларни таъминлашда кенг тарқалган механизм. Ҳукумат кафолати остида МДҲ мамлакатларида қатор меҳмонхона объектлари қурилган (масалан, Тошкентда “Шодлик”).

Бундай шаклдаги ҳамкорлик хорижий инвесторларни қониқтиради ва ўтиш ва иқтисодий ривожланиш босқичидаги мамлакатлар амалиётида кенг тарқалган;

- Инвестор манффатларини ҳимоя қилишга қаратилган қонунлар ишлаб чиқиш, яъни фойдани тақсимлашга нисбатан солиқ имтиёзлари ва кафолатларни белгилаш.

Россияда юқорида санаб ўтилган ҳамма чоралар ҳам фойдаланилмаслиги мумкин, негаки ҳозирги вақтда федерал ҳокимият сиёсати солиқ имтиёзларини қисқартириш ва инвесторга бирор – бир давлат кафолатини беришни рад этишга йўналтирилган. Россия қатор регионларида (хусусан, Москвада) мавжуд шароитларда ҳам меҳмонхона секторига инвестиция жалб этиш мумкин эди, бироқ бунинг учун буюртмачига ер участкасини беркитиб бериш, қурилиш учун ер ажратишга рухсат берадиган ҳужжатларни тўғрилаш жараёнларини соддалаштириш талаб қилинади.

Одатда бундай келишувлар учун салкам бир йил вақт кетади.

11.8. Россияда меҳмонхона хўжалигини ривожлантириш муаммолари

Барча меҳмонхоналар икки сегментга бўлинади – меҳмонхона тармоқлари ва нотармоқ меҳмонхоналар, меҳмонхона тармоқларида меҳнат умумдорлиги (6 ва ундан кўпроқ меҳмонхонадан иборат) нотармоқ меҳмонхоналарига қараганда тахминан 50 % юқори. Бу тармоқларда меҳнатни ташкил этишнинг типовой шаклларидан фойдаланиш билан боғлиқ, бунга савдо маркасини илгари суриш, зарур ресурслар сотиб олиш ва ходимларни касбий ўқитиш (хизматда юқори лавозимларга кўтарилишига ёрдам беради) каби соҳаларда фаолият кўламини кенгайтириш ҳисобига тежалган мабалағ орқали эришилади.

Россия нотармоқ меҳмонхоналарида ходимлар меҳнат унумдорлигининг пастлиги талабни камайиши, аҳоли даромади даражасининг пастлиги ва солиқ интизомига рияо қилинмаслиги, шунингдек унинг сезиларли қисмини давлат мулкида туриши билан изоҳланади. Россияда меҳмонхоналар номер фондининг 47% муниципал, регионал ва федерал ҳокимият органларига тегишли, яна 36% номер фонди қисман маҳаллий ёки федерал ҳокимият мулки ҳисобланади, хусусан, корхоналар (бош тарзда оғир саноат корхоналари).

Агар АҚШда бошқарувга контрактлар кенг тарқалган, менежерларни мукофот эвазига меҳмонхона рентабеллиги учун боғлаб қўйган бўлса, Россияда шартномалар (моҳиятан давлат билан) нотармоқ меҳмонхоналар бошқарувчилари учун етарли рағбатни таъминлайди, ортиқча штатлардан холос бўлиш ва меҳнатни такомиллаштиришга имкон бермайди. Бундан ташқари, бундай турдаги айрим меҳмонхоналарни бевосита давлат хизматчилари бошқаради, яна бунинг четига одатда улардан расмий шахслар

учун резервда номер ушлаб туриш талаб қилинади, албатта, бу номерлар фойда келтирмайди.

Россияда меҳмонхона хўжалигини ривожлантиришнинг жиддий муаммоси малакали кадрлар етишмаслигидир (тарихий сабабларга кўра), меҳнатни самарасизташкил этилиши, хусусан, шу билан изоҳланади. АҚШ меҳмонхона тармоқлари ишчи кучига мавсумий эҳтиёжни уддасидан чиқишади, бунда резервда турган, тайёргарликдан ўтган ходимларга мурожаат қилинади. Россия каби мамлакатда эса бундай резерв йўқ тажрибасиз ходимни сифатли ўргатишга эса кўп вақт талаб қилинади. Тайёргарликдан ўтмаан ходимлардан фойдаланишда зарар кўрилиши аниқ. Мисол учун, малакали хизматчи тажрибасиз стажёрга қараганда, бир кунда 60 % кўп номерни йиғиштиради. Бухгалтерия хўжалиги, қаровуллик хизмати, бошқа қатор хизматларда ҳам малакали ходимларга эҳтиёж жуда катта. Россияда деярли барча йирик халқаро тармоқлар (“Марриотт”, “Форте”, “Шератон” ва “Кемпински”) иштирок этмоқда, бироқ уларнинг фаолияти Москва ва Санкт – Петербургдаги тўрт – беш юлдузли отеллар сегментларига қаратилган, холос.

Мамлакат меҳмонхоналари сифатли хизмат кўрсатишда хориждан – ҳам шарқдан, ҳам ғарбдан келган ўз рақобатчиларига ютқазмоқда. Ҳозирги вақтда Россияда 4000 га яқин меҳмонхона санаш мумкин, улардан 70 % дан зиёдида хизмат кўрсатиш сифати бўйича амалдаги бирорта категорияга тўғри келмайди. Россия Федерациясида қулай ва шинамликка ўрганган кишиларни жойлаштирадиган меҳмонхоналар ҳамма шаҳарларжа ҳам мавжуд эмас.

Тўрт ва беш юлдузли меҳмонхоналар асосан халқаро меҳмонхоналар занжирига тегишли ва одатда халқаро компаниялар томонидан бошқарилади, уларнинг мулки эса маҳаллий ҳокимият органлари ва хусусий инвесторлар иштирокидаги қўшма корхона ҳисобланади. Бу ерда юқори сифатли хизмат кўрсатиш юқори нархни талаб қилади, бунга фақат йирик бизнесменлар, ишбилармон туристлар, таниқли артистлар спортчиларнигина қурблари етади. Мамлакатни томоша қилиг учун келадиган ўртача даражадаги маблағга эга киши учун сервис даражаси яхши туристик классдаги меҳмонхоналар деярли йўқ.

Ҳақиқатдан Россияда амалда “уч юлдуз” категориясига мувофиқ келадиган меҳмонхоналар кам. Расман шундай меҳмонхоналар бор, бироқ амалда уларнинг кўпчилиги на ходимлар тайёргарлиги, но хизмат кўрсатиш сифати бўйича ушбу категорияга мувофиқ келмайди, шу категорияни эса улар эски системага кўра олган.

Бугунги кунда Россия меҳмонхоналар хўжалигини ривожлантириш учун долзарб муаммо меҳмонхоналар ва туроператорлар ўртасида ўзаро ҳамкорликдир. Кўпинча ушбу шериклар бир – бирларига эътироз билдирадилар. Шикоятлар асосан шартнома шартларини бузилишига доир бўлади

Меҳмонхоналар кўрадиган зарар шундан келиб чиқадики, ўз гуруҳи учун олдиндан жойни бронлаштиришни тажриба қилиб кўрган туроператорлар ҳамиша ҳам бронлаштирган номерни сотиб олавермайди.

Буюртмани кечикиб бекор қилиниши (яъни олдин қисқа муддат доирасида бронлаштирилгандан бош тортиш номерни қайтадан сотишга қўйишга имкон бермайди) меҳмонхона индустриясида тавакалчилик омилларидан бири ҳисобланади. Бундай нохуш омилларни олдини олиш учун меҳмонхоналар шартномага олдиндан тўлов ва гаров ҳақида турли ҳолларни киритишади, яъни қайси мамлакатда жойлашганлигидан қатъий назар барча отеллар фойдаланадиган стандарт чоралар тўплами молиявий режаларни олдиндан бузилишини йўқотишни камайтириш учун ишга солинади.

Туроператорларни ҳам ўз навбатида шерикларига жойлаштириш воситаларига эътирозлари бор. Меҳмонхона талабномада кўрсатилган муддатда контракда кўрсатилганидек бронлаштиришни тасдиқламай куттириб қуядиган ҳоллар кўп учрайди. Айниқса кўпична отеллар йирик воқеалар арафасида, байрамларда жойлаштириш хизматига талаб ошганда шундай йўл тутади. Негаки хорижий тургуруҳларни қабул қилувчи отеллар унчалик кўп эмас, туроператорлар шартни бузган меҳмонхона билан контракни бузишга боришмайди. Айрим меҳмонхоналар онгли равишда гуруҳ туризмини йўлини тўсади, тургуруҳларга юқори нарх қўйишади ёки корпоратив мижозларга чегирмасиз жойлаштиришни таклиф қилишади.

Россияда меҳмонхона хўжалигини ташкил этишга тармоқий ёндашув ўз шаклланишининг бошланғич босқичида турибди, шунинг учун ҳозирги вақтда вужудга келган “Best Eastern Hotels”, “Москва” давлат акционерлик жамияти кабилар тўлиқ маънода замонавий талабларга жавоб бермайди.

Бу ерда мамлакатнинг тажрибаси йўқлиги, шунингдек такомиллашмаган қонунчилик билан боғлиқ таваккалчилик, лицензиялаш, сертификатлаш ва ҳ.к юмушларда бюрократик тўсиқлар ўз таъсирини ўтказмоқда.

Агар Россияда иқтисодий ўзгаришглар рўй бермаса, катта ўзгаришларни кутиб бўлмайди. Энг яхши ҳолда айрим ғарб тармоқлари Россия бозорларида ўз иштирокини кенгайтиради, асосан таъминланмаган уч юлдуз меҳмонхона сегментида талабларни қондириш учун фаолиятларни кучайтиради.

Ўзини текшириш учун саволлар

1. Сизга маълум меҳмонхона бизнесини ташкил этиш моделини айтинг.
2. Франчайзинг системаси деганда сиз нимани тушунасиз?

Қуйидаги атамаларга аниқлик киритинг:

1. “Франчайзер”, “Франчайзи”, “Франшиза”, “Франчайзингли шартнома”
2. Франчайзингни бевосита ва билвосита фарқи нимада?
3. Жойлаштириш воситалари классифакияси
4. Меҳмонхона типидаги корхона қайси белгиларга кўра фарқланади?
5. Сизга маълум меҳмонхона корхоналари типларини сананг
6. Меҳмонхона корхоналари классификацияси қайси мезонлар бўйича амалга оширилади?
7. Кўпроқ тарқалган классификация системаларини айтинг
8. Россия Федерациясида меҳмонхоналар ва бошқа жойлаштириш воситалари классификацияси ҳозирги вақтда нимага асосан амалга оширилади?
9. Давлат классификация системаси олдида қандай мақсадлар туради?
10. Классификация асосий янгм босқичларини изоҳланг. Эскисидан у нимаси билан фарқ қилади?
11. Номер фонди. Меҳмонхона номерлари қандай асосларга кўра классифкацияланади?
12. Сизга маълум номерлар категорияларини сананг.
13. Европа отелларида номерлар қандай тарзда классификацияланади?
14. Стандартлашдан мақсад нима? Сифатни таъминлаш учун қандай омиллар зарур?
15. Меҳмонхона корхоналарида сизга маълум сифатни бошқариш системаларини айтинг.
16. Сифатни умумбошқарув системаси (TQM) асосида қандай принциплар ётади?
17. Меҳмонхона соҳасини қўллаб – қувватлаш асосий чора – тадбирларини характерланг. Мисоллар келтиринг
18. Сизнинг фикрингизча, бугунги кунда РФ меҳмонхоналар хўжалигини ривожлантиришнинг қандай долзарб муаммолари мавжуд.

12 – БОБ. МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИКЛАРИНИ БОШҚАРИШ ТИЗИМИ

12.1. Меҳмонхона хўжалиги соҳасида ишлар хусусиятлари
12.2. Меҳмонхона бизнесида менежментнинг ташкилий тузилмалари
12.3. Меҳмонхона корхоналарининг ташкилий структураси. Меҳмонхоналар асосий хизматлари
12.4. Меҳмонхона мижозлари билан ҳисоб – китоб қилиш турлари
12.5. Меҳмонхона фаолиятида нарх ҳосил қилиш
12.6. Меҳмонхоналарнинг услуксиз ривожланишини бошқариш

12.1. Меҳмонхона хўжалиги соҳасида ишлар хусусиятлари

Ҳуқуқий шахслар ва якка тартибдаги тадбиркорлар, белгиланган тартибга кўра қандайдир жамоавий жойлаштириш воситаларига галик ҳуқуқига эга шахслар фуқароларга хизмат кўрсатиш ва вақтинча жойлаштириш (яшаш) бўйича хизматлар тақдим этиши учун меҳмонхона хўжалигини бошқариш ва бевосита фармойиш бериш бўйича фаолиятни амалга оширадилар.

Бизнес нуқтаи назаридан меҳмонхона ўзида тижорий меҳмонновозлик хизматлари (меҳмонхона маҳсулоти) ишлаб чиқариш ва тақдим этиш бўйича корхонани намоён этади, қайсиким истеъмолчига ўз қулайлиги ва сервисини таклиф қилади.

Меҳмонхона сервиси соҳасидаги ишлар бир қатор хусусиятларга эгаки, уларни билиш корхона даромади ва самарадорлигини ошириш имконини беради. Биринчи навбатда меҳмонхона менежменти мижозларни мақбул отел танлашида қуйидаги омиллар таъсир кўрсатишини билиши зарур:

- Меҳмонхонанинг жойлашган ўрни меҳмонлар учун боришга қулай ва атрофи хушманзаралиги уларни жалб қилади (инфраструктура ривожланган), ташрифдан мақсад ҳам кўп жиҳатдан ана шунинг билан боғлиқ (дам олиш ёки иш юзасидан сафар);
- Хизмат кўрсатиш қулайлиги, хусусан: ухлаш хонаси қулайлиги, ресторанлар, барлар ва ҳ.к. Булар мижозлар учун қурб етадиган типлар, ҳажм ва нархлар бўйича дифференциялашган;
- Сервис даражаси – тақдим этиладиган хизматлар ассортименти, турли қулайликлар мавжудлиги, уларнинг стили ва сифати, номерларни шинам ва тозалиги;
- Номер учун нарх ва қўшимча хизматларни таклиф этиш. Мисол учун, конференция ўтказиш имконияти 33%, ресторан сервиси ва бошқа овқатланиш хизматлари эса 22% сўралувчиларга таъсир кўрсатади. Ресторан хизмат кўрсатиши тез – тез сафарга чиқадиганлар, ишбилармон аёллар учун кўпроқ муҳим, негаки улар шундай сутка давомида ишлайдиган хизматлар мавжуд отелларни маъқул кўришади;
- Ҳамкасблар ва дўстлар тавсиялари 87% дан ортиқ ишбилармон саёҳатчилар жойлаштириш воситаси ҳақида мустақил қарор қабул қиладилар, кўпчилик эса (35%) ўз қарорини турагентлар тавсиялари (11%)

дан кўра, тез – тез сафарда бўладиган ҳамкасблари, дўстлари, таниш – билишлари тавсиясига биноан қабул қилишади. 22% эса корпорация ёки компания сиёсатини ҳисобга олиб қарор қабул қилади;

- Меҳмонхона занжирига тегишли алоҳида отел ёки отелларда яшашнинг олдинги тажрибаси.

Бу омилни 33% ишбилармон саёҳатчилар ҳисобга олишади. Улар меҳмонхона занжирининг кенг тарқалган ва олдинган юқори хизмат кўрсатилишини билан ҳолда буни маъқул кўришади. 41 % эса занжир юқори сифатли хизмат кўрсатади деб ҳисоблайди; 16 % эса меҳмонхона занжирини резервлаш қлайлиги учун мақбул кўради:

- Меҳмонхона нуфузи. Ушбу омил мижозга маъум отел қулайлигини ҳис этишни таъминлайди. Нуфуз меҳмонхонани жойлашган ўрни, таклиф этиладиган хизматлар сифати ва қулайлиги, отел ички муҳити, ташқи кўриниши, хизмат кўрсатувчи ходимлар малака даражаси ва ҳ.к дан ҳосил бўлади.

Ходимлар роли. Меҳмонхона корхонасини ривожланишида ходимлар алоҳида роль уйнайди. Битта меҳмонхонада турли касбдаги мутахассислар ишлайди (5 дан 9 мутахассисликгача), мижозга кўрсатиладиган ҳар қандай хизмат бир нечта хизматларни кооперациялашувини талаб қилади ва албатта, турли мутахассисликлар ишини мувофиқлаштириб туришни тақозо этади. Шундан турли хизматлар ва турли мутахассисларни мувофиқлаштириб туриш муҳимлиги келиб чиқади, қайсиким улар шунда: тарзда ҳамкорликда ишлашлари керакки, мижозда пайдо бўладиган муаммо тезда ва отел менежменти аралашувисиз ҳал этилиши лозим.

Меҳмонхона ходимлари ишида айниқса, бевосита мижозлар билан муносабатда бўладиганларда турли одамлар билан умумий тил топишиш, алоҳида маҳорат талаб қилинади, негаки меҳмонхонада яшовчилар орасида бойлар ва камбағаллар, ёшлар ва кексалар, оғир, вазимин ва жиззакилар, ҳушёрлар ва пиянисталар, турли миллат вакиллари ва ҳар хил касб эгалари, шунингдек жиноий элементлар бўлади.

Меҳмонхона корхонаси – бу ўзига хос тўхтовсиз хизматлар ишлаб чиқариш маскани, чунки у суткасига 24 соат, йилига 365 кун ишлайди. Шу боис меҳмонхона менежерларининг иш куни нормаланмаган ва деярли ҳамиша 8 соатдан кўп (кўпинча ҳафтасига 70 соатгача). Бунда менежер иши юқори даражаси шатлар ва ҳужжатлар билан ишлаш, бевосита телефон орқали сўзлашув, нисбатан қисқа вақт алоқада бўлишдаги улуши юқорилиги билан характерланади. Менежер зудлик билан қарор қабул қилиш маҳоратига эга бўлиши, ҳар қандай кутилмаган ҳолатларга тайёр туриши (масалан, битта “презилент” номерга даъвогар икки VIP шахсни бир вақтда келиши) лозим.

Буларнинг барчаси юқори асабий юкланиш билан кечади.

Меҳмонхона корхонаси ўзига хос иш хусусияти шунинг билан боғлиққи, ишлаб чиқаришнинг муаммоли масалалари максимал даражада тез ҳал этилиши зарур. Ҳозирги замон шароитида мижозлар тез хизмат

кўрсатилишини талаб қилишади, бир қатор хизматлар кўрсатиш вақти минутлар билан ўлчанади.

Меҳмонхона хизматлари истеъмолчилари. Хизмат истеъмолчилари (мижозлар)ни икки гуруҳга бўлиш мумкин – мунтазам (доимий) ва номунтазам. Мунтазамлар мижозларнинг яримини ташкил қилади; ушбу мақсадли гуруҳ отел учун алоҳида қизиқиш уйғотади.

2003 йилда АҚШ да ўтказилган бир социологик тадқиқотда аниқланишича, мунтазам ишбилармон саёҳатчилар ўз сафарлари чоғида уйдан ташқарида ўртача 21 кечани утказишади, на бунда 76% ҳолатда меҳмонхона ёки мотеллар хизматларидан фойдаланишади. Одатда, булар менежерлар, савдо – сотиқ вакиллари, юқори даражада маълумотли ва етарлича даромадга эга юқори малакали мутахассислардир. Бироқ йилдан – йилга ишбилармон саёҳатчи отеллар сони ортиб бораяпти, бу албатта меҳмонновозлик индустрияси корхоналари даромадини ўсишга олиб келиши керак. Чунки аёллар қўшимча хизматлардан фойдаланишни маъқул кўришади, мисол учун эркакларга қараганда, кўпроқ даражада меҳмонхона овқатланиш хизматига мурожаат қилишади.

Отел мижозлари билан сўров ўтказилганда савол берилди: “Тенг шароитда жойлашган ўрни, отел номрлари тозалиги ва нархи билан бирга қарор қабул қилишда бошқа яна қайси омиллар муҳим ҳисобланади?” Жавоблар қуйидаги тарзда тақсимланди: а) ресторан мавжудлиги – 32 %; б) хизмат кўрсатиш сифати – 22%; в) хона вазияти – 14%; г) меҳмонлар контингенти – 11 %; д) дам олиш учун ускуналар ва тренажёрлар мавжудлиги – 14%; е) олдинги тажриба – 10%; ж) хавфсизлик – 3%.

Ушбу тадқиқот натижалари бўйича истеъмолчиларнинг уч гуруҳи ажратилди: инжиқ эмас, нархга оғринадиганган ва юқори таъминланганлар. Ҳар бир гуруҳнинг эҳтиёжини қондириш учун ўз ёндашуви мавжуд.

Инжиқ эмаслар энг катта гуруҳни ташкил қилади (36%). Булар ўрта ва юқори даражадаги менежерлар, эркаклар ва аёллар, қайсиким ўртача нархларда тоза, шинам, осуда номерларда яшашни ҳохловчилар.

Бу одамлар отелда ташкил қилинадиган бирор – бир махсус тадбирни талаб қилишмайди, меҳмонхонада қўшнилар билан мулоқот қилишга интилмайди, ҳашаматли отелларда ёки яхши биладиган бошқа жойда тўхташга интилишмацди. Нархга оғринадиган саёҳатчиларга қараганда, уларнинг даромад даражаси юқори бўлсада, ушбу гуруҳ вакиллари арзон бўлган отелларда тўхташга интиладилар. Бу меҳмонхона муҳитига аниқ талаблар қўядиган ягона гуруҳ, улар тинчлик ва хотиржамлик учун тўлашга тайёрлар.

Нархга оғринадиганлар – гуруҳ сони бўйича иккинчи (34%). Унинг вакиллари тежаш учун жуда кўп қулайликлардан воз кечишга тайёр. Улар асосан савдо – сотиқ вакиллари ва ўрта бўғин менежерлар, кўпинча маблада анча чекланган. Бу одамлар кўпроқ сўзамол, улар учун бепул хизматлар жуда муҳим, ресторан иш вақти, холли мавжудлиги муҳим, у ерларда суҳбатдош топиш мумкин. Одатда улар бошқа гуруҳларга қараганда савдо маркаси ва маълум меҳмонхона корхоналари номларига мойилроқ; чегирма бериладиган

доимий яшовчилар учун дастурларда иштирок этишади, негаки машҳур бренд – шуҳратга мойиллик сабаб шунга интилишади.

Юқори таъминланган пулдор бойваччалар – учинчи гуруҳ (30%), унинг вакиллари кўпроқ қиммат меҳмонхоналарни танлашади. Булар, одатда, ёш бойвачча безнесменлар ёки юқори буғин менежерлар, юқори класс мутахассислар. Улар фақат энг яхши хизмат кўрсатилишига рози. Пулни тежаш ҳақида қайғуришмайди, ҳашаматли отелни танлашади, рекреацион хизматлар, аъло ошхона ва лаззатли таомлар бор ресторанларни маъқул кўришади. Вақтни кўнгилли ўтказиш имконияти улар учун пулни тежашдан кўра мухимроқ.

Ушбу гуруҳ вакиллари дам олиш учун отелда қўшимча кунлар эвазига яшашга мойил, вақтни чўзишга ҳаракат қилишади. Одатда улар отел танлашда мустақил қарор қабул қилишади, бироқ кўп ҳолларда бошқа гуруҳларга қараганда, дўстлари ва ҳамкасблари таъсирига шунингдек номерни резервлаш учун ўз корпорацияси ихтисослашган менежерлари ва турагентликлар хизматларидан фойдаланишга маҳкум.

Аёллар алоҳида категория истеъмолчилар сифатида. Аёллар меҳмонхона танлашда асосан эркаклар фойдаланган мезонлар каби йўл тутишади (жойлашган ўрни, нархи ва ҳ.к), бироқ уларнинг мўлжаллари системаси эркаклар қабул қилганидан фарқ қилади. Юқорида тафсилотлари келирилган тадқиқотда аёлларнинг учдан икки қисми отелни тозалиги ва хушманзаралиги танлов учун асос эканлигини ва эркакларнинг фақат ярим ушбу омиллар эътиборга лойиқ эканлигини таъкидлаганлар.

Аёллар отелларни доимий мижозларига айланишга мойилроқ, шунинг учун уларниг талабларини тўлароқ қондиришни таъминлашга ҳаракат муҳимдир:

- Ҳавфсизлик. Аёллар эркакларга нисбатан кўпроққавфсизлиги ҳақида ташвишланишади. Кўпчилик аёллар эшик занжири, кўзача, ишончли қулфни меҳмонхона номери учун зарур жиҳозлар деб ҳисоблайдилар; улар отелларда битта (бош) кириш жойига яқин, яхши ёритилган марказий даҳлизли – барча номерлар кириш эшиги унга очиладиган номерларга жойлашишади. Аёллар номерларда хизмат кўрсатадиган ўз ресторани бор отелларни маъқул кўришади. Ҳавфсизликнинг бошқа зарур компоненти яқин жойлашган машина қўйиш майдончаси ёки яхши ёритилган гараж ҳисобланади.

Меҳмонхона ҳам аёлларни ҳавфсизликка ишончни мустаҳкамлаши мумкин. Бунинг учун отел, ресторан ёки гараж ходимига меҳмон турган хонаси рақамини ва номини қўнғироқ қилувчи ёки отел бошқа ташриф буюрувчисига хабар қилиш тақиқланади; бундан ташқари, қабул қилувчи меҳмонни киришга таклиф қилишдан олдин эшикни очиб, номерни текшириб кўриши лозим;

- Шинамлик ва хизматлар. Аёллар, худди эркаклар сингари озода, шинам, ёруғ хонани ва дўстона сервисни яхши кўришади. Бўй баробар кўзгу ва кийимлар учун илгич каби деталлар аёллар ва хуш ёқади.

Аёллар эркакларга қараганда кўрсатиладиган хизмат сифатига айниқса сезгир. Ушбу соҳада салбий тажриба аёллар томонидан ўткир қабул

қилинади ва отелда яна бир марта тўхташ истагини амалга оширишга сезиларли таъсир қилади.

Отел ходимлари хизмат билан кўрсатилиши ва шу билан бирга ишчан усулда тақдим этилиши учун тегишли тарзда тайёрланган бўлишлари зарур;

- Қулайлик. Кўпчилик аёллар номерда ишлаш ва учрашувлар ўтказиш учун етарли жой бўлишини мақбул кўришади. Бу аёллар ўртасида алоҳида ухлаш хонаси бўлган номер – апаратаментларининг машҳурлиги сабабларидан биридир. Бундай бўш номерлар бўлмаганида, одатдаги номерда йиғма кроватдан фойдаланиш мумкин, бироқ бу аёлларда норозилик кайфияти уйғотади. Номер яхши ёритилган ва албатта, телефон билан стол бўлиши шарт;
- Қўшимча хизматлар. Одатда аёлларни отелда яшаш давомийлиги эркакларга қараганда кўпроқ, шунинг учун бассейн ёки тренажёрлар кабилан аёллар орасида жуда машҳур.

Аёллар эркакларга нисбатан тез – тез ўртада кичик таътиллар олишади ва эркакларга нисбатан ресторанларда 25% кўп вақтни ўтказишади. Демак, меҳмонхона корхонасига сезиларли даромад келтиришади, шунинг учун бозорнинг ушбу нозик ҳилқатлар сегментида уларнинг ҳавфсизлигини таъминлаш, барча зарур хизматларни кўрсатиш, шинамликни таъминлаш муҳим ҳисобланади.

12.2.Меҳмонхона бизнесида менежментнинг ташкилий тузилмалари

Ҳозирги замон менежментига бошқарувнинг классик ташкилий структурасининг уларнинг тузилмаси усуллари чизиқли, функционал чизиқли – функционал, дивизионли ва матричлигига қараб асосий беш тури маълум.

Чизиқли бошқарув тузилмаси (ЛСУ) – бошқарувнинг ушбу тузилмаси қурилиши бўйича энг оддий ҳисобланади ва бевосита бошқарув объекти – меҳмонхона ходимлари (ишрочилар) ва бизнес жараёнга меҳмонхона маълум участкасини бошқарувчи чизиқ раҳбари томонидан тўғридан – тўғри таъсирни таъминлайди.

Ушбу ҳолда участка деганда меҳмонхона корхонаси бизнес соҳасининг даромад ҳосил қилувчи аниқ тармоғи тушунилади.

Мисол учун, номер фонди, ресторанлар, барлар, конгресс марказлар ва банкет хизматлари, соғломлаштириш клублари ва ҳ.к.

Чизиқли бошқарув тузилмасида ягона бошлиқ принципига тўлиқ амал қилинади, чунки барча ички бўлинмалар ижрочилари битта ягона киши – чизиқ раҳбарига буйсинади. У нафақат ўз участкасида, балки бошқа кенг доирада масалаларни ҳам ҳал қилади. Бундай ўзаро ҳаракат юқори тезликни ва ахборотлар ҳаракати ишончлигини таъминлайди, топшириқни зид бўлмаслиги, отелда бошқарув ходимлари сонини қисқартиришга имкон беради. Бошқарувнинг ушбу системаси топшириқни бажарилиши устидан назорат қилишни таъминлайди, негаки чизиқдаги менежер ўз участкасида ишлар натижаси учун тўлиқ персонал жавобгарликни зиммасига олади.

ЛСУ да бўлинма раҳбари юқори малакали ва унинг учсткасида даҳлдор барча масалаларда ваколатли бўлиши зарур. Мисол учун, ресторанлар ва барлар менежери нафақат ресторан ишлари соҳасида, балки умумий раҳбарлик кўникмалари, сотиш ва маркетинг соҳалари, озиқ – овқат заҳиралари ва омбор ишлари, бухгалтерия ҳисоби, техник ва компьютер таъминоти билимдони бўлиши лозим. Тузиманинг қурилиши одлдийлигига қарамай, ишлаб чиқариш жуда мураккаблашган ва бу хизматлар тақдим этишда меҳмонхона ички участкаларида чизиқдаги ходимлар сонини кўпайишига олиб келади.

ЛСУ принципи бўйича меҳмонхона менежменти қурилиши системаси кўпроқ чекланган хизматлар спектри тақдим этиладиган мини – отелларда ва уч ёки тўрт юлдузлига кирувчи отелларда учрайди. ЛСМУ принципидан фойдаланувчи Москванинг “Алроса на Казачьем”, “Сретенская”, “Акварель” отеллари бунга ёрқин мисол бўла олади; бозорда бундай отеллар сони ҳозирча кўп эмас. Хизмат кўрсатиш технологиялари мураккаблиги ва меҳонхоналар кўрсатадиган хизматлар спектрининг кенгайиши бошқарувнинг янада мураккаб тузилмасига ўтилишига сабаб бўлди. Қайсиким ҳозирги вақтда меҳмонхона бизнесида кўпроқ самарали ва мақбулроқ.

Бошқарувнинг функционал структураси (ФСУ).

Бошқарувнинг ушбу тузилмаси қурилиш бошқарув функциясининг дифференцлашга асосланган, жараёнлар алоҳида операцион кесимларга бўлинади, бошқарув таъсири эса функциялар бўйича ўтказилади. Бу ташкилий тузилма вертикал бўйича меҳнатни бўлишнинг классик варианти ҳисобланади. ФСУ қўлланилиши отеллар ҳажми ўсиши, хизматлар тақдим этиш юмушлари мураккаблашуви, меҳмонхона янги маҳсулотлари пайдо бўлиши билан шартланган ва шу муносабат билан мураккаб бизнес – жараёнларини бўлиниши ва оддий операциялар (ҳаракатлар) ишларида самарали мувофиқлаштиришни ташкил этиш ва уларни бажарилиши устидан назорат ўрнатиш заруратини тақозо қилади.

ФСУ меҳмонхона барча фаолиятини, шунингдек ҳар бирини функционал раҳбар бошқарадиган йўналишлар бўйича ички жараёнларни ажратишни кўзда тутади. Меҳмонларни қабул қилиш ва жойлаштириш, меҳмонхонада овқатланишини ташкил этиш, меҳмонхона хизматларини бозорда илгари суриш ва маркетинг тадқиқотларини ташкил қилиш, маблағлар тушуми ва фойдаланишини (бухгалтерия) ҳисоби ва назоратини ташкил этиш, инсон омилларини башқариш (кадрлар бўлими), ички операцияларни ва жараёнларни техник таъминлаш ва ахборот билан қўллаб – қувватлаш (муҳандислик хизмати, 1 т – хизмати) ва ҳ.к. шундай йўналишлар ҳисобланади.

Меҳмонхоналар функционал раҳбарлари бир – бирининг ишига аралашишмайди, уларнинг фаолияти эса меҳмонхона директори ёки унинг ўринбосари томонидан мувофиқлаштирилади. ФСУ дан фойдаланиш функционал раҳбарларнинг касбий тез ўсишига, шунингдек бўлинмалар ичида қабул қилинадиган қарорлар сифати ва тезкорликни оширишга имкон

беради, негаки раҳбарлар асосан ўзлари ваколатли бўлган соҳаларда қарорлар қабул қилишади.

ФСУ дан фойдаланишнинг бош камчилиги, шуки, у ягона жараёнларни жуда кўп операцион кесмаларга (мини – жараёнлар) тақсимлайди. Бу уларнинг бажарилиши самарадорлигини оширишга имкон берсада, бироқ функционал бўлинмалар ўзаро ҳаракати сусайиши ёки жараёнларни бажаришнинг бузилиши оқибатида самарадорликни пасайишига олиб келади. ФСУ ишларини оптималлаштириш учун вертикал ва горизонтал интеграцияларни кучайтириш зарур, бу функционал йўналишлар ўртасида ахборот алмашинувини таъминлайди.

Чизиқли бошқарув структурасидан фарқли равишда ФСУ оралиқ бўғинида ўрта менежер орқали раҳбар ва ижрочи алоқасига йўл қўяди. Улар эса ўз навбатида маъсулияти қисмини пастки даражада турганларга уларга нисбатан функционал раҳбар сифатида юклайди. Шу тариқа битта ходим бир вақтнинг ўзида бир нечта функционал раҳбарга бўйсинади. Амалиётда бу кўпинча ягона бошлиқлик ва фармонбардорлик принципини бузилишига олиб келади. ФСУ да чизиқли системага қараганда ФСУ да бошқарув қарор қабул қилишда тезкорлик паст, улар отел бир неча хизматлари вакиллари иштироки, шунингдек уларнинг раҳбарлари манфаати юзасидан эҳтимол ихтилофларини ҳал этишни талаб қилади.

Бугунги кунда ФСУ меҳмонхона бизнесида энг кенг тарқалган бошқарув системаси ҳисобланади ва кўпроқ тез – тез йирик ўрта отеллар бошқарувини ташкил қилишда фойдаланилади, айниқса ўз мижозларига хизматлар кенг спектрини тақдим этувчи биринчи класслиларда намоён бўлади. Бундай ташкил этиш системаси Москвадаги “Националь” (Le Royal Meridien), Рэдиссон САС Славянская”, “Метрополь”, Санкт – Петербургда, “Астория”, “Грант Отель Европа” отелларида қўлланилади.

Бошқарувнинг чизиқли – функционал структураси (ЛФСУ).

Ушбу бошқарув структураси олдинги икки структурани аралашмаси ва бир вақтда ривожлантириш ҳисобланади. Унинг қурилиши асосий мақсади – ФСУ ВА ЛФСУ афзалликларидан фойдаланиш. Чизиқли раҳбарда унинг участкаси ичида функциональ буғини пайдо бўлади, қайсиким мнежерлар унинг бевосита маслаҳатчи бўлиб чиқишади.

Мисол учун, чизиқли раҳбарда ресторанлар ва барлаш участкасида ошхона бўйича ходимлар буғини (ошпазлар, қандолатчилар, ошхона бўйича ишчилар) тузилиши мумкин, ресторанлар хизмат кўрсатувчи ходимлар буғини (официантлар, барменлар, метрдотеллар), хўжалик буғини (фаррошлар, идиш – товоқювувчилар, муҳандислар), сотиш ва маркетинг бўғини, бухгалтерия бўғини, логистики бўғини (таъминот ва омбор) шулар жумласидандир. Номер фонди хизмати менежерида бронлаштириш бўғини, қабул қилиш ва жойлаштириш бўғини (қабул қилувчи маъмурлар, портье, кассир, консерж, швейцарлар, багаж ташувчилар), хўжалик бўғини (хизматкорлар, муҳандислар), сотиш ва маркетинг буғини, бухгалтерия буғини, логистика буғини пайдо бўлади. ЛфСУ да чизиқли участка раҳбари умумий бошқарувни функциялар бўйича ўз бўлинмаларига бўлади. У

функционал раҳбарларга чизиқли таъсир кўрсатади, улар эса ўз навбатида бажариладиган ишлар ижрочилари билан технологик ҳамкорликни амалга оширадилар. Чизиқли бошқарув структурасидаги каби ЛфСУ да бўлинмалар ичида бошқарув функцияси тўлиқ бўлинган ва иш натижаси учун жавобгарлик тўлиғича раҳбарга юкланган. Ундан фойдаланиш чуқур ихтисослашув натижасида қабул қилинадиган бошқарув қарорлари сифатини яхшилашга имкон беради. Айни пайтда ЛФСУ ни қўллаш структурани мураккаблаштириш ва бошқарув штатлари сонини кўпайтириш демакдир.

ЛФСУ ёки унинг алоҳида элементларидан фойдаланиш бугунги кунла ўрта ва катта отеллар амалиётида учрайди, қайсиким раҳбарият бизнесни функционал мезонлар йўли билан эмас, фойда марказлари бўйича бошқаришни мақбул кўради. ЛФСУ (тур ўзгариши шаклида) хўжалик юритишнинг совет принциплари гуллаб – яшнаган даврда кенг тарқала бошлаган эди (ҳозиргача турибди). Унда директор отелни мутлақ ўз уринборсарлари аппарати орқали бошқарарди, уларнинг ҳар бири меҳмонхона маълум хизматлари (ёки бир неча хизматларни)ни бошқарарди. Бошқарувнинг бундай системаси, масалан, охирги куни тугаган 2003 йилгача “Москва” меҳмонхонасида мувффақият билан фойдаланилган эди.

Бошқарувнинг двизион структураси (ДСУ).

Бошқарувнинг ушбу структураси шаклланиши асосланган хизматлар (хизмат кўрсатиш) ишлаб чиқариш даражасида бирор – бир мезон бўйича функция эвазига рўй беради (Меҳмонхона маҳсулотлари, истеъмолчилар гуруҳлари, сотиш бозори ва ҳ.к ларга). Шунингдек бошқарув функцияси аниқ участка ёки соҳага марказлаштирилади, бунда яна энг даромадли соҳа (асосий даромад манбаи) эътибор маркази ҳисобланади.

Бошқарувнинг дивизион структурасини қуриш учун қуйидаги алгоритмдан фойдаланилади:

- Соҳа барча турлари бошқарувини ташкил қилиш учун функционал белгилар бўйича танланган соҳа менежмент системаси ҳар қандпй ҳолатда ягона шакллантирилади;

У юқори буғин бошқарув функционал раҳбарларидан иборат бўлади;

- Отеллар даромади (соҳаси) манбалари системаси алоҳида шакллантирилади; масалан, меҳмонхона хизматлари спектри барча ишлаб чиқариши, истеъмолчилар гуруҳи ўхшашлиги ёки сотишнинг мақсадли бозори. Шунингдек уларни даромадлилик даражаси бўйича дифференцияциялаш; Ушбу система ичида аниқ соҳа бошқарувини ўрта менежерлар ва пастки даража бошқаруви амалга оширади;
- Бошқарувнинг кўрсатилган системаси ўзаро алоқаси шакллантирилади ва бошқарув биринчи системаси функционал раҳбарларининг иккинчи система ички соҳаси аниқ турларига раҳбарлиги амалга оширилади.

ДСУ меҳмонхона аниқ турлари остида қурилгани боис, уларни ишлаб чиқариш жараёнларни янада самарали ташкил этиш бошқарув, сотиш ва сифат назорати учун замин тайёрлайди. Кўпроқ даромадли маҳсулот белгиси бўйича дифференцияциялаш меҳмонхонани максимум даромадга эришишга имкон беради. Меҳмонхона маҳсулотлари турлари, истеъмолчилар

гуруҳлари, сотиш бозори ҳ.к белгилар бўйича асосланган фукнциялар алоҳида ҳисоб юритиш, сотиш, таъминот ва бошқа танланган соҳалар (даромад манбалари) операциялари бўйича ишни ташкил қилишга имкон яратади. Айни пайтда бошқарув структурасининг ўзини қурилиш мураккаблиги отел шататида ваколатли юқори малакали мутахассислар катта сонини талаб қилади.

ДСУ ни истеъмолчиларга мўлжалланан қурилишини яратиш пайтида нисбатан истеъмолчиларнинг даромадлироқ гуруҳлари белгилари бўйича дифференцияциялаш уларни хизмат кўрсатилишига талабларини максимум қондиришга эътиборни қаратиш имконини беради. Шунингдек отел мижозлар барча базасини самарали шакллантириш ва бошқаришга шароит яратади. Бироқ шу билан бирга истеъмолчиларнинг камроқ даромадли гуруҳларига хизмат кўрсатиш сифатини пасайиш эҳтимолини туғдиради.

Кўпчилик ҳозирги замон отеллари ўз ишларини ташкил қилишда, мавжуд маҳсулотларни такомиллаштириш ва янгиларини ривожлантириш, янги истиқболли бозорларни забт этиш ва ҳ.к. ва ДСУ элементларидан муваффақиятли фойдаланишмоқда. Ташкил этишнинг ушбу системасидан бозорда расман ўзини намоён этиш ва “Балчуг Кемпински Москва” отелининг маҳсулот – “Балчуг Кей – теринг” (Baltschug Catering) ни кўчирма хизмат кўрсатишда фойдаланиши кутилмоқда.

Бошқарувнинг матричал структураси (МСУ). Ўз қурилиши хусусиятарига кўра МСУ аниқ лойиҳа ёки дастурга мўлжалланган. Меҳмонхона бизнесида ундан фойдаланиш меҳмонхона янги маҳсулотларини ишлаб чиқариш ва жорий этишда (янги ресторан очиш, номерлар янги категорияларини жорий қилиш), меҳмонхоналарга хизмат кўрсатиш сифатини ошириш дастурини амалга татбиқ этиш, ходимлар малакасини ошириш бўйича тренинглар ташкил қилишда тавсия этилади. МСУ шаклланиши функционал структурага бошқарувнинг чизиқли структурасига аниқ лойиҳани юклаш ҳисобига амалга ошади. Ҳар бир лойиҳа бошида горизонтал бўйича (лойиҳани умумий маъмурлаштириш) бошқарувни амалга оширувчи менежер туради. Бундан ташқари, ҳар бир ишрочи ўз хизмат раҳбари олдида ҳисоб беради. Лойиҳа ижрочилари билан ўзаро муносабатда бўлган функционал раҳбарлар аппарати функционал алоқаси мавжудлиги билан характерланади, молия, кадрлар ва лойиҳани амалга ошириш учун зарур бошқа ресурсларни бошқариш функциясини реализация қилади. Шу тарзда, лойиҳа гуруҳи (жамоа) кесишган алоқалар қатъий системасида туради. Одатда МСУ ватинча характер касб этади – лойиҳа, дастурлар,ғоялар ва ҳ.к.ларни тўлиқ реализациясигача мавжуд бўлади. Лойиҳа тугаганидан кейин жамоа тарқатиб юборилади.

МСУ лойиҳани амалга оширишга мўлжалланган, нисбатан эгилувчан ташкилий структуралардан бири ҳисобланади. Ундан фойдаланиш лойиҳада ходимлар ишини самарали мувофиқлаштириш, отел ресурсларидан оптимал фойдаланиш, шунингдек юқори раҳбариятга оператив юкланишни камайтириш учун замин яратади. Бироқ МСУ нинг қатор камчиликлари ҳам бор. Улардан асосийси икки раҳбарлик – ижрочилар бир вақтнинг ўзида ҳам

лойиҳа раҳбарига, ҳам хизмат менежерига бўйсинадилар. Бу мажорали вазиятлар вужудга келишига олиб келиши мумкин.

Шунингдек лойиҳа бўйича ишлар натижаси учун менежерлар жавобгарлиги ва ҳокимият мувозанатини аниқлаш ва амалга ошириш жараёнида мураккаб вазият пайдо бўлади. Бунинг учтига бир неча лойиҳаларни бир вақтнинг ўзида реализация қилиш ҳолларида отел менежментига ресурсларни дарҳол бир неча йўналишларга тақсимлашга тўғри келади.

Бошқарувнинг матричли системасидан отелларда махсус лойиҳаларни амалга оширишда фойдаланиш тавсия этилади. Мисол учун, меҳмонхонада янги ресторан очишда лойиҳа раҳбари турли функционал йўналишлар ходимларидан вақтинчалик жамоа тўплайди. Бу ҳолда ресторанлар ва барлар ҳизмати ходимлари янги ресторан таомлари ишлаб чиқишга таомнома тайёрлашга жавоб беришади; техник хизмат ходимлари ресторани кондициялаш, энергия таъминоти, иситиш системасини йўлга қўйишга, ремонт ишларини бажаришга маъсулдирлар; хўжалик хизмати ходими дизайн ва интерьерни жиҳозлашга жавоб беради; сотиш ва маркетинг бўлими вакили ресторан фирма стили; унинг нуфузини ишлаб чиқиш билан шуғулланади, ресторан хизматларини бозорда илгари суриш дастурини тайёрлайди; кадрлар бўлими ходими ресторанга ходимлар танлаб олиш масаласи билан шуғулланади (ошпазлар, официантлар, метрдотеллар, қоровуллар, фаррошлар); молия бўлими ходими (бухгалтер) ҳисоб – китоб ишларини юритади. Матричли структурадан фойдаланиш билан лойиҳа жамоасини бошқариш қўлланилган, масалан, 2002 йилда “Аэростар” меҳмонхонасида янги ресторан “Брас – сери Эрте” очилиши ва реконструкция лойиҳасини амалга оширишда.

Бошқарувнинг юқорида танишилган барча ташкилий структуралари ҳозирги замон отеллар бошқарувини ташкил этиш учун фойдаланилади. Одатда амалиётда отеллар раҳбарияти ўз ташкилий структураларини шакллантиришда бошқарувнинг турли системалари элементларидан фойдаланишади.

12.3.Меҳмонхона корхоналарининг ташкилий структураси. Меҳмонхоналар асосий хизматлари

Ҳаммага маълум, ҳар қандай бизнес муваффақияти уни тўғри ташкил қилинишига боғлиқ. Бундан меҳмонхона бизнеси ҳам истисно эмас. Шу боис отел ташкилий структураси жуда юқори даражада меҳмонхона фаолияти мутлақ кўпчилик кўрсаткичларига таъсир қилади. Мижозларга ваъда қилинган хизматлар кўламини тезкор ва сифатли кўрсатиш учун отел уларни тақдим этишнинг изчил йўлга қўйилган механизмига эга бўлиши зарур. Меҳмонхоналарни ҳажми ва характери бўйича турлича ихтисослашуви, шубҳасиз, ташкилий структурасида ўзига хос хусусиятларига ҳам эга. Бироқ бари – бир ҳар қандай шаклдаги ташкил этишда отеллар муҳим функциялари кафолатли бажарилиши керак. Бундан ташқари меҳмонхоналар барча бўлишлари структуралари фаолиятида уйғунлик муҳим омил ҳисобланади.

Меҳмонхона корхонаси ташкилий структураси – бу унинг фаолиятини таъминловчи фукнционал техник системадир.

Меҳмонлар асосий фаолияти хизматлар кўрсатиш билан боғланган. Уларни тақдим этиш тузилган шартнома қоидалари бўйича амалга оширилади. Қайсиким хизматлар қиймати ва шартларини белгилайди ва меҳмонхонага мурожаат қилганларнинг барчасига нисбатан бир хилда амал қилади.

Ҳар бир меҳмонхона корхонаси таркибида асосий хизмалар (қабул қилиш ва жойлаштириш, бронлаш хизмати, хизмат кўрсатиш хизмати, номер фондини эксплуатация қилиш хизмати, овқатлантириш хизмати, хавфсизлик хизмати, маркетинг ва жамоатчилик билан алоқа бўлими), ёрдамчи ва қўшимча хизматлар (техник – муҳандислик, сервис таъмирлаш ва ҳ.к) бор.

Қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати.

Ушбу хизмат меҳмонхонага келган мижозларни қабул қилиш, рўйхатдан ўтказиш ва уларни номерларга жойлаштиришни таъминлайди. Қабул қилиш хизмати муҳим функциясига меҳмонлар билан саломлашиш, уни жойлаштиришда зарур расмиятчиликларни бажариш киради. Қабул қилиш хизмати ходими (портье) киришда турган швейцар – эшикбондан кейин меҳмонлар билан юзма – юз келадиган амалдаги биринчи меҳмонхона ходимидир.

Қабул қилиш хизмати, менежери меҳмонхона ҳақида барча маълумотларга эга бўлиши, барча ишларни аниқ режалаштирадиган, ўз бўлими ишини доимий назорат қилиб туриш ўқувига эга бўлмоғи зарур. Шунингдек барча масалалар, муаммолар ва меҳмонлар тушунмовчиликлари унинг ёрдамида ҳал этилиши лозим.

Портьенинг бош вазифаси – ахборот хизмати кўрсатиш. Меҳмонлар хизмат кўрсатиш турлари, уларни тақдим этилиши, маҳаллий диққатга сазовор жойлар, хусусиятлари, почта, транспорт ишлаш графиги ва ҳ.к лардан хабардор қилинади.

Меҳмонларни қандай кутиб олади, уларга қандай эҳтиром кўрсатилади, зарур расмиятчиликлар (бронлаштиришни текшириш, анкети тўлдириш, олдиндан тўлов) қанчалик тез бажарилади, шуларга қараб, бутун меҳмонхона ишига баҳо берилади, ана шулар чуқур таассурот қолдиради. Шу муносабат билан қабул қилиш хизматига қуйидаги талаблар қўйилади:

- Қабул қилиш хизмати бевосита меҳмонхонага кириладиган жой яқинида жойлашган бўлиши керак. Меҳмонхона вестюбл майдони катта бўлган ҳолда интерер динамик ҳарактери меҳмонларни қабул қилиш хизмати (портье турган жой) га йўналтириш мақомида бўлиши зарур;
- Портье турадиган жой озода, унда тартибсиз сочиб ташланган қоғозлар ва кераксиз буюмлар бўлмаслиги лозим;
- Қабул қилиш хизмати ходимлари нуқсонсиз ташқи кўринишга эга ва ўзларини назокатли тутишлари зарур. Меҳмонлар билан фақат тик турган ҳолда гаплашиш лозим. Меҳмонларни куттириб қўйиш керак эмас. Портье унинг учун меҳмонларни қабул қилишдан бошқа муҳим иш йўқлигини англаши зарур.

Қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати функциясига шунингдек қуйидагилар киради:

- Номерларни тақсимлаш ва меҳмонхонада бўш ўринларни ҳисобини олиш, ҳисоб ёзиб бериш ва мижозлар билан ҳисоб – китобни амалга ошириш. Меҳмонлар келгунича қабул қилиш хизмати бронлаштириш хизматидан ишланган талабномаларни олади, уларга мувофиқ нмоер фонди ҳаракат картасини тузади, бу меҳмонхонада бўш ўринлар ҳисобини юритишга ёрдам беради. Кўпчилик йирик меҳмонхоналарда ушбу операция махсус компьютер дастуридан фойдаланган ҳолда автоматик тарзда амалга оширилади. Кичик ва ўрта меҳмонхоналарда яқин вақтгача ушбу мақсадда уяли махсус тахта дскалан фойдаланиб келинганиди, у ерга турли рангдаги карточкалар қўйилади, ранг мижозни меҳмонхонада бўлган кунлари сонини аниқлаб беради;
- Номерлар калитини топшириш. Қабул қилиш хизматида номерларнинг калити учун ҳам тахта жойлашган. Одатда улар меҳмонларга юборилган корреспонденция, телефонограмма ва бошқа ёзма ахборотлар учун махсус қутилар билан жиҳозланган. Жойлаштиришдан кейин дарҳол ҳисоб – китоб қисми меҳмон номига ҳисоб очади. Одатда меҳмонлар меҳмонхоналар турли хизматларидан фойдаланишади, бунда ташриф карточкаси кўрсатилади ёки хона рақами айтилади. Ушбу хизмат ҳисоб – китоб қисмига харажатлар ҳақида маълумот беради, қайсиким уларнинг умумий ҳисобига киритилади. Меҳмоннинг бўлиши охирида ҳисоб – китоб қисми унинг билан ҳисоб – китоб қилади ва бу ҳақда меҳмонхона барча хизматларини хабардор қилади;
- Меҳмонлар картотекасини юритиш. Ҳар бир меҳмонга у меҳмонхонада бўлганидан кейин махсус карточка тўлғазилади, унда меҳмон билан муносабатда бўлган меҳмонхона барча хизматлари томонидан кўрсатилган хизматлар ҳақида маълумотлар акс этади. Меҳмон яна келганида ушбу маълумотларга қараб, ходим меҳмон истаганидан ҳам яхшироқ хизмат кўрсатиш сифатини ошириши мумкин. Бундай ишлар доимий мижозларга эга бўлиш ва меҳмонхонани қўшимча реклама қилиш ҳисобланади ушбу мақсадда замонавий меҳмонхона корхоналарида компьютер дастури ёрдамида мижоз ҳақида маълумотлар банки яратилади.

Ҳар қандай меҳмонхонада бухгалтерия ва солиқ ҳисобини тўғри ташкил қилиш учун биринчи навбатда меҳмонларга хизмат кўрсатиш барча операцион жараёнларни ўзида тасаввур этиш зарур ва бунда ушбу жараёнлар ҳар бир босқичда қайси бирламчи ҳужжатлар расмийлаштирилиши лозимлигини билиш керак. Шу боис бухгалтерия бирламчи ҳисоб шаклларига алоҳида эътибор бериши зарур, қайсиким уларни қўлланилиши бўйича қисқача кўрсатмалар билан бирга РФ Молия вазирлиги буйруғи билан 121 – рақамда 13.12.93 йилда тасдиқланган тартибга кўра тўлидирилиши лозим. Бирламчи ҳисоб – китобнинг кўрсатилган шакллари барча меҳмонхоналар уларнинг ташкилий – ҳуқуқий шаклидан қатъий назар, бирор – бир ўзгаришсиз ва қўшимчасиз қўлланилиши шарт.

Қатъий ҳисобот ҳужжатлари шакллари рўйхати:

- Анкета (форма №1- Г)

- Хорижий фуқароларни рўйхатга олиш журнали (2 – Г)
- Ҳисоб (счет) – (3 – Г)
- Ҳисоб (счёт) – (№ - ГМ)
- Меҳмонлар картаси (4 – Г)
- Касса ҳисоботи (5 – Г)
- Нақд ҳисоб – китобсиз яшаш ва бронлаштириш учун тўлов ҳисоблари (7 – Г)
- Пулни қайтаришга квитанция (8 – Г)
- Меҳмонхона мулки бузилгани ҳақида далолатнома (9 – Г)
- Жой бронлаштиришга талабнома (10 – Г)
- Автотўхташ жойи (11 – Г)

Ҳар қандай меҳмонхонада унинг категориясидан қатъий назар хизмат кўрсатиш жараёнини бир неча босқичша бўлиш мумкин:

1) бронлаштириш – меҳмонхонада олдиндан жойга буюртма;
2) меҳмонларни қабул, рўйхатга олиш ва жойлаштириш;
3) яшаш хизматлари тақдим этиш;
4) қўшимча хизматлар тақдим этиш;
5) узил – кесил ҳисоб – китоб ва жўнаб кетишни расмийлаштириш;

Бронлаштириш хизмати

Меҳмонхонада меҳмонларга хизмат кўрсатиш жараёни айнан бронлашдан бошланади, бу дегани номер ва жойга олдиндан буюртма бериш дегани. Бронлаштириш функциясини ё меҳмонхона менежерлари, ё бевосита меҳмонларни қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати амалга оширади. Одатда, турист ёки бизнесмен вақтинча турар жой ёллашдаги қийинчиликларга дуч келишни истамай, албатта, ана шундай хизмат билан боғланади ва жой ёки номерга буюртма беради.

Меҳмонхона ўринларини бронлаштириш функциясини бажариш учун яратилган дастурий модуль “тасдиқлаш/рад этиш” режимида ишлайди ва меҳмонхона занжири бронлаштириш умумий системаси доирасида ёки автоном ишлар вақтига боғланган.

Бронлаштириш хизмати функциясига киради:

- талабномаларни қабул қилиш ва уларни ишлаш;
- зарур ҳужжатлар – ҳар куни келиш графиликлари (ҳафта, ой, квартал, йил), номер фонди ҳаракати картаси:

Талабномаларни қабул қилиш телефон, факс, телекс, почта (хат ёки телеграмма) орқали бронлаштиришнинг компьютер системаси ёрдамида амалга оширилади:

- келишнинг вақти ва санаси;
- жўнаб кетишнинг тахминий вақти ва санаси;
- меҳмонлар сони;
- номерлар категорияси (люкс, апартамент, экономкласс, бизнес – класс);
- номерда хизмат кўрсатиш (ванна, душ, телевизор, совутгич, сейф, мини – бар ва ҳ.к мавжудлиги);
- овқатлантириш хизмати (фақат нонушта, ярим пансион тўлиқ пансион);

- нарх (нархни кўрсатишда меҳмон нимага тўлаши аниқ белгиланиши лозим бўлишнинг ҳамма вақти учун, бўлишнинг бир куни учун, ҳар бир яшовчига, фақат жойлаштириш учун, жойлаштириш ва овқатланиш учун, жойлаштириш ва нонушта учун ва ҳ.к).
- ҳисоб – китоб қилувчининг исми, шарифи (ёки ташкилот номи);
- тўлов тури (нақд, нақдсиз, кредит карточкасидан фойдаланиш билан);
- алоҳида истаклар (ресторанда олдидан стол бронлаштириб қўйиш, трансфер, номерда ҳайвон сақлаш имконияти ва ҳ.к)

Бронлашга талабнома берувчи ташкилот шунингдек ўз реквизитлари (номи, манзили, телефони, факси, банкдаги ҳисоб рақми ва бошқалар)ни кўрсатади. У ҳолда меҳмонхона агар яшаш бўйича ўз хизматларини кўрсата олса, ташкилотга талабнома тасдиқлангани ҳақида хабар жўнатилиши керак. Рад қилинган ҳолда ҳам хабар юборилиши лозим.

Талабномани тасдиқлаш – бу меҳмонхонада албатта жойлаштирилиши ҳақида уни махсус хабардор қилишдир. Одатда хабарда тасдиқ рақми, меҳмонни келиши ва жўнаб кетиши кўзда тутилаётган санаси, буюртма берилган номер категорияси, меҳмонлар сони, кроватлар сони ва келишувдаги бошқа махсус талаблар кўрсатилади. Жойлаштиришнинг бошқа икир – чикирларини яна бир марта аниқлаб олиш, шунингдек баҳсли масалалар вужудга келмаслиги учун, меҳмонхонага келгинида меҳмон ҳабарномани ўзи билан олиб келгани маъқул.

Бронлатиришга ҳар бир талабнома ва буюртмани бекор қилиш мажбурий тарзда рўйхатга қайд этилади. Агар бекор қилинган буюртма ўз вақтида қайд этилмаса, номерни сотилмай қолиш эҳтимоли катта бўлади. Хизматлар сифатида меҳмонхона маҳсулотлари хусусиятларидан бири сақлаш имкони йўқлигидир. Агар номер сотилмай қолса, унда бундай хизматдан мумай даромад олиш йўққа чиқади. Ўз фаолиятида меҳмонхона корхоналари кўпинча талабномаларни кафолатланган тасдиқланишига амал қиладилар. Бу дегани, улар бронлашни мижоздан у кечикиб келганида ёки умуман келмай қолганида ҳам тўловни кафолатлашга розилик олганидан кейингина тасдиқлайди. Бундай кафолат энг аввало, суткалий жойлаштириш ёки бутун муддат давомида жойлаштириш қийматининг 50 ёки 100 % миқдорида олдиндан тўлов ҳисобланади. Шунингдек мижознинг кредит карточкаси номери ҳақида маълумот ҳам кафолат бўла олади.

Бронлаштириш хизмати нафақат талабномалар йиғиш билан шуғулланади, балки у ёки бу моментда меҳмонхона хизматларига талабни ҳам ўрганади. Мавсумийликдан ташқари талаб даражасига ушбу регионда ўтказилаётган маданий ёки спорт тадбирлари (кинофестевал, мамлакат чемпионати ва ҳ.к) ҳам таъсир қилиши мумкин. Шунингдек меҳмонхона жойлашган региондаги сиёсий вазият ҳам катта аҳамиятга эга. Сир эмас, сиёсий беқарорлик даврида туристларни келиши ҳавфсизлигини таъминлаш имконияти пасайиши оқибатида туристларни регионга қизиқишлари пасаяди. Барча омилларни ҳисобга олган ҳолда, бронлаштириш бўлими менежерлари маркетинг бўлими билан ҳамкорликда меҳмонлар фаолиятини режалаштиради. Баъзан меҳмонхона комплекслари иккилик бронлашти-

ришни ҳам қўллашди, одатда бу ё оммавий тадбирклар ўтказилаётганда, ё мавсум гавжумлик чўққисида рўй беради. Иккилик бронлаштириш – бу меҳмонхонада бир вақтнинг ўзида икки меҳмонга ўша бир санага ўрин тақдим этишни тасдиқланишидир.

Албатта, бундай қабул фойдалана туриб меҳмонхоналар маъмурияти маълум таваккалчиликка боради. Бундай қабул мижозлардан бирининг талабномаси бекор қилинганда ўзини оқлайди. Агар икки мижоз ҳам келганда нима бўлади? Бундай ҳолатда ҳам қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати мижозни жойлаштириши шарт. Бунда яқинда жойлашган меҳмонхоналар билан ўзаро алоқадан фойдаланиш мумкин, у ерга ёки турар жойни ижарага берувчи фирмага мижозни жўнатиш мумкин.

Меҳмонларни рўйхатга олиш ва жойлаштириш тартиби.

Кейинги босқич – жойлаштириш, қайсиким ўз навбатида кутиб олиш, рўйхатдан ўтказиш, калитни топшириш ва номергача кузатиб қўйишдан иборат. Юқори классдаги меҳмонхоналар меҳмонларни нафақат “бўсағада” кутиб олиши мумкин, балки аэропортда ёк вокзалда кутиб олиш каби хизмат турларини ҳам таклиф қилади, одатда бу ҳақда бронлаштиришда келишиб олинади. Катта бўлмаган меҳмонхоналарда мижоз меҳмонхонага киришда ёки вестибюлда кутиб олишади.

Меҳмонхона етиб келгач, мижоз рўйхатдан ўтиши зарур. Рўйхатга олиш жараёни чўзилиши меҳмонни номерни брон қилган қилмаганига боғлиқ. Табиийки, брон бўйича жойлаштиришнинг автоматлашган ҳисоби йўлга қўйилган меҳмонхонада бу атиги бир неча минутда вақтни эгаллайди, чунки деярли барча зарур маълумотлар олдиндан берилган талабномада кўрсатилган бўлади.

Олдиндан берилмаган буюртмаларни рўйхатга олиш жараёни эса бир мунча чўзилади, бунда маъмур ва меҳмон номер қиймати, жойлашиш муддати, тўлов тартиби ва шунга ўхшаш масалаларни муҳокама қилиб олишади. Агар томонлар ўзаро келишувга эршса унда қоидаларга мувофиқ хизмат кўрсатишга шартнома тузилади. Бунинг учун меҳмон ўзининг шахсини тасдиқловчи ҳужжат кўрсатади (РФ ҳукуматининг 1995 йил 17 июлдаги 713 – сон “Россия Федерацияси фуқаросини Россия Федерацияси ҳудудида яшаш жойи ва бўладиган жойида рўйхатга олиш ва рўйхатдан чиқариш ва рўйхат олишга жавобгар мансабдор шахслар рўйхатини тсдиқлаш тўғрисидаги қарори, 14 – банди) ва 1 – 5 рақамли шаклдаги анкета тўлдиради. Анкета тўлдирилиши меҳмонхона ва мижоз ўртасида шартнома тузилганини гувоҳлайди. Нотўғри кўрсатилган маълумотлар номерда унутиб қолдирилган буюмларни қайтирилишини мураккаблаштиради. Яъни агар меҳмон тўлов олинмасдан, кўрсатилган хизматлар учун ҳақ тўламасдан жўнаб кетса шундай ҳол содир бўлиши мумкин. Жўнаб кетишнинг санаси ёлғон кўрсатилиши кейинчалик ё номерни бўш туриб қолишига, ё меҳмон узоқроқ қолишини режалаштирса яшовчи билан маъмурият ўртасида мажора келиб чиқишига сабаб бўлади, чунки номер аллақачон сотилган.

Сафарга, маслаҳатлашувга, концеренцияга, йиғинга, келган фуқаролар бир нусхада анкета тўлғазишади, қолганлар эса – икки нусхада шахсий ҳужжатлар текшириб кўирлгач, эгасига қайтарилади.

Анкеталарни сақлаш ва улар билан ишлашда маъмуриятда иккита картотека бўилиши лозим:

Биринчисида меҳмонхонада яшовчининг анкетаси сақланади, иккинчисида – меҳмонхонадан бир ой ичида чиқиб кетган шахсларники сақланади. Картотекаларда анкеталар алфавит тартибида жойлаштирилади.

Анкеталар маълумотларини текшириб кўргач, маъмур меҳмонга кириб жойлашиш ҳуқуқи берилганлигини тасдиқловчи икки нусхада ҳужжат ёзиб беради: биттаси кассир учун. Қайсиким яшаш учун ҳисоб ёзиб бериши лозим, иккинчиси қақат бўйича навбатчи учун.

Рўйхатга олиш чоғида мижозга яшаш учун ҳисоб ёзилади, у яшаш суткалари сонига кўпайтирилган номер тарифини (ёки номердаги ўринларни), бронлаштириш хизматлари учун тўловни, қўимча хизматларга тўловни ўз ичига оладики, қайсиким меҳмон регитрация пайтида буюртма беради.

Ҳисоб уч нусхада ёзилади: биринчиси мижозга берилади, иккинчиси касса ҳисоботи билан бухгалтерияга топширилади, учинчиси меҳмон жўнаб кетгунгача меҳмонхона ҳисоб – китоб қисмида назорат картотекасида (Тўлов кунлари бўйича махсус чўнтакчаларда қўйилган) сақланади.

Ҳисоб – китоб овтоматлаштирилган усулда юритилганда счёт икки нусхада ёзилади. Уларда яшашнинг бутун даври учун зарур тўлов қайд этилади. Икки нусха ҳам меҳмон жўнаб кетгунча назорат картотекасида сақланади.

Тўловдан кейин маъмур меҳмон картасини тўлдиради. Ушбу ҳужжат мижозга номер калитини олиш ва меҳмонхона ҳудудида жойлашган алоқа ва маиший хизмат, умумий овқатланиш корхоналарида навбатсиз хизмат кўрсатилиши ҳуқуқини беради. Картанинг кунлар хонасида меҳмоннинг тўловлар даври белгилаб борилади.

Меҳмон жўнаб кетаётганда қават ходими сана кўрсатилган белги қуяди ва номер (ўрин) бўшатилган соатни багаж номи ва ўрни сонини белгилаб қўяди. Вестибюлда меҳмон картани маъмурга топширади.

Кўпчилик меҳмонхоналар меҳмонлар картасидан реклама воситаси сифатида фойдаланади. Унда меҳмонхона жойлашган жой, ёрдамчи ва қўшимча хизматлар, уларнинг жойлашиши, ишлаш режими ва ҳ.к ҳақида маълумотлар кўрсатилиши мумкин.

Касса ҳисоботини меҳмонлар билан ҳисоб – китобни амалга оширувчи ходим икки нусхада тузади. Биринчи нусха счёт ёки касса назорат лентаси билан бирга бухгалтерияга топширилади, иккинчиси эса ҳисобдор шахсда сақланади.

Агар меҳмонхона туристик гуруҳлари жойлаштириш бўйича хизмат кўрсатса, унда туристик фирма, одатда, жойлаштириш учун ўрин бронлаштиради, бу уларни олдиндан жойлаштиришга тайёрлаш ва маъмурият ишини режалаштириш имконини беради. Меҳмонларни рўйхатга

олиш бу ҳолда гуруҳ раҳбари томонидан маъмур билан биргаликда амалга оширилади, қайсиким келиш бўйича туристик фирмалар – йўлланмаси – ушбу меҳмонхонада шаш ҳуқуқини тасдиқловчи ва каофлатловчи ҳужжатни кўрсатади, унда туристлар рўйхати ва тўлов амалга оширилгани қайд этилган бўлади. Маъмур туристларни гуруҳий жойлаштириш учун ҳужжат тўлдиради, унда нақдсиз тўлов ҳақида белги қўйилади. Меҳмон картаси гуруҳ ҳар бир иштирокчисига ёзилади. Туристик гуруҳларга хизмат кўрсатишда яшаш учун счёт ёзилмайди, негаки тўлов нақдсиз ҳисоб – китоб йўли билан амалга оширилади.

Бронлаштириш учун тўлов ҳисоб – китоби ва нақдсиз ҳисоб – китоб бўйича яшаш 7 – Г рақамли шакл бўйича амалга оширилади ва навбатчи маъмур ёки портье томонидан икки нусхада юритилади. Сўнгги якун яшовчи жўнаб кетганидан кейин қилинади ва корхона, ташкилот берган счёт тўловчига асос бўлиб хизмат қилади.

Яна бир сутка яшаш учун ҳақ тўламаслик учун туристик гуруҳ жўнаб кетаётган куни номерларни бўшатишлари ва ўз буюмларини сақлаш камерасига топширишлари мумкин.

Одатда бундай ҳолларда гуруҳ учун дам олиш имкониятини бериш мақсадида битта номер хона қолдирилади.

Чет эллик меҳмонни рўйхатга олиш чоғида маъмур визанинг амал қилиш муддатини текширади, визасига меҳмонхона номи, рўйхатга олинган санаси, меҳмонни рўйхатдаги рақамини белгилаб қуяди ва унинг келганини чет эллик фуқаролар журналида қайд этади.

Чет эллик ўз паспортини ички ишлар органларида рўйхатдан ўтказиши шарт. Тартиб бўйича меҳмонхона ҳам рўйхатга олиш мажбуриятини зиммасига олади. Паспортни рўйхатга олиш учун 09.12.91 йил 2005 – 1 – сон “давлат пошлинаси тўғрисида” Федерал қонунга мувофиқ энг кам иш ҳақи (МРОТ) нинг 20 % миқдорида пошлина олинади.

Чет элликни жойлаштира туриб меҳмонхона ундан пошлина ушлаб қолиши ва уни маҳаллий бюджетга ўтказилиши лозим.

Хизмат кўрсатиш хизмати

Меҳмонлар нуқтаи назаридан ушбу хизмат меҳмонхонада энг муҳим ҳисобланади. Чунки ушбу хизмат ходимлари бевосита доимий равишда мижозлар билан ишлайди ва бевосита хизмат кўрсатиш билан боғлиқ барча функцияларни бажаради.

Хизматни менежер бошқаради, унга швейцарлар, даҳлиз хизматкорлари, багаж ташувчилар, лифтчилар консерьержилар, жойлаштирувчилар, ҳайдовчилар (ижарага олинган машиналарда) буйсинадилар. Мижозларни меҳмонхона ҳақида биринчи таассуротлари яхши бўлишида ушбу хизматга алоҳида маъсулият юкланган.

Швейцарлар – эшикбонлар одатда меҳмонхонага киришад туришади ва меҳмонларни биринчи бўлиб саломлашиб, кутиб оладилар, уларни машинадан тушишларига ёрдам беришади. Швецарлар меҳмонхонада кўрсатиладиган хизматлар, меҳмонхона тадбирлари (конференциялар,

банкетлар), меҳмонхона жойлашган жой ва унинг теварак – атрофи ҳақида маълумотларга эга бўлишлари зарур.

Даҳлиз хизматлари меҳмонларни номерга кузатиб боришади, шунингдек у ерга багажларини элтиб беришади. Кузатиб борилаётганда уларга меҳмонлар билан гурунглашиб бориш тавсия этилади. Бунда меҳмонхонада кўрсатиладиган хизматлар, ресторанлар, барлар, кирхона, кимёвий тозалаш, бассейн, спорт заллари мавжудлиги, уларнинг ишлаш режими ҳақида маълумотлар бериш айниқса муҳимдир. Номерда даҳлиз хизматчиси меҳмонга жойлашишга кўмаклашиши, яъни ускуналар, жиҳозлар (ёригич, радиотелевизорлар, кондиционер, телефон, мини - бар) қандай ишлатилишини тушунтириши (бир вақтнинг ўзида уларнинг созлигини текшириб кўриши) керак.

Консбержилар меҳмонларга жуда кўп муҳим хизматларни кўрсатадилар. Уларни вестибюлда махсус столда ёки бевосита қаватларда кўриш мумкин. Коньсержлар кўрсатадиган кўпроқ типик хизматларга киради:

- театрга билетлар сотиб олиб келиб бериш;
- шаҳар ресторанларида стол буюриш;
- темирйўл, автобус ва ави билетларга буюртма бериш ва келитириб бериш, халқаро, шаҳарлараро ва ички транспорт иши ҳақида маълумотлар;
- сартарошхона, косметика салонида жой резрвлаш, врач қабулига ёздириб қўйиш;
- маҳаллий диққатга сазовор жойлар, музейлар, кўрзагмалар, дўконлар ҳақида маълумотлар;
- шошилинч ҳолатлар (мисол учун, врач, юрист, нотариус чақириш)да ёрдам;
- мижозларнинг шахсий топшириқларини бажариш (харидни амалга ошириш, виза расмийлаштириш ва ҳ.к)

Номер фондини эксплуатация қилиш хизмати.

Номер фондини эксплуатация қилиш хизмати функцияси меҳмонхона номерлари санитария гигиена ҳолатини ва шинамлик даражасини зарур ҳолатда сақлаш ҳисобланади. Шунингдек жамоат бинолари (холлар, фойе, йўлаклар, даҳлизлар)ни озода, саранжом – саришта сақлаш ҳам вазифасига киради.

Ходимлар сонига кўра ушбу хизмат меҳмонхона энг йирик ҳисобланади. Одатда бу ерда барча хизматчиларнинг 50 % гача ишлайди.

Номерларни эксплуатация қилиш хизматини менежер бошқаради: унга хиўматкорлар, қават бўйича навбатчилар, супер вайзерлар, стюардлар ва айрим бошқа категория ходимлар буйсиндирилган. Хизматкорлар йиғиштириш ишларини бажарадилар. Бу уларнинг асосий бурчи. Номерлар банд ёки бўш турганлигидан қатъий назар йиғиштирилади.

Номерлар ҳар куни йиғиштирилади, меҳмонлар жўнаб кетгач эса – бош йиғиштириш ўтказилади. Хизматкор ҳар куни жорий ва зарурат туғилганда оралиқ йиғиштириш ўтказади.

Номер фондини йиғиштириш қуйидаги кетма – кетликда ўтказилади: дастлаб бронлаштирилган номерларда иш олиб борилади, кейин ҳозиргина яшовчилардан бўшаган номерларда, энг кейин банд биноларда ўтказилади.

Жорий ийғиштириш жараёни бинони шамоллатиш, идишларни йиғиштириш ва ювиш кроват, тумбочка, столларни йиғиштириш, чангни артиш, санузлни тозалаш юмушларидан иборат. Хизматкор бурчига, шунингдек нмоердаги жиҳозларни сақланишини текшириш ҳам киради.

Агар номер бир неча хоналардан иборат бўлса, йиғиштириш жараёни ҳамма вақт ухланадиган хонадан бошланади, кейин меҳмонхона ва бошқа биноларда давом эттирилади ва санузлни йиғиштириш билан якунланади. Номерларда ҳар кунги оралиқ йиғиштириш учун шароит бўлгандла заруратга қараб ўтказилади.

Меҳмонлар жўнаб кетгандан кейин номерни йиғиштириш чоғида хизматлар функциясига қўшимча яна тўшак – чойшаб ва сочиқларни, номерда мавжуд бўлган ахборот материалларини алмаштириш ҳам киради. Номер фондини, меҳмонхона барча яшаш қисмини бош (генеральний) йиғиштириш камида 10 кунда марта ... ўтказилади.

Меҳмонхоналар типларига қараб, ҳар бир хизматкор бир кунда 16 тадан 20 тагача номерни йиғиштириб, тартибга келтиради. Йғиштиришга сарфланадиган вақт банд ва бўшатилган номерлар нисбатига боғлиқ. (бўшатилган номерларни йиғиштириш кўп вақтни олади).

Қават бўйича навбатчи (смена супер вайзери) сменадаги хизматкорлар ишини назорат қилади ва шу билан бирга бино стандарт талабларига мувофиқ йиғиштирилганига ишонч ҳосил қилиш зарур.

Супервайзер бурчаги яна қабул қилиш хизматига бўш ва банд номерлар ҳақида маълумот бериш ҳам киради. Бундай лавозим ҳамма меҳмонхоналарда ҳам кўзда тутилмаган.

Стюардлар юқори категорияда хизмат кўрсатадиган меҳмонхоналарда бор (люкс отеллар). Улар ўз ишларини куннинг иккинчи ярмида бошлайдилар. Стюардлар бурчаги ҳар бир номерни тоза сочиқ билан таъминлаш. Номерга шинамлик кўриниши бериш, шунингдек йиғиштирилаётган кроватни тўғрилаб қўйиш (зарурат бўлганда) киради.

Овқатланиш хизмати

Ушбу бўлинма меҳмонхона бизнесининг аржалмас қисмини ўзида намоён этади. Негаки дастурхонсиз меҳмонновозлик бўлмайди. Меҳмонхона ресторанлари – бу нафақат нуфуз ва меҳмонхона юзи, балки асосий даромад манбаи (тахминан меҳмонхона комплекси даромадининг учдан бири) ҳамдир. Ресторансиз меҳмонхона – бу оддийгина “тунаш жойи” бўлиб қолади. Инсон аввало, мазали овқатланиш, кейингина ухлаши лозим.

Меҳмонхона комплекслари ресторанлари (кафелари)да хизмат кўрсатишни ташкил этиш чоғида одатда овқатланишнинг қуйидаги шартлари таклиф қилинади: тўлиқ пансион (уч маҳал овқат – нонушта, тушлик, кечки овқат); ярим пансион (икки маҳал овқат – нонушта плюс тушлик ёки кечки овқат); фақат нонушта (бир маҳал овқат).

Барча меҳмонларда нонушталар сервисига тузалишига алоҳида эътибор қаратилади. Меҳмонлар куни нонуштадан бошланади ва меҳмонлар учун кунни яхши ё ёмон бўлиши шу хизматга боғлиқ. Тушликдан ва кечки овқатдан фарқли равишда нонуштага меҳмонхонада яшовчи ҳамма меҳмон келади. Нонуштанинг қуйидаги турлари фарқланади:

- континентал нонушта. Унга кофе, чай ёки қайноқ шоколад, шакар, қаймоқ (сут), лимон, икки хил повидла, муроаббо ёки асал, мой, нон – булочка маҳсулотлари киритилади. Европа кўпчилик мамлакатларида континентал нонушта меҳмонмеҳмонхонада жойлаштириш нархига киритилади;
- кенгайтирилган нонушта. Меҳмонлар континентал нонуштасига қўшимча шарбат (апельсинли, томатли, грейпфрутли), тўғралган ветчина, пишлоқ ва колбаса, тухумли таом, йогутлар, творог, қотирилган нон киритилади.

Нонушта чоғида кўпинча буфет сервиси ташкил этилган, ёки официант тўғралган гўштли таом келтириб тарелкаларга қуяди ва таомни меҳмонлар столида қолдиради. Туухмли таомлар индифидуал буюртма бўйича тайёрланади:

- инглиз нонуштаси. Классик вариантда инглиз нонуштаси номерга келтирилган эрталабки чой ёки кофе (қайноқ шокалод ҳам бўлиши мумкин) дан бошланади. Шунингдек унга шакар, булочка маҳсулотлари, мой, мураббо, асал, жем киритилади. Тухумли таомлар (тухум билан гўшт, қовурдоғи, нон устига қовурилган тухум, гўштли омлет ёки қўзиқоринли ва бошқалар), балиқ таомлар, додан тайёрланган таомлар (сўли шовла, ёки сутли суп ёки ширин ё тузли сув) билан тўлидирилиши мумкин. Инглиз нонуштаси худди кенгайтирилган нонуштадагидек сервисланади – тузилади;
- америка нонуштаси. Қўшимча муз парчалари солинган одатдаги сув, мева шарбатлар, янги узилган мевалар (грейпфрут, тарвуз, қаймоқ ёки сут билан мевалар) ёки мева компотлар (олча, шафтоли), донли тамолар (маккажўхори, гуручли), пирог, унча катта ўлмаган порцияда гўшт таклиф қилинади;
- шампан билан нонушта. Ушбу нонуштани тақдим этиш вақти – соат 10.00 дан 11.30 гача. Кофе, чой, алкогол ичимлик (шампан, вино), яхна газакча ва иссиқ овқат, суп, салат, десертлар таклиф этилади. Таклиф шакли – буфет. Шампанли нонушта одатда расмий маросим бўйича тақдим қилинади;
- кечки нонушта. Нонушта ва тушликка муқобил кўринишда. Тақдим этиш вақти – саот 10.00 дан 14.00 гача ҳам нонушта, ҳам тушлик таркибига кирувчи таркибий элементлардан фойдаланилади: Қайноқ ва яхна ичимлик, булочка, мой, жем, колбаса, пишлоқ, суплар, гўштли иссиқ овқат, десертлар. Таклиф этиш шакли – буфет.

Нонушта, тушлик ва кечки овқатларни ташкил қилишда хизмат кўрсатишнинг турли методларидан фойдаланилади:

- а-ля, карт, меҳмонлар карта – таомномадан уларга кўпроқ ёққан таом ва ичимликни танлайди. Буюртма ошхонага узатилади ва дарҳол буюртма берилган таом ва ичимликни тайёрлашга киришилиб дастурхонга тортилади. Бундай хизмат кўрсатилишида меҳмонлар официантдан маслаҳат олиш имконига эга бўладилар, официант эса меҳмонларга таом ва ичимлик танлашда фаол ёрдам беради:
- а порт, меҳмонхоналарга олдиндан берган буюртма бўйича белгиланган оралиқ вақтда хизмат кўрсатилади. Ушбу метод дам олиш уйлари ва курорт меҳмонхоналар учун хосдир;
- тальдот, барча меҳмонларга, (“а порт”дан фарқли равишда) ўша бир вақтда, ўша битта таомнома бўйича хизмат кўрсатилади. Хизмат барча меҳмонлар дастурхон атрофига тўплангандан кейин кўрсатилади. Ушбу методдан тез – тез пансионатларда, дам олиш уйларида ва бошқа жойлаштириш воситаларида фойдаланилади. Қайсиким ишлаб чиқариш қуввати ва ошхона имкониятлари анча чекланган:
- швед дастурхони – столи, эркин танлаш билан таомларни кенг танловини таклиф қилади; қўйилган таклиф қилинганлардан исталганини олиши мумкин. Булар анча камтарона тўпламлар (жем, нон, мой, 2- 3 нав колбача ва пишлоқлар, шарбат, чой, кофенинг битта хили) бўилиши мумкин ва ҳақиқий хилма – хил таомлар мўл – кўл столи мамлакатга ва отел категориясига боғлиқ бўлади:
- буфет хизмат кўрсатиши;
- меҳмонхона номерларида хизмат кўрсатиш.

Бу ерда ходимнинг алоҳида тайёргарлиги талаб қилинади. Номерда ишловчи официант нафақат дастурхон тузиш қоидаси, хизмат кўрсатиш техникаси, таомларни кетма – кет узатиш тартибини, балки номерда ҳулқ қоидаларини ҳам билиши керак.

- Меҳмонхона мижозлари бевосита телефон орқали метрдотелга шунингдек метрдотел билан доимий алоқада бўлган хизматкорга буюртмалар беради. Йирик меҳмонхоналарда буюртмаларни қават бйўича навбатчи ва катта официант қабул қилиши мумкин. Буюртмани қабул қилган метрдотел уни бевосита ижрочига – официантга, ошхона ходимига узатади.

Меҳмонхоналарга номерда хизмат кўрсатишнинг махсус қоидалари мавжуд:

- Буюртмани (нонушта, тушлик, кечки овқат) ё патнисда, ё кўчма сервис аравачаси ёки столчасида тақдим этиш зарур. Официант патнисни чап қўлида кўтариб бориши лозим. Ўнг қўл эшикни очиш ёки ёпиш патнисга бирор нарсани қўйиш учун бўш қолиши керак ва ҳ.к. даҳлизда ёки йўлакда бораётганда патнис елкада ушланади ва фақат номерга киришда кўкракка туширилади;
- Номер олдин тақкилатилади ва русхат олингачгина ичкарига кирилади;
- Меҳмон (меҳмонлар) билан саломлашиш керак;

- Агар меҳмон кроватда нонушта қилмоқчи бўлса, патнисни ташқи томондан узатиш зарур. Агар кроватда икки киши нонушта қиладиган бўлса, алоҳида патнислар кўзда тутилади;
- Бир киши учун буюртма (нонушта, тушлик, кечки овқат) тузалганда патнисга нарсалар ресторандаги столдагидек тартибида қўйилади;
- Агар меҳмон номерда столда ёки балконда овқатланмоқчи бўлса, унда столга дастурхон ёзиш керак бўлади. Патнисни столга қўйиш ёки нарсаларни патнисдан столга қўйиш мумкин;
- Официант номерда талаб қилинганидан узоқ туриб қолмаслиги лозим. Меҳмон билан фақат унинг ўзи бирор нарса сўрагандагина гаплашиш мумкин. Ҳар қандай ҳолатда ҳам официант назокатли бўлиши зарур.

Меҳмонхона ресторанининг шаҳарникидан ўзига хослиги шундаки, унинг иши нафақат хизматининг ўзи билан мустаҳкам боғланган, балки меҳмонхона қолган барча бўлинмалари хизмати билан ҳам боғланган.

Умуман тушлик ва кечки овқат вақтида меҳмонхона ресторанларини бўш қолиши кўпчилик менежерлар учун катта ташвиш. Россияда ҳам умумий овқатланиш тармоқлари ёмон ривожланган даврлар ўтди. Энди меҳмонлар шаҳарга чиқишга интилишмоқда. Айниқса, бу йирик шаҳар бўлса, томоша қилса, яхши овқатланса арзийдиган жойлари кўп бўлса. Агар нонуштани яшаш хизматлари билан бир пакетга қўшиб меҳмонга “мажбурлаб” сотиш мумкин бўлса, тушлик ва кечки овқат учун махсус дастурлар ишлаб чиқиш лозим бўлади. Мисол учун, агар нонушта швед дастурхони – столи принципида ташкил этилган бўлса, унда уни тушлик вақтида ҳам таклиф этиш мумкин. Тўғри буфетга киритишдан олдин, ҳаммасини синчиклаб ҳисоблаб чиқиш керак. Тажриба кўрсатадики, швед столига харажатларни қоплаш учун 30 хўранда кифоя. 30 кишидан зиёди “фойдага”, ками “зиёнга”қараб кетади.

Бироқ ушбу рақамлар швед столи ташкил қилинганда хўрандалар истеъмол қиладиган таомнома таннархи тўғри ҳисобланган, егуликлар миқдори ўртача бўлган тақдирдагина реал. Бу ўз навбатида ресторан асосий фигуралари – директори ва бош ошпази касбий маҳорати даражасига боғлиқ.

Агар отел ўткинчилар гавжум жойда жойлашган бўлса, кўча айвонлари қуриш ҳақида ўйлаш мумкин. Ёзги қаҳвахона нафақат даромад келтиради, балки унга атрофдан мижозларни жалб этиб, меҳмонхона ресторанини яхшигина реклама қилишга ҳам хизмат қилади. Отел ресторан хизмати банкет хизматлари кўрсатиш ҳақида ҳам унутмаслиги керак. Агар ресторанда банкет заллари бўлмаса, шаҳарнинг турли майдонларида кўчма банкет хизматлари уюштириш мумкин. Бунда хилма – хил таомнома ва юқори сифатли сервис таклиф тилса, қўшимча сезиларли даромад келтиради.

Олдиндан ҳал этилиши керак, зални ким йиғиштиради: меҳмонхона Housekeeping хизматими ёки махсус ёлланган кишиларми. Ошпазлар ва официантлар штатлари ҳақида ҳам шундай айтиш мумкин: ё одамлар ресурслари мавжуд ресторан хизмати ичида қайта тақсимланади ё ташқаридан ходимлар олинади. Кейинги ҳолатда тренингга пул ва вақтинчалик ресурсларни кўзда тутиш зарур бўлади.

Кадрлар муаммосини ҳал қилишда ходимлар маҳсулдорлигини унутмаслик керак. Оддий ҳисоб – китоб “фойдали ҳаракат коэффициенти” фақат официантларни ҳайрон қолдириши мумкин:

10 официант ҳафтада 5 кун 8 соатдан ишлайди. Уларнинг ҳар бири 100 доллар ҳафталик иш ҳақи олишади. Агар шу вақт давомида ресторан 500 хўрандага хизмат кўрсатган бўлса, битта официантнинг маҳсулдорлиги бир хўрандага 0,8 соатни ташкил қилади, уни пул кўринишида ифодалайдиган бўлса, бир хўрандага 2 долларни ташкилэтади. Агар официантларнинг нонушта вақтида маҳсулдорлигини баҳолайдиган бўлсак, бу кўрсаткич шубҳасиз, юқори бўлади. Тушлик ва кечки овқат пайтида эса аксинча. Демак, харажатларни қисқартириш усулларини қидириш зарур. Ҳаммасидан қулайи ходим меҳнатига соатбай ҳақ тўлашни жорий этиш, яъни тушлик ва кечки овқат вақтида бир неча официантни уйга жўнатиш.

Хавфсизлик хизмати

Хавфсизлик хизмати меҳмонхонада мижозлар хавфсизлиги ва тартибини сақлашни таъминлайди. Кейинги йилларда хавфсизлик муаммоси долзарб масалага айланди, айниқса. Меҳмонхона бизнеси соҳасида халқаро мажоролар, жиноятчиликва терроризм тўлқини, қурол – яроғ ва портловчи моддалар ноқонуний айланмаси – бу барча омиллар жаҳоннинг барча отеллари ходимлари ва меҳмонлар ҳаёти хавфсизлик даражасида акс этмасдан қолмайди.

Меҳмонхона комплекслари учун табиий, техноген, экологик, территористик, жиноий характердаги таҳдидлар характерлидир. Ҳозирги вақтда террористик ҳаракат таҳдиди кўпроқ ҳавфли бўлиб қолди, қайсиким кўп сонли қурбонларга, қурқув муҳити яратиш, отелни нормал режимда ишлашини бузилиши, меҳмонхонани ижобий туристик нуфузини йўқолиши ёки бутун регионда таҳликали ҳолатга олиб келиши мумкин. Айниқса, эътиборни хавфсизлик хизмати ходимларининг профессионаллигига, шунингдек объектни қўриқлаш техник воситаларига қаратиш лозим.

Бизнесни муваффақиятли юргизиш, туристлар оқими доимий бўлишига эришиш учун меҳмонхонада ҳавфсизлик системасини яхшилаш зарур, яъни мунтазам ташкилий, методик, техник ва бошқа тадбирлар комплексини ўтказиш талаб қилинади, тадбирлар комплексини ўтказиш қилинади, бу хавфсизлик масаларини ҳал қилишда меҳмонхона мустақиллигини тўлиқ таъминлайди, шу жумладан, террорчилик таҳдидлари чоғида, ҳам.

Ҳар куни хавфсизлик хизмати ходимлари қўриқланаётган территорияни синчиклаб текшириб чиқадилар (ҳар 2 соатда), меҳмонхона комплекси барча хизматлари билан доимий алоқада бўлишади, шубҳали шахслар ва нарсалар ва ҳ.к ҳақида ахборот алмашиниб туришади. Ҳуқуқни муҳофаза қилиш ҳудудий органлари билан фаол ҳамкорликни йўлга қўйиш ҳам жуда – жуда муҳим. Оммавий тадбироар, концертлар ўтказиш чоғида бинони кинолог портловчи моддани қидиришга ўргатилган ит билан албатта, кўздан кечириб чиқади.

Қўриқлашнинг техник воситаларини доимий равишда таколмиллаштириб бориш зарур. Марказий холлида, шунингдек меҳмонхона қаватларида видеокузатув ташкил этилса мақсадга мувофиқ бўлади.

Ёнғин хавфсизлиги чоралари ҳақида йўриқнома албатта, ишлаб чиқилиши шарт. Барча ходимлар ёнғинга қарши йўл – йўриқдан ўтказилгачгина ишга рухсат берилиши зарур (бу махсус журналга уларни имзоси қўйилиши билан белгиланади). Чиқиш учун жой жиҳозланиши, электр ускуналари ҳимоя воситалари билан таъминланиши, одамларни эвакуауия қилиш режа – схемаси, ёнғин ҳақида хабар бериш системаси ва ҳ.к лар каби барча элементлар ёнғин хавфсизлиги системасини ташкил қилади. Шунингдек объектларда одамлар оммавий келишида ёнғин хавфсизлиги хусусиятлари ҳақида билишлари керак. Хусусан, бинода битта эвакуацион чиқиш жойида бир вақтнинг ўзида 50 ва ундан ортиқ киши қўйилмайди. Эвакуацион йўлаклар ва чиқиш жойини тўсиб қўйиш тақиқланади.

Меҳмонхона дисперчерлик пункти биносида ёнғин автоматикаси системаси носоз бўлганда ва ёнғин ҳақида хабар олинганда навбатчи ходимлар қандай харакат қилиши тўғрисида йўриқнома осилган бўилиши керак. Яқин вақтлардан буён тутун ва ҳароратнинг ошишини (30 – 35^0С гача) қайд этувчи иссиқлик датчиклари ўрнатиш бўйича талаблар жорий этилган меҳмонхона номерларида турли ишлаб чиқариш ва омборхона бинолари қуриш мумкин эмас, уларда портловчи ва ёнғин хавфи моддалари бўлади. Отел барча мижозлари ёнғин хавфсизлиги қоидалари билан таништирилиши шарт.

Меҳмонхона ёнғин хавфсизлиги бу ишда барча ходимлар иштирок этишгандагина самарали бўлади. Шунингдек корхона аниқ хусусиятлари ҳисобга олиниши зарур бўлади.

Маркетинг ва жамоатчилик билан алоқалар бўлими.

Кўпчилик учун отел билан танишиш айнан ана шу бўлинмадан бошланади. Ушбу отелда банд ходимлар бурчларини тўрт гуруҳга бўлиш мумкин: сотиш, конференциялар ва бизнес – семинарлар ташкил этиш бўйича хизматлар, реклама ва жамоатчилик билан алоқалар. Маркетинг бўлими асосий мақсади меҳмонхона маҳсулотлари ва хизматларини сотишдан иборат, шунинг учун маркетологлар маъмурий хизмат ва конференц менежерлар билан мустаҳкам ҳамкорликда ишлайди. Дастлабки босқичда маркетологлар бозорни тадқиқ этишади ва улар унинг мўлжалланаётган сегментини аниқлайдилар. Кейин улар ўз рақобатчилари ишини ўрганадилар, уларнинг кучли ва заиф томонларини аниқлайдилар. Жамоатчилик билан алоқалар мутахассислари меҳмонларга меҳмонхона ишлари ҳақида уларни жалб этувчи маълумотлар тақдим этиш имкониятларини яратишлари зарур. Бўлим бурчига киради: лойиҳа макетлари ва бошқа реклама – ахборот нашрларини ишлаб чиқиш ва қабул қилиш. Бўлажак меҳмонларга меҳмонхона ва унинг хизматларини таништириш, оммавий ахборот воситалари билан алоқа матубот конференциялари ташкил этиш.

12.4. Меҳмонхона мижозлари билан ҳисоб – китоб қилиш турлари

Ҳозирги замон меҳмонхоналари, одатда меҳмонлар билан ҳисоб – китобнинг икки тури – нақд ва нақдсиз кўринишидан фойдаланадилар. Агар меҳмонхона ҳуқуқий шахсларга яшаш бўйича хизматлар кўрсатса, улар ҳисоб – китобни меҳмонхона ҳисобига пул маблағини ўтказиш воситаси орқали тўловни амалга оширадилар.

Нақд ҳисоб – китоб асосан жисмоний шахслар билан қилинади, номга ёзилган чек ва йўл чеки воситасида нақд пулсиз ҳисоб – китоб тўлови имконияти бўлса ҳам. Маълумот учн таъкидлаймиз, кейинги вақтларда Россияда пластик карта билан ҳисоб – китоб қилиш, қўллана бошлади, бироқ бунинг учун меҳмонхона махсус электрон терминал билан жиҳозланган бўлиши керак.

Ҳозирча меҳмонхона корхоналарининг ҳаммасини ҳам бундан қиммат ускунани сотиб олишга қурби етмайди. Шунинг учун Россия меҳмонхоналарининг катта қисмида айнан нақд пул билан ҳисоб – китоб қилиш биринчи ўринда турибди. Бунинг учун 2003 йил 22 майда қабул қилинган. 54 – ФЗ рақамли “Нақд пул билан ҳисоб – китобни ва (ёки) тўлов карталаридан фойдаланиб ҳисоб – китобни амалга оширишчоғида назорат – касса техникасини қўллаш тўғрисида”ги Федерал қонун талабларини бажариш зарур. Қонуннинг 1, 2 ва 5 – моддаларига кўра нақд пул билан ҳисоб – китобни амалга ошириш чоғида назорат касса техникасидан фойдаланиш ва харидорга харид суммаси кўрсатилган чек берилиши шарт. Қонунда нақд пул билан ҳисоб – китоб қилиш дейилганда нақд тўлов воситасида амалга оширилган ҳисоб – китоблар, харид қилинган товар, бажарилган ишлар, кўрсатилган хизматлар учун ҳисоб –китоблар тушунилади.

Айни вақтда ушбу қонуннинг 2 – моддаси, 2 – бандида “Ташкилотлар ва якка тадбиркорлар Россия Федерацияси Ҳукумати томонидан белгиланган тартибга мувофиқ нақд пул билан ва (ёки тўлов картасидан фойдаланиб ҳисоб – китобни амалга оширишларида - аҳолига хизмат кўрсатишда уларга қатъий ҳисобот тегишли бланкасини бериш шарти билан назорат кассатехникасини қўллашсиз ҳисоб – китоб қилишлари мумкин” деб қайд этиб қўйилган.

Қатъий ҳисобот бланкаларининг шаклларини тасдиқлаш тартиби касса чекларига тенглаштирилган. Шунингдек уларни ҳисобга олиш, сақлаш ва йўқотиш РФ ҳукумати томонидан белгиланади. Меҳмонлар фаолияти ўзида хизматлар кўрсатилишини намоён этгани боис, жисмоний шахслар (фуқаролар) билан меҳмонхона РФ молия вазирлиги томонидан 1993 йил 13 декабрда тасдиқланган “Қатъий ҳисобот ҳужжатларининг шклини тасдиқлаш тўғрисида”ги 121буйруққа кўра ишда қатъий хисобот бланкаларидан фойдаланиши мумкин. Бланкалар фақат босма усулда, албатта, реквизитлар кўрсатилган (номи, манзили ва ҳ.к) ҳолда босмахонадан тайёрланган бўлиши шарт.

Меҳмонхонада яшаш вақтида меҳмонда бирор – бир вазият ўзгариши мумкин, шу муносабат билан у меҳмонхонадан муддатидан олдин жўнаб

кетиши мумкин. Бу ҳолда яшовчига унинг яшаш учун тўлаган пулининг бир қисми қайтариб берилади ва пул қайтарилгани учун №8 – Г шакл бўйича квитанция тўлдирилади.

Ушбу квитанция бир нусхада меҳмонхона ходими томонидан ёзилади ва касса ҳисоботи билан бирга у буни бухгалтерияга топширади (форма №5 – Г). Қайтариш расмийлаштирилаётганда ҳисобнинг биринчи ва учинчи нусхасига 9форма №3 – Г) ёки биринчи ва иккинчисига (форма №3 – Гм) қайтариш амалга оширилгани ҳақида белги қўйилади. Бухгалтерия ходими меҳмоннинг форма №8 – Г даги имзосини форма №1 – Г даги имзосига солиштириб бир хиллигини текшириб кўради. Шундан кейин анкета маъмуриятга қайтарилади.

Бироқ қайтимни амалга ошириш учун ушбу ҳужжатлар етарли эмас.

РФ да меҳмонхона хизматлари кўрсатиш Қоидаларига мувофиқ ижрочи хизмат кўрсатиш юзасидан истеъмолчи билан шартноматузишга мажбур.

Яшаш учун тўлов расмийлаштирилаётиганда меҳмонхона ходими меҳмонга форма №3 – Г шаклидаги (қатъий ҳисобот бланкаси) ҳисоб ёзиб беради. Бу ижрочи билан истеъмолчи ўртасида шартнома тузилганини тасдиқлайди. Қоиданинг 2 – бандига мувофиқ номер нархи (номердаги ўрин), шунингдек унинг тўлов шакли ижрочи маъмурияти томонидан белгиланади, истеъмолчи эса ижрочи томонидан кўрсатилган тўлиқ хизматларга улар истеъмолчи томонидан қабул қилингандан кейин ҳақ тўлаши шарт. Истеъмолчи хизматлар учун шартнома тузилаётганда тўлиқ ҳажмда ёки аванс бериш йўли билан тўловни амалга ошириши мумкин. Агар меҳмонхона фойдаланадиган форма №3 –Г шаклдаги ҳисоб бланка босмахонада тайёрланмаган бўлса (мисол учун, компьютер ёрдамида), ушбу ҳолатдауни қатъий ҳисобот бланкаси деб ҳисоблаш мумкин эмас, шунинг учун меҳмон билан ҳисоб – китоб албатта, назорат – касса техникасидан фойдаланилган ҳолда амалга оширилиши шарт.

Айтайлик, мижоз меҳмонхонага жойлаштирилганда яшаш учун ҳисобга аванс билан тўлади, бу ҳисоб – китоб назорат – касса техникасидан фойдаланиб амалга оширилди, яъни меҳмонхона ходими ушбу суммани назорат - касса машинасида уриб, мижозга чек чиқариб берди. Аммо вазият бироз ўзгарди, мижоз меҳмонхонадан муддатдан олдин жўнаб кетишга қарор қилди. Бундай вазият амалиётда кўп учрайди. Қоиданинг 20 – бандида аниқ кўрсатилган, “истеъмолчи истаган пайтда хизмат кўрсатишга шартномани бекор қилишга ҳақли, у ижрочига хизмат кўрсатилиши пропорционал қисми нархининг бир қисмини шартномани бекор қилиш ҳақида хабар олингунча ва ижрочига харажатларни қоплаб, унинг томонидан шу моментгача шартномани бажариш мақсадида амалга оширилган хизматлар учун агар улар кўрсатилган хизматлар нархлари қисмига кирмаган бўлса, тўлайди”.

Шундай қилиб, агар яшовчи илгари кўрсатилган муддатдан олдин жўнаб кетса, у ортиқча тўлаган сумма унга қайтарилиши керак.

12.5. Меҳмонхона фаолиятида нарх ҳосил қилиш

Маълум меҳмонхона хизматларини амалга ошириш учун корхона асосий ва айланма маблағга эга бўлиши керак. Ушбу маънода меҳмонхона фаолияти қатор хусусиятлар билан характерланади:

- Хизматлар ишлаб чиқариш ва реализация қилиш вақтга боғлиқ эмас; меҳмонхона доимо хизмат кўрсатишга тайёр бўлиши лозим. Айниқса мавсумийлик, меҳмонхона хизматларига талаб бир текис бўлмагани оқибатида меҳмонхона хўжалигида асосий, айланма ва бошқа воситалар резерви кўзда тутилмоғи керак;
- Меҳмонхона хизматларини реализация қилишда воситачилар ва махсус сотиш структуралари тузиш ва уларнинг ёрдамига эҳтиёж йўқ;
- Меҳмонхона хизматлари ишлаб чиқаришида тугалланмаган ишлаб чиқариш бўлмайди;

Меҳмонхона хизматларининг юқорида санаб ўтилган ишлаб чиқариш ва реализация хусусиятлари уларни нархларини шаклланишига таъсир кўрсатади. Тажрибалар шуни кўрсатадики, нарх даражасига қуйидаги омиллар таъсир кўрсатади;

Хизматлар таннархи, рақобатчилардаги худди шундай хизматларнинг нарх даражаси, талаб ва таклифлар нисбати, ходимлар иш ҳақи даражаси ва ҳ.к., нархларни ташкил этувчилардан бири меҳмонхона номери қиймати ҳисобланади.

Меҳмонхона корхоналари ўз хизматларини 1997 йил 25 апрелда РФ ҳукумати томонидан тасдиқланган 490 – сон қарор – РФ да меҳмонхона хизматлари тақдим этиш қоидаларига мувофиқ кўрсатадилар. Қарор Низом билан мустаҳкамланган, унга мувофиқ номер (номерда ўрин) нархи, шунингдек унинг тўлов шакли меҳмонхона маъмурияти томонидан белгиланади. Турли категориядаги меҳмонхоналар яшаш қийматига хилма – хил хизматлар тўпламини киритадилар, қайсиким улар тегишли категория меҳмонхоналар учун белгиланган стандартлар талаблари билан белгиланади. Битта категориядаги меҳмонхоналар учун бир хил хизматлар қўшимча ҳисобланади, бошқалар учун эса мажбурий ва уларнинг қиймати яшаш қийматига киритилади. Шу тарзда меҳмонхоналарнинг категорияси (юлдузлиги)дан келиб чиқиб, ижрочи мустақил равишда номер нархига кирувчи хизматлар рўйхатини аниқлайди. Меҳмонхона категориясидан қатъий назар истеъмолчиларга бепул тақдим этишга мажбур хизматлар рўйхати қоидалар билан белгиланган:

- Тез ёрдам чақириш;
- Тиббий аптечкадан фойдаланиш;
- Корреспонденцияларни уларни олиш бўйича номерга элтиб бериш;
- Белгиланган вақтда уйғотиш;
- Қайноқ сув, ип – игна, бир комплекс идишлар ва ошхона приборлари тақдим этиш.

Қоидага кўра меҳмонхона маъмурияти яшаш учун тўловни ё суткалик, ё соатбай қилиб белгилашга ҳақли. Меҳмонхонада яшаш учун тўлов ягона

ҳисоб – китоб соатига мувофиқ олинади, яъни маҳаллий вақт бўйича жорий сутканинг 12 соати билан ҳисоб соатигача жойлаштиришда мижоздан яшаш учун ҳақ олинмайди. Амалда бу шйни билдирадики, айтайлик мижоз номерга кечаси соат 3 да жойлашди, унда яшаш учун ҳақ жорий сутканинг 12 соатидан бошлаб олинади. Жўнаб кетаётганда мижоз меҳмонхона номерини кетаётган куни соат 12 да бўшатишга мажбур. Агар мижоз кетишда ушланиб қолса, унда яшаш учун ҳақ ўтган вақтга қараб, қуйидаги тартибда олинади:

- Ҳисоб соатидан кейин 6 соатдан кўпроқ ўтса – тўлов соатбай;
- Ҳисоб соатидан кейин 6 соатдан 12 соатгача ўтса – тўлов ярим суткага;
- Ҳисоб соатидан кейин 12 соатдан 24 соатгача ўтса – тўлов тўлиқ суткага (агар меҳмонхонада соатбай тўлов қабул қилинмаган бўлса).

Агар мижоз меҳмонхонада бир суткадан камроқ (24 с) тўхташни мўлжалламаган бўлса, ундан яшаш учун ҳақ тўлиқ суткага олинади (ҳисоб – китоб соатидан қатъий назар).

Мисол: 2005 йил 3 январ куни соат 8 да мижоз люкс номерга жойлашди, унинг нархи стукасига прейскурант бўйича 1180 рублни ташкил қилади (ҚҚС 18% ҳисобланган ҳолда). Мижоз номердан 5 январ куни соат 17 да жўнаб кетди. Люкс номерга соатбай тариф бўйича 47,20 рубл ҳажмда ҳақ белгиланган (шу жумладан, ҚҚС 18%).

Меҳмон меҳмонхонада тўлиқ икки сутка яшади (3 январ соат 12 дан 5 январ соат 12 гача). 5 январ соат 12 дан 17 гача яшагани учун тўлов (6 соатдан кўп эмас), соатбай тариф бўйича ундирилади. Шундай қилиб, мижозни меҳмонхонада яшагани қиймати 1180 руб х 2 сутка+47,20 рубх соат =2596 рублни ташкил қилади.

Яна бир муҳим моментни таъкидлаш керак:

Меҳмонхона хизматлари нархи яна истеъмолчига тақдим этилган яшаш шароитининг шинамлигига ҳам боғлиқ. Одатда, маълум категория номерларга (бир ўринли, икки ўринли, уч ўринли номер) маълум шартларда жойлаштириш учун меҳмонхона маъмурияти базавий нархлар ҳам белгилайди, улар (чегирмасиз) бир сутка яшашга мўлжалланган. Бундан ташқари, барча меҳмонхоналарда махсус номерлар амал қилади, қайсиким базавий нархлар билан тенглаштириш бўйича чегирмаларни кўзда тутади. Махсус нархлар алоҳида плейскурантларда қайд этилади ва одатда, қуйидаги категориялар учун қўлланилади: 10 кишидан кўп бўлган чет эллик фуқаролар гуруҳлари: туристик фирмалар; доимий меҳмонлар; тўлиқ бўлмаган кунга жойлаштириш.

Меҳмонхона хизматлари кўрсатиш шартнома, квитанция ёки бошқа ҳужжатлар билан расмийлаштирилади, уларда мижож олган меҳмонхона барча хизмат турлари, ҳар бир хизмат қиймати ёки хизматлар ёки комплекс хизматлар умумий қиймати кўрсатилади.

Меҳмонхона ўрни нархи меҳмонхона разряди, номер категорияси, хизматлар сифати, чегирмалар ёки маълум хизматларга қўшимчаларга боғлиқ.

Шарт хизматлар билан бир қаторда, қайсиким яшаш учун тўловга киради, меҳмонхона меҳмонларга қўшимча хизматлар ҳам тақдим этади.

Мисол учун, поезд, автобус, самолёт ва х.к ларга буюртма берилган билетларни расмийлаштиради, яшовчининг ҳоҳишига қараб номерга чой, кофе элтиб бериш ёки таржимон хизматларига тўлов ундирилади. Бу ҳолатларда қўшимча хизматлар кўрсатилгани учун форма 12 – Г квитанция расмийлаштирилади; у икки нусхада ёзилади: биринчиси меҳмонхона бухгалтериясига, иккинчиси тўловчига берилади.

Меҳмонхона ёнида автомобил турадиган жойга автомобилни узоқ вақт қўйиш каби қўшимча хизматга “Автостоянка” квитанцияси (форма №11-Г) расмийлаштирилади. У меҳмонхона комплекси автомобил қўйиш жойида автотранспортни қабул қилиш ва бериш вақтида икки нусхада ёзилади: биринчиси меҳмонхона бухгалтериясига, иккинчиси тўловчи қўлига топширилади.

11 – Г ва 12 – Г формалар қатъий ҳисобот бланкалари ҳисобланади.

12.6. Меҳмонхоналарнинг услуксиз ривожланишини бошқариш

Маълумки, система агар ривожлантирилмаса, у охир – оқибат ҳалок бўлади: бу тўлиқ маънода меҳмонхоналарга ҳам тегишлидир. Албатта, гап жисмоний ҳалокат ҳақида бормаяпти, балки меҳмонхонани барбод бўлиши ҳақида бораяпти, яъни ўз фаолиятини амалга ошириш учун зарур ресурслар йўқлиги муносабати билан у хўжалик борлиги сифатида шуни тўхтатишга мажбур бўлади.

Бундай меҳмонхоналарнинг энг юзаки таҳлили шуни кўрсатадики, қайсидир босқичда уларни ривожланиши амалдаги талабларга жавоб бермаган ва улар қачонлардир эришган яхши молиявий натижалари билан қаноатланмоқчи бўлганлар. Аммо ҳозирги замон шароитида меҳмонхона бозори вужудга келган ва ишламаяпти, қайсиким сегментларга бўлинган ва ҳар бир сегмент ичида шафқатсиз рақобат бораяпти. Рақобатбардошликни сақлаш учун эса ривожланиш зарур, ривожланганда ҳам узлуксиз тараққий этиб бориш лозим. Меҳмонхоналарни узлуксиз тараққий этишини бошқариш янги элементларни киритиш, эскиларини ёпиш, мавжудларини модернизациялашни кўзда тутади. Бошқача айтганда, янгиланишни талаб қилади. Аммо меҳмонхонани янгилай туриб (яъни уни ривожлантира туриб) шуни унутмаслик муҳимки, ҳар бир меҳмонхона ўзига хос ва бу ўзига хосликнинг истиқболли элементлари сақлаб қолиниши зарур.

Бугунги кунда расмий стандарт меҳмонхоналарни жамоавий жойлаштириш воситаси сифатида белгилайди. Бунда меҳмонхоналар қатор қўшимча хизматлар кўрсатишга бурчли, қайсиким уларнинг тўплами меҳмонхоналарнинг категориясига боғликдир. Агар меҳмонхоналар менежменти воқейлик далилларига эътибор бермасдан фақат жойлаштириш ҳисобига фаолият кўрсатса, унда меҳмонхонага инқироз таҳдид солиши мумкин.

Жойлаштиришдан даромад асосан меҳмонхона эга бўлган номер фонди юкланиши фоизига ва номерларни сотиш нархига боғлиқ. Меҳмонхона асосий устунликка номер фондидан самарали фойдалангандагина эришади ва айни пайтда ҳам меҳмонхонада яшовчи мижозлар ҳам кўчадаги мижозлар

эҳтиёжлари ҳисобга олинган ҳолда қўшимча хизматлар тўпламни таклиф қилади.

Номер фондини узлуксиз ривожлантириш зарурати меҳмонхоналар томонидан аксиомо сифатида қабул қилинади ва ҳар бир меҳмонхонанинг молиявий имкониятига қараб амалга оширилади.

Таъмирлашга киришилар экан, кўпинча янгиланган номер ҳамиша яхши сотилади деган фикрга борилади. Бу тўғри эмас. Ҳатто замонавий дизайн, янги пардоз материаллари, қулай мебеллар ва ҳокозолар билан жиҳозланган номерлар ҳам суст сотилиш мумкин. Гап шундаки, ҳозирги замон бозор шароитида бу фақат 10 % га, тўғри бўлиши мумкин, қолганини эса бозор, хусусан, меҳмонхона ҳолати ва унинг бозордаги маҳсулотлари белгилайди.

Янги маҳсулотни таклиф этиш билан меҳмонхона бозордаги ўз ҳолатини ўзгартиради, агар бозор бу маҳсулотни қабул қилишга тайёр бўлмаса, унда меҳмонхона сезиларли зарар кўради.

Меҳмонхона номер фонди мижозларнинг доимий талаб қиладиганлари эвазига кўпроқ даромад келтиришидан келиб чиқади, бунинг учун фойдаланаётган номер фонди йўналишларини ўзгартиришни танлаши мумкин: масалан, у ерда тренажёр ва спорт заллари, бильярдхона, дискотека, картиналар галерияси, соғломлаштириш маркази ва бошқаларни жойлаштириш мумкин.

Танлов унинг билан рақобатлашаётган меҳмонхона қабул қилган қарорга қараб эмас, ҳам меҳмонхонада яшовчи, ҳам кўчадаги мижозлар талаб қилаётган хизматлар бўйича бўлиши лозим.

Шундай қилиб, бугунги кунда меҳмонхоналар учун кўпроқ аҳамиятли омил қўшимча хизматлар, яъни янги маҳсулот яратиш унинг мавжудлиги меҳмонхоналарнинг тараққий этаётгани, ўсиш характерини намойиш этади. Амалиёт кўрсатади, янги маҳсулот яратиш – бу ижодий жараён, жуда кўп омилларни яқур таҳлил этиш билан кечади, ўзини реализациясига маълум маблағларни талаб қилади.

Янги маҳсулот яратишга кириша туриб, меҳмонхоналар менежменти ушбу маҳсулот сотиладиган бозорни аниқлаш зарур, кўзда тутилаётган сотиш ҳжами, унинг ҳаётий цикли, тахминий нархи, уни яратишга харажатлар ва уни бозорга чиқариш даври пухта ўйланган бўлиши лозим. Янги маҳсулот яратишга бундай талаблар ушбу жараённи пала – партиш кечишига йўл қўймайди ва меҳмонхонада узлуксиз тараққиётни бошқариш механизми мавжудлигини кўзда тутади.

Янги яратилган маҳсулот узлуксиз жараён орқали реализация қилинади, яъни бозорга янги маҳсулотни чиқариш навбатдаги янги маҳсулотни яратиш бўйича ишларни четга суриб қўйишни билдирмайди. Бундан ташқари ҳар қандай меҳмонхонага фаолияти жараёнида ҳар хил сабабларга кўра сотувдан у ёки бу маҳсулотни ёки хизматларни олиш масаласини ҳал этишга тўғри келади. Ушбу вазиятда меҳмонхонанинг ўзи олдиндан буни қилиши муҳим, унинг учун буни қачонлардир мижозлар қилишини кутиб турмаслик зарур, яъни улар бу хизматларни истеъмол

қилмай қуяди. Хизматлар (маҳсулот)ни сотувдан олиш ҳақида қарор қабул қила туриб, меҳмонхоналар маъмуриятилари ҳамиша ушбу маҳсулотларни алмаштириш имконияга эга бўлишлари керак, ушбу хизматлар (маҳсулот) сегментини бозорда ўз рақобатчисига бериб қўймаслик учун ҳам жуда муҳим. Шунинг учун узлуксиз равишда бозорда сотиладиган конкрет маҳсулот рентабеллигини таҳлил этиб бориш зарур.

Меҳмонхона корхоналари (отеллар)ни самарали бошқариш шартларидан бири – меҳмонхонада яшовчи истеъмолчи (мижоз) ни яшаш турларини ҳисобга олиш:

- Тўнаш – яшашнинг кўпроқ тарқалган тури, ўз ичига овқатланиш ва ичимлик, шунингдек қатор қўшимча хизматларни олиши мумкин. Рўйхатга олиш ва чиқаришнинг тезлиги, озода ва шинам номерлар овқатланиш нуқтасига бориш осонлиги – ишбилармон туристларни бир марталик тўнашга жалб этувчи асосий омиллардир;
- Давомли яшаш – да молиш ва иш фаоллиги уйғунлигини таъминлайди, мисол учун, конференция ёки семинарлар иштирокчилари тижорий сафар ёки дам олиш учун ўз яшашини қўшимча узайтиришлари мумкин. Яшашнинг бу тури учун одатда хизматлар катта уўлами талаб этилади. Бундан албатта, оддий тўнашга нисбатан бизнес – сервис, бўш вақт ва дам олиш учун меҳмонхона ҳузурида ресторан борлиги муҳим рль ўйнайди. Апартаментлар, мини – бар, ошхона жиҳозлари, каби қўшимча имкониятлар мавжудлиги ушбу маркетинг сегментида хизмат кўрсатиш чоғида устунликлар бериши мумкин:
- Сафар вақтида яшаш – бу тур меҳмонхона корхонаси учун кўпроқ муҳим бўлиб бормоқда, айниқса тўлиқ хизматлар тўпламига эга отеллар учун.

Ҳозирги вақтда кўпчилик турфирмалар хизматлари қаторига бир вақтнинг ўзида бир неча шаҳарларга автобус турлари ҳам киради. Сафар чоғида тунни ёки дам олишни ёки бу шаҳарда ўтказиш зарурати туғилади. Ушбу ҳолатда отелда, яшаш сафар чоғида яшаш деб ҳам аталади.

Бундай ҳолларда кўпчилик отеллар меҳмонлар учун обзорли экскуряилар ёки болаларга қараб туриш учун энага хизматлари ҳам тақдим қилинади;

- ✦ Таътилни ёки бўш вақтни ўтказиш – одатда сафарнинг ишга доир қисмидан ажратилади, кўпична ишга доир қисм тугалланганидан кейин рўй беради; кўпинча кейинроқ меҳмон оиласи билан қайтиб келади. Кўпчилик ҳолларда дам олувчилар бўш вақтини бевосита отелда ёки унга яқинроқда ўтказишга эҳтиёж сезади.

АҚШ да замонавий меҳмонхоналар ўз мижозлари эҳтиёжларини қондиришнинг турли усулларини топади: фақат аёллар учун қават ташкил қилиш, бизнес – қават, VIP – меҳмонхоналар учун қават, бизнес – хизмат марказлари, соғломлаштириш марказлари, номерда дам олиш учун махсус бинолар, доимий мижозлар учун дастурлар киритиш, отелда тўлиқ тўпламда хизматлар ташкил этиш кабилар шулар жумласидандир. Ушбу усуллардан кўпчилик меҳмонлар томонидан катта маъқуллаш билан қабул қилинади,

айниқса бизнес – қават ташкил этилиши. Бундан фақат аёллар учун қават истисно, чунки улардан кўпчилиги бошқалардан бундай ҳоли бўлишни мақбул кўришмайди.

Бизнес – қават шундай тарзда лойиҳалаштириладики, битимлар тузиш, ишга доир учрашувлар ўтказиш, қизғин иш кунидан кейин да молиш жойи сифатида шинам муҳит ва хавфсизликни таъминлайди. Бу ерда клублар, шинам барлар, бадиий ва ишга доир адабиётлар кутубхонаси ва даврий нашрлар, телефонли иш столлари (тўлов кредит карточкаси орқали), компьютерлар, телевизорлар (катта экрани билан) бўлиши мумкин.

Бизнес – марказлар ишбилармон кишилар учун янада муҳим бўлиб бораётир, бу уларни отелларда албатта, бўилиши кераклигини кўрсатмоқда. Котибият, нусха кўчириш техникаси, факсимил аппаратлар (бизнес – марказ номерларида), компьютер, электрон почта – ишбилармон кишилар учун отелларда тақдим этилаётган хизматларга мисолдир.

Мисол учун, АҚШ кўпчилик отелларида мижоз телефон орқали қўнғироқ қилиб, матнни айтиб туриши мумкин. Иккинчи куни эса ўз материалини терилган кўринишда олади.

Махсус қаватларда номерлар билан бирга, мисол учун, бирор – бир алоҳида хусусиятли совунли, шампунли, ҳаммом халати бор массаж ваннаси бўлади; бу ерда кийимларни тозалаш ва дазмоллаш хизматлари ҳам кўрсатилади. Бундай хизматлар қўшимча рекламага эҳтиёж туғдиради, қайсиким почта орқали тарқатиш, матбуот – релиз, махсус газета ёки журналларда эълон бериш йўли билан амалга оширилади. Булар бадавлат кишиларга мўлжалланган. Соғломлаштириш марказлари мижозларни иш унумдорлигини пасайтирувчи зўриқишини бартараф этиш, соғлом турмуш кечиришга интилишларига жавобан пайдо бўлди. Буларга яна парҳез таомлар, доимий жисмоний машқлар ва ҳоказолар ҳам қўшилган. Отеллар томонидан бассейнлар ўз мижозларига кўп йиллар давомида тақдим этиб келишмоқда; бугунги кунда турли машқлар учун комплекс хизматлар таклиф қилиш тарқалган. Хусусан, теннис, тренажёрларнинг турли хиллари гидромассаж ванна, шунингдек малакали инструкторлар ёки шахсий тренерлар хизматлари мавжуд. Шахсий компьютер ёки махсус ёзув столи билан ишлаш зонаси, компьютер системасини жорий этиш ҳисобни олдиндан кўриш имконини беради. Мижозни жойлаштириш ёки чиқаришни компьютер ёки телевизон система орқали бажаришни таъминлайди. Газета ёки ишга доир журнал нусхасини етказиб бериш кабелли телевидения бўйича ишга доир каналларни кўриш ва ҳатто телевизорлар ва телефонларни ваннахонага ўрнатиш каби қўшимча хизматлар тақдим этилади, буларнинг ҳаммаси ишбилармон киши воқеалардан ҳабардор бўлиши, ҳатто у янги кунни кутиб олишга тайёрланаётганидам ҳам янгиликлардан бехабар қолмаслиги учун қилинади.

Мини – барлар бугунги кунда хизматларнинг кўпроқ қулай ва даромадли турларидан ҳисобланади. Отеллар сотиб олиши ёки ижарага бериш мумкин мини – барлар номерда шинам муҳитни таъминловчи жуда қулай восита. Кўпгина ҳолларда мини – барларда тиниқ пиво, минерал

сувлар, тетиклантирувчи ичимликлар, ёнғоқ, вискилар таклиф этилади. Баъзан мини – барларда шарбатлар, ликёрлар, енгил газаклар таклиф қилинади. Кўпинча мини – барлар отелда ҳисоб – китоб юритишнинг компьютерлаштирилган системаси билан уланган. Бу барча хизматларни ҳисобга олиш ва ҳисоб – китобга киритиш имконини беради. Доимий мижозлар учун дастурлар ўзида чегирмалар системаси, мукофотлар ва қўшимча хизматларни намоён этади, қайсиким отел маълум муддат давомида яшашга буюртма беришга компаниялар ёки авлоҳида мижозларга тақдим этади. Меҳмонхоналар бундай дастурларни жорий этилишидан олинадиган фойда ва кетадиган харажатларни аниқ таҳлил этиб боришлари зарур. Негаки фақат 2% ишбилармон мижозлар отел танлашда уларни муҳим деб тахмин қиладилар. Асосий омиллар бари – бир отел жойлашган ер, номерлар озодалиги ва нарх даржаси бўлиб қолаверади.

Занжирлар ва мустақил отеллар кўпроқ аҳамиятли мижозлар (доимий ташриф буюрувчилар умумий сонидан 5%) учун шундай дастурлар доирасида кўпинча элита хизматлар таклиф қиладилар: апартаментларни сотиб олиш, клуб хоналаридан фойдаланиш, аэропортга бепул элтиб қўйишда устун ҳуқуққа эга бўлинади; айрим меҳмонхоналар етти суткадан кўпроқ яшаётганларга бепул овқатланиш, шунингдек номер учун рахга чегирма тақдим этадилар. Мисол учун, Hawthorn Suites отели ўз ихтиёрида турар жой биноси, ошхона, алоҳида ухлаш жойига эгаю улар буфет, турли баққолик товарлари сотиш, ҳар кунги бепул газеталар, бўш вақтни ўтказиш бўйича хизматлар таклиф қиладилар.

Тўлиқ хизматлар комплекси билан отеллар – доимий равишда у жойдан, бу жойга бориб юрадиган ишбилармон одамлар учун идеал жой.

Ўзини текшириш учун саволлар

1. Меҳмонхона хўжалиги соҳасидаги ишлар хусусиятлари нимада?
2. Мижозлар отел (меҳмонхона) танлашда уларнинг мақбул кўринишига қандай омиллар таъсир кўрсатади?
3. Сизга маълум истеъмолчилар гуруҳларини айтинг
4. Бошқарув ташкилий структурасининг асосий турларини сананг?
5. Бошқарув ташкилий структурасидан фойдаланиш хусусиятлари қандай? Улар ўртасида қандай фарқларни ажрата оласиз?
6. Фақат битта бошқарув системасидан фойдаланиш афзаллиги ва камчилиги нимада деб уйлайсиз?
7. Қабул қилиш ва жойлаштириш хизматлари асосий функциялари нималардан иборат?
8. Бронлаштириш хизматлари тафсилотларини айтинг
9. Меҳмонларни рўйхатга олиш ва жойлаштириш тартиби қандай?
10. Хизмат кўрсатиш хизмати тафсилотларини айтинг
11. Номер фондини эксплуатация қилиш хизмати функцияси нималардан иборат?
12. овқатлантириш хизмати хизмат кўрсатишнинг қандай методларидан фойдаланади?
13. Сизга маълум нонушта турларини сананг
14. Номерда меҳмонларга хизмат кўрсатишнинг мавжуд махсус қоидаларини айтинг
15. Хавфсизлик хизмати аҳамияти ва функцияси
16. Маркетинг бўлими фаолиятини характерланг
17. РФ да меҳмонхона хизматлари кўсратиш қоидаларини айтинг
18. Хизматлар кўрсатиш тартиби
19. Меҳмоннинг меҳмонхонадан шошилинч жўнаб кетиш вазиятини изоҳланг?
20. Хизматлар кўрсатиш учун жавобгарлик
21. Меҳмонхона мижозлари билан ҳисоб – китоб қилишнинг сизга маълум турларини айтинг
22. Меҳмонхона қайси хизматлари бепул кўрсатилиши шарт?
23. Сизнинг фикрингизча, меҳмонхона узлуксиз тараққиёти учун нималар зарур?

13 – БОБ. БИНОЛАРНИ САҚЛАШДА САНИТАРИЯ – ГИГИЕНА ТАЛАБЛАРИ

13.1. Бинолар майдони ва таркиби
13.2. Санитария – техник ускуналар
13.3. Меҳмонхоналар биноларини сақлаш
13.4. Чойшаб хўжалигини сақлаш
13.5. Беш юлдузли меҳмонхоналарга умумий талаблар

13.1. Бинолар майдони ва таркиби

Меҳмонхона таркибида қуйидаги хизматлар ва бинолар гуруҳлари кўзда тутилган бўлиши мумкин: турар жой, вестибюлли қабулхона, овқатланиш корхонаси, маданийхордив, физкультура – соғломлаштириш, тиббий хизмат, маиший хизмат, савдо корхонаси, ишбилармонлик фаолияти, маъмурият ва эксплуатация хизмати, хизмат кўрсатиш биноси, корхона ва муассасалар қурилмалари – бинолари.

Вестибюлли қабулхона ва турар жой гуруҳи бўлиши шарт. Қўшимча бинолар таркиби номарланмайди ва бинони лойиҳалаштириш ёки қуриш вазифаларига қараб қўлланилади.

Кўп функцияли биноларда жойлашган меҳмонхона биносининг турар жой гуруҳи, шунингдек меҳмонхона объектида функционал ва режалаштирилган алоҳида бинолар бўлиб, уларга ихоталанган чиқиш жойи бўлиши зарур.

Турар жой биносини ертўла ва қават айвон ва балконларига жойлаштиришга йўл қуймайди. Апартаментларни, турар жой биноларини, хизмат ва доимий иш режимида ишлайдиан маъмурий биноларни табиий ёритишсиз лойиҳалашга йўл қўйилмайди. Хизмат ва маъмурий биноларни ертўлаларда табиий ёритиш таъминланган, муҳандислик қурилмалари билан ёритиш ускуналари ўрнатилгандагина жойлаштириш мумкин (электр чироқлар).

Турар жой хоналарини шарқий ва (ёки) ғарбий томонга қаратиб лойиҳалаштирган маъқул. Меҳмонхона барча номерлари ва турар жой бинолари САиП 23 – 05-95, МГСН 2.06-97 ва МГСН томонидан белгиланган табиий ёритишга эга бўлиши лозим.

2.05-97 . Номерга қуёш нури тушиш вақти лимитланмайди. Уфққа 180 – 270^{o} секторда мўлжалланган номерлар қуёшдан ҳимояланиш қурилмалари билан жиҳозланиши керак. Меҳмонхона турар жой ҳажми (келувчилар ҳисобга олинган ҳолда номерлар) бир яшовчига 15 куб/м дан кам бўлмаслиги керак.

Барча турар жой бинолари устки, ички кийим, чойшаблар, багажлар учун қатор шкафларга эга бўлиши лозим.Улар турар жой хонасида ёки унинг олдида бир яшовчига минимал ҳисобда битта (0,60х0,55) шкафдан иборат бўлиши керак (корпусли меелдан ясалган шкафга алмаштиришга йўл қўйилади). Меҳмонхона таркибига шаҳарда ишловчи жамоатчиликка

мўлжалланган бинолар қўшишда уар учун кўчага чиқиладиган алоҳида муҳофазаланган жой кўзда тутилади.

Янги қурилаётган меҳмонхоналарда, одатда, аравачада ҳаракатланадиган яшовчи ногиронларга шароит таъминланиши керак. Бунда ногиронларни горизонтал ва вертикал коммуникациялар бўйича ҳаракатланиши учун тегишли йўлаклар, қурилмалар билан жиҳозланиши лозим. Ўриндиқ аравачадаги ногиронлар ва кўзи ожизларни биринчи қаватдаги номерларга жойлаштириш мақсадга мувофиқ.

Номерлар ё битта тураржой хонаси таркибида, ё гардероб, сандузелли қўшимча олди хона сифатида ойиалаштирилиши мумкин. Икки ёки ундан кўпроқ аралаш номерларни, шунингдек фирма вакиллари учун кабинет хоналарни қуришда уларни бирлаштириш мумкин. Кўп ўринли номерларни фақат тураржой хонаси таркибидагина лойиҳалашга йўл қўйилади.

Шинамлиги оширилган номерлар (апаратаментлар, “президент”, люкс) ни лойиҳалашда икки ва ундан кўпроқ тураржой хоналари, шунингдек камида икки санузел кўзда тутилиши керак. Бошқа қўшимча бинолар ва ускуналар, шу жумладан, ошхона лойиҳалашга топшириқ билан белгиланади. Меҳмонхонага туташ бар қурилмаси тавсия қилинади. Апартаментлар таркибида хизматкорлар учун бинолар (тураржой хонаси, шкафли хизматхонаси, санузел)ни кўзда тутишга йўл қўилади. Апартаментларни икки даражада лойиҳалашга йўл қўйилади.

“Уч юлдуз” ва ундан паст меҳмонхонада куилмаган ҳолатларни таъминлаш кўзда тутиш тавсия этилади (яшовчи ҳисобига 4,5 кв.м яшаш майдони ҳисобидан).

Номерларни қўшимча бинолари баландлиги камида 2,1 м, номерлар эни – камида 2,4 м, номерга кириладиан йўлак эни – камида 1,05 м бўлиши зарур. Номерларда ва меҳмонхоналарда баландлиги камида 1,2 м тўсиқ билан ўралган балкон ва ложаар қуришга йўл қўйилади. Балконлар эни камида 1,2 м, ложалар – 1,4 м бўлиши лозим.

Тўрт ва беш юлдузли меҳмонхоналар киришда электрон қурилмали ҳаракатланадиган эшиклар билан жиҳозланмоғи керак.

Қаватлар бўйича хизмат кўрсатиш биноларини алоҳида бўлиб қўйиш лозим: беш юлдузли категория меҳмонхонада 30 ўринга битта блок, тўрт юлдузлида 40 ринга битта блок, уч юлдузлида 50 ўринга бир блок, икки юлдузлида 60 ўринга бир блок. Бир ва икки юлдузли мемонхоналарда қаватларга хизмат кўрсатиш биноси қават орқали жойлашишига йўл қўйилади. Қаватларга хизмат кўрсатиш биноси минимал таркиби – навбатчи ходим хонаси.

Меҳмонхона вестибюли, одатда, кириш зонаси, қабул қилиш (меҳмонхоналарни рўйхатга олиш ва ҳужжатларни расмийлаштириш) зонаси, кутиш, дам олиш ва ташкилий гуруҳлар тўпланиши, ахборот телефон автоматлар ўрнатиш, банкоматлар ва савдо киосклари, овқатланиш корхонасига кириш ва маиший хизмат хоналари, алоқа зонаси лифтли ҳоллар) дан иборат. Вестибюл коммуникация системасини бузмаган ҳолда хоналарни қисман бир – бирига ўтиш функционал зоналарага йўл қўйилади.

Кутиш, дам олиш ва ташкилий гуруҳ тўпланадиган зона ўтиш йўлаги бўлмаслиги керак.

Мемонхонада овқатлантиш корхонасини очиқ (ҳамма кирадиган, лекин яшовчиларга хизмат устунлиги билан, шунингдек шаҳардан келувчиларга хизмат кўрсатиладиган) ёпиқ (фақат яшовчиларга хизмат кўрсатиладиган)қа бўлиши лозим.

“Бир юлдузли”дан юқорироқ категориядаги меҳмонхоналарда ходимлар учун ошхона ва буфет кўзда тутилиши керак: бир вақтнинг ўзида каттариқ сменаларда ошхона камида 30% кишини ўтқазиши, буфет эса 20% кишини ўтқаза олиши лозим. Бир юлдузли мемонхоналарда тегишли равишда 20 ва 10%. Бир юлдузли ва икки юлдузли категориядаги меҳмонхоналарда тураржой қаватларида жамоатчиликка мўлжалланган бинолар (барлар, кафелар, буфетлар ва ҳ.к) қурилиши мумкин, шарти шуки, яшаш бинолар шовқинга қарши ҳимояланган бўлиши лозим. Жамоат биноларини яшаш жойлари билан аралаштириб жойлаштиришга йўл қўйилмайди.

Номерга овқат уатишда овқат тарқатиладиган блок ва меҳмонхона яшаш ўртасида алоқа хизмат йлаклари, дализлар, зинапоялар, лифтлар ва махсус кўтаргичлар ёрдамида амалга оширилиши зарур.

Меҳмонхона таркибидаги маиший хизмат ва савдо бинолари уарнинг сиғими ва категориясига мувофиқ кўзда тутилади:

- Сартарошхона 50 – 200 ўринли меҳмонхонада бир яшовчига – 0,25 кв.м (уч юлдузли ва ундан юқорироқ категория меҳмонхоналар учун). Тўрт ва беш юлдузли меҳмонхоналарда сартарошхона – салони пардоз хонаси, массаж хонаси, маникюр, педикюр ва бошқа хоналар билан лойиҳалаштирилади;
- Комплекс қабул пункти (кимёвий тозалаш, кир ювиш ва дазмаоллаш, кийимлар майда ремонти) учун 50 – 300 ўринли сиғимда – 12 кв.м, 301 – 500 ўринли меҳмонхонада – 18 кв.м;
- Транспорт, театр, бошқа маданий ва спорт тадбирларига билет кассаси учун бир кассага 3 кв.м;
- Савдо нуқтаси – битта киоскка 3 – 4 кв.м.

Маиший хизмат кўрсатиш биносини алоҳида ойиалаш ва бевосита меҳмонхона вестибюлида жойлаштириш лозим.

Турли мақсадларга мўлжалланган савдо киоскларини лойиҳалашда ҳар бир киоскка 3,0 кв.м дан кўп бўлмаган ёрдамчи бино кўзда тутилиши ва улар меҳмонхона жамоат зонасида жойлашган бўлиши керак.

Ишбилармонлик ва физкультура – соғломлаштириш фаолияти биноси уч, тўрт ва беш юлдузли меҳмонхоналарда кўзда тутилиши зарур:

- Ишбилармонлик фаолияти ва учрашув – бизнес–маркази учун бино фирмалар ваколатхонаси, ишга доир учрашувлар хонаси ва маслаҳат йиғилиш зали, кўргазма ва экспозиция билан намойиш зали, ёрдамчи бинолар (алоқа хизмати, кўпайтириш техникаси ва компьютерлар, таржимонлар ва ҳ.к);

- ❖ Спорт – соғломлаштириш маркази спорт ва (ёки) тренажёр зали билан, беш юлдузли меҳмонхоналарда – сузиш бассейини сауна билан, тўрт юлдузлида эса – сауна. Спорт ёки тренажёр залининг бир вақтлик сиғими меҳмонхона сиғимининг камида 10% сауна эса камида –1% ни ташкил қилади. Сузиш бассейни сув сатҳи майдони меҳмонхонадаги бир ўринга 0,55 кв.м. қилиб олинади. Физкультура – соғломлаштиришга мўлжалланган бинода тиббий кабинет кўзда тутилади: 500 ўрингача бўлган сиғимда – 14 кв.м, катта сиғимда – 36 кв.м гача.

Маъмурият биносини яшовчилар асосий оқимидан ташқари биринчи қаватда гуруҳлаш мақбул. Турли типдаги туристик ташкилотлар ва меҳмонхона бирлашмалари офисларини жойлаштиришга шу шарт билан йўл қўйиладики, бу яшаш шинамлигига путур етказмаслиги керак.

Хизмат кўрсатиш биноси. Кимёвий тозалаш ва кир ювиш хонасини ягона функционал блокда жойлаштириш лозим. Меҳмонхона кирхонаси қуйидаги асосий бинолар тўпламига эга бўлиши керак: кир чойшабларни сақлаш ва саралаш учун хона, ювиш цехи, бош цех, тоза чойшабларни вақтинча (марказий чойшабхона) сақлаш цехи. Кирхона ишлаб чиқариш цехлари жойлашуви чойшабхоналарга қайта ишлов бериш технологик оқимини таъминлаши зарур. Кир ва тоза чойшаблар оқимини кесишига йўл қўйилмайди. Технологик ускуналар унумдорлиги меҳмонхона сиғимига мос келиши, унинг жойлашуви унга эркин оришни таъминлаши зарур. Чойшабларни ташиш учун аравача ёки контейнерлардан фойдаланилади, улар дзинфикциялаш воситалари билан енгил тозаланадиган материаллардан тайёрланиши лозим. Улар белгига эга бўлиши ёки шакли ва рангига қараб фарқланадиган бўлади. Кирхона ходимлари учун алоҳида душ ва ечиниб – кийиниладиган хона кўзда тутилади. Кирхонада фақат гигиеник сертификатга эга ювиш воситаларидангина фойдаланилади.

13.2. Санитария – техник ускуналар

Меҳмонхона биносида иситиш, совуқ ва иссиқ сув водопроводи, канализация системалари, вентиляция ва кондициялаш, электр таъминот ва электр ускуналар, газлаштириш (мисол учун, овқат тайёрлаш блокида таом тайёрлаш цехи айрим операцияларни бажариш учун), механик қурилмалар ва системалар, алоқа ва сигнализация эшиттириш ва ҳ.к. системалар бўлиши керак.

Водопровод

Меҳмонхонада СНиП2.04.01. –85 “Биноларнинг ички водопровод ва канализацияси” талабларига мувофиқ совуқ ва иссиқ сув таъминоти ва канализация тармоғи албатта, кўзда тутилиши шарт. Иссиқ сув таъминоти системаси лойиҳада кўзда тутилган тегишли бинолардаги барча санитария приборларини белгиланган ҳароратда иссиқ сув билан узлуксиз таъминлаши зарур. Иссиқ сув таъминоти системасига бериладиган сув ҳарорати иссиқлик таъминоти системасига уланиш усулига боғлиқ ҳолда белгиланади: ёпиқ

усулда (сув иситгич орқали) 50 – 55^{o} С атрофида; очиқ усулда бевосита тармоқдан) 60 – 65^{o}С атрофида.

Сув ҳарорати албатта, ўрнатилган автомат терморегулятор ёрдамида ушлаб турилади. Иссиқ сув таъминоти системасига бериладиган сув ҳароати, уланган усулидан қатъий назар 75^{o}С дан юқори бўлмаслиги керак.

Профилактик ремонт, авария чоғида меҳмонхонани иссиқ сув билан узлуксиз таъминлаш учун маҳаллий лектр сув иситгичар (электробойлер, электротитан, электроиситгич) ва иккинчи иссиқлик манбаи кўзда тутилиши лозим.

Вентиляция, кондициаллаш, иситиш. Вентиляция, кондициалаш, иситиш системалари меҳмонхона биноларида муътадил микроиқлимни таъминлаши керак. Кичик сиғимли меҳмонхоналарда табиий шамоллаштиш мосламалари системасини қўллашга йўл қўйилади. Биноларда кндициалаш системаси бўлмаган бошқа меҳмонхоналарда бутун бинода ёки унинг алоҳида қисмларида ҳавони механик сўриб олувчи –тортиб олувчи ҳаво ўтказигичлардан фойдаланилади, шу тариқа ҳаво оқимини механик сўриб олиш орқали вестибюл, холл, заллар, бассейн хонаси, овқатланиш корхонаси – 50 ўриндан кўп бўлмаган залларда ҳаво мўътадиллиги ва тозалиги сақланади. Вентиляция системаси мемонхона барча биноларида меъёридаги ҳаво амашинишини таъминлаши зарур. Ҳаво оқими ёки лойиҳада кўзда тутилган ҳаво сўриш ўртасида 10% дан кўп фарқ бўлишига йўл қўйилмайди. Ҳаво оқими ҳарорати пасайиши ёки кўпайиши 2^{o} С дан кўп бўлмаслиги керак. Табиий шамоллатиш – вентиляция тортувида ташқи ҳаво ҳарорати 5^{o}С ва ундан паст бўлмаслиги ва нормал ҳаво алмашинувини таъминлаши зарур.

Табиий вентиляция системаси ҳаво тортувчи мосламаларни пастдан бошлаб, юқорисигача панжаралари қопқоқларини ёпиш йўли билан реглировка қилинади. Кучли совуқ пайтида тураржой бинолари совиб кетмаслиги учун бинодан ҳаво сўрилиши камайтирилади, бунинг учун ҳаво тортувчи вентиляция қопқоғи ёпиб қўйилади. Бу даврда механик вентиляция камайтирилаи ёки узиб қўйилади, аммо у табиий ҳаво сургич сифатида ишлаб туриши керак. Совуқ кунлар тугагач, вентиляция системаси тўлиқ қўшиб қўйилади.

Ҳавони кондициялаш системаси бинода ҳавонинг зарур параметрларини ушлаб туриши зарур. Бунда ҳаво оқими бўйича нормадан +10%, ҳарорат бўйича +2^{o}С, намлик бўйича +5% чекинишга йўл қўйилади. Тўрт ва беш юлдузли меҳмонхонлар турар жойлари ва жамоат биноларида кондинциялаш системаси бўлиши лозим, маъмурий ва маиший биноларда эса (сиғими 300 ўрин ва ундан юқори) бўлиши тавсия тилади. Ишлаб чиқариш ва техник биноларда кондициялаш системаси мавудлиги технологик шароитлар, шундай системани қўллаш технологияси ва оқилоналиги билан белгиланади.

Уч юлдузли категория меҳмонхоналари ва ундан пастларида, шунингдек тўрт ва беш юлдузли меҳмонхоналар жамоат биноларида учинчи класс кондициялаш системасини қўллашга йўл қўйилади. Тўрт ва беш юлдузли меҳмонхоналар тураржой бинолари кондициялаш системаси маҳаллий регулировка қилиш ёки иссиқ намликни программалаштириш

қурилмалари билан жиҳоланади. Меҳмонхона номерларида ҳаво алмашлаш мароми беш юлдузли меҳмонхона учун бир кишига – 70 куб м\с; тўрт юлдузлида –60 куб м\с, уч юлдузлида – 40 куб м\с, икки ва бир юлдузлида – 30 куб м\с ундан паст эмас) миқдорда қабул қилинади.

Қаватлари беш қаватдан кўпроқ меҳмонхоналарда асосий чиқишлар (уч юлдузли ва юқори), шунингдек сиғими 300 ва кўпроқ ўринли меҳмонхоналар ҳаво – иссиқлик жиҳозлари билан таъминланиши керак. Ҳаво – иссиқлик мосламалари ихтисослашган ташкилотлар томонидан ўрнатилади ва бош кириш йўлагига иссиқлик ҳаво узатилишини таъминлайди. Худди шундай вестибюлга ҳам тегишли ҳароратда, керакли миқдорда илиқ ҳаво бориб турилади.

Меҳмонхона биноларида ҳисобланган ҳаво ҳарорати (алоҳида режимда эксплуатация қилинадиган бинолардан ташқари) 20^oC га тенг қабул қилиниши зарур. Меҳмонхона тураржой ва жамоат биноларида максимал ҳаво ҳарорати 26^oC дан кўп бўлмаслиги лозим.

Кондициялаш билан ҳаво нисбий намлиги меҳмонхоналарда 45 – 50 %, кондициялашсиз 30 – 65% атрофида бўлиши зарур. Тураржой бинолари учун бир кишига келаётган ташқи ҳаво миқдорини 60 куб м\соат қабул қилиш тавсия этилади.

Меҳмонхона бинолари ҳаво намлиги параметрларини яхшилаш мақсадида электрли, ҳаво (вентиляция системаси билан биргаликда), нурли ва истиш бошқа системалари, шу жумладан, ионлаштирувчи ва намлантирувчи ускуналарни қўллашга йўл қўйилади.

Автомобиллар тўхташ жойлари, устахоналар ва хизмат бинолари қисмлари ва зоналарида ҳаво билан иситиш қурилмалари тавсия қилинади.

Иситиш приборлари юза ҳарорати, ташқи кўриниши, типи, жойлаштирилиши ва бошқа ускуналар меҳмонхоналар категориялари ва интерьер характерига мувофиқ келиши керак.

Канализация ва чиқинди қувурлари. Меҳмонхоналар канализация системаси барча санитария – техник приборлар ва оқова сув қабул қилиш қурилмалари келаётган оқова сувни ташқи канализация тармоғига узлуксиз оқиб кетишини таъминлаши зарур. Тиқин ҳосил бўлишини олдини олиш мақсадида канализация қувурлари камида йилига бир марта профилактик тозалашдан ўтказилиши лозим.

Меҳмонхоналарда чиқинди қувурлари зина остиларида ёки алоҳида бинода ўрнатилади, чиқинди қувурлари – йўлларини ходимлар дам оладиган бинода қурилишига йўл қўйилмайди. Чиқинди қувурлари тураржойлар ва жамоат биноларида чиқинди қувурларини лойиҳалаш бўйича кўрсатма талабларига жавоб бериши керак. Битта чиқинди қувури устунига юкланиш суткасига 1500 л.гача чиқинди қабул қилишга (меҳмонхона 1 куб.м яшаш майдонига 0,2 л йиғинди ҳисобида) мўлжалланган.

Чиқинди қувурларини режали – олдини олиш таъмирлаш ишлари уч йилда бир марта, капитал таъмир тўққиз йилда бир марта ўтказилиши зарур. Чиқинди қабул қилиш камераларига санитария – гигиена талаблари:

- ❖ Камера деворлари сопол плита билан қопланади, шифти мойли буёқ билан буялади;
- ❖ Камера канализацияга туташ, тушиш учун $0{,}01^{o}$ қияликда зинага эга, раковина ва ювувчи крак ва шланг, совуқ иссиқ сув келадиган қувур билан таъминланган бўлиши зарур;
- ❖ Камерадан чиқинди ҳар куни ташиб кетилиши керак;
- ❖ Чиқинди олиб кетилгач, камера шланг орқали ювилиб, тозаланади. Чиқинди камераси вақти – вақти билан дезинфекция ва дератизация қилинади;
- ❖ Чиқинди камераси биноаси тўсилган чиқиш жойига эга бўлиши ва меҳмонхона бошқа ёрдамчи бинолари билан туташмаслиги керак.

Камерага кемирувчилар кирмаслиги учун қараб бориш керак; чиқиндихона камераси эшиги ва бўсағаси ички томондан тунука билан қопланиши, эшиги зич ёпиладиган бўлиб, кўча томонга очиладиган бўлиши зарур. Эшик контейнерли арава ёки чиқинди олгич кириш учун зарур катталикда бўлиши лозим. Чиқиндихонани тўсиб турадиган конструкциялар зарарланса дарҳол синчиклаб тузатилиши керак. Камералар қуруқ бўлиши, сунъий ёритиш чироқлари ва нам–чанг ўтказмайдиган материаллар билан қопланган бўлиши лозим, камерада ҳаво ҳарорати 5^{0}С дан юқори бўлмаслиги керак.

Чиқинди кўп тўпланадиган меҳмонхоналарда кузови олинадиган чиқинди ташиш машиналари мақсадга мувофиқ, улар чиқиндини майдалаб пресслаш имконини беради. Янги меҳмонхоналар қурилиши ва комплкс капитал ремонт чоғида ўринлар сони 400 – 500 дан юқори меҳмонхона биноларини йиғиштириш ишлари самарадорлиги ва сифатини ошириш учун уларни стационар марказлашган ваакумли чанг тортгичлар билан жиҳозлаш мақсадга мувофиқ.

Умумий талаблар. Меҳмонхона бинолари ионлаштирувчи ва юқори частотали рунланишдан, шу жумладан, ички манбалардан (тиббий, ошхона, техник ускуналар ва бошқалар) ҳимояланган бўлиши керак.

Меҳмонхона бинолари қурилиши ва пардозлаш ишларида гигиеник сертификатлашдан ўтган, тегишли сертификатга эга эологик тоза ва хавфсиз материаллардан фойдаланиш лозим.

Тўрт ва беш юлдузли меҳмонхоналарда муҳандислик системаларини камида икки алоҳида манбалардан таъминланиши вазиятлар ва авария режимида ишлашга ўтишни тартибга солувчи шу жумладан, қўл билан улаш, ўчириш) имконият кўзда тутилиши, авария шароитлари компьютер ёзувчи ва бошқалар ҳисобга олиниши зарур. Барча иссиқлик алмашиниш аппаратлари ва насос ускуналарини камида 100% резерви бўлмоғи даркор. Блокировкаланган системаларда алоҳида регулировка имкониятлари кўзда тутилади.

Совуқ ва иссиқ сув, (шу жумладан, ёнғинга қарши), канализация, иссиқлик таъминоти, вентиляция, марказлашган чанг тортгич, совуқ таъминот, ёнғинга қарши лифт хўжалиги системаарини тартибга солиш ва

назоратини таъминлаш учун КИПи А воситалари кўзда тутилмоғи лозим. Шунингдек амалга ошириладиган регулировкаларни ва авария вазиятларини хотирасида қайд қилучи программалаштирилган рақамли блок қурилма ва системаларини қўллаш тавсия этилади. Бу ушбу жараёнлар характеристикалари ва протоколларини ўрганиш имкониятини беради. Марказий постлар билан алоқа боғловчи қурилмалар дублирлаштирилиши лозим.

Электр таъминоти, электр ускуналар, алоқа ва сигнализациялар.

Меҳмонхона биносидаги электр тармоғи, электр таъминоти оралиқ ва учлик қурималари ПУЭ–86 ва ВСН 59–88 талабларига мувофиқ бажарилиши шарт. Таъминот ишончлиги даражасига кўра электр энергия қабул қилувчилар категориялиги ВСН 59–88 кўрсатмаларига мувофиқ амалга оширилиши зарур. Бунда тўрт ва беш юлдузли меҳмонхоналар учун биринчи категория ишончлиги кўзда тутилади. Нормал эвакуацияни таъминлаш учун ишлаш вақти чекланганлик билан қўшимча мустақил электр манбалари (шу жумладан, аккумляторли) ўрнатилиши керак. Компьютер тармоғи ва ёнғинга қарши ҳимоя системаси, қўриқлаш сигнализацияси, алоқа воситалари ва системаси узлуксиз озиқланиши агрегатлари билан жиҳозланади.

Меҳмонхона биносида 380\220 системасини қўллаш лозим. Трансформаторларнинг ерга уланган нолли нуқтаси ва беш ўтказувчили электр схемаси, ток оладиган барча тармоқларда 15–30% қувват резерви кўзда тутилади, коммуникацион блокларда контакт гуруҳи резерви ҳам худди шундай:

Меҳмонхона биносини ёритиш қуйидаги гуруҳлар бўйича таъминланади:

1) яшаш жой, жамоат, маъмурий бинолари, эвакуация йўллари;
2) ёрдамчи бинолар;
3) техник бинолар;
4) ташқи ёритиш.

Меҳмонхоналарда ишчи, эвакуацион, авария ва қўриқлаш ёритишлар кўзда тутилади. Номерларда умумий ёритгичлар ўрнатилади, икки юлдузли ва ундан юқори категориядаги меҳмонхоналарда ҳам маҳаллий ва ишчи ёритгичлар ўрнатилади (кроват ёнида, умивальникда, кўзгу ёнида ва ҳ.к) уч юлдузли ва ундан юқори категориядаги меҳмонхоналарда кроват ёнида ёритгич ва умумий ёруғлик регуляторлари қўллаш лозим бўлади. тўрт ва беш юлдузли меҳмонхоналарда ёруғликни дистацион бошқарув ва ёруғликни ёқиш – ўчириш автомат акустик қурилмасини қўллаш зарур.

Меҳмонхона жамоат биноларида ёркинлиги бўйича регулировка қилинадиган (пасайтириш ёки кучайтириш) умумий ёруғликдан фойдаланилади. Зоналарда эса бир жойни ёритувчи ва атрофни ёритиб турувчи воситалар қўлланилади. Маъмурият бинолари ва навбатчи хизматчилар постларида эса умумий ва ишчи ёритиш кўзда тутилади. Компьютер ишчи столларига кўзни қамаштирмайдиган нур таратиб турувчи чироқлар ўрнатилади.

Меҳмонхона биносига ўтказилган алоқа системаси симлари минимал бўлиши керак. Алоқа системаси ускуналари, электр частофиксация, сигнализация ва муҳандислик ускуналари диспетчерлиги жиҳозларини битта бинога ўрнатишга йўл қўйилади. Меҳмонхона биносида марказий радио эшиттиришлар ва шаҳар радиотрансляция тармоғи программаларини эшиттириш учун мўлжалланган ўз симли станция қурилмаси бўлишига рухсат берилади. Шунингдек меҳмонхона студияси программасини эшиттириш, ходимларга хабарлар, ташвишли сигналлар билан хабар беришга йўл қўйилади.

Тўрт ва беш юлдузли меҳмонхоналарда ўзининг хусусий телестудияси бўлиши мумкин. Телевидения бош студияси майдони камида 10 кв.м бўлган бинода жойлаштирилиши керак; уларни намли жараёнлар кечадиган бино остида жойлаштиришга йўл қўйилмайди. Тўрт ва беш юлдузли меҳмонхоналарда йўлдош телевидения кўрсатувларини қабул қилувчи ускуна бўлиши шарт, бошқа категориядаги меҳмонхоналарга эса йўлдош телевидения қабул қилишни таъминлаш тавсия этилади. Шунингдек турли ихтисослашувдаги компьютер тармоқларига чиқиш ва уларни қамраб олиш имкониятлари кўзда тутилади.

Телевизорларни улаш учун қурилмаар меҳмонхона ҳамма яшаш биноларига ўрнатилиши керак. Шунингдек асосий жамоат бинолари (бир юлдузлидан ташқари) да шундай қурилма бўлиши лозим.

Залли бинолар, вестибюл, меҳмонхона қаватлари ва холларда видеопроекция системасини қўллаш тавсия қилинади.

Шаҳар абонентига, шунингдек ички телефон ва селектор алоқасига тўғридан – тўғри чиқиш ёки уланиш учун телефнлаштириш кўзда тутилмоғи зарур. Шунингдек ходимни излаш алоқа системаси, раҳбарлар, техник ва навбатчи ходимлар учун селектор ускуналари, қўриқлаш хизмати радио алоқаси ва бошқаларни қўллаш тавсия этилади.

Меҳмонхона биноларида уларда киноконцерт ва конференц заллар, ишга доир учрашув бинолари ва хоказолар мавжуд бўлганида овоз кучайтиргич, сенехрон таржима, диктофонли стенография ва бошқа конференц системалар талаб қилинади. Зарурат туғилганда абонентлар очиқ тармоғига ажратилган линейли коммуникацион кабел тармоққа уланиш мумкин бўлиши лозим. Санаб ўтилган бинолар ва хизматлар мавжуд бўлганда залли комплексда нусха кўпайтириш бюроси ташкил қилиш мақсага мувофиқ.

Уч юлдузли ва ундан юқори категориядаги меҳмонхоналар номерлари қуриқлаш сигнализацияси воситалари билан жиҳозланиши керак, қайсиким тўрт ва беш юлдузли меҳмонхоналарда номерда яшовчилар борлиги ва номерни бандлигини билишда бу воситалар қўл келади.

Лифтлар ва механик транспортларнинг бошқа турлари. Меҳмонхоналар қаватига қараб лифтларга эҳтиёж, лифтлар сони, уларнинг типлари СНиП 2.08.02-89 ва ГОСТ 22011 – 90 Е талабларига мувофиқ бўлиши лозим; лифтлар кутиладиган ҳисоб вақти А ГОСТ Р50645 – 94 Иловада кўрсатилганидан кўп бўлмаслиги керак. Лифт қурилмалари ёнғинга

қарши талаблари СНиП 21-01-97, НПБ250 – 97 ва ГОСТ 22011 – 90 Е да кўрсатилганига мувофиқ бажарилиши шарт.

Сиғими 500 ўрин ва ундан кўп меҳмонхоналарда багаж киритиладиган жой ва вестибюл бўлганида юк лифтига багаж узатиладиган зонадан транспортёр ёки рольганлар ўрнатиш мақсадга мувофиқ йўловчи эскалаторлар қурилмасига зарурат бўлганида у лойиҳалаштирилаётганида қурилишга киритилади.

Дебаркадерларда, қайсиким бино ичида оғир ёки ҳажмли юклар узатиш амалга оширилади, тельферлар, рольганлар, транспортёрлар ва ҳ.к. қурилмалар тавсия этилади, авто ва электрокаралардан фойдаланишга йўл қўйилади.

Умумий овқатланиш корхоналарида ва хўжалик ҳамда ишлаб чиқариш хизматлари алоқалари учун қаватларда фойдаланиш мақсадида кам қувватли кўтаргичлар кўзда тутилади. Қаватларга маҳсулотлар, чойшаблар ва бошқа зарур воситалар узатиш учун ҳам юк ва юк – йўловчи лифтларидан фойдаланилади.

Сиғимли 300 ўрин ва ундан юқори бўлган меҳмонхоналарда қаватлар беш ва кўпроқ қават бўлганда чойшаб узатгич қувурлардан фойдаланишга йўл қўйилади.

13.3. Меҳмонхоналар биноларини сақлаш

Меҳмонхоналар барча бинолари махсус штатдаги хизматкорлар ва фаррошлар томонидан синчиклаб йиғиштирилиши керак. Иш бошлангунча катта хизматкор ва хизматкор махсус коржома ёки дазмолланган тоза форма кийими кийиши лозим.

Меҳмонхона биноларини йиғиштиришда йиғиштириш мосламалари, йиғиштириш материаллари ва йиғиштириш жиҳозларидан фойдаланилади. Ҳар бир хизматкор тоза ва фойдаланилган чойшабларни ташиш аравачаси, номерни йиғиштириш воситалари, шунингдек меҳмонхона категориясига қараб зарур воситалар тўплами (реклама материаллари, ёзув – чизув тўпламлари, совун, шампун, ванна учун гел, дезодрант, чўмилиш учун шапкача, минерал сув ва х.к) га эга бўлиши зарур.

Аравачаларни жиҳозлаш махсус бинода қуйидаги тарзда ўтказилади: тўшама ёзилади, кейин тоза чойшаблар тахланади, усти ёпилади, пастьки қаватига йиғиштириш учун мосламалар, чиқинди учун бир марталик полиэтилен халтачалар ортилади. Кир яойшабларни катта полиэтилен пакетига ёки катта халтага йиғиштириш мумкин, улар аравача ён томонида маҳкамлаб қўйилади. Тоза чойшабларни очиқ ҳолда ташиш тақиқланади.

Номерларни ҳар кунги жорий, оралиқ (заруратга қараб) ва бош йиғиштириш каби бир – бирига боғлиқ турлари ўтказилади.

Яшаш номерларни ҳар кунги йиғиштириш маълум кетма – кетлик билан ўтказилиши керак:

✦ бино қишда 20 - 30 минут давомида форточка, фрамугларни очиб, ёзда деразани очиб шамоллатиради;

✦ идишлар ювилади; тоза идишлар йиғиштириш охиригача тоза сочиқ билан ёпиб қўйилади;

✦ тўшак албатта чойшаблар шамоллатилиши билан йиғиштирилади; чойшаб ва кўрпа силкитиб қоқилади, ёстиқ уриб – уриб ширирилади (ёстиқ жилдда бўлиши, матрица чойшаб тўшалган, кўрпа жилд кийдирилган бўлиши зарур). Тўшак қуйидаги тарзда тартибга келтирилади: чойшаб материцага шундай тўшалиши керакки кроват четлари очиқ қолмаслиги керак, кўрпа кроватни қоплаб тўшалади, ёстиқ тўғрилаб қўйилгач, охирида қалин чойшаб билан ёпилади.

✦ Мебеллар чанги артилади (шкаф, тумбочка, ичи, стол усти, телевизор, радиоприёмник, телефон, тунги чироқ ва ҳ.к артилади);

✦ Гилам, пол, пол қопламаси чанги чанг ютгич ёрдамида тозаланади.

Йиғиштириш чоғида стол, диван, кресло ва бошқа мебеллар устига чиқиш қатъиян тақиқланади. Икки хонали номерларда дастлаб ухлаш хонаси йиғиштирилади, кейин меҳмонхонаси, йўлак, кейин эса санузел йиғиштирилади. Уч хонали номерда тегишли равишда ухлаш хонаси, меҳмонхонаси, кабинет, йўлак ва санузеллар йиғиштирилади. Санприборларни йиғиштиришга кириша туриб хизматкор клёнка фартук тақади, резина қўлқоп кияди. Номердаги санузеллар ҳар кунги йиғиштириши шундай кетма – кетликда ўтказилади:

✦ Сочиқ қуритгич, осма кўзгули таёқча артилади;

✦ Сантехприборлар кўзи, айтрофидаги сопол плита артилади;

✦ Умивальник, ванна (душ учун поддан), биде, унитаз ювилади.

✦ Педалли челакдан чиқинди олиниб, у ювилади;

✦ Резина гиламча ювилади, кейин пол ювилади.

Йиғиштириш тугагандан ва дезинфекция қилингандан кейин ҳожатхона қоғозлари ўрамлари кийдириб қўйилади. Сочиқ (ҳар бир меҳмонга) сочиқ илгичга осиб қўйилади: бир ва икки юлдузли меҳмонхоналарда камида иккита; уч юлдузлида камида учта; тўрт ва беш юлдузлида камида бешта. Кимёвий тозалаш, ювишга топшириладиган буюмлар, чойшаблар учун полиэтилен пакетлар ҳожатхона қоғози (резерв ўрам) тайёрлаб қўйилади.

Умум фойдаланиладиган душхона полига резина гилам тўшалади. Умум фойдаланадиган душхонада ҳар кунги йиғиштириш қуйидаги тартибда ўтказилади.

✦ Ечиниш хонасидаги кўзгу артилади;

✦ Кийим илгичлар, ўтиргичлар сангдан тозаланади;

✦ Резина гилам, девордаги совун қуйгич ювилади;

✦ Кафелли девор артилади;

✦ Педалли челакдан чиқинди олинади.

Бош йиғиштириш 7 – 10 кунда бир марта ўтказилади. Бош йиғиштиришда девор чанглари артилади, вентиляция панжаралари тозаланади, чанг ютгич билан матрицалар, драпировкалар, панжалар тозаланади, эшиклар ва дераза ойналари артилади. Бунда қўшимча ишлар – гиламлар, йўлак гиламларини ювиш ишлари ўтказилиши мумкин. Дераза

шторлари чанг ютгич билан тозаланади ва бир йилда 2 марта кимёвий тозалашга кирхонага топширилади: тюл шторлар ювишга берилади.

Яшалмайдиган бинолар (вестиюбл, холл, галерия, зиналар ва ҳ.к) қуйидаги кетма – кетликда (ҳар куни) йиғиштирилади:

- Бино шамоллатиради;
- Кресло, диван, столчалар, кўзгу ва ҳ.к чанги артилади;
- Пол, йўлак гиламлари, гилам чанги чанг ютгич билан тозаланади ва ҳ.к.
- Зарурат бўлганда пол ювилади.

Ҳар ҳафтада мебеллар юмшоқ қисми чанг ютгич билан тозаланади, дераза блоклари, токчалари нам латта билан артилади.

Эшиклар, батареялар, ойида камида бир марта ювилади, картиналар, стол чироқлари, шифт чироқлари артилади.

Ҳар икки ойда девор юзаси артилиши зарур шторлар алмаштирилади, карнизлар артилади.

Заруратга қараб паркет пол артилади, дераза ювилади. Меҳмонхонада кемирувчилар ва ҳашоратлар олдини олиш учун маъмурият меҳмонхона барча биноларида профилактика дезинфекция ўтказиш юзасидан дезинфекция хизмати билан доимий шартнома тузилиши лозим. Меҳмонхонада дезинфекци ва дезинфекция қилинадиган объект паспорти бўлиши лозим.

13.4. Чойшаб хўжалигини сақлаш

Меҳмонхона кўрпа – тўшак чойшаб хўжалиги тоза чойшаблар марказий чойшабхонаси, кир чойшаблар марказий чойшабхонаси (меҳмонхонада кирхона бўлганида бўлмайди), кир чойшаблар учун қаватларда хона ва суткалик захира тоза чойшабхона, омбор (янги чойшабхоналар учун)ларни ўз ичига олади. марказий чошабхона майдони 15–20 ўрин сиғимга эга меҳмонхонада камида 6 кв.м, 50–100 ўринли меҳмонхонада 16 кв.м., 200 – 500 ўринлида 30 кв.м., 800 – 1000 ўринли сиғимга эга меҳмонхоналарда 45 кв.м. бўлиши лозим.

Кўрпа – тўшак чойшаблари ва сочиқлар миқдори кейинги давр чойшаб – жилдлар алмашинувини таъминлаши керак:

- Кўрпа – тўшак чойшаблари 3 кунда бир марта;
- Хорижлик меҳмонлар жойлаштирилганда – ҳар куни;
- Сочиқарни алмаштириш – ҳар куни.

Тоза ва кир чойшаблар турадиган бинолар мойли буёқ бўялган (икки қават) ёки глазур плитка билан қопланган бўлиши зарур. Тоза чойшаблар сақлаш учун хонада шкафлар ёки стеллажлар қўйилади. Жовонлари пластика ёки клёнка илан қопланади. Кир чойшаблар сақланадиган сақланадиган хона эса пол стеллажи ёки ёғоч сўри билан таъминланади, оқиш тондаги мойли буёқ билан буялади, совуқ ва иссиқ сув қувури тортилиб роковина ўрнатилади. Чойшабхоналар поли линолеум, пластик ёки метлах плита билан қопланади.

Қўшимча кўрпа – тўшак жиҳозлари (ёстиқлар, жун одёллар, кўрпача жилдлари ва ҳ.к) навбатчи ходимнинг махсус шкафида сақланади.

Тоза ва кир чойшабларни бериш ва қабул қилишда битта ходим шуғулланса ишлаш учун иккита ҳолат бўлиши кўзда тутилади (кир чойшабларни қабул қилиш ва саралашда индивидуал ҳимоя воситалари – дуррача – рўмол ҳолат, резина қўлқопдан фойдаланиши зарур). Кир чойшабларни қабул қилиб олгач, ходим қўлини ювиши ва халатини алмаштириши лозим.

Марказий чойшабхона, тоза ва кир чойшабларни сақлаш биноларини ҳар куни йиғиштириш керак (стеллажлар, шкафлар, токчалар, ходим столи артилади, пол ювилади);

Ҳар ҳафтада бош йиғиштириш ўтказилиб деворлар ювилади, эшиклар ва шифт чанглардан тозаланади.

Хизмат биноларида бегона нарсалар ва ортиқча буюмлар бўлмаслиги зарур. Яшовчилар чойшаблари кирхона бўлмаганда махсус жиҳозланган бинода хизматкор ёки махсус тайинланган ходим томонидан ювилади. Номерларда ва хизмат биноларида кир ювиш қатъий тақиқланади. Меҳмонхонада кирхона бўлмаганида маъмурият шаҳарнинг кирхона – фабрикаси билан чойшабларни ювиш бўйича шартноа тузиши керак.

13.5. Беш юлдузли меҳмонхоналарга умумий талаблар

Асосий талаблар:

- Бино, оргинал архитектура ечимига эга, индивидуал лойиҳа бўйича қурилган; меҳмонхона номи ва махсус бадиий эмблема билан ёритқичли реклама;
- Меҳмонхонага бориладиган ва кириладиган йўллар, шунингдек ҳовли ва ҳудудга туташ территория тўлиқ ободонлаштирилган (мазарали кўкламзорлаштирилган, бадиий композиция ва ҳайкалторошлик ва ҳ.к);
- Хизмат кўрсатиш зонаси билан енгил автомобиллар учун ёпиқ қўриқланадиган қўйиш жойи; меҳмонхона ходимлари автомобиллари қўйилади, қуйиш таъминлангани меҳмонхонадаги номерлар сонига нисбатан 30% автомобиллар;
- Юқори сифатли гарнитур мебел ва интерьерни бадиий жиҳозланганлиги;

  Бинонинг коммунал ускуналари
- Водопровод ва канализация;
- Иссиқ сув таъминоти (сутка давомида);
- Марказий иситиш;
- Барча биноларда йил бўйи ҳавони кондицияланиши;
- Шовқин ўтказмаслик оширилган.

Жамоат бинолари (вестбюл, қабул қилиш зонаси дам олиш ва кутиш жойи билан, қаватларда холлар);

- Кенг вестибюл (меҳмонхона бир ўрнига камида 0,8 кв.м. ҳисобидан, аммо ўхшаш майдонларни 70 кв.м. дан кўпи эмас);

- Аудио томоша қурилмаси (телевизор, видеомагнитофон ёки кинопроектор);
- Электрон ахборот таблоси ёки дисплей;
- Манзарали кўкламзорлаштириш;
- Бадиий композиция;
- Юқори сифатли гарнитур мебел билан жиҳозланган дам олиш учун зона;

Қаватлар икки қават ва ундан кўп бўлганда лифт:

- Ходимлар ва багажлар учун алоҳида лифт;
- Ҳар қандай қаватдан сутка давомида кутиш оралиғи 30 секунд атрофида тушиш ва кўтарилиш;

Ахборот хизматлари

- Алоқа бўлими;
- Бизнес – марказ (1–2 сўзлашув хонаси), офислар;
- Телефакс, телекс, нусха кўчириш ишлари, компьютер тўплами – интернет, электрон почта талаб бўйича тақдим қилинади);
- Халқаро телефон системасига тўғридан – тўғри автоматик чиқиш;
- Барча номерларда ички ва ташқи телефон алоқаси (шу жумладан, хизмат кўрсатиш бўлинмаларига);
- Халқаро таксафонлар;
- Газета, журналлар ва бошқа полиграфик маҳсулотлар сотиш киосклари;
- Номердан туриб меҳмонхона тегишли ходимини чақириш таъминланганлиги;
- Хизмат кўрсатиш бюроси; меҳмонхона ўринларини бронлаштириш ва қабул қилиш хизматларини нуқсонсиз ташкил қилиш;

Умумий овқатланиш

- Ресторанлар (европа ва маҳаллий ошхона), грильбар, тунги бар ёки ресторан, кафе (ресторанларда ўринлар минимал сони меҳмонхона ўринларига 1:1);
- Ёзги савдо учун майдонча ёки айвон

Номер фонди характеристикаси

- Барча номерлар бир ва икки ўринли;
- Кўп ўринли номерларда ўринлар камида 10%;
- Дистацион бошқарувли телевизор, совутгич, мини – сейф, барча номерларда мини – бар мавжудлиги;
- Барча номерларда тўлиқ санузел (унитаз, умивальник, душ ва ванна, барча кўп хонали номерларда биде билан) мавжудлиги;
- Яшаш биноси номерлари майдони: бир хонали бир ўринли – камида 14 кв.м., бир хонали икки ўринли – 16–20 кв.м., икки хонали – камида 30 кв.м., уч хонали – камида 55 кв.м.

Номерларда албатта, бўлиши шарт:

- Қўриқловчилар ва ёнғин сигнализацияси;

- Реклама папкаси (буклетлар, наклейкалар, спровочниклар ва меҳмонхона ҳақида бошқа ахборотлар);
- Бир марта истеъмол қилинадиган меҳмонновозлик фирма буюмлари – атир совун, ҳаммом буюмлари шампунь, шапкача ва бошқалар);
- Гумбаз халат (кўп хонали номерларда);
- Гигиена паетлари, салфеткалар;
- Ҳожатхона қоғози;
- Ваннахонада фен;
- Ваннахонада телефон;
- Ёзув жиҳозлари тўплами (конверт, ручка, почта қоғози ва ҳ.к.);

Савдо ва маиший хизмат

- Шинам типдаги сартарошхона аёллар ва эркаклар заллари, пардоз хонаси, маникюр, педикюр билан;
- Сақлаш камераси; қимматли буюмларни қабул қилиш ва сақлаш; багажларни ташиш;
- Сувенирлар, тамаки ва атторлик ва бошқа товарлар сотиладиган дўкон ёки киоск;

Қуйидаги хизматларни тақдим этиш:

- Кийимларни таъмирлаш ва дазмоллаш;
- Пойафзал таъмири ва тозалаш;
- Мижозга у кўрсатган вақтда хабар бериш (телефон қўнғироғи);
- 12 соат ичида шошилинч кир ювиш ва кимёвий тозалаш;
- Номерга нонушта, тушлик, кечки овқат элтиб бериш;
- Автомобил чақириб бериш;
- Енгил автомобил прокати, автомобилларни ювиш ва бошқа сервис хизматлари;
- Транспорт билетлари сотишни ташкил қилиш;
- Театр, кино ва бошқаларга билет буюртма бериш;
- Маданий – маиший буюмлар прокати;
- Ресторан заллари ва вестиюблда гуллар сотиш;
- Ресторан савдо залида стол бронлаш;
- Экскурсиялар уюштириш;
- Солярий (қуёш ваннаси);
- Суткада камида 12 соат ишлайдиган малакали ходим билан болалар хонаси.

Банк хизматлари: Омонат банки ва хорижий валюта алмаштириш пункти, кредит карточка билан тўлов. Сутка давомида ишлайдиган навбатчи тиббий ходим билан тиббий пункт, дорихона – киоск (сиғими 1500 ўриндан кам бўлмаган меҳмонхоналарда). Маданий – спорт хизматлари:

14 – БОБ. ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ПСИХОЛОГИЯСИ МЕҲМОННОВОЗЛИК ИНДУСТРИЯСИ

14.1. Хизмат кўрсатиш психологияси
14.2.Ходимларни мижозлар билан мулоқот қоидалари ва стандартлари
14.3.Касбий мулоқот кўникмалари
14.4. Мижозни хабардорли
14.5.Ходим ўрни (психологик муаммо) мижозга муносабат
14.6. Потенциал мижозларни жалб этиш усуллари
14.7.Мижоз қониққанлигини баҳолаш системаси. Хизмат кўрсатиш сифати аудити
14.8.Хизмат кўрсатиш сифати таҳлили

14.1. Хизмат кўрсатиш психологияси

Меҳмонновозлик индустрияси соҳасида хизмат кўрсатиш товарлар сотишдан фарқли равишда бир неча ўзига хос қирраларга эга. Энг аввало, бу хизмат объекти ва манбаси ажралмаслигидир. Хизмат бир кишига бошқа киши ёки фирма томонидан кўрсатилади, қайсиким яна ўз хизматчисига таништирилади. Шунинг учун хизматларда товарга қараганда коммуникация, муносабатлар ва психология билан боғланган мазмун анча катта.

Америкалик психолог Вилл Шутц кишида ижтимоий эҳтиёжнинг уч асосий базасини ажратган: дахлдорлик эҳтиёжи, хавфсизлик ва назоратга эҳтиёж, яқин ҳиссий муносабатларга эҳтиёж.

Инсон қиладиган катта ҳаракатларидан кўпчилигида у ушбу эҳтиёжлар билан интилишни амалга оширади. шунга асосланиб таъкидлаш мумкин; мижознинг биринчи базавий эҳтиёжи шуки, сервис қўйишда – хайрихохлик муносабатга эҳтиёжни ҳисобга олиш зарур.

Инсоннинг унга хизмат кўрсатадиган кишини танлашида хулқни тушуниш учун икки нарсани фарқлаш керак: хизматларни ўзини (иложи борича мижознинг айнан қандай эҳтиёжини қондираётганини тушунишга ҳаракат қилиш) ва улар қандай тақдим этилади. Моҳиятан ушбу муносабатларда мижоз унга хизмат кўрсатаётган одамлар (фирма) билан учрашади, муомалага киришади, яъни бир пайтнинг ўзида хизмат кўрсатишнинг икки муҳим компоненти – хизмат кўрсатиш ва мижозга муносабат намоён бўлади.

Шундай бир ноёб товар борки, у ҳар бир кишига зарур ва бу товар ҳеч бир жойда тўпланмаан ва хизмат соҳасида каби сотилиши мумкин эмас, демак у меҳмонхона бизнесида. Ушбу товарнинг номи – ҳурмат.

Хизмат – бу жараён, хизмат кўрсатадиган киши ёки ташкилот билан мижоз ўртасида рўй беради, у чуқур индивидуал ва ҳатто қандайдир маънода интим. Хизмат у кўрсатилган моментда истеъмол қилинади. Агар харидор товардан қониқмаса, у уни бошқасига алмаштиради ёки пулини қайтариб олади: хизмат билан эса унинг иложи йўқ. Кўпинча мижозга хизмат яхшими, ёмонми, объектив намойиш қилиб бўлмайди, битта мезон ишлайди– унга

ёқадими ёки ёқмайди. Хафсаласи пир бўлган мижоз шикоят қилмайди, сотувчини алмаштиради қуяди.

Хафсаланинг пир бўлиши – бу хизматларнинг жисмоний сифати муаммоси эмас, бу кутгани билан олган тассуротни таққослаб кўрилиши. Тушунарли, хизмат кўрсатиш сифати– бу алоқа ва ўзаро ҳаракатнинг бош масаласи.

Ҳурмат намоён бўлади ёки тушунишдан иборат, демак, меҳмон муаммоси ёки хохишини ҳисобга олиб унга кутганидан ҳам зиёд хизмат этилиши керак.

Кишида юқори классдаги меҳмонхона ва пансионатда бўлиш туйғусини уйғотувчи жалб қилишдан бири маиший шинмлик фарқи ҳисобланади – бир неча кун одатдагидан кўра юқори классли муҳитда яшаш иштиёқи. Бу айниқса, конференциялар ва семинарлар иштирокчилари учун, қайсиким нафақат иштирокчилар ҳисобидан, балки ташкилотлар томонидан тўланадиган кишиларга маъқул келади.

Шунга ўхшаш мотивлар кишини ресторанга жалб этади: юқори классли (ҳар куни эмас) ошхона, хушмуомилалик билан хизмат кўрсатилиши, таом тановул қилиш эстетикаси ва дастурхон атрофида суҳбат, бошқалар кўз ўнгида обрўни ошиши, ўзини кўрсатиш имконияти ва одамларга қараш ва ҳ.к. бундай тийиқсиз ҳоҳиш ва мотивлар меҳмонларни у ёки бу меҳмонхона фойдасига, у ёки бу ресторанни танлаш қарорига келишга ундайди.

Ўзини ҳурмт қилиш ҳиссиёти маиший предмет сифати, дид билан яратилган нарсалар ва уларни мавжуд бўлиши пухта ўйланганлиги орқали вужудга келади.

Мижоз истагини сезиш ва уни сифатли қондириш кишига ўз шаън ни ҳис этиш туйғусини уйғотади. Киши табиий ва зарур бу ҳиссиётга тез кўникади. Уни бир марта ҳис қилган одамлар назарида бу хизмат кўрсатиш стандартига айланади ва келгусида ҳам улар ана шундай хизмат кўрсатиладиган меҳмонхоналарни мўлжаллайдилар.

Мижознинг ўзини ҳурмат қилиши иккинчи ҳолати анча кўзга кўринарли – бу хизмат кўрсатувчи ходим билан мулоқот.

Мижоз регистратура ходими ёки хизматкорга меҳмонга келмайди. Унга шахсий дўстона муносабат, хушмомад керак эмас. Аммо меҳмонхона ходими мижоз эҳтиёжларига ҳурмат билан қараши лозим. Мижоз меҳмонхона ходимига мурожаат қилар экан, ё ўз ҳурмати жойига қуйилганини ҳис этади, ё етарли ғамхўрлик қилинмасдан, ўзини камситилган деб билади ва ҳ.к.

Меҳмонхонага дам олиш ёки иш юзасидан келган киши ўз истаклари қондирилишини истайди. Биров учун дам олиш–бу туйиб ухлаш имконияти ва бошқа одамларни кўрмаслик, қандайдир қатъий тартибига амал қилмаслик, ўзи билан ўзи ёлғиз қолиш; бошқа учун эса – янги таассуротлар, янги одамлар, янги танишлар орттириш ва ҳаётнинг янги томонларига назар ташлаш. Бундай кишига бошқа одамлар билан учрашиш ва гавжум ва ажойиб одамлар даврасида бўлиш зарур. Унга таассуротларни алмаштииш керак, ўша бир неча кун ёки ҳафта ичида янги вазиятда бўлганида янги ҳиссиётлар сезиш муҳим.

Меҳмонхона хизматлари истеъмолчиларида яна бир эҳтиёжни ажратиш мумкин–бу диққатга сазовор жойлар билан танишиш эҳтиёжидир. Жуда кўп меҳмонхоналарда у муҳим деб тан олинади ва қайсидир даражада қондирилади. Меҳмон кўпинча ўзи келган турган жой, унинг урф – одатлари, манзаралари ҳақида билишни истайди. Бунда унга маҳаллий экскурсия бюроси ёрдам бериши мумкин. Айниқса меҳмонхона шаҳарда жойлашган диққатга сазовор жойлар, объектларни томоша қилиш дастурини амалга ошириш учун яхши шароит яратилса, меҳмонлар унутилмас таассуротлар олади.

14.2.Ходимларни мижозлар билан мулоқот қоидалари ва стандартлари

Касбий этика – бу аҳлоқий номралар йиғиндиси, қайсиким инсонни ўз касбига бурчига муносабатини белгилайди. Ходимнинг аҳлоқий сифатига унинг касбий яроқлигининг асосий элементларидан бири деб қаралади. Одамлар билан мулоқот қилиш маҳорати меҳмонновозлик индустрияси учун муҳим ва зарур сифат ҳисобланади.

Чинакам профессионализм бурч, ҳалоллик, ўзига ва ҳамкасбларга талабчанлик, ўз меҳнати натижасига жавобгарлик каби аҳлоқий нормаларга таянади.

Меҳмонхона бизнесида мижозлар билан мулоқот маҳоратига алоҳида эътибор қаратилади. Ҳамма ходимлар, биринчи навбатда мижозлар билан доимий мулоқотда бўладиган ходимлар махсус ўқитилаи: ходим турли мижозлар билан мулоқот қилишга телефонда гаплашиш, шикоятларни эшитишга ва ҳ.к. ўргатилади. Ҳар бир категория ходимлар учун алоҳида (қабул қилиш хизмати, барменлар, официантлар учун) батафсил йўриқномалар ишлаб чиқилади, уларда улар бажарадиган ишлар “босқичма – босқич” ёзиб қўйилади. (мисол учун, ёнига келиш, табассум қилиш, саломлашиш, ичимлик таклиф қилиш ва ҳ.к).

Ходимлар учун умумий қоидалардан энг муҳимларини келтириб ўтамиз:

- Отел ходими мижозга қачон хизмат кўрсатиш зарур бўлса, ўша заҳоти кўрсатишга тайёр бўлиши керак, ходимга қулай бўлганда эмас;
- Ходим мижозга ижобий муносабатни намойиш қилиши керак: ҳурмат кўрсатиши, дўстона оҳангда дилдан самимий субат қуриши лозим. Ҳеч қачон овозини кўтармаслиги, норозилигини билдирмаслиги зарур, масалан, унинг иш куни охирида ичиб олиб, бақириб, чақириб, тажовузкор мижоз хузурига келганда ҳам хушмуомалалик, вазминлик билан ходим унинг муаммоси ҳақида қайғураётгани билдирса бўлади;
- Отел ходими мижозга табассум билан, кўзлари билан самимий боқиб ҳол – сўраши лозим. Меҳмон билан сўзлашганда тегишли иборалардан фойдаланиши зарур (“хайрли тонг”, “буни жоним билан бажараман”, “яхши одам экансиз” ва ҳ.к)
- Мижозга хабар беришда, унга ҳаётга кўнгилсиз хабарни етказишда ҳам босиқлик билан иш кўриши лозим. Масалан, мижоз айрим суммаларни тўлаши кераклигини айтганда;

- Отелнинг бирорта ходимини меҳмонлар билан ҳатто арзимаган нарсалар устида баҳслашишга ҳақи йўқ; агар мижоз ходимга бирор нарсани хабар қилса, у мижозни яхши тушунганини англатиб бош иргаб қўйиши “тушунарли”, “яхши”, деб қуяди, агар тушунмаган бўлса, “агар мен сизни тўғри тушунган бўлсам сизхоғлаяпсиз...” типида саволомуз жавоб қайтаради.

Мижоз муаммосини тез ва пайсалга солмай ҳал этиш керак. Меҳмонхона ходими меҳмонни тез хотиржам қилиш учун ҳамма имкониятни ишга солади. Агар ходим муаммони ўзи ҳал қилаолмаса, уни менежерга жўнатади (яхшиси бошлаб боргани маъқул). Менежер масалани ҳал қилишга қодир. 20 минут ўтгандан кейин телефон орқали қўнғироқ қилиб, муаммо ҳал этигани ва мижоз мамнун эканлигига ишонч ҳосил қилиш лозим. Шундай қилиш керакки, келгусида мижоз меҳмон сифатида йўқотилмасин. Меҳмонхона ҳар бир ходими бурчли:

- Ишончлик ва ваколатликни намойиш этиши ва мижоз кутганига мувофиқ келиш;
- “Уч қадам масофага” типидаги хизмат кўрсатишни амалда синаб кўриш;
- Эгаллаб турган лавозими бурчига кўра стандартларни бажарилишини таъминлаш;
- Ички ва ташқи истеъмолчилар талабларини билиш (бошқа ходимлар ва меҳмонлар) ва шунинг учун улар кутаётган маҳсулотлар ва хизматларни тақим этишни ўрнига қўя билиш. Меҳмонларнинг аниқ сўровларини ҳисобга олиш учун махсус блокнотдан фойдаланиш керак;
- Ҳар бир стратегик режада белгиланган ва унга топширилган вазифаларни, бурч доирасини тушуниш;
- Доимий равишда у отелда сезган камчиликларни аниқлаб, уларни тузатиш чораларини кўриш;
- Тозаликни максимал даражада таъминлашда маъсулиятни ҳис этиш;

Мижоз хоҳиш – истагини мутлақо ишончлигини таъминлаш зарур, айниқса, истаган вақтда уйғотиш кабиларни.

- Меҳмонновозликнинг маълум стандартлари ҳам мавжуд, қайсиким меҳмонхона ходимлари сўзсиз амал қилишлари лозим, хусусан:
- Меҳмонларнинг исми шарифи, уларнинг одатлари, севимли ичимликарини эслаб қолиш;
- Иложи борича ҳамма мижозларга бирдай эътибор қаратиш, негаки барча меҳмонлар уларнинг ташқи кўринишидан қатъий назар тенг;
- Қоидаларни эсда тутиш:

Меҳмон ҳамиша ҳақ, меҳмон ҳамма вақт мамнун бўлиши керак; Меҳмон меҳмонхона учун шахсан келадими, ёзма равишда ёки телефон орқали мурожаат қиладими, энг муҳим шахс ҳисобланади;

Меҳмон ўз ҳатти ҳаракатлари ва хатолари билан жонли одам ҳисобланади, қуруқ статистика нарсаси эмас; меҳмон бегона киши эмас,

бизнеснинг ажралмас қисми ҳисобланади. Бутун жамоа қилаётган меҳнатнинг сабаби ҳам у.

Мумкин эмас:

- Мижозга у сизга ёққан, ёқмаганини кўрсатиш;
- Мижозга ақл ўргатиш;
- Меҳмондан шахсий ҳаёти ҳақида сўраб – сўриштириш;
- Мижозлар гапларини пойлаш;
- Тегишли таклифсиз мижозга ўз фикрини билдириш;
- Мижоз билан дин ва сиёсатни муҳокама қилиш;
- Мижозлар ҳузурида хамкасблар билан сўкишиш;
- Ўз норозилигини маст мижозга кўрсатиш;
- Мижозни куттириб қўйиб ҳамкасблар билан гаплашиб ўтириш.

Ходимларни чой – чақа таъма қилишига йўл қўйиш мумкин эмас. Яшовчиларни буюмларини эслатиб бериш бевосита бурчи бўлган ҳаммоларни айниқса шундай таъма қилиши уларни ишдан бўшатилишига сабаб бўлади. хизматкрда баъзан номердан бирор – бир нарсани ўмариш кайфияти туғилади, айниқса хорижлик меҳмонлар уларга тегишли нарсаларга кўз олайтирганни ёмон кўришади. Бир бўлак шокалад ёки апельсинга иш жойида тўлаш мумкин.

Навбатдаги мижозга хизмат кўрсатишга ўтишдан аввал, олдинги мижоздан бирор нарса керакми, керак эмалигини сўраш зарур. Ҳамма вақт мижозга имкони бўлган бир неча хизматлар вариантини таклиф қилиш лозим. Болаларга катталарга сингари расмий муомила қилмаслик, хушмуомилали бўлиш керак. Ногиронларга қаттиқ овозда хомийлик оҳангида гапириш мумкин эмас. Агар улар ёмон эшитса ёки тушунмаса уларни кузатувчисига эмас, айнан ўзларига мурожаат қилиш лозим.

Телефон орқали сўзлашганда одоб қоидаларига амал қилиш зарур:

- Телефон уч жирингидан кечикмай табассум билан жавоб бериш;
- Ўз отели (ёки отел хизмати) номини, исми шарифини айтиб ўзини таништириш;
- Агар қўнғироқ қилувчига архол жавоб қилиш имкони бўлмаса, ундан қайта қўнғиров қилишни сўраш ёки телефон рақамини ёзиб олиш керак;
- Мижозни хабарни 45 секунддан кўп кутишга мажбур қилмаслик;
- Агар жавоб беришга кўп вақт талаб қилинса мижоздан кутиб тура оласизми, ёки кейинроқ қўнғироқлашсак бўладими деб сўраш лозим;
- Бошқа одамларни телефонда ўзаро суҳбатига қулоқ солмаслик;
- Иложи борича қўнғироқларни бошқа адресга ҳавола этмаслик.

Ходим ўзини отелининг элчиси деб ҳис этиши керак. У меҳмонлар саволларига тўлиқ жавоб бериши учун отел ҳақида унинг жойлашган ери, кўрсатадиган хизматлари, ресторанлари буюртма бериш тартиблари, хизматлари ва ҳ.к лар ҳақида тўлиқ маълумотларга эга бўлиши керак. Ўз отели фаолияти ҳақида доимо ижобий гапириши, ҳеч қандай салбий изоҳ

бермаслиги лозим, ҳамиша ўз отелини рақобатчиардан устунлигини таъкидлаш зарур.

Меҳмонга у ёки бу қаердалигини кўрсатгандан кўра, уни ўша жойга кузатиб борган маъқул. Агар меҳмон бирор егулик сотиб олмоқчи бўлса, уни бошқа структураларда жўнатмасдан ички таомлар ва ичимликлар сотиладиган жойга бошлаб бориш керак. Ишлаш учун қулай шароит, муҳит яратишда: "Биз жентельменлар ва хонимлармиз, бошқа жентельменлар ва хонимларга хизмат кўрсатамиз" шиори ёрдам беради. У ўз касбидан фахрланиш туйғсини уйғотади.

Меҳмонхоналар сифати ҳақида фикр юритишда хизмат кўрсатувчи ходимларнинг ташқи кўриниши муҳим жиҳатлардан ҳисобланади. Ўз фирмасига эга ходимлар, кийимларнинг ўзига хос фасони, ранги, фарқланадиган белгилари мижозда меҳмонхона ҳақида кўнгилли таассурот қолдиради.

Бунда бевосита мижозлар билан муносабатда бўладиган ходимларнинг формаси, бу муносабатни амалга оширадиганларни формасидан фарқ қилиши мақсадга мувофиқдир. Бу ходимлар устидан назорат қилишни енгиллаштиради.

Уни форма нуқсонсиз, пойафзаллар тозаланган, кўкракаги карточкада ходим исми шарифи аниқ ёзилган бўлиши керак.

Фирма ички қоидалари ташқи кўринишини қатъий тартибга солади: соч чиройли олинган турмакланган, қўллар тоза, аёлларда камтаргина безаклар бўлиши зарур. Тер, пиёз, саримсоқ ҳиди аниқиб туришига йўл қўйилмайди.

Ходим ташқи кўриниши меҳмонхона нуфузини оширувчи омиллардан бири ҳисобланади.

14.3. Касбий мулоқот кўникмалари

Сўзли мулоқот одамларга аниқ англашиладиган хабарларни алмашиниш имконини беради, лекин, бундан ташқари, биз бошқа каналлардан ҳам хабарлар оламиз. Ушбу хабарлар одатда англашилмайди, бироқ киши кайфиятига ва қарор қабул қилишига етарлича кучли таъсир тади. Улар паравербал (сўз ёнида) шаклидаги мулоқот тарзида узатилади (мулоқот учун сўз танлаш, нутқ суръати ва саовллар оралиғи ўртасида жавоб, сукут, интонация) ёки новер бал мулоқот (гапирувчигача масофа, мурожаат ёки жавоб чоғида ҳолат, нигоҳ, юз ифодаси (мимика), ишора, кийим шакли ва характери, мулоқот кенглигини ташкил этиш).

Мулоқот учун восита танлаш. Турли ходимларнинг тилни ҳис қилиш турли даражаси билан боғлиқ хатоларга йўл қўймаслик учун тўғри сўзлашув, мулоқот қоидаларига амал қилиш талаб этилади, яъни фирма умумий фалсафаси билан боғлиқ белгиланган мулоқот шакллари, саломлашиш формуласи, узр сўраш, огоҳлантириш, илтимос ва ҳ.к.

Нутқ суръати, савол ва жавоб ўртасидаги оралиқ, қандайдир бирликда оптимал суръат – тезлик бериш мумкин эмас, бироқ универсал қоида бор: кишида ҳақиқатан мижозга қаратилган диққат эътибор бор, нутқ суръати табиий равишда унинг жавобига мослаштирилади. Ҳаддан ташқари тез

суръатни мижоз меҳмонхона ходимининг сабрсизлигига йуяди, унинг истаги гаплашишни тугатиш деб ўйлайди. Бундан ташқари, бунда мижоз хабарнинг бир қисмини эшитмай қолиши мумкин ва ноқулай аҳволда қолади: ё кар ёки фаросатсиз кўриниб, қайта сўрашга жазм этиши, ё айтилганни тушунган қилиб ўзини кўрсатишига тўғри келади ва мажбурий буйсиниш ҳиссини ва бетайин ташкил этишни бошдан кечиради. Ҳаддан ташқари суст суръат эса чарчоқ ёки бефарқлик ва қизиқмаслик сифатида қабул қилинади.

Нутқ оҳанги ва майинлиги. Овоз оҳанги самимий ва илиқ ёки қўпол ва совуқ бўлиши мумкин. Одатда, киши ўз оҳанги ўзгарганини англамайди, бироқ уни эшитаётган одам хатосиз фарқлайди. Оддий, аммо ишончли тест мавжуд – кишидан бирор нарсани қайта сўраш. Агар биринчи ва иккинчи жавоб оҳанги сезиларли фарқ қилса, унда бундай одамни хизмат кўрсатиш соҳаси ёки бошқа оммавий хизматларга олиш омадли бўлмайди.

Масофа. Одатда катта масофада мулоқот ташаббуси инсонни юксакроқ фармойишона мақоми билан боғлиқ (жавоб беришга ҳуқуқ); айни пайта инсоннинг шахсий доирасига кириш (70–90 см) унинг томонидан ё таҳдид, ё муносабатда оқланмаан яқинлик сифатида қабул қилиниши мумкин. Униси ҳам, буниси ҳам руҳий хотиржамлик сезгисини бузади. Одатда, новербал жавоб (бошни буриш, кўзлари тўқнашуви, табассум, говда бурилиши) етарли тарзда катта олисда пайдо бўлади, нутқ мулоқоти эса субатлашувчилар ўртасида 1–3 м оралиқ масофада қўл келади.

Жавоб беришда ҳолат. Кўпгина ҳолларда отел ички тартиблари мижоз билан мулоқотда тик туришни белгилаб қўяди; ҳар ҳолда мулоқот эътибор ҳолатини кўзда тутади, тасодиф, зерикиш ёки бўшашганликни эмас.

Мулоқот кенглигини таъминлаш. Мулоқот кенглиги шундай ташкил этилиши керакки, мижозга меҳмонхона ходими билан мулоқот максимал қулай бўлиши зарур. Навбатда туриш ёки мурожаат учун деразача эгилиш керак эмас; ишчи зонасида баланд тўсиқ бўлмаслиги, мижозни юқоридан назар ташлашга мажбур этмаслик лозим. Агар мижозга бирор – бир ланкани тўлдириш зарурати бўлса, уни тор жойда букилиб тўсиқ устида ёзишга мажбур қилмаслик.

Керак – миозлар учун стол –стул қўйилиши лозим. Иш жойи шахсий зона эмас; мижознинг қуйилган телевизор, кийим – кечак, сумкача, кофе чашкаси ва ходимга тегишли эканлигини руҳан англатадиган бошқа шахсий характердаги нарсаларга кўзи тушмаслиги зарур. Шахсий доирага кириш ёки кишига мурожаат қилиш, унинг шахсий доирасига бошқа одамни суқилиб кириши сифатида қабул қилиниб мижознинг руҳий ҳолатига таъсир қилиб, уни ноқулай аҳволга солиб қўяди, норозилик уйғотади, бу эса ходим билан мижоз ўртасида ўзаро тушунмовчилик ҳиссини пайдо қилади. Ишчи зонасида ходимларни ўзаро ҳаракатида зўриқиш муҳитини яратиш мумкин эмас. Яъни мижозга ходимни зарур ишидан чалғитаётгандай туюлмасин. Хизмат кўрсатиш зонасида рўй берадиган тезлик ва жараёнларни максимал марказлашиши ходимни – ходимга эмас меҳмонга қаратилиши зарур. Бошқа қолган ишлар мижозлар назаридан чиқарилиши керак.

Ходим сезмаслиги. Хизмат кўрсатишда сезмаслик асосий муаммо ҳисобланади. Аслида меҳмонга унга қандай мураккаб механизмда хизмат кўрсатилаётганини кўришга зарурат йўқ. Ходим қачон у зарур бўлгандагина кўз унгида пайдо бўлиши даркор.

Телефон. Телефон орқали мулоқот варианти алоҳида ҳолат ҳисобланади. Телефон орқали ҳал қилинаётган маълумотлар ва саволлар сони ўсишда давом этаяпти, телефон орқали тлабномалар, буюртмалар, эҳтимол, келажакда мижозлар илан ишлашнинг асосий шаклига айланиши ажабмас. Узоқ йиллар давомида вужудга келган телефон орқали сўзлашув қоидалари, анчайин оддий. Мисол учун, мижоз жойлаштириш бўлимига қўнғироғи.

Мижоз: Ассалому алайкум. Бу “Колос” меҳмонхонасими?

Маъмур: Валайкум ассалом. Ҳа, “Колос” меҳмонхонаси, навбатчи маъмур Филлипповман. Сизни эшитаман! (Саломлашиш, ўзини таништириш, мижоз муаммосини ҳал этишга тайёрлик).

Мижоз: Сизга эртадан кейинга номер буюрсам бўладими?

Маъсур: Сиз 4 ноябардан номерга буюртма бермоқчимисиз? (Мижоз эҳтиёжини аниқлаш)

Мижоз: Бир ўринли уч кунга. Мен уни пул кўчириш йўли билан тўласам бўладими?

Маъмур:... (Мижозни унинг эҳтиёжини қондириш мумкинми, йўқми, хабардор қилиш. Муаммони ҳал этишнинг имконли вариантларини таклиф этиш. Мижоздан талаб қилинадиган ҳаракатларни тушунтириш).

Мижоз:...

Маъмур: ... (Битимга эришилганини англатувчи сукут. Қўнғироқ учун миннатдорчилик).

Хайрлашув формуласи: “Кўришгунча, ишонаман, сиз мамнун бўласиз” ёки шунга ўхшаш бирор кўнгилни кўтарадиган гап.

Кинесика. Ходимларни мижозлар билан самарали мулоқотга ўргатишда кўзда тутилади:

- Аниқ ўзлаштирилган оптимал ҳаракатлар (иборалар, маъқуллаш ифодаси, афсус билдириш ва ҳ.к);
- Ходимнинг мижозга ва ўзининг иши моҳиятига нисбатан ички қадриятларни шакллантириш.

Амалда барча мақул нуқтавий формулалар ва уларни қўллаш вазиятларини ходим эсдан чиқариб қўйиши мумкин. Бунда муносабатларда табиийликни йўқотишдан қўрқмаслик керак. Худди шундай ҳолат элементлари – ишоралар, ўзини тутиш, говда ҳаракатлари ҳам ёддан чиқарилиши мумкин. Одатда, буларга зарур эътибор берилмайди, бироқ ишоралар тили мулоқот жараёнининг асосий таркибий қисми ҳисобланади. Ишора иборани мустаҳкамлайди ва ахборотнинг муҳим манбаи бўлиб хизмат қилади. Биз ҳаракат тилида гаплашамиз ва кўпинча биз танлаган хулқ типи шерикда жавоб реакцияси чақиради. Бизнинг жисмоний (ташқи, кузатиладиган) хулқимиз суҳбатдошда биз ҳақимизда таассурот ҳосил қилади ва унга қараб мулоқот у ёки бу тарзда тус олади.

Ўзаро ҳаракат амалиётида ишора ва ҳолатларнинг бир неча асосийлари ажратилади.

Очиқлик ишоралари суҳбатдошнинг самимийлиги, унинг қувноқ кайфиятлиги ва очиқча гаплашишни исташидан гувоҳлик беради. Ушбу белги гуруҳга қуйидагилар киради:

- “Очиқ қўл” ишораси – суҳбатдош сиз томонга кафтларини юқорига қаратиб қўлини чўзади. Бу ишора айниқса болаларга хос. Улар ўз ютуқларидан ғурурланганларида, қўлларини очиб кўрсатишади, айбларини ҳис қилишганда эса қўлларини ё орқасига яширади, ё чўнтакларига тиқади. Ишора пешвоз чиқиш ва алоқа ўрнатиш истагини намойиш қилади;
- “Тугмаари очиқ пиджак” ишораси, киши тугмаларини очади ва ҳатто сизнинг олдингизда пиджагини ечади, бу унинг очиқ кишилигидан ва сизга дўстона муносабатидан гувоҳлик беради. Тажриба кўрсатадики, тугмалари ечик суҳбатдошлар ўртасида “тугмалари ўтказилган”ларга қараганда кўпроқ битимларга эришиларкан.

Ўз қарорини мақбул томонга ўзгартирган киши қўлларини сиқиб автоматик тарзда пиджаги тугмаларини ечади. Эҳтимол тутилган битимлар ёки муҳокама қилинган масаалар тушунарли бўлганда ёки биргаликда ишлашдан ижобий таассурот ҳосил бўлганда ўтирганлар пиджак тугмаларини ечади, оёқларини чўзади ва уларни суҳбатдошлар ўтирган стулга яқинроқ стулини силжитиб ўтиришга ундайди (кўпинча музокаралар чоғида).

Ишораларни зимданлиги ва шубҳалилиги суҳбатдошга ишончсизликдан гувоҳлик беради, ҳақлигига гумон, ниманидир яширишга уриниши сезилади.

Масалан:

- Суҳбатдош кўзини олиб қочиб пешонасини, иягини тез – тез ишқалайди, юзини қўлари билан яширишга уринади. Бундай ишоралар кўпинча чап қл билан боғлиқ (Хусусан, чап қўли билан оғзини ёпиб гапириши шерикнинг жиддий шубҳаланаётганини билдиради);
- Бир –бирига келишмаган ишоралар – агар душманлик билан қараётган ёки ҳимояланаётган киши жилмайса, демак у сунъий табассум орқали ўзининг носамимийлигини яширмоқчи;
- Қўлини чалиштириш, гавдани орқага эгиш, оёқларни чалиштириш, бошни олдинга эгиш, қовоқ остидан қараш – эътироз ишоралари;
- Ўзи англамаган ҳолда назоратсиз сустроқ ишоралар – киши юзини ўгиради, бурнини ушлайди, кўз қири билан қарайди;
- Суҳбатдошнинг товони ёки гавдаси чиқишга бурилган бўлса, ёки у кузойнагини намойишкорона ечиб, бир томонга қўйса, бу унинг гаплашишни тугатишни, кетишни истаётганини билдиради ва ҳ.к. Бундай вазиятда суҳбатдошни нима биландир қизиқтириш зарур;
- Ҳимоя ишоралари ва ҳолати кишини хавф ва таҳдид сезаётганини билдиради. Ушбу гуруҳнинг кўпроқ тарқалган ишораси – қўл

кўкраккка чалиштириб олинади, яна бунинг устига қўллар уч характерли ҳолати эгаллаши мумкин:

- Қўлларини оддий чалиштириш – универсал ишора, кишининг салбий олати ёки мудофааланаётганини билдиради. Тўғри, бу ишорахотиржамлик ва ишончни кўрсатиши мумкин, бироқ бу суҳбат ихтилоф характерида бўлмаганида бўлади;
- Агар субатдош нафақат қўлини кўксига чалиштириб олади, баки бармоқларини мушт қилиб тугса, бу унинг душмалиги ёки ҳужумга ўтиш ҳолатини билдиради. Бундай вазиятда ўз нутқи ва ҳаракатини секинлаштириб, суҳбатдошга ҳамсиздан ўрнак олишни таклиф этиш лозим. Агар бу ёрдам бермаса, суҳбат мавзусини ўзгартириш керак;
- Чалиштирилган қўллар бармоқлари елкани қамраб олса (бунда улар елкага шундай қисиладики, бармоқлар оқариб кетади), бу суҳбатдошингизни муҳокама қилинаётган масалага салбий жавобини билдиради;
- “Чалиштирилган қўл” ҳолати сунъий табассум, совуқ назарва кўзларини қисиш билан кечади, бу суҳбатдошни “сар косаси” тўлгани, дарҳол хотиржам қилиш зарур чораси кўрилмаса иш барбод бўлиши мумкинлигини англатади;
- Қўлларнинг бош бармоқларини тик қилиб кўкракка чалиштириш, салбий муносабатни ва устунлик сезгисини билдиради.

“Қовоқ уюш”ишораси одатда кўзларни қисиб қараш билан қўшилиб кетади, бу чуқур диққатни тўплаш ва зўр бериб фикрлаётганни билдиради.

Суҳбатдош қарор қабул қилиши билан банд жараёнда у иягини ишқалайди. Бундай ишорага одатда кўзни бироз юмиб, худди у ўз саволига олисдан жавоб кутаётгандай ҳолат мос келади. Суҳбатдош кафтини иягига тираб қўлини юзига босса, кўрсатич бармоғини бўйнига қўйса (бошқа бармоқлари оғзидан пастда) бу сизнинг хулосаларингизга қарши зид фикр билдираётганини кўрсатади.

Киши ҳафалик ҳолатини бирор – бир нарсадан ҳафа бўлганида ёки нимадандир ҳаракатланганида олади. кўтарилган елка ва қуйи солинган бош шундай дарак беради (юзи тунд). Бу ерда суҳбатни бошқа мавзуга (яхшиси бетараф томонга) ўзгартирган маъқул. У хотиржам бўлгач, унинг эътирозини вазминлик билан тушунтириш керак.

Энг маъқул ўзаро ҳаракат усули – суҳбатдош ишорасини нусхалаш. Агар сиз суҳбатдош билан рози эканлигингизни кўрсатишни истасангиз, унинг ҳолатини такрорлаш керак. Бироқ, суҳбатдош “қўли бошида” ҳолатда эътироз билдирса, унинг жаҳлини чиқармаслик учун ҳолатини такрорламаслик лозим.

Мулоқот жараёнида суҳбатдош ҳолатини кузатиш жуда фойдали, негаки жуда фойдали маълумотар берадики, бу уни яхшироқ тушуниш имкониятини туғдиради. Бундай ишоралар деярли онгида англанмайди, шунинг учун ҳақиқий фикрни инсон кайфияти ва ички ҳолатини сўз билан билдирган яхшироқ.

14.4. Мижозни хабардорли

Мижознинг табиий эҳтиёжини – содир бўлаётганларни тушуниш ва ҳис этиш, ана шундагина у мемонхонада ўзининг атрофида бўлаётган воқеларни тўғри англаб, назорат қила олади. Уни қондириш жараёнида икки томонни ажратиш мумкин: биринчиси – бу меҳмонхона ходими ва мижозни биргаликда ниманидир бажаришдаги ҳаракати ҳақида маълумот (формуляр тўлғазиш, кўпюрар алмаштириш, лифтда кўтарилиш); иккинчиси – мижозга муносабат билдириш.

Мижозга ҳурматни кўрсатувчи муҳим омил юмушларни максимал соддалиги ва уларни минимал вақт сарфлаб амалга оширилиши ҳисобланади. Буни икки усул билан таъминлаш мумкин:

1) Ҳамма ҳаракат жадвал ва йўриқномада батафсил ёзиб қўйилган – мижоз ўқиб олсин;
2) Мижознинг барча саволларига меҳмонхона ходими жавоб беради.

Биринчи усулда мижоз ундан қандай ҳатти – ҳаракат кутилаётганини тушунади, аммо бу мижозни анча чўчитади – у қоидалар ва ҳаракатларни ўзи суриштириб кўриши зарур. Бу вазиятда мижозга нисбатан бюроктартик, совуқ муомила ҳиссиёти пайдо бўлади. икинчи усул анча дўстона, у ходимга меҳмонга нисатан ҳурмат ва илиқ муносабатда бўлиш имконини беради.

Аммо икки типдаги одамлар мавжудлигини назардан қочирмаслик керак. Бири муаммони бииб олиш учун бошқалардан сўрашни маъқул кўради, эълонни ва йўриқномани ўқишдан кўра, нотаниш одамга келиб, уларда нима ейилганини суриштириб билмоқчи бўлади. бошқа одамлар эса улар ҳам оз эмас) вазиятни мустақил билиб олишга интилади. Улар учун йўриқнома ва ёзиб қўйилганлар турмуш тарзининг зарур ва маъқул элементи. Шунинг учун меҳмонхонада яратилган ахборот – психологик муҳит ҳаммага мос келиши керак. Меҳмон кўрсатма ва эълонлардан етарли маълумот олиши мумкин ва ортиқча уринмай керакли жойни осон топиб боради. Меҳмонхона ҳар бир ходими эса мижозларнинг саволларига эринмасан, дўстона жавоб беришга тайёр туришлари лозим. Аммо баъзан кўзга очиқ кўриниб тургандек нарсалар ҳақида сўралганда меҳмонхона ходимларини энсаси қотади: “нима, қайси юмуш қаерда, қандай тартибда эканлигини билмайсанми?” дегандай қурс жавоб беришади. Мижозга бундай муомила, бу менинг вазифамга кирмайди” деб жавоб беришга йўл қўймайди. Уни ҳатто “Узр, мен билмайман” дейишига ҳам ҳаққи йўқ. Ҳатто “Марҳамат, смена бўйича катта навбатчига боринг” дейиш ҳам дўстона муносабат эмас.

14.5.Ходим ўрни (психологик муаммо) мижозга муносабат

Россия меҳмонхона корхоналари ходимлари иши бир қатор психологик муаммолар билан боғлиқ, миллий менталитет билан шартланган.

- Меҳмонхона ходими – алоҳида категория. Бир неча ўн йиллар давомида хизмат кўрсатиш иккинчи даражалилиги ҳисоблаб келинди, унчалик ҳурматга лойиқ кўрилмасди, тенглик ва ўзаро ҳурмат ҳақида ғалати тасаввурлар туфайли ҳатто камситилган машғулот деб қаралди. Бошқа соғлом одамга хизмат кўрсатиш, унга малайлик, номуносиб иш

ҳисобланарди. Кўпчилик совет одамлари хизматни яхши дўстга, кўнгилли кишигагина кўрсатиш мумкин деб билишарди.

Бундай қарашлар ҳозиргача барҳам топгани йўқ. Масалан, официантни эрталабдан кайфият бўлмаса, мижоз эса нимаси биланди ёқмаса (унинг идеалидаги одамга ўхшамаса, ёки унга бундайроқ қарамаса) унда унга кутилган хизматни кўрсатиш умуман чидам бўлмас даражада кечиши аниқ.

Қилаётган ишидан ич – ичидан уялишни, нафратланишни ёқтирмайдиган киши ўзини ҳар қанча назорат қилмасин, мижозга заҳрини сочишдан ўзини тия олмайди. Шунинг учун хизмат кўрсатувчи ходимга, умуман одамларга муносабатни кўриб чиқиш масаласи асосий масала ҳисобланади.

Одамлар учун қилаётган иши, уларни кутиб олиши, яхши муносабатда бўлиши унга ёқиши керак; у унинг иши мижозларга хизмат кўрсатиш, улар ҳақида ғамхўрлик қилишдан иборат эканлигини тушуниш керак. Хизмат кўрсатиш киши учун бирор – бир ишларни бажариш унинг қандайдир эҳтиёжларини қондириш ва эътиборли бўлишдир.

Шундай категория одамлар ҳам борки, улар билан меҳмонхонада ишлаш умуман тартибга зид. Ҳатто конкурсдан ўтиб, бўш жойни эгалланганлари ҳам узоқ чидамай, бўшаб кетишади. Шунинг учун меҳмонхонага ишга киришдан олдин бундай одамлар ўзига ўзи “Нимани буюрадилар?” деган принцип бўйича ишлашга қодирми, қодир эмасми, пухта ўйлаб кўришлари лозим. Меҳмонларнинг барча истакларига эътибор билан қарашга тайёр эканлигига ишонч ҳосил қилиши зарур. Одатда, ишга қабул қилинаётганида деярли барча номзодлар худди шундай ишлашга қизғин хоҳишини намойиш қилишади. Ишлашга келганда эса турли кўринишда бўйин товлаб, норози оҳангда тўнғиллайдилар, чарчаганини баҳона қиладилар, албатта бу меҳмонлар томонидан сезилмасдан қолмайди.

✦ Ҳар бир кишининг меҳнат қобилияти табиий маромша кўра маълум даражада ўзгариб туради. Шунинг учун меҳнат қобилияти куннинг турли даврида авжига чиқиши мумкин. Меҳнат қобилиятининг суткалик мунтазам тебраниб туриши билан бир қаторда, бошқа кўпроқ давомийлик қонунияти – бир маромда кузатилади, бунда киши ҳолати циклик тебранишга учрайди, буни ҳисобга олиш керак. Яъни фаолликни кучли ва заиф кунларга қараб режалаштириш зарур.

✦ Бир томондан, мижоз меҳмонхона ходимлари томонидан ўзига ҳурмат билан кўрсатилган хизматларни ҳис этиши ва зарур барча хизматларни беками – кўст олиши керак, иккинчи томондан эса ходим сезилмасдан қолиши, меҳмонхона ҳаёти эса ўзининг мураккаб хўжалиги билан меҳмондан яширинча янгича қолиши зарур.

✦ Муҳими – ишлаб чиқариш жараёни эмас, мижоз. Биров мамлакатимизда ходимларга энг катта ҳурмат кўрсатилади. Кўпинча мижоз эмас, айнан улар мижоздан ўзларига нисбатан ҳурмат кўрсатилишини талаб қилишади.

✦ Хизмат кўрсатишнинг психологик моҳиятини тушунмаслик, ноқобиллик ёки шахсий хусусиятига кўра истамаслик, ўз хусусий

муаммолари, бошқа кишига калондимоғлик ёки ёқтирмасликка сервис соҳасида касбий яроқсизлик ҳақидаги масалани қўйиш учун асос сифатида қаралиши керак.

✦ Россияда хизмат кўрсатишда шахсийлик муносабати кенг тарқалган ҳодиса. Агар бирор нарсани икки марта сўрасангиз (яхши эшитмай ёки тушунмай) меҳмонхона қабулхонасида турган чиройли қиз, менсимаган оҳангда жавоб беради, бунинг устига олдинги икки жавобидан учинчиси сезиларли салбий оҳангда қурс бўлади. Бунуги кунда Россия сервисида ўша матнни қайта такрорлаш учун етарли уқув бор, бироқ оҳангга назорат маданияти етишмайди.

Ишда шахсий иш услуби, кишининг энг аввало, характерига боғлиқ одатлари, мойилликлари ишдаги муваффақиятларининг муҳим омилидир. Ўз иш услубини такомиллаштириш, ўз иш методларини кучли ва заиф томонларини аниқлаш, ўзининг кучли томонларини сақлаш ва мустаҳкамлаш ва шахсий нуқсонларни йўқотиш устида ишлаш керак.

- Ёрдам (сизнинг хоҳишларингизни бажаришда давом этаман; мен сизга ҳозир зарур бўлган бирор ишни бажаришингизда ёрдам қиламан; буни сиз учун қиламан).

Ўзига муносабатсиз бу оламни севиб бўлмайди – бу ўзига муҳаббатдир, у қуйидагиларда намоён бўлади:

- Ўз ишидан мамнунлик (нима қилсам ҳам менга ёқади; бу менга қизиқарли; менинг ишим ҳаётимни безайди, тўлдиради; мен ўз ғайратимни ва кучимни тўлиқ амалга ошира оламан);
- Ўзига қабул қилиш (ўз ишимда қандай бўлишим, қандайкўринишим менга ёқади; чиқмаётганини қандай тузатишни биламан; менда касбий ўсиш имконияти бор, ишончим комил, албатта, рўёбга чиқади);
- Барқарор юқори ўзига баҳо (мен ўз баҳоимни биламан ва унга ишонаман; мен ҳурматга лойиқман ва шунинг учун хато қилишга ҳаққим бор; мен ўзимни ҳурмат қиламан, бошқаларга яхшилигимни исбот қилишга зарурат йўқ. Мен бу мен, ҳамиша шу ердаман).

Меҳмонхонага меҳмонлар муносабати ходимлар кайфиятига кўп жиҳатдан боғлиқ. Раҳбарлар ички маркетинг ўтказиши, қўллаб – қувватлаш ва юқори сифатли хизмат кўрсатган ходимларни мукофотлаш системаларини ишлаб чиқиши зарур, мунтазам уларнинг меҳнатини баҳолаб қониқтириб бориши керак. Агар меҳмонхона раҳбарияти уларга турмуш муаммоларини ҳал этишда ёрдам кўрсатса, уларни ишдан қониқиш даражаси ошади.

14.6. Потенциал мижозларни жалб этиш усуллари

Бугунги бозор рақобати шароитида бу йўл отелда дам олган меҳмон келгуси йил ҳам яна қайтиб келади, ўзининг ижобий тажрибасини бошқаларга айтиб беради деб хотиржам бўлиш мумкин эмас. Шунинг учун меҳмонхона корхоналари менежерлари потенциал мижозларнинг ўзига хос бозор сегментига фаол таъсир ўтказиш йўлларини қидиришлари керак. Энг

аввало, яшаш учун ким буюртма беришини белгилаш лозим, кейин эса буюртма манбаларига нисбатан мақсадли ҳаракатга киришиш зарур.

Турли отеллар доимий яшовчилари сўровлари маълумотларини келтирамиз, қайсиким улар резервлаш усуллари ҳақидаги саволларга жавоб берадилар: мустақил равишда – 51%, котиб ёки ёрдамчи орқали – 30% саёҳат тижорий агентлиги орқали – 15%, компаниянинг хусусий агнтлиги орқали – 3%, бошқалар -1%. Меҳмонхона менежерлари ушбу районда (шаҳарда) ўз ишбилармон шерикларини учрашувга таклиф қилаётган компаниялар бор, йўқлигини аниқлаши лозим. Маҳаллий компаниялар тижорий сафарларни, давлат ёки регионла маслаҳатлашувларни, уюштирувчи бўлиб чиқишлари мумкин. Бундай компанияларни қуйидаги манбалардан аниқлаб олиш мумкин: маълум территориядаги турли компанияларнинг офислари рўйхатидан, тижорий ташкилотлар рўйхатидан, маҳаллий газеталар, давлат ва регионла босма ахборот материаллари, мақолаларидан.

Миллий масштабдаги потенциал мижозларни, компания номлари ва маъсул шахслар исми шарифларини ишга доир мақаолаларда, саёҳат муаммолари бўйича мақолалардан, давлат тармоқ манбаларида, миллий ассоциациялар рўйхатларида аниқлаш мумкин. Шу тарзда олинган маълумотлар синчиклаб таҳлил қилиб чиқилади, уларнинг потенциалига қараб жалб этиш қабул қилинадиган чора – тадбирлар, харажатлар ҳисоблаб чиқилади.

Сотиш бўйича жуда кўп бошқа операциялардаги сингари мижозни қидиришга тўғридан – тўғри ёндашиш кўпроқ самарали бўлиб чиқиши мумкин: ўз отелингиз хизматларидан фойдаланишни шахсий сотиш, телефон қўнғироқларини таклиф этиб, хатлар жўнатиш ишлар жумласидандир.

Шунингдек компаниянинг транспорт менежерлари, клуб котиблари, турагентлик ва туроператорлар, кўчмас мулкни сотиш бўйича агентлик, сафар ташкилотчилари, йирик шаҳарлардаги отеллар вакиллари орқали ҳаракат қилиши мумкин.

Компаниянинг транспорт менежерлари, хусусан, ўз фирмалари ходимларининг сафарларини режалаштириш ва уюўтириш билан шуғулланадилар. Шу боис ишчанлик фаоллигининг муҳим манбаси ҳисобланади. Масалан, АҚШ да кўпчилик транспорт менежерлари турли профессионал ассоциацияларнинг аъзолари ҳисобланадилар (мисол учун, ишга доир саёҳатлар миллий ассоциацияси 400 дан зиёд компанияларни бирлаштиради).

Отел шундай ташкилотга аъзо бўлиши ва жойлаштириш бўйича хизматларни таклиф этиши мумкин.

Котиблар клублари асосан жамоат ташкилотлари ҳисобланади, потенциал мижозларни жалб этиш учун жуда фойдали бўлишлари мумкин. Отел ҳар йили танишув турлари тадбирлари ўтказишни таклиф қилиши, кейинчалик мижозларни жалб этиш мақсадида дам олиш учун имкониятлар яратиши мумкин. Кўпроқ миқдорда буюртма берадиган котиблар учун яшаш ва овқатланишга нархларда чегирма бериш ва бошқа имтиёзлар таклиф этиш мумкин.

Кўчмас мулкни сотиш бўйича агентлик ва сафар уюштирувчилар ҳам вақтинча яшашга зарурат сезган, яшаш жойини алмаштириб яшашни истаганларга буюртма манбаи бўлиши мумкин.

Реклама, турли тижорий тадбирларда ўз хизматлари тақдимотини уюштириш, шунингдек отелнинг жамоатчилик билан алоқалар бўлими фаолиятидан (public relations) фойдаланиш ҳам мақсадли мижозларни жалб этиш имконини беради. Реклама кўриниши ва жойлаштириш ўрни меҳмонхонанинг қайси категория потенциал мижозларига мўлжалланганига боғлиқ. Агар матнлар мижозларнинг ҳар бир категорияси кутаётган меҳмонхона устунлигини кўрсатса, босма реклама айниқса самарали бўлади: инжиқ бўлмаган саёҳатчилар учун – тинчлик ва осуда муҳит, нозик таъблар учун – сервис юқори даражаси, ишбилармон аёллар учун – номерлар тозалиги ва хавфсизлиги. Реклама эълонлари маҳаллий газеталарда, мақсадли шаҳарлар регионал газеталарида, ишбилармонлик ва тижорий журналларда, туристик журналлар ва нашрларда берилиши, самолётда ўқиш учун таклиф этилиши мумкин.

Йўлларда реклама шитлари саёҳатчиларни жалб этиш учун хизмат қилади. Почта орқали тўғридан – тўғри жўнатиш ўзига хос сегментларни жалб этиш учун фойдаланилади. Радио ишбилармон одамларга маълумотларни етказишда самарали воситадир. Айниқса эрталабки ва куннинг иккинчи фрмида, шунингдек янгиликлар дастурларида эшиттириш қўл келади.

Савдо кўргазмаси отел кўрсатадиган хизматларни бевосита у ёки бу ўзига хос ишбилармонлик соҳасида реклама қилишда ажойиб воситадир. Жамоатчилик билан алоқалар бўлими фаолияти, отел нуфузини шакллантиришга ёрдам беради. Оммага янги хизматлар, лойиҳалар, иш – режалари ҳақида ошкора айтиш мумкин. Нуфуз шаклланиши учун ҳомийлик дастурларида иштирок этиш, ўқитишни молиялаштириш “Мавқе кунлари” уюштиришда иштирок этишмуҳим аҳамиятга эга, турли компаниялар вакиллари талаблар билан учрашади. Турли компаниялар томонидан ўтказилган ишбилармонликка доир саёҳатлар қонуниятларини тадқиқот натижалари шуни кўрсатадики, бизнес – саёҳатчи кўпинча ихтисослашган хизматларга зарурат сезади, шунинг учун отеллар бизнес – марказлар, бизнес – қаватлар, доимий мижозлар учун қўшимча имтиёзлар ташкил этиш комплекс дастурларини ишлаб чиқадилар, меҳмонхона корхонаси ва мижозлар ўзаро ҳаракатларининг ўзаро қулай усулларини қидиришни амалга оширадилар.

14.7.Мижоз қониққанлигини баҳолаш системаси. Хизмат кўрсатиш сифати аудити

Мижоз қониққанлигини баҳолашда энг аввало хизмат кўрсатиш ҳақида меҳмон фикрига асосланилади, қайсиким бу меҳмонхона мақомини, унинг бозордаги борусини ва унинг молиявий аҳволини белгилайди. Мижознинг қониқиш ҳосил қилганлик даражаси ҳақида биринчи қўлдан олинган маълумот бир вақтнинг ўзида тақдим этилаётган барча сервис категориялари

бўйича тўхтовсиз назоратни амалга оширишга ёрдам беради. Бунда меҳмонхоналар менежменти бош вазифаси – ҳар бир ходим устидан тотал назорат ўрнатиш эмас, сифатни стандартга мос келмайдиган ҳолатга олиб келадиган ишдаги хатоларни минимумга туширадиган шароит яратиш. Сервис сифати – бу энг аввало, ходимнинг ваколатлилик кўрсатгичи.

Ҳар бир меҳмонхонада мижознинг қониққанлигини баҳолаш системаси қўлланилиши керак, унинг маълумот манбаи қуйидагилар ҳисобланади:

- Кузатиш. Ҳамма даражадаги менежерлар қониқтирмаган сервис белгиларини сезиши керак. Уларнинг қаторига мижозни маълумот кутиб узоқ вақт навбатда туриши киради (бевосита қабул жойида ёки телефонда), ходим томонидан мижозни рад этиши, мижозга берилган ваъдани бажарилмаслиги иснод.

Меҳмонхона ходимларини баҳолаш стандарт талабларига мувофиқ амалга оширилади. Мисол учун, ходим ёзма равишда стандартларни билиш тестидан ўтказилади, ходимлар билан жамоадаги микроиқлимни баҳолаш бўйича суҳбатлашилади, рағбат ҳақида фикри сўралади, интелектуал ва моддий резервлари суриштирилади. Олинган маълумотлар таҳлили натижалари ҳисобот кўринишад бош директорга берилади, қайсиким қарор қабул қилади, масалан, қайта ўқитиш ўтказиш ёки интизомий чора кўриш ҳақида вақти – вақти билан отелга текширувчи юориш зарур, у оддий мижоз кўринишида отел барча хизматлари билан мулоқот қилади ва кейин ўз кузатувларини отел раҳбариятига маълум қилади:

- Меҳмонларни анкеталаштириш. Ҳар бир меҳмонга анкета тўлғазиш таклиф этилади, у кўрсатиладиган хизматлар ва “қониқарли” дан “аъло”гача бўлган баҳолаш шкаласини ўз ичига олади. меҳмон хоҳишига кўра, хизмат кўрсатиш ҳақида ўз таассуротларини ёзию бериши мумкин. Беш юлдузли категория меҳмонхоналарда, сервис биринчи класс бўлиши, стандартларга мувофиқ келиши меҳмонларнинг хилма – хил эҳтиёжларини тўлиқ қондириши зарур. Сифат учун баҳони “аъло” дан пастга тушишига йўл қуймаслик керак; “яхши” баҳо ҳар қандай бўлинма фаолиятида ташвишли сигнал бўлиб хизмат қилиши мумкин. Анкеталар одатда номерларда ётади, тўлдирилган анкеталарни хизматкорлар йиғиб олади ва маркетинг бўлимида кўриб чиқилади. Анкета таҳлили асосида бош директор “кейин тузатгандан кўра, огоҳлантирган афзал” принципига амал қилиб, у ёки бу хизмат фаолиятини аудитдан ўтказади;
- Отел молиявий кўрсаткичлари унинг алоҳида бўлинамаларини таҳлил қилиш;
- Мижозлар қониқиш ҳосил қилганлик даражаси ҳақида улар билан мулоқотда бўладиган ҳайдовчи орқали маълумот олиши, масалан, аэропортга боришда йўлда, ҳаммоллар орқали, қисман. Табиийки, отелнинг бу категориядаги хизматчилари тегишли равишда йўл – йўриқ олган бўлишлари лозим;

- Мижозлар шикотялари синчиклаб ўрганиб чиқилиб, улар бўйича чоралар кўрилади, бу сервисни яхшилашга ва мижозлар қониқиш даражасини оширишга имкон беради. Мижозлар шикоят билан мурожаат қиладиган ходимлар албатта, норози мижоз билан қандай муомиладабўлиш ҳақида йўриқ оладилар. Ана шундай йўриқномалардан пунктларни келтирамиз;
- Норози мижознинг шикоятини эътибор билан эшитиб, ҳар қандай шикоят фойдали маълумот, қайсиким сервис даражасини яхшилашга ёрдам бериши мумкин;

Вазминлик сақла, норози мижозни бошқа яшовчилар эшитмаслиги учун нарига олиб ўт;

Мижозга тўлиқ гапириб бўлишига имкон бер, уни бўлма, акс ҳолда у яна бошидан бошлайди;

Мижоз айтганига кўнма, лекин қўшилмаганингни ҳам билдирма, шунингдек бирор – бир ташқи сабаб билан ўзинги оқлама; ҳамдард эканлигингни билдир ва ёрдам беришни исташинги айт;

Ушбу муаммога эътибор бергани учун мижозга миннатдорчилик билдир; муаммони дарҳол ҳал этишга ўрин; мустақил ҳал этиш имкони бўлмаса, раҳбариятга мурожаат қил.

Юқорида айтиганидек норози мижоз билан мулоқот чоғида ходимга орада камида икки марта мидоз сими шарифини айтиш тавсия этилади. Бу мижоз билан ишончли муносабат бўлиш имконини беради, ҳурмат билан қараётганини ҳис этади.

Шунга ўхшаш икир – чикирлардан у ёки бу хизмат бутунлик тарзи ҳосил бўлади, меҳмонларни отелга умумий муносабати шаклланади. Эҳтимол, бу субъектив баҳо келгуси сафар меҳмон қайси отелда тўхташни маъқул кўришига таъсир этар.

Хизмат кўрсатиш сифати аудитини амалга ошириш меҳмонхона бошқарувини яхшилаш имконини беради, ички жараёнлар ва функциялар, ташкилий тузилмалар қисмида унинг софлигини оширади. Уни амалга ошириш меҳмонхона яширин ресурсларини фаоллаштиришга ёрдам беради. Моддий ва интелектуал имкониятларини юзага чиқаради, ходим – меҳмон муносабатларини такомиллаштириб, меҳмон хоҳишларидан ҳам зиёд хизмат кўрсатилишини таъминлайди. Бу эса меҳмонхона рақобатбардошлигини оширади, бозорда обрўсини кўтаради, юкланиш динамикасига ижобий таъсир этиб, даромадини кўпайтиради.

Меҳмонхона ишларида топшириқни сифатсиз бажариши ишлаётганидан қатъий назар, меҳмонхона обрўсига путур етади. Шунинг учун ҳам тақдим этилаётган хизматлар сифати устидан назорат сутка давомида 24 соат ва йилнинг ҳамма 365 кунида узлуксиз олиб борилиши кераки. Ишнинг назорат қилиниши, ходимга эътибор, хато ва нуқсонларни тезкор бартараф этилиши, хабардорлик – буларнинг бари ишчанлик этикаси нормаларини ижросидир.

14.8.Хизмат кўрсатиш сифати таҳлили

Сифат таҳлили ўзига баҳо бериш ва сифатни бошқариш концепциясини тушунишни талаб қилади. Ўзини баҳолашни мустақил равишда ёки ушбу тажрибага эга консультантлар ёрдамида ўтказиш мумкин. Бу ташкилотни юқоридан пастгача ўрганиш имконини беради, ташкилот ривожланаяптми, тараққий этиш учун қайси участкада кўпроқ нималар қилиш зарурлигини тушунишга ёрдам беради.

Саноат компанияси маҳсулоти бўлиб физик товар майдонга чиқади, истеъмолчилар ишлаб чиқариш жараёнидан ажратилган, шунинг учун улар билан алоқани фақат мутахассис – маркетологлар (реклама компаниялари ташкилотлари, тўғридан – тўғри сотувчилар) боғлаб туришади. Қайтган алоқа истеъмолчиларни оммавий сўрови орқали товар эксплуатацияси болсқичида сифат назоратини кўзда тутади, савдо воситачилари фикрлари ўрганилади. Шундай маълумот асосида сотилган сифатсиз товарлар алмаштирилади, бу эса компания нуфузини қутқариб қолишга имкон беради.

Хизмат соҳасида эса мижоз билан алоқани контакда бўладиган ходим амалга оширади. Хизмат тақдим эта туриб, ходим бевосита маркетинг фаолиятига жалб этилади. Хизмат кўрсатиш жараёнида ходимнинг ҳар қандай хатоси ва мижоз талаби бажарилмаслиги унинг хизматдан қниқмаслигига олиб келади. Бунда компания ўз ходимлари йўл қўйган нуқсонни англашга ҳам улгурмайди ва салбий хабар жуда тез тарқалади.

Таҳлилнинг навбатдаги босқичи – хизмат кўрсатиш сифатини раҳбарият томонидан нотўғри қабул қилиниши. Мисол учун, айримлар тезроқ фойда олишга интилиб, ходимларни ўқитишга вақт ва маблағ фарқлашни ёки янги ускуналар сотиб олишни истамайди. Оқибатда хизмат кўрсатиш сифати билан муаммолар келиб чиқади. Баъзан меҳмонхона корхоналари раҳбарларига мавжуд муаммоларни ҳал этиш йўли йўқдай туюлади.

Мисол учун, одатда ишбилармон одамлар меҳмонхонадан нонуштадан кейин чиқариб юборилади, шунинг учун ҳар куни эрталабресторанда навбат катта бўлади, бироқ буни кўриб тўрсада, раҳбарлар чорасини кўрмайди. Негаки ушбу гавжум даврда ёрдам учун қўшимча ходимларни ёллашни истамайдилар.

Ташкилот мақсади меҳмонхона ходимлари томонидан қўллаб – қувватланиши зарур. Акс ҳолда шундай вазият вужудга келиши мумкинки, масалан, раҳбарият мижозлар эҳтиёжларини тушунади ва сифатга талабни билади, бироқ хизматчилар шундай даражада хизмат кўрсатишга ноқобил ёки шундай даражада хизмат кўрсатишни хоҳлашмайди.

Меҳмонновозлик индустрияси шуниси билан ноёбки, хизматчилар маҳсулот қисмини ташкил этади ва бундай ҳолда маркетинг бош куч – ғайрати ичкарига – ходимга қаратилган бўлиши керак. Ходимлар ўз компанияси ва ўзлари кўрсатадиган хизматларга ташаббускор муносабатда бўлишлари лозим. Акс ҳолда мижозларни қониқтириб бўлмайди. Ташқи маркетинг мижозларни ташкилотга бошлаб келади, аммо ходимлар улар кутганини оқламаса, бундан наф кам.

Шунинг учун меҳғмонновозлик – барча ходим учун бош шарт, маркетинг бўлими ва тижорий бўлимнинг бурчи эмас. Маркетинг бутун ташкилот фалсафий қисмининг ажралмас бўлмоғи ва маркетинг функцияси унинг барча ходимлари томонидан бажарилиши зарур.

Ички маркетинг жараёни хизмат кўрсатиш маданияти, кадрларни бошқаришга маркетинг ёндошув (ёллаш, ўқитиш, жамоада ишлаш, меҳнат шароитини назорат қилиш), ходимлар орасида маркетинг хабарларини тарқатиш, хизматчиларни рағбатлантириш системасини жорий этиш кабиларни ўз ичига қамраб олади.

“Марриотт” отеллар системаси ўзининг хизмат кўрсатишдаги юқори стандартлари билан бутун жаҳонга донг таратган. Бунга системанинг барча меҳмонхоналарида қўлланилаётган ўқитиш дастурлари имкон яратаяпти (хусусан, “Сервис ажойиблиги” корпоратив стандарлар аҳамиятини, уларни мижозларни қониқиши ўсаётганлиги билан тўғридан – тўғри боғлиқлигини таъкидлайди).

“Марриотт” стандартлари бўйича отел ходимлари хушмуомила, хайриҳоҳ, ташқи кўриниши бенуқсон, жамоада ишлашга муносиб ва жамоа руҳини кўтарувчи кишилар бўлиши талаб этилади. Мижозлар билан доимий контактда бўладиган ходимлар ваколатга ҳатто ўз хизмат бурчи доирасига кирмайдиган ишларни ҳам тез ва самарали ҳал эта оладиган хислатларга эга бўлишлари, мижозлардан тушадиган эътирозларни олдини ола билишлари зарур.

Туристларни жойлаштириш хизмати кўрсатиш бўйича ташкилот учун асосий рақобат устунлигидан бири рақобатчилари кўрсатадиган хизматлардан ҳам сифатлироқ, мижозлар кутганидан ҳам зиёд хизмат кўрсатиш ҳисобланади. Меҳмонлар кутгани уларда мавжуд тажриба, маълумотлар, шахсий мулоқот, оммавий ахборот воситалари, хабарлари асосида ҳосил бўлади. Шулардан келиб чиқиб, ўз кутгандай хизматлар олиш ҳақида тасаввурга эга бўлади. Агар кўрсатилган хизматлар хафсаласини пир қилса, мижозни ташкилотга қизиқиши йўқолади, агар хизмат кутганидан ҳам аъло бўлса, у яна ана шу хизматлар ишлаб чиқарувчига келиши мумкин.

Ҳозирги замон мижози таклиф қилинаётган хизматларнинг муқобил стандартларидан яхши хабардор, шунингдек унинг кутаётганини ҳам кўпайди, шунинг учун у хизмат сифатига танқидий қараб бошлади.

Юқори сифатли хизмат таклиф қиладиган ташкилот қуйидагилар билан характерланади:

- Мижозларнинг талаб ва заруратларини тушуниш;
- Синчиклаб ишлаб чиқилган хизмат кўрсатиш стратегияси;
- Мижозлар ва ходимларга қаратилган таклифлар системаси;
- Яхши тайёрланган, мотивлаштирилган ва бошқариладиган ходимлар.

Хизматлар тақдим этишда доимий равишда юқори сифатга амал қилиш катта аҳамиятга эга. Отел ҳатто унда битта мижоз яшаганда ҳамзарур хизмат кўрсатиши лозим. Бу ерда икки хил стандартлар бўлиши мумкин эмас. Мисол учун, кассир сабабини айтмасдан мижоздан тўловни кредит

картаси бўйича олишдан бош тортди, ваҳоланки, бир ой аввал ўша меҳмонхонадан шу карта бўйича тўлов қабул қилинганди.

Хуллас, меҳмон кутганидан кам олса, қониқиш ҳосил қилмайди ва ҳеч қачон бу отелга қайтмайди. Тижорий муваффақият гарови потенциал мижознинг ҳар қандай хоҳиш – истагини олдиндан англаш маҳорати ҳисобланади.

Ўзини текшириш учун саволлар

1. Кишидаги қандай ижтимоий эҳтиёжларни айта оласиз?
2. Ходимни мижоз билан мулоқоти кўпроқ муҳим қоидаларини сананг?
3. Меҳмонхона барча ходимлари меҳмонновозликнинг қандай стандартларига амал қилишлари керак?
4. Касбий мулоқот кўникмаларига нималар киради?
5. Сизнинг фикрингизча, ходим психологик муаммолари нималардан иборат?
6. Янги мижозларни жалб этишнинг сизга маълум усулларини айтинг?
7. Мижоз қониқишини баҳолаш системасини ёзиб беринг?
8. Хизмат кўрсатиш сифати аудити қандай роль ўйнайди?
9. Хизмат кўрсатиш сифатини таҳлил қилиш қандай аҳамиятга эга?

15 – БОБ. МЕҲМОННОВОЗЛИК ИНДУСТРИЯСИДА МАРКЕТИНГ ИШЛАРИ

15.1. «Хизматлар» тўғрисида тушунча.
15.2. Меҳмонхона хўжалиги соҳасида маркетинг хусусиятлари
15.3. Меҳмонхона хизматлари бозорини сегментлаш
15.4. Меҳмонхона маҳсулотларининг ўрин эгаллаши
15.5. Маркетинг стратегияси
15.6. Махсус маркетингли дастурлар ва хизмат кўрсатиш технологиялари
15.7. Меҳмонхона бизнесида PR – фаолияти

15.1. «Хизматлар» тўғрисида тушунча.

Меҳмонхонада кўрсатиладиган хизматларнинг турлари. Меҳмонхона-тижорий корхона бўлиб, комплекс хизматларни ишлаб чиқарувчи, ўзи ишлаб чиқарган маҳсулотини яъни «товар» (жойлаштириш, овқатлантириш ва бошқа хизматлар)ини бозорда сотишга таклий қилувчи ҳисобланади.

Меҳмонхона хизматларини маҳсулот яъни товар сифатида кўриб чиқадиган бўлсак, унда хизмат кўрсатишнинг учта даражасини ажратишимиз мумкин:

- алоҳида хизматлар ва хизматлар гуруҳи;
- «меҳмонхона» маҳсулоти комплекс хизмат сифатида;
- «меҳмонхона» маҳсулоти қўшимча хизматларнинг комплекс хизматлари сифатида.

Хизматлар – бу ижрочи ва истеъмолчининг бевосита ўзаро ҳаракати натижаси бўлиб, ижрочининг истеъмолчи эҳтиёжини қондириш бўйича ўз фаолиятидир. «Хизматлар» тушунчаси универсал (ҳар томонлама, ҳарёқлама) аҳамиятга эга бўлиб, у номоддий ва сақланмайдиган, хизматларни ўлчаб бўлмайдигандир. Уни фақат баҳолаш мумкин бўлади холос.

Жойлаштириш хизматларининг мазмун моҳияти қўйидагилардан иборат бўлади. Биринчидан, фойдаланишга махсус бино (меҳмонхона номери-хонаси) тақдим этилади; иккинчидан, бевосита меҳмонхона ходимлари бажарадиган хизматлар яъни меҳмонларни қабул қилиш ва уларни расмийлаштириш ишлари, меҳмонхона номерларини йиғиштирувчи хизматкорлар ва ҳ.к. хизматларни тақдим қилишади.

Меҳмонхона номери (хонаси) – жойлаштириш хизматининг асосий элементи ҳисобланади. У меҳмонларнинг яшаши, дам олиш, ухлаши, ишлаши учун мўлжалланган кўп функцияли бинодир. Меҳмонхона номерлари одатда меҳмонлар томонидан кечқурун ва тунги пайтда ухлаш учун имконият яратади. Бошқа функицялар аҳамияти эса энг аввал меҳмонхонанинг мўлжалланган ва меҳмонлар эҳтиёжларига боғлиқ бўлади. Мисол учун, ишбилармонларга мўлжалланган меҳмонхонада меҳмонларнинг ишлаш имкониятини таъминлаш каби функция жуда муҳим ҳисобланади. Яъни бу ерда меҳмон учун ёзув столи, телефон, факс, компьютер ва бошқаларнинг бўлиши зарур бўлади.

Меҳмонхоналарда тур хил категориядаги номерлар бўлиб, улар ўзининг майдони, мебели, жиҳозлари, ёритиши ва бошқа томонлари билан фарқ қилади. Бироқ категориясидан қатъий назар ҳар бир меҳмонхона номери қўйидаги мебеллар ва ускуна-жиҳозларга эга бўлиши шарт:

- кровать;
- бир ўринга мўлжалланган стул ёки кресло;
- бир кроват ҳисобига тумбочка ёки столга;
- кийим-кечаклар учун махсус шкаф;
- умумий ёритгич;
- чиқинди савати.

Ҳар бир номерда меҳмонхона ҳақидаги маълумот ва ёнғин рўй берганда эвакуация қилиш плани (схемаси) бўлиши зарур.

Меҳмонларга овқатланиш хизмати кўрсатиш қуйидаги жараёнлар комбинацияларидан иборат бўлади:

- ишлаб чиқариш (ошхонада таомлар тайёрлаш);
- савдо-сотиқ (истеъмолга тайёр маҳсулотлар, алкоголи ва алкоголсиз ичимликларни сотиш);
- сервис (ресторан, бар, кафе, меҳмонхона номерида меҳмонларга официант томонидан хизмат кўрсатиш).

Қўшимча ва бошқа хизматларга бассейн, спорт зал, конферен-зал музокаралар зали, автомобилни прокатга бериш кийимлар кимёвий тозалаш, корхона, сарторошхона хизматлари, массажхонаси ва бошқаларни таклиф этиш киради. Ҳозирги вақтда меҳмонхона корхоналарининг бозорий жалб қилишини шакллантиришда қўшимча хизматлар тобора кўпроқ аҳамият касб этаётир.

Жойлаштириш хизматлари асосий бўлиб қолар экан, турган гап меҳмонларни қўшимча хизматларга қизиқишини орттириши табиий ҳолдир. Меҳмонлар шу туфайли бошқа қатор меҳмонхоналардан ушбу меҳмонхонани танлайди.

Меҳмонхона хизматларининг ўзига хос хусусиятлари. Мшлаб чиқариш ва истеъмолчининг ҳам ижрочининг реал иштирок этишини талаб қилади, яна бунинг устига ушбу хизматларнинг амалга оширилиши ижрочи территориясида рўй беради. Хизматлар ишлаб чиқарувчи киши (персонал) истеъмолчи билан бевосита муносабатда бўлади ва истеъмолчи унга хизматларнинг ажралмас қисми сифатида қарайди. Меҳмонхоналар сифати кўп жиҳатдан ходимларнинг феъл-атворига қараб баҳоланади.

Англанмаслик. Меҳмонхона масҳулотлари (бошқа ҳар қандай хизматлар каби) англанмайди. Хизматлар номоддий бўлиб, уларни хизмат истеъмол қилинмагунча баҳолаб бўлмайди. Улар кўрсатиш ва истеъмол қилиш жараёнидагина мавжуд бўлади. Хизматларни истеъмолдан олдин кўриб бўлмайди, у қандайдир ваъда бўлиб туради, бу уни кўрсатилишга юқори ишончни кўзда тутади.

Бунинг устига меҳмонхона маҳсулотларини омборга тахлаб қўйишнинг имконияти йўқ. Меҳмонхона маҳсулотлари реал эҳтиёжини қондиришга

мўлжалланган бўлиб, ушбу лаҳзада у дарҳол талабга эга. Агар хизмат вақтида сифатли кўрсатилмаса, унда меҳмонхонанинг потенциал даромади йўқотилди ва тўлдирилиши мумкин бўлмайди.

Нодоимий сифат. Меҳмонновозлик хизматлари соҳаси ўзгарувчанлиги билан фарқ қилади. Уларнинг сифати ким томонидан, қандай шароитда кўрсатилишига боғлиқдир. Кўрсатиладиган хизматларни ишлаб чиқариш пайтидаги ҳолати уларнинг сифатига кучли таъсир қилади. Кўп сабабларга кўра, ўша битта киши мижозга бугун ажойиб хизмат кўрсатиши, эртага эса ёмон хизмат кўрсатиши мумкин (масалан, ўзини ёмон ҳис қилади, оилавий муаммолар ва ҳ.к.).

Кўрсатиладиган хизматлардаги ўзгарувчанлик ва тебраниб туриш мижозлар томонидан меҳмонновозлик индустрияси шаънига билдириладиган нарозиликларнинг бош сабаблари ҳисобланади.

Талабнинг мавсумий характери. Меҳмонхона хизматлари мавсумий тебраниб туришларга маҳкум. Меҳмонхона маҳсулотларига талаб (жойлаштириш ва бошқа хизматлар) ҳар куни, ҳар ҳафта ёки ҳар мавсумда тебраниши мумкин. Мисол учун, кўпчилик туристлар ёз ойларида дам олишади, шундан келиб чиқиб меҳмонхона хизматларига талаб ушбу даврда сезиларли ошади.

Меҳмонхона хизматлари ва саёҳат (сафар) мақсадларининг ўзаро боғлиқлиги. Меҳмонхона маҳсулотларини реализация қилишга туроператор ва турагентларнинг ҳаракатлари сезиларли таъсир ўтказади, чунки меҳмонхона бизнеси айнан туристик фаолият билан мустаҳкам боғланган.

Меҳмонхона хизматларини сотиш ҳажмининг бир қатор омилларга боғлиқлиги. Меҳмонхона маҳсулотларини реализация қилишга туоператор ва турагентларнинг ҳаракатлари сезиларли таъсир ўтказади. Чунки меҳмонхона бизнеси айнан туристик фаолият билан мустаҳкам боғланган.

Меҳмонхона хизматларини сотиш ҳажмининг бир қатор омилларга боғлиқлиги. Меҳмонхона маҳсулотларини реализация қилиш ҳажмига таъсир ўтказади:

- меҳмонхоналарнинг жойлашган жойи. Меҳмонлар учун отелга боришнинг қулайлиги ва унинг атрофии гўзаллиги ушбу омилга (инфратузилма ривожланганлиги) боғлиқ, қайсиким кўп жиҳатдан ташриф (дам олиш ёки иш юзасидан сафар) мақсадини белгилайди;
- хизмат кўрсатишнинг қулайлиги. Ушбу омил – меҳмонлар учун боғ ва типлар ҳажми ва нархлар бўйича чўнтак кўтарадиган, ресторанлар ва барлар ва ҳ.к.);
- сервис даражаси тақдим этиладиган хизматлар ассортиментлари билан характерланади, ҳар хил қулайликлар турлари, уларнинг стили ва сифати билан ажралию туради;
- меҳмонхона обрўси отелни мижозларда маълум хушкайфият уйғотишга (ёки нохуш кайфиятга) олиб келади. Обрў асосан меҳмонхона жойлашган жой, таклиф қилинадиган хизматлар ва қулайиклар, отел ички ва ташқи муҳити ҳосил қиладиган таассурот,

хизмат кўрсатувчи ходимлар малакаси ва ҳакозолардан ташкил топади;

- Нарх. Ушбу омил хизмат кўрсатиш қийматини акс эттиради;
- Меҳмонхона тақдим этадиган хизматлар ассортименти ғоят хилма-хил. Булар вақтинча жойлаштириш (яшаш) бўйича хизматлар, овқатланиш хизматлари, саратошхона, сауна, гўзаллик салонлари ва ҳ.к. хизматлар. Бугун меҳмонхонадан чиқмасдан сарторошхонада соч олдириш, саунада чўмилиш, ёки бильярд уйнаб ҳордиқ чиқариш мумкин. Меҳмонхона асосий тушумларини яшаш учун тўловлар ташкил этсада, қўшимча хизматлар ҳам озмунча даромад келтирмайди.
- Меҳмонхона асосий маҳсулотлари хусусиятлари-меҳмонхона номерлари – уни вақт ва маконда ўзига хос меҳмонхона маҳсулоти сифатида қараб чиқилади, қайсиким эгалиги айланмаган алмашиш битими воситасида харид қилинади, фақат унга эришиш ва ундан фойдаланиш маълум вақт ва маълум жойда амалга оширилади. Меҳмонхона ўзига хослиги шундаки, ишлаб чиқариш ҳар қандай масаласи максимал даражада тез хизмат кўрсатилишини талаб қилишади. Қатор хизматлар тақдим этиш вақти соатлар, ҳатто минутлар билан ўлчанади.

15.2. Меҳмонхона хўжалиги соҳасида маркетинг хусусиятлари

Маркетинг бошқарув функцияларидан бир ҳисобланади, тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш ва йўналиши, мижозларни хизматларга талаби ошиши, харид қобилиятини баҳолаш ва унга мўмиаллар, товар ва хизматларни охирги истеъмолчига етказиб беришдан иборат.

Маркетинг яъни бозорни узоқ ўрганиш жараёни, маҳсулотлар ривожи, товарни ҳаракатлантириш, сотиш, монитринг (назорат) ва обзор қилиш сифатида қараб чиқиш мумкин.

Меҳмонхона маркетинги хусусиятлари меҳмонхона маҳсулотларини юқорида кўриб чиқилган хусусиятларидан, уни вақт ва маконда қайд этилганидан келиб чиқади.

Меҳмонхона хизматлари бозори, бозорнинг бошқа кўплаб товар ва хизматлари каби катта миқдорда гуруҳ истемолчилари мавжудлиги билан ҳарактерланади. Улар дидлари, маъқул кўришлари, даромад даражалари билан фарқ қилишади. Ҳатто ушбу гуруҳлар бир отел ёки маҳсулот мижозлари ёки истеъмолчилари бўлишганда ҳам, маҳсулот сотиб олиш мотивлари турличадир. Мисол учун, ўша битта отелнинг мижозлари бизнесменлар, саёҳатчи туристлар ва конференция иштирокчилари бўлишлари мумкин. Уларнинг харид қилиш ва мақсадлари, мотивлари, отелнинг ўша битта маҳсулотига талаблари бир хил бўлмайди. Сафардаги бизнесменлар ёки тадбир ташкилотчиларига қараганда, саёҳатчи туристлар нарх даражасига анча таъсирчан. Одатда икки кишилик жойлашишга, шунингдек махсус (гуруҳий) таомнома бўйича тушлик ва кечки овқатга

буюртма беришади. Ўз чўнтагидан пул тўламайдиганлар эса нисбатан қимматроқ жойлашиш, шаҳона овқатланиш ва ҳ.кларга буюртма беришлари мумкин. Одатда меҳмонхона қўшимча хизматлари ҳам айнан ўшалар томонидан кўпроқ талаб қилинади: телефон алоқаси ва интернетга номерда уланиш, бизнес – марказ хизмати, сўзлашув хонаси, техник ускуналар ва ҳ-к.ларни ижарага олиш имконияти. Бозорда маҳсулотни намойиш этишга икки асосий ёндошув мавжуд. Нодифференциялашган ёндошувда бозор бир турли, харидорлар бир хил ҳисобланади, шунга кўра маҳсулотларни дифференциялаш ва чиқим системалари талаб қилинмайди. Асосий мақсад-бозорни ва истеъмолчиларни максимум қамраб олиш. Кўриниб турибдики, бундай ёндошувда менежмент ғайрати ўша истеъмолчиларга, эҳтимол, масҳулотга эҳтиёжи бўлмаганларга бесамар кетади, мақсадли гуруҳ истеъмолчиларига эса етарли эътибор берилмай қолади. Ҳозирги вақтда меҳмонхона бизнесида бозорга бундай ёндашувдан деярли фойдаланилмайди, унга фақат айрим ҳолларда узоқ давом этмайдиган вақтда амал қилинади, холос. Масалан, отелни ёки унинг алоҳида маҳсулотини бозорга чиқишида. Бундай тактикадан, мисол учун, 2002 й. сентябрда Москва меҳмонхоналар бозорига чиқишда «Парк Арарат Ҳайят» отели фойдаланди. Отел менежменти барча гуруҳ истеъмолчиларга бир хил паст таърифлари эълон қилди, шу йўл билан маҳсулотга мижозларнинг максимал сонини жалб этиш мўлжалланган эди. Ярим йилдан кейин отел тарифларни 2 марта оширди ва турли гуруҳдаги мижозларга турли даражада чегирамалар беришни бошлади.

Дифференцияланган ёндошув ёки мақсадли маркетингни бугун кўпчилик отеллар маъқул кўрмоқда. Бу ёндошув бозор камида икки категория истеъмолчилардан иборатлиги кўзда тутади, улар ёки бу маҳсулотлар ва хизматлар хусусиятларига турлича муносабат билдиришади. Ушбу ёндошувга мувофиқ бозор сегментларини танлашади. Ўхшаш белгиларга эга маълум гуруҳ истеъмолчилар таклиф қилинаётган маҳсулотга бир хил типда, шунингдек маркетингли рағбатлар тўпламига муносабатни характерлайди.

15.3. Меҳмонхона хизматлари бозорини сегментлаш

Бозорни сегментлаш – уни аниқ гуруҳ харидорларга бўлиш жараёни, улардан ҳар бири учун алоҳида маҳсулотлар ва маркетинг комплекслари талаб қилиниши мумкин. Бундай ёндошув ҳаётчанг, бардошли ва қулай истеъмолчилар гуруҳларини аниқлаш имконини беради. Сегментлаш объекти бўлиб истеъмолчилар (меҳмонлар) ҳисобланади. Сегментлашдан мақсад-истеъмолчиларнинг меҳмонхона хизматларига бўлган талабларини максимал қондириш, шунингдек уни ишлаб чиқиш, чиқариш ва реализация қилишда отел ҳаракатларини мўътадиллаштириш.

Меҳмонхона хизматлари бозорини сегментлаб ўтказишнинг асосий афзалликлари қуйидагилар ҳисобланади:

- истеъмолчиларнинг талаблари, заруратлари ва мотивларини янада аниқроқ тушуниш; масалан, «маар-риотт» (Marriott) корпорацияси меҳмонхона маҳсулотлари Москва бозорларида турли классдаги уч отел томонидан тақдим қилинган, уч турли категориядаги истеъмолчиларга хизмат кўрсатади. «Марриот Тверская» (Marriott Tverskaya) («Тўрт юлдузли») отелининг мақсадли бозори эса ўрта даражадаги бошқарув бизнсменлари ва компаниянинг техник ходимлари ҳисобланади. «Марриот гранд» (Marriott Grand) (беш юлдузли) учун эа корпорацияга юқори раҳбарлик (топ менежмент) ҳисобланади; (Deluxe беш юлдуз) учун эса корпорация президентлари ва вице президентлари,юқори лавозимдаги сиёсатчилар, эстрада юлдузлари ва шоу-бизнес, киноактёрлари ҳисобланади:
- сотишни максималлаштириш ва мақсадли бозор фойда келтириши учун нисбатан истиқболларини танлаш;
- конкрет бозорда рақобат кураши табиатини яхши тушуниш ва сўнгра отелнинг рақобатбардошлигини таъминловчи отел маҳсулотлари ва хизматларини илгари суриш, бу билан бутун характеристикалари билан муваффақиятли бўлинишини таъминлаш;
- чекланган меҳмонхона ресурсларини марказлаштириш-жамлаш ва улардан янада самарали фойдаланиш учун энг фойдали йўналишларга эътиборни кучайтириш;
- менежмент ва маркетинг усулларидан фойдаланиш самарадорлигини ошириш орқали улардан конкрет бозор сегментлари талабларига мўлжалланган юқори даражада натижалар олишга интилиш;
- отел маркетинг стратегиясини танлаш имконияти ва маркетинг харажатларини оптималлаштириш.

Сегментлаш жараёни алоҳида бозорлар характеристикалари ва хусусиятларини аниқлаш имконини беради. Мисол учун, агар меҳмонхона корпаратив мижозларга мўлжалланган бўлса, унда меҳмонхона менежменти ва ходими бу фақат кичик ва йирик фирмалар ва корпорациялар ҳамкорлиги эмаслигини билиши зарур; ўз характерига кўра улар дўстона ёки душманлик кайфиятида бўлишлари мумкин. Таваккал қилиш ёки таваккалчиликдан қочишда ўз котиблари ва маъмурлари қарорига қулоқ солишлари, яшаш учун отел танлашда бундай қарорни ўзлари ҳам қабул қилишлари мумкин. Айниқса чет эллик мижозлар талаблари хилма-хил. Мисол учун, япон туристлари ўз маданиятларига хос бўлган мос жойлаштиришга алоҳида талаблар қўйишади. Агар улар икки кишидан яшашса, номер ҳамиша twen кроватлар билан бўлинган бўлиши, ваннахонада албатта душхона эмас ванна бўлиши шарт ва ҳ.к. Бундай турдаги характеристикаларни билиш меҳмонхона менежментига маҳсулотлар ва хизматларни яхшироқ шакллантириш ва реализация қилишга имкон беради, бозорнинг потенциал

сегменти ёки мақсадли заруратларига йўналишини тўғри ташкил қилишга кўмаклашади.

Бундан ташқари, сегментлаш даромадларни максималлаштириш умумий стратегиясида муҳим бўғин ҳисобланади. Юқорида санаб ўтилган барча афзалликларга ажратиш отелга ўз маҳсулотлари ва хизматларидан катта даромад олишни таъминлайди, қайсиким бозорни сегментлаш иложи бўлмаган вазиятда бунга эришиш мушкул. «Ҳақиқатан, ўша битта меҳмонхона маҳсулотини ёки унинг модификациясини ўша вақтда тўлов қобилияти фарқ қиладиган, бўлиш узоқлиги, сафар мақсади ва ҳ.к. ҳар хил бўлган битта мижозлар гуруҳига сотиш мумкин».

Бозорни сегментлаш уч асосий босқичда амалга оширилади: бевосита сегментлаш, яъни бозорни қисмларга бўлиш, мақсадли бозор (сегмент)ни танлаш ва унда маҳсулотни жойлаштиришни ташкил этиш.

Бозорни сегментлаш (қисмларга бўлиш) меҳмонхона бизнесида бозорни сегментлаш ўтказишда қуйидаги мезонлар гуруҳидан фойдаланиш тавсия этилади.

1-гуруҳ. Маданий-географик мезонлар. Бу меҳмонхона хизматлари истеъмолчилари бозорини ҳудудий белгисига қараб бўлиш. География бозор сифатида алоҳида мамлакатлар, мамлакатлар гуруҳлари ёки маълум тарихий, сиёсий, иқтисодий,этник ва диний умумийликка эга жаҳоннинг бутун бир регионлари қараб чиқилиши мумкин. Ушбу белгиларга мувофиқ қуйидаги географик бозорларни ажратиш қабул қилинган: Шимолий Америка, Лотин Америкаси, Скандиновия, Ғарбий Европа, Шарқий Европа, Жанубий Европа (Италия, Испания, Португалия), Россия ва МДҲ мамлакатлари, Марказий Осиё, Жануби-Шарқий Осиё, Африка, Австралия. Ҳар бир отелга стратегик мақсадларига қараб ва ўз маҳсулотларини самарали тақдим этиш учун кўпроқ фойдали бозорларни ҳудудий белгиларига қараб танлаш, гуруҳларга ажратишни мустақил равишда ҳал этиш тавсия этилади. Алоҳида географик бозорлар истеъмолчилари, одатда, ўхшаш мақбулликларга ва феъл-атвор усулига эга бўладилар. Мисол учун, маълумки, ҳозирги вақтда испан бозори тез ўсиб бораётганлардан бири ҳисобланади, испанлар саёҳатларга ўчлиги билан шуҳарт қозонишган. Шу билан бирга улар анча тежамкор ва ўрта классдаги отелларни (уч-тўрт юлдузли) маъқул кўришади ёки унча қиммат бўлмаган беш юлдузли отелларни кўзлашади. Шунинг учун ушбу бозор билан ишлашда нарх омили белгиловчи бўлади. Бундан ташқари, испанлар унчалик юқори даражада уюшмаганликлари билан характерланади ва кўп ҳолларда ўз сафарларини сўнгги лаҳзаларда режалаштиришади. Шунинг учун отел менежменти испан бозорида ишловчи туристик фирмалар учун кутилаётган паст мавсумни мўлжаллаб махсус таклиф шакллантириши мумкин.

Бирор бир географик бозорда ишлаш пайтида катта устунлик унинг сиёсий – иқтисодий тараққиёти истиқболларини ва хусусиятларини билиш ҳисобланади. Бундай турдаги ахборотларга эга бўлган отел менежменти унинг хизматларини фойдалироқ тақдим этиш ва сотишни максималлаштириши мумкин.

2-гуруҳ. Ижтимоий-иқтисодий мезонлар истеъмолчилар сегментларини умумий мотивлар уйғотиш ва сафар мақсадлари, ижтимоий мансублиги ва ижтимоий мақоми, даромад ва маблағни сарфлаш даражасига қараб ажратишни кўзда тутади. Меҳмонхона бизнесида ушбу мезонлар гуруҳи, бозорни сегментлашда кўпроқ тез-тез фойдаланилади. Мисол учун, сафар мақсадларига мувофиқ туристларнинг қуйидаги гуруҳлари (сегментлари) ажратилади: бизнес туристлари (сафарга жўнатилганлар, бизнесменлар, тижоратчилар); дам олиш ва экскурсияга йўл олган туристлар (билиш ва рағбатлантирувчи туризм); конгрессменлар ва тадбирлар ташкилотчилари ва ҳ.к. Ушбу гуруҳларнинг ҳар биридан истеъмолчилар узил-кесил аниқланганлар ҳисобланмайди. Ҳар бир гуруҳда даромад даражаси ёки сафар маблағи турли бўлган истеъмолчиларни ажратиш мумкин (мисол учун, техник ходим, паст, ўрта ва юқори бўғин менежменти), улар ҳар хил мақомга ва ижтимоий мавқиега эга (компания президентлари, оддий ходимлар, вазирлар ва нисбатан паст лавозимдаги амлдорлар, поп юлдузлар ва кузатиб боручилар, футбол жамоалари ва ишқибозлар ва ҳ.к.). Истеъмолчилар оладиган сегментларни яна ҳам торайтириш мумкин – сафарларни мавсумийлиги, отелда бўлиш давомийлиги ва ҳ.к. бўйича. Ушбу бозорларнинг ҳар бири учун ўша битта ўша меҳмонхона маҳсулотларига ҳар хил нархларда сотишни турли каналлари орқали реализация қилинадиган турли вариантилари талаб этилади.

3-гуруҳ. Руҳий ахлоқий мезонлар истеъмолчиларни комплекс характеристикаларини бирлаштиради, яъни булар инсоннинг турмуш модели ва ахлоқини акс эттиради, қизиқишлари, ҳаракатлари, машғулликлари, бошқа одамлар билан муносабатлари типларини ва ҳ.к.ларни ифодалайди. Ушбу мезонлар истеъмолчини туристик ва меҳмонхона хизматларига турли хусусиятларини ҳисобга олади, айтайлик, мақбул кўрадиган транспорт воситаси (ер ости, сув, ҳаво), жойлашиши тарихий қимматга эга янги отеллар, отеллар ва ҳ.к.), конкрет отелни маъқул кўриши, рекламага муносабати, бозор янгилигига, хизмат кўрсатиш сифатига таъсирчанлиги ва ҳ.к. Ўз истеъмолчиларининг бундай турдаги хусусиятларини билиш меҳмонхоналар менежментларига истеъмолчиларнинг турли хил сегментларида ўз маҳсулотини тўғри тақдим этиш ва ҳаракатлантиришнинг самарали усулларидан фойдаланиш имконини беради.

4-гуруҳ. Демографик мезонлар бўйича истеъмолчиларни сегментлаш меҳмонхона бизнесида кенг қўлланиладиган усуллар қаторига киради. Бу ушбу характеристикани вақт давомида бардошлиги ва улар ўртасида талаб билан мустаҳкам ўзаро боғлиқлик мавжудлиги билан мустаҳкам ўзаро боғлиқлик мавжудлиги билан изоҳланади. Маълумки, ёшлар, яъни 15 ёшдан 24 ёшгача бўлган ёш кишилар паст ёки ўртача даромад даражасига кўра икки –уч юлдузли классдаги арзон отелларда тўхташни маъқул кўрадилар. Бунда танловнинг муҳим мезони бўлиб отелда бар, тунги клуб, дискотека борлиги ҳисобланади. Бу сегмент учун юқори туристик фаоллик характерли, қайсиким ёш одамларни мулоқатга билишга интилиши ва уларда бўш вақтнинг борлиги (каникул) билан изоҳланади. Сегментлаш кетма-кет бир

нечта мезонларни қўлланилишида ҳам амалга оширилиши мумкин. Муҳими, сегментлаш натижаси ҳаддан ташқари оз сонлив а оқибатда оммавий ўзлаштириш учун яроқсиз бўлиб қолмаслиги лозим. Шунингдек улар ҳаддан ташқари кўп бўлиб қолмаслиги ҳам зарур, ортиқча майдаланишлар мезонларни йўққа чиқишига олиб келади.

Мақсадли бозор (бозорлар)ни танлаш

Бозорнинг асосий сегментлари белгилаб бўлингач, меҳмонхона менежментига уларни жалб қилувчанлик даражасини баҳолаш ва бозорнинг қайси сегментига мўлжал олишни ҳал этиш зарурати туғилади, яъни мақсадли бозорни танлашни амалга ошириш ва маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш лозим бўлади.

Мақсадли бозор – бу отел учун бозорнинг кўпроқ тўғри келадиган ва фойдали сегментлар гуруҳи ёки бир сегмент, қайсиким уларга маркетинг фаоллиги диққат-эътибори қаратилади. Меҳмонхона корхонаси томонидан мақсадли бозорни танлаш алогоритмлаштирилмайди, балки ўзига хос ижодий жараён ҳисобланади. Бозор сегментларига қўйиладиган қуйидаги асосий талабларни ҳисобга олиш тавсия этилади, қайсиким отел менежменти ўз эътиборини уларга қаратишини истайди.

- сегментнинг миқдор параметрлари осон ўлчанадиган бўлиши зарур (мисол учун, номер – кечаларни максимал миқдори, уларни бозорда реализация қилиш мумкин), даромаднинг потенциал ҳажми, харидорлар сони ва ҳ.к. Бундай ахборотлар меҳмонхона менежментига ушбу бозорда ишлаш учун қандай зарур ресурслар ҳажмига эга бўлишни билишга, сотиш учун қандай каналларни ҳаракатга келтиришга ёрдам беради;
- меҳмонхона учун сегментга кириш имкони – бозорда сотиш каналлари мавжудлиги (компаниялар, турагентликлар, туроператорлар ва ҳ.к.) Режалаштирилган ҳажмда хизматлар реализациясини таъминлашга қобил қарши қувват зарур. Шунингдек истеъмолчилар билан уларни меҳмонхона хизматларидан хабардор бўлиши учун тўсиқсиз алоқалар имконияти бўлиши лозим;
- сегментни ўзлаштириш имкони – отел раҳбарияти ушбу сегментда ишлаш учун етарли ресурсларга эгами, йўқми ҳал қилиши керак. Шунингдек қандай қўшимча ресурслар ва маблағ талаб қилинишини аниқлаши лозим;
- танланган бозор сегментида меҳмонхонанинг рентабел ишлаши ва юқори (етарлича) фойда олиши;
- ушбу сегментни рақобатчи меҳмонхоналар бозори билан бирга ишлай олиши – тушуниш лозим, ушбу сегментга отелнинг чиқиш қайси чораси бозордаги бошқа ўйинчилар манфаатига тегиб кетади, уларнинг эҳтимол тутилган жавоб муносабатини прогноз қилиш, шунингдек ўз кучини тўғри баҳолаш. Агар шундай таҳлил кучлар тенг эмаслигини кўрсатса, унда отелга бошқа сегментни, рақобат

кучсизроқ, ҳеч бўлмаганда бошланғич босқичда. Излашга тўғри келади;

- танланган сегментда ишлаш истиқболлари, келажакда уни кенгайтириш имкониятлари.

Ўрин эгаллашни ташкил қилиш

Ўрин эгаллаш операциялари мижозлар эҳтиёжларини аниқлаш деб аталади ва аллақачон мавжуд маҳсулотларга нисбатан бозорда конкрет меҳмонхона маҳсулотлари бўйича ўриндир.

Ўрин эгаллаш сегментлаш жараёнининг мантиқий давоми ҳисобланади ва танланган бозор сегменти учун маркетинг комплексларини режалаштиришнинг бошланишидир.

Меҳмонхоналар маркетологлари ўз мақсадли бозори вазифаларини ҳал эта тураб, одатда, рақобатчи отелларнинг худди шундай маҳсулотларини ўрганишади. Бу ушбу маҳсулотларни бозорга кириш ва қатордан жой олиш имкониятларини яхшироқ баҳолаш имконини беради, уларни муваффақиятли ўзлаштириш тадбирларини шаклантиришга кўмаклашади. Меҳмонхона менежменти ҳал қилувчи вазифаси маҳсулотлар характеристикасини мижозлар талабларига максимал яқинлаштириш ҳисобланади. Бунинг учун маҳсулотлар параметрлари ва маркетинг комплекси тегишли элементларини шундай танлаш зарурки, улар унинг рақобатбардошлигини таъминласин. Бозорда отелни муваффақиятли ишлаши учун менежмент истеъмолчилар турли гуруҳлари хусусиятларини ва уларни конкрет меҳмонхона маҳсулотларига муносабатларини билиши зарур. Ажратиш маҳорати, топиш ва бозор эҳтиёжларини тўлиқ қондириш отел маҳсулотларини самарали бошқариш ва албатта, уларни сотишдан қўшимча даромад олиш имконини беради.

15.4. Меҳмонхона маҳсулотларининг ўрин эгаллаши

Меҳмонхона маҳсулотларини бозорда ўрни рақобатчиларнинг худди шундай маҳсулотлари характеристикалари олдида унинг сифатий нарх устунликларини аниқлаш асосида белгиланади. Ўрин тафсилотларида истеъмолчи учун кўпроқ муҳимлари танланади. Шундан кейинги маҳсулотлар қаторларини кўпайтириш ва мўътадиллаштириш орқали рақобатбардош устунлик қанча салмоқли вазнга эга бўлса, эгаллаган ўрни шунчалик самарали бўлиб кўриниши мумкин. Мисол учун меҳмонхона бизнесида отел асосий рақобат устунлиги унинг жойлашган ўрни, бино тарихий қиммати, моддий-техник базасини аълолиги ёки идеал ҳолатга яқинлиги, хизмат кўрсатиш сифати юқори даражадалиги, тақдим этилаётган хизматлар кенг спектери, нархнинг нисбатан паст даражада эканлиги ва ҳ.к. бўлиши мумкин. Мисол учун,таъкидланади, ушбу отел агар у шаҳар марказида ёки инфраструктураси яхши ривожланган ишбилармонлик марказида жойлашган, ёнида кўргазма комплекси ва ҳ.к. Қулайликларга эга бўлса, рақобатчи отелларга таққосланганда устунликка эга бўлади. Ўз хизматларини рақобатчиларга нисбатан пастроқ нархда таклиф этувчи отел

нарх рақобатида устунликка эга бўлади. Уни меҳмонхона менежменти ўз хизматлари сифатини рақобатчи отелларнинг худи шундай кўрсаткичларига таққослаш асосида белгилайди.

Амалиётнинг кўрсатишича, отелни бозорда ўрин эгаллашида асосий фарқ манбаи кўрсатиладиган хизматлар сифати ва нарх ўртасидаги нисбат ҳисобланади. Бу икки асосий параметр отел танлашда истеъмолчиларни қарор қабул қилишига таъсир ўтказади. Улардан бозорда турли отеллар эгаллайдиган ўрин карталарини тузишда ҳам фойдаланиш мумкин.

Одатда ўрин эгаллаш тўрт босқичда ўтказилади:

1) рақобат устунлиги имконини аниқлаш, шунга қараб ўз отели маҳсулотининг ўрнини топиш мумкин. Уларни мослаштириб олиш эса мақсад истиқболларини белгилайди;
2) рақобатга киришувчи меҳмонхона маҳсулотлари рўйхатини тузиш, яъни худди шундай рақобат устунликларига эаг;
3) рақобат устунлиги оптимал тўпламини танлаш, шунингдек улар ҳақида бозорда самарали ахборот усулини танлаш;
4) маҳсулотнинг танланган ўрнини (рақобат устунлиги тўплами) мақсадли бозорда илгари суриш.

Рақобат курашида ўрин эгаллаш мақсадига эришиш ва бошқа ўринларни қўлга киритиш учун меҳмонхона менежменти ўз маҳсулотлари ва хизматларини дифференциялашни билиши керак. Бу уларни рақобатчидан фарқлаш қобилиятига эга характеристикаларини аниқлаш учун зарур. Москва бозорида етакчи отеллар ишлашини таҳлил қилиш шуни кўрсатадики, меҳмонхона бизнесида дифференциялашнинг қуйидаги йўналишлари кўпроқ тарқалган: отел жойлашган ўрни бўйича; бинонинг тарихий қиммати бўйича; отел моддий-техник базаси ҳолати бўйича; хизмат кўрсатиш класс ива хизматлар спектри бўйича; ходимлар бўйича; овқатланиш сифати бўйича; доимий меҳмонларни рағбатлантириш дастури бўйича; савдо маркаси ёки нуфузи бўйич.

Жойлашган ўрни бўйича дифференциялаш. Меҳмонхона –отел жойлашган жой жиддий рақобат устунлиги бўлиши мумкин. Қайсиким ўз бозорида рақобатчи отеллар орасида ажралиб туриш учун фойдаланиш лозим. Одатда, бизнес-мижозлар отелни шаҳар марказида жойлашганлигини қадрлашади, унинг ёнида ҳамма нарса борлигида! Москванинг «Балчуг Кемпински Москва», «Националь» (Le Royal Meridien) отеллари рақобат устунлиги сифатида ўз деразаларидан Кремл комлпекси кўринишларини реклама қилади. «Парк Арарат Ҳайат» ва «Метрополь» эса Большой театр, савдо ва бизнес-марказга яқин. «Золотое кольцо» меҳмонхонаси РФ ташқи ишлар вазирлиги биноси рўпарасида жойлашган. Чет эл элчихоналари ва ваколатхоналаридан узоқ эмас, ўзини ҳукумат делегацияларини қабул қилувчи отел сифатида ўрин эгаллаган. «Украина» ва «Международная» меҳмонхоналари кўргазма маркази яқинида жойлашган, уларнинг энг гавжум мавсумий Москвада халқаро кўргазмалар ўтказиш даврига тўғри келади. «Но-вотель Шереметьево» меҳмонхонаси шаҳар марказидан узоқда

аэропортда жойлашган: унинг бизнеси авиакомпаниялар экипажлари ва транзит йўловчиларни қабул қилиш асосига қурилган.

Агар меҳмонхоналар ўзлари жойлашган жойдан фойда олишда фойдалана олмасалар, унда мижозларни жалб этиш учун бошқа устунликларга урғу беришларига тўғри келади. Мисол учун Москва автомобил халқа йўли четида жойлашган «Холидей Ини Виноградова» ва «Ирис Конгресс Отель» меҳмонхоналарига ўзларининг рақобат устунлиги сифатида нархларни маълум даражада пасайтиришларига тўғри келади. Биноларни тарихий қиммати бўйича дифференцияциялаш. Кўпчилик отеллар тарихий, архитектура ёдгорликлари ҳисобланади ва қизиқарли ўтмиш тарихга эга. Мисол учун, «Националь» ва «Метрополь» Россия императорлик даврида қурилган, уларга 100 йилдан кўп бўлди. «Националь» XX аср бошарида В.И.Ленин яшаган машҳур номерини реклама қилади. «Саои» ўзининг музей интерьерлари ва картиналари билан машҳур. Отелдаги тарихий қадрият, муҳит, ўтмиш архитектураси чер элликлар ва тарихга қизиқувчиларни жалб этади, унинг жиддий рақобат устунлигини таъминлайди. Янги қурилаётган меҳмонхоналарга уларга тенглашиш ёки нусха кўчиришнинг амалда иложи йўқ.

Моддий техник база ҳолати бўйича дифференциялаш. Кўпчилик отеллар рақобатчиларникига қараганда яхши дизайн ва характеристикага эга ўз маҳсулотларини таклиф қилишга интилади. Янги қурилган отел истеъмолчилар эътиборини ўзининг бенуқсон моддий-техник базаси ҳолатига қаратишга ҳаракат қилади. Ўзининг устунлигини кўрсатиш учун ҳар қандай отел ўзининг бир неча йил мавжудлигидан бошлаб, реконструкция қилинганидан кейин ҳам амалда барча реклама компаниясини шу мақсадга қаратади. Бироқ рақобат устунлиги фақат моддий-техник база ҳолатигина ҳисобланмайди, балки унинг предмет ва функционал аспектлари – майдон ва меҳмонхона номерлари ҳолати, жамоат бинолари, отелни техник таъминланганлиги ва ҳ.к. жиҳатлари ҳам бор. Арзимаган майда детал бўлиб кўринган номер майдони, кроват размери ва типии, ваннахонада сочиқлар сони, қўшимча одеял мавжудлиги, отел бизнес-марказида техник ускуналар сиестри, фитнес-марказни тренежёрлар билан жиҳозланиш даражаси, бассейн катталиги ва ҳ.к. лар муҳим роль ўйнашлари мумкин. Ушбу барча майда-чуйдалар моҳиятан отелнинг кучли рақобат устунлигини шакллантириши мумкин, қайсиким унинг ўрин эгаллашини ташкил этишда ҳисобга олиниши зарур. Хизмат кўрсатиш класс ива хизматлар спектри бўйича дифференциялаш. Хизмат кўрсатиш аспекти сифати меҳмонхона бизнесида асосий ҳисобланади, ушбу тип дифференциялаш кўпроқ оммавийлардан саналади. Замонавий меҳмонхона ўз истеъмолчилари кутган даражадан юқорироқ хизмат кўрсатиш сифатига эришишга интилиши лозим. Қайсиким ўз классификацияси (юлдузлиги)га хос характери бўлиши керак. Кўпчилик отеллар маҳсулот ассортиментини юқорига кўтариш стратегиясидан муваффақиятли фойдаланадилар – алоҳида қаватлар очадилар, у ерда нисбатан озгина тўлов эвазига меҳмонларга юқорироқ даражада сервис таклиф этилади – номерни яхшилаш, алоҳида регистрация

ва қоватда ҳисоб-китоб қилиш, нонушта учун хона. Учрашувлар ва музокаралар ўтказиш учун хона ва ҳ.к. Бундай амалиёт Москванинг «Космос» («Космос Клуб» қавати), «Аэростар» (Exclusive қавати), «Шератон Палас» («Шератон Тауэре» қавати) отеллари шунда жорий қилинган.

Айрим отеллар (“Балчуг Кемпински”, “Ренессанг” ва бошқ) бугун ўз сервисларини ходимлар билан мустаҳкамлашга интилмоқда, меҳмонлар билан ишлаш бўйича менежер лавозими киритилган. Меҳмонларнинг индивидуал эҳтиёжларини янада тўлиқроқ қондириш унинг вазифаси ҳисобланади. Мисол учун, бугунги кунда “Марриотт Аврора” отели Москва бозорида ўз меҳмонлари учун йўл-йўлакай хизматларни таклиф этмоқда – сарой хизмати меҳмонхона ҳар бир қаватида ишлайди. Ушбу хизмат иши туфайли ҳар қандай меҳмон қўшимча хизматларга буюртма бериши ва ўз қаватида сарой хизматкорига мурожаат этиб, муаммосини ҳал қилиши мумкин. Бунда меҳмонхона турли хизматлари ёки регистрация хизмати ходимлари (бошқа отеллардаги каби) га ёрдам сўраб боришга ҳожат қолмайди. Сарой хизматлари доимий меҳмонларни номларини билади ва уларнинг ҳар қандай истагина эслатиб туради. Бу хизмат кўрсатиш вақтини қисқартиради, меҳмонлар муаммосини тезкор ҳал этиш, отел ходими томонидан уларга катта эътибор кўрсатилишига имкон беради, пировард натижада отел, даромади кўпайишига олиб келади. Шундай қилиб, ҳар қандай меҳмонхонанинг рақобат устунлиги рақобатчиларга қараганда кўрсатиладиган хизматлар тури кўплиги, сифати юқорилиги ҳисобланади. Бунда ҳар қандай янги сифатли хизмат меҳмонлар учун қўшимча қулайлик яратади ва албатта, муносиб баҳоланишига шубҳа йўқ.

Ходимлар бўйича дифференциялаш. Маълумки, меҳмонхона бизнесида ҳар бир ходим олдида муҳим ва мушкул вазифа – меҳмонновозлик муҳити яратиш туради, қайсиким меҳмонлар ўзини қулай ҳис этади. Меҳмонхоналар тармоқда энг яхши прфессионал ходимларни ёллар ва ушлаб турар экан, маслакдошлар жамоасини шакллантира олади, ўзларига кўпроқ рақобат устунлигини яратадики, бунга тенглашиш ёки нусха олиш рақобатчиларга жуда қийин. Ходимлар бўйича дифференциялаш ходимни танлаш, моддий ва маънавий рағбатлантириш дастурини ишлаб чиқиш, кадрларни жойлаштириш, шунингдек тренинглар системаси ва малака ошириш курсларини ташкил этишга синчковлик билан ёндошувни талаб қилади. Бундан ташқари, ходим томонидан отелни ривожлантириш ғояси ва янги технологияларини қандай қабул қилиниши муаммоси ҳам бор. Бундай ҳолда айрим ходимлар, одатда, профессионал ваколатини чуқур тушунмасдан: «Бу назария, амалда эса бошқача» деган фикрга борадилар. Бироқ амалда янгиликнинг моҳиятини тушунмаслик, ўзгаришларга қаршилик, ўрганишни истамаслик, белгиланган самарали алоқада тармозланиш, бошқарув билимларини зарурлигини инкор этиш рақобатбардошликни сезиларли чеклаб қуяди ва албатта, отелнинг даромади йўқотилишига олиб келади.

Овқатланиш сифати бўйича дифференциялаш. Отелда тўхтаган ҳар бир меҳмон амалда унинг ресторанлари ва барлари хизматларидан фойдаланади. Меҳмонхона обруси таом тайёрлашда отелнинг нечоғлиқ сифатли

маҳсулотлар ва масаллиқлардан фойдаланиши, меҳмонхона ошпазларининг касбий маҳорати ва пазандалигига боғлиқ. Отел ўтказадиган бундай дифференция унга банкет ташкилотчилари, фуршетлар, тўйлар, конференция, корпаратив кечалар ва ҳ.к. ўтказувчилар эътиборини жалб этишга ёрдам беради. Мисол учун, Москвадаги «Аэростер» отели шаҳарда энг яхши ошхонага эга меҳмонхона сифатида ўрин эгаллаган. Унинг икки ресторани Москва ҳукумати турли йилларда ўтказган танловларда энг яхши деб топилган. Отелнинг кўпчилик реклама материалларида биринчи саҳифада тез-тез номер интерьери фотосурати эмас, ресторан кўриниши ва таом тайёрлаши намойиш қилинган бўлади. «Бородино» кечки ресторани ўзининг тансиқ таомлар билан машҳур, уларни дастурхонга тортиш ҳақиқий театр тамошолари билан кечади.

Доимий меҳмонларни рағбатлантириш дастури бўйича дифференциялаш. Отелнинг рақобат устунлиги доимий асосда отелда тўхтовчи меҳмонларга тақдим қилинадиган рағбатлантириш дастурида сезиларли кўриниши мумкин. Мисол учун, отел қўшимча хизматларни қўшилиши, жаҳоннинг ҳар қандай отелида (ушбу тармоққа тегишли) бепул яшаш имконияти ва ҳ.к. Бундай дастурлар меҳмонлар учун қулай, отел учун фойдали. Шундай рағбатлантирувчи дастурларни Starwood Preferred Guest (Sheraton), Private Concierge («Кемпински»), Marriott Rewards (“Марриот”), Hilton Honors («Хилтон») ва бошқа кўп отеллар реализация қилади. Қатор отеллар халқаро авиакомпанияларнинг бонус дастурларида иштирок этади, бунда отелда яшовчи меҳмонларга балл қўшилади, қайсиким маълум сумма уларга бепул жаҳоннинг бирор-бир мамлакатига утиш ҳуқуқини беради: аксинча, авиакомпания хизматларидан фойдаланганлик учун олинган баллар меҳмонга отелда бепул тунаш имконини беради. Баъзан айнан шундай дастур доирасида меҳмонлар олган устунлик уни отел танлаши ҳақида қарор қабул қилишига таъсир этиш қобилиятига эга. Шунинг учун меҳмонхона менежментини доимий меҳмонлар учун рағбатлантирувчи дастурни самарали режалаштириши ва бу рақобат устунлигини шакллантириши муҳим.

Савдо маркаси ёки нуфуз бўйича дифференциялаш. Баъзан ижобий ёки меҳмонхона обрўси мижозларни ҳамкорликка жалб этиш учун етарли. Отелнинг катта устунлиги уни таниқли халқаро меҳмонхоналар тармоғига тегишли эканлиги ҳисобланади, унда хизмат кўрсатиш стандартларига юқори даражада амал қилинади. Обрў қозониш ёки ўрин эгаллаш учун айрим меҳмонхоналар маркетинг гуруҳларига қўшилади. Мисол учун, Москванинг «Болчуг Кемпински» ва «Националь» (Le Royal Meridien), шунингдек Петербургнинг «Гранд Отель Европа Кемпински», «Австрия» ва «Талеон Клуб» меҳмонхоналари «Жаҳоннинг энг яхши отеллари» ассоциацияга киради. Ассоциацияга аъзолик ушбу отеллар нуфузига ижобий таъсир қилади. Маълум маркетинг қўллаб-қувватлашларини кўзда тутади, бронлаштиришнинг қўшимча каналини тақдим этади.

Меҳмонхона маҳсулотларининг конкрет хусусиятлари ва отелнинг ўз имкониятига боғлиқ ҳолда у ўрин эгаллаши учун бир вақтнинг ўзида

дифференциялашнинг бир неча йўналишларидан фойдаланиши мумкин. Шунга қарамасдан, тажриба кўрсатадики, отелни ўрин эгаллашида битта, кучли рақобат устунлиги кўпроқ фойда келтиради. Уни танлашда у қўйидаги талабларга жавоб бериши лозим:

- муҳими – танланган рақобат устунлиги отел мижозларга юқори баҳоланадиган фойда келтиради;
- бетакрорлик – рақобатчилар ушбу ёрқин усулда тақдим қилади;
- эришиш мумкинлиги – реклама қилинадиган устунликни кўрсатиш ва истеъмолчига намойиш қилиш мумкин;
- баҳслашиб бўлмаслик – рақобатчи отелга ушбу рақобат устунлигидан нусха ололмаслик ва баҳс бойлаш қийинлиги ёки имкони йўқлик;
- нарх бўйича мақбуллик – истеъмолчи ушбу фарқ учун бемалол тўлов қобилиятига эга4
- фойда кўриш – отел ушбу фарқдан фойдаланиб фойда олади.

Меҳмонхона менежментига маҳсулотни ёки бутун отелни ўрин эгаллашини ташкил этишда хатоларга йўл қўймаслик лозим бўлади:

- маҳсулотни ўрин эгаллай олмаслигини – ушбу маҳсулот ёки хизматларни сотиб олиш фойдалиги ҳақида бозорга етарли ахборот берилмаслиги;
- бир хил бўлмаган ўрин эгаллаш – потенциал истеъмолчида отел маҳсулоти ҳақида бир хил бўлмаган тасаввур шаклланиши.

Бутун отелни ёки унинг айрим маҳсулотлари тўғри ўрин эгаллашига интилиш йўлида сўнгги босқич ўз ичига олади: корхона ичида зарур ўзгаришлар ўтказишга тайёргарлик ва ўтказиш; холимларни отел муҳим рақобат устунлиги ва уларни хизмат кўрсатишда реализация қилиш усуллари ҳақида хабардор қилингани; унинг ўрнини бозорда илгари суриш; отелнинг рақобат устунлиги ва унинг маҳсулотлари ҳақида, шу жумладан, ахборот технологияларидан фойдаланиб мақсадли бозор истеъмолчиларини ўз вақтида ва тўғри хабардор қилиш.

15.5. Маркетинг стратегияси

Синчиклаб ишлаб чиқилган маркетинг стратегияси меҳмонхона корхонаси обрўси ва ижобий нуфузини яртиш ва мустаҳкамлашда қўл келиши мумкин, келажак истиқболда уни турли ташқи таъсирларга қарши туриш имконини беради. Бироқ маркетинг стратегиясини шакллантиришнинг мутлақ аниқ юмушларини яратиш жуда мушкул, негаки корхона ички ҳар хил характеристикалари ва хилма-хил ташқи таъсирлар бунга монелик қилади.

Бозорнинг мақсадли (сегментлари) ни танлашда меҳмонхона менежменти уч ёндошув (ёки маркетинг стратегияси) дан фойдаланиши мумкин – нодифференциялашган, дифференциялашган ва марказга жамланган.

Маркетинг стратегиясининг нодифференсиялашгани отел томонидан аниқланган сегментлар ўртасидаги фарқни ва барча бозорларда истеъмолчиларга таъсир этишнинг ўша битта маркетинг тўплами воситасида, ўша битта маҳсулот билан ишлашни рад этишни кўзда тутади. Асосий ғоя – отел мижозларини бирлаштирувчи маҳсулотга, улар нималарни фарқлашига эътиборни қаратиш ва имкон борича кўпроқ мижозларни қониқтирадиган маҳсулотларни таклиф қилиш. Бундай ёндощувда меҳмонхона кам харажат сарфлайди. Бутун бозор учун стандартлашган маҳсулотлар типлари ходимлар учун қўшимча тренинглар маблағ тежаш имконини беради, рекламаларни бирлаштириш ва харажатларини камайтиришни таъминлайди. Шунингдек бозорнинг барча сегментларида синчиклаб маркетинг тадқиқотлари ўтказишни ва уларнинг ҳар бири учун ўз маҳсулотини ишлаб чиқишни талаб қилмайди. Ушбу стратегиянинг асосий плюс томони – минус томони – бошқа отеллар томонидан рақобат даражаси юқори. Меҳмонхона бозорида модификациясиз ҳамма бир хилда талаб қиладиган, ҳеч бўлмаса кўпчилик истеъмолчиларни қониқтирадиган бундай маҳсулотни ишлаб чиқиш жуда қийин. Отел ҳамма бозорга чиқарадиган маҳсулот, ҳар бир алоҳида сегментда маҳсулот истеъмол хусусияти бўйича ушбу сегментда йўл-йўлакай маҳсулотини тақдим қиладиган отелларникидан қолишмайди, демак, истеъмолчилар эҳтиёжлари ва улар кутган нархларни янада тўлиқроқ ҳисобга олиш зарур.

Нодифференциациялашган стратегиясининг қўлланиши қўйидаги ҳолларда ўзини оқлайди:

- меҳмонхона корхонаси ўзига хослигига боғлиқ ҳолда кўпроқ ёки камроқ бир типли маҳсулот ишлаб чиқаради (масалан, мотель);
- меҳмонхона хизматлари истеъмолчилари тахминан бир хил дидга эга ва маркетинг воситаси таъсирига бир хилда муносабат билдиради;
- янги маҳсулот бозорга чиқариш босқичини ўтади.

Ушбу ҳолатда фақат унинг бир вариантини ишга солиш мантиққа эга; ҳаётчанлик циклининг кейинроқ босқичида дифференциялашган маркетинг стратегиясидан фойдаланиш мақсадга мувофиқ. дифференциялашган маркетинг стратегияси меҳмонхонага ишлаш учун бир неча истиқболли бозор сегментларини танлашни кўзда тутади. Уларнинг ҳар бири учун меҳмонхона ўз маҳсулотини ёки унинг вариантини (модернизациялашган) ишлаб чиқади, шунингдек ҳар бир сегмент учун ўша маркетинг воситалари тўпламидан фойдаланади, қайсиким энг мақбул тарзда ушбу сегмент истеъмолчиларига таъсир ўтказади. Бундай ёндошув реализациясига мисол – Москва меҳмонхоналар хизмати бозорида «Мариотт Интернешнл» (Marriott International) корпорацияси стратегия юритишидир, бу ерда уч хил сегментлар учун уч маҳсулот тақдим қилинади. Дифференциялашган маркетингни шунингдек «Аэростар» меҳмонхонаси ҳам ўтказмоқда, тўрт юлдузли меҳмонхона маҳсулотлари билан бир қаторда эконом класс номерларни ҳам таклиф қилаяпти.

Бундай стратегиянинг ижобий омили шу ҳисобланадики, у отелга (меҳмонхона корпорациясига) бозорда кўпроқ истеъмолчиларни қамраб олиш имконини беради, сотиш ҳажми ва даромадларни кўпайтиради. Айни пайтда меҳмонхонага ўз сиёсати ва хулқини ҳар бир алоҳида истеъмолчилар гуруҳи талабларига кўниктириб олишига тўғри келади. Бир неча хил маҳсулотлар ёки уларнинг вариантларини ишлаб чиқиши, бир вақтнинг ўзида бир неча бозорларда тадқиқ ўтказиши лозим бўлади4 бошқача айтганда ҳар бир бозор учун ўзининг маркетинг комплексини ишлаб чиқиш талаб этилади. Буларнинг ҳаммаси нодифференциялашган ёндошувга қараганда, анча катта харажатларга олиб келади. Бундан ташқари, дифференциялашган ёндошувда ҳар хил бозорларда, одатда, уларнинг ҳар бирида унча катта бўлмаган улушга эга, демак шафқатсиз рақобат билан ҳисоблашишга мажбур. Ниҳоят, бир вақтнинг ўзида бозорнинг турли сегментларида ўрин эгаллаш учун меҳмонхона барча турдаги етарли ресурсларга эга бўлиши лозим.

Марказга жамланган маркетинг стратегияси отелни бозорнинг бир сегментини танлашини ва ўз кучларини айнан у билан ишлашга қаратишини кўзда тутади. Отел бош вазифаси айнан ўша сегмент эҳтиёжини пўхта ўрганиш ҳисобига бозорнинг имкон қадар максимал улушини қамраб олишдан иборат. Агар танланган сегмент етарли тарзда катта ва истиқболли ҳисобланса, меҳмонхона маркетинг сиёсатини тўғри режалаштириш орқали сезиларли ютуқларга эришиш мумкин. Бундай стратегия ресурслари чекланган отеллар учун кўпроқ мақбул. Мавжуд ресурсларни жамлаб, уларни бир гуруҳлардаги истеъмолчиларга хизмат кўрсатишга қаратиш улардан самаралироқ фойдаланиш нодифференциялашган маркетингдаги каби бутун бозорга тақсимламасдан фаолият юритиш имконини беради.

Ушбу стратегия ҳаммадан кўра ресурсларни чекланган уч-тўрт юлдузли унча катта бўлмаган ўрта классдаги отелларга қўл келади. Чунки улар шафқатсиз рақобат шароитида ишлайдилар. Ресурслар ва кучларни қандайдир бир гуруҳдаги истеъмолчиларга сифатли хизмат кўрсатишга қаратиш туфайли бундай отеллар учун жамланган маркетинг ҳатто йирик халқаро меҳмонхоналар билан курашда жиддий рақобат устунлигига эришишнинг қудратли воситаси бўлиши мумкин. Бироқ бу ёндошувда меҳмонхона бозорнинг ҳар қандай ўзгаришига тўлиқ боғлиқ бўлиб қолади. Яъни ҳам ижобий, ҳам салбий маънода.

15.6. Махсус маркетингли дастурлар ва хизмат кўрсатиш технологиялари

Меҳмонхоналар махсус маркетинг дастурлари ва янги технологияларни жорий этиш бугун уларнинг корпоратив сиёсатининг ва ажралмас қисми ва бизнесни муваффақиятли юритиш гарови бўлиб қолади.

Отел менежменти бошқарув билим ва кўникмаларига эга бўлган ҳолда, одатда, ҳамиша янги хизматлар турларини топиб, мижозларга таклиф қилишга интилади. Хизматлар номенкулатурасидаги доимий ўзгаришлар – отел мақсадли стратегиясининг муҳим элементларидан бир, рақобатда устунликни шакллантиришга қаратилган.

Янги маҳсулотларни ишлаб чиқиш ҳар қандай меҳмонхона корхонасининг тараққиёти босқичига қадам қўйишида зарур шарт ҳисобланади, қуйидаги омиллар анна шундан гувоҳлик беради:

- маҳсулотнинг ҳаётчанлик цикли – ҳамма мавжуд бўлган маҳсулотлар эскириш хусусиятига эга, яъни вақт ўтиши билан уларга талаб пасаяди, шунинг учун меҳмонхона – отел менежментини мавжуд бўлганларини усулларини такомиллаштириш ва мутлоқо янги маҳсулотларни ишлаб чиқишда изланиши муҳим, қайсим эскирганларини алмаштириши мумкин;
- рақобат - отел бозорда таклиф қилган муваффақиятли янгилик, унга рақобатда устунликка эришиш имконини беради ва аксинча, рақобатчи отел муваффақиятли янгилиги бозорда сизнинг отелингиз ўрнини заифлаштиради;
- истеъмолчилик диди – вақт ўтиши билан меҳмонлар дидлари ўзгаради, қайсиким янги таклифларни қизиқиш билан қабул қилишади;
- бозор таркиби – жамиятдаги сиёсий, иқтисодий, технологик ижтимоий-маданий ўзгаришлар билан бирга бозорни ўзи ҳам, унинг таркиби ҳам ўзгаради. Муваффақиятга фақат эҳтиёжи алмашган бозор сиёсатига кўра отелнинг ўз маҳсулоти сиёсатига ўз вақтида мослашиши ҳисобигагина эришиш мумкин.

Меҳмонхона янги маҳсулотларини уч типга бўлиши мумкин:

1) имитация – маҳсулотлар, ушбу отел учун янги, аммо бозор учун эмас;
2) кўриниш ўзгариши – авалдан мавжуд маҳсулотларни янгиланиши;
3) чинакам янгилар – ноёб маҳсулотлар, уларга ҳақиқатдан бозорда эҳтиёж катта.

Муваффақиятга эришган меҳмонхона корпорацияларининг тажрибаси кўрсатадики, ҳамма вақт аввалдан мавжуд маҳсулотлар ва хизматларни такомиллаштириш билан чекланиб қолиш мумкин эмас. Фақат чинакам янги маҳсулотлар ва хизматлар бозорнинг банд бўлмаган участакаларини эгаллаб олиш орқали меҳмонхона корхонасига юқори даромад келтириши мумкин. Бунда албатта, янгилар меҳмонхонанинг реал ресурслари имкониятига таяниши лозим. Меҳмонхона корхонасининг бозорга янги маҳсулотлар чиқаришни кўзда тутган ишланмалари илғор хизмат кўрсатиш технологияларидан фойдаланишни талаб қилади.

Хизмат кўрсатиш илғор технологиялари – бу отел томонидан барча мавжуд ва қўлланиладиган ташкилий, технологик, маркетингли, молиявий, кадрлар ва бизнесни юритиш учун зарур бўлган усуллар, методлар, воситалар жамланмасидир. Меҳмонхона бизнесида оддийгина технологияларга номерларни йиғиштириш, ресторанда турли таомлар тайёрлаш, дастурхон тузаш стандартлари, меҳмонлар билан сўзлашиш оҳанги, телефон одоби стандартлари, хизматларни бозорда илгари суриш усуллари ва ҳ.к. каби технологиялар мисол бўлиб хизмат қилиши мумкин.Бундай технологиялардан фойдаланиш меҳмонхонага бозордаги ўз ўрнидан фойда

олиш ва ўзининг рақобатдаги устунлигини кучайтириш учун сервис ва сотиш имкониятларини ривожлантиришга имкон бериши зарур.

Муҳим янги йўналишларни аниқлаш мақсадида аввалдан мавжуд ва пайдо бўлган технологиялар ҳақида маълумот тўплаш зарур. Улар бизнесни юритиш учун қўлланилиши мумкин. Бунда нафақат меҳмонхона технологиялари шарҳи, балки шериклар, етказиб берувчилар ва мижозларнинг ўзлари фойдаланаётган технология ва усулларни ўрганиш зарур бўлади. Бунинг учун ҳатто меҳмонхона бизнесидан узоқ бўлган аралаш усулларни қидириб топиш ҳам мақсадга мувофиқ.

Барча технологиялар кўп қирралигини базавий, асосий ва етакчиларга бўлиш мумкин. Хизмат кўрсатишнинг базавий технологиялари меҳмонхона бизнесини юритишнинг асоси ҳисобланади, аммо у рақобатда устунлик манбаи эмас. Одатда, улар кенг маълум, эришиш осон ва матлоқ кўпчилик отелларда фойдаланилади. Юқорида санаб ўтилганларнинг ҳаммаси базавий технологиялар ҳисобланади. Уларни доимий такомиллаштириш, мисол учун, номерларни йиғиштириш жараёнлари ёки регистрация юмушлари ишда узилишларни минималлаштириш, ресторанларда хўрандаларга официантлар хизмат кўрсатишини тезлаштириш, сифатини ошириш мақсадини кўзлайди ва ҳ.к. Бу отелнинг рақобатбардошлик потенциалини ўсишини ёки сақлашни таъминлаши мумкин. Бироқ жаҳон меҳмонхона бизнесининг ҳозирги замон тараққиёти даражасида базавий технологиялар, ҳатто тўхтовсиз яхшиланишда ҳам бозорда турғун рақобат устунлигининг асоси бўлолмайди. Эртами ёки кечми албатта, ишлаб чиқишга умид боғлаган (сотиб олиш, нусха олиш ва ҳ.к.) ва ўз ишида асосий ва етакчи технологияларни жорий этишга қарор қилган отел топилади.

Асосий хизмат кўрсатиш технологиялари – отелни рақобатда устунликка эришишини таъминлайди ва одатда бозор барча иштирокчилари фойдаланиши учун эришилиши қийин. Бундай технологиялар отелга маҳсулот таннархини камайтириш, сотувдан даромадларни максималлаштириш, хизмат кўрсатишнинг юқори стандартларига эришиш ва қўллашга имкон беради. Ўзини бозордаги ушбу турли хил кўринишлардаги хизматлар орасида ўрнини топиш ва мавқиени пасайтирмасликка ёрдам беради. Бундай типдаги технологиялар бир неча йиллар аввал Москвадаги «Марриотт» отеллар гуруҳи ва «Балчуг Кемпински» отели томонидан жорий қилинган. Москва меҳмонхоналар бозорида биринчилардан бўлиб улар даромадларни автоматлашган бошқарув системасидан фойдала бошладилар. Бу номер фонди объектларини сотишни оптималлаштириш бўйича бошқарув қарорини қўлаб-қувватлашнитаъминлайди ва даромадларни максималлаштиради. Ушбу технология бу отелларни бозорда муваффақиятларини бир неча йил олдиндан белгилаб берди. Таъкидлаш зарур, меҳмонхона бозорининг турли сегментлари учун ўзининг базавий ва асосий технологиялари мавжуд бўлиши мумкин. Мисол учун, халқаро стандартлар билан бизнесни юритувчи юқори классдаги меҳмонхона учун даромадларни бошқариш системаси жорий этилиши базавий технология

бўлиб хизмат қилиши мумкин. Унда ўрта категория россия отеллари учун ҳеч шубҳасиз асосийдир.

Етакчи технологиялар тармоқда рақобат курашида кучларни жойлаштиришни ўзгартириб юбориши мумкин. Етакчи технология уни жорий этилиши босқичида, одатда, бозорда бир ўйинчининг мулкий ноу-хоуси ҳисобланади. Муваффақиятли етакчи технология бозорда тўнтариш ясашга қодир ва унинг эгасини лидерга айлантиради, ҳатто у аввал шундай бўлмаган бўлсада, шунинг учун отел – лидерлар учун бозорда янги етакчи технологиялар пайдо бўлишига йўл қўймаслик муҳимдир.

Москва отеллари орасида биринчи бўлиб «Парк Арорат Ҳайят» юқори тезликдаги ва симсиз интернетга уланиш хизматини жорий этди. Интернетдан фойдаланиш нафақат меҳмонхоналарида ёки бизнес – марказда, балки отелнинг деярли барча биноларда мумкин бўлди. Ушбу хизмат – ушбу отелнинг ўз асосий концепцияси «интеллектуал бино» (Smart Frouss)ни реализация қилишининг мантиқий давомидир, у меҳмонларни телефон линияси, модем, правайдер ва қўшимча мосламалар орқали тармоққа уланиши учун вақт сарфлашига ҳожат қолдирмайди. Шубҳасиз,янги технология бизнесменлар, шунингдек юқори бюджетли IT – конференциялар ташкилотчиларининг қўшимча эътиборини жалб қилди.

«Эски» доимий мижозларни сақлаш учун деярли ҳар бир меҳмонхона тармоғи ёки алоҳида отелда доимий мижозларни рағбатлантириш дастурлари мавжуд. Кўпроқ тез-тез номерга чегирма системасидан ва жамғарма системаси деб аталадиган усулдан фойдаланилади, бунда мижоз меҳмонхонада тунаш учун маълум миқдорда очко ёки балл тўплайди, кейин меҳмонхона хизматларидан фойдаланишга сезиларли имтиёзлар олади.

Мисол учун, «Космос Клуб» (Star Club)нинг меҳмонларни рағбатлантириш икки даражали системаси икки турдаги дисконт карта – кумуш ва олтин беришни кўзда тутади. Кумуш карта меҳмонга биринчи жойлашишида «rack ratr» бўйича номер бронлаганда берилади, чегирмага ҳуқуқни эса у иккинчи келишида олади. Олтин картани эса меҳмон унинг меҳмонхона хизматлари учун тўлови суммаси 5000 ш.б.ни ташкил этганда олади. «Космос Клуб»нинг доимий мижозларни рағбатлантируви эгилувчан дастури Москвада «Аэростар»да ҳам амал қилади. Меҳмон отелда ўтказган тунлари миқдори қараб, кумуш, олтин, платина ёки бриллиант аъзоликни олади. Улар таъминланган имтиёзлар орасида категорияси оширилган номерда яшаш, махсус кечки овқатга таклиф, фитнес-маркада массаждан бепул фойдаланиш кабилар бор.

«Кволити - отел» меҳмонларига бир йил муддатга махсус VIP – карталар берилади, бу яшаш ва бар, ресторан, фитнес-марказ хизматларидан фойдаланишда 10 % ли чегирма беради.

Россияда фаолият юритаётган ҳалқаро меҳмонхоналар тармоқлари доимий мижозлар учун маркетинг дастурларини ишлаб чиқишга алоҳида эътибор қаратаяптилар. Бунда имтиёз олувчи меҳмон тармоққа тегишли исталган отелда имтиёзлардан фойдаланиши мумкин. Масалан, постгоҳдаги «Шератон Палас»да, Starwood барча тармоқларидаги сингари, Preferred Guest

дастури амал қилмоқда. Меҳмонхонада ўтказилган ҳар бир кеча учун яшовчи бонус баллари – ситарпойнтлар олади. Тўпланган баллардан занжирдаги исталган отелда бепул яшаш, шерик – компаниялардан авиабилет олишда фойдаланиш ёки бевосита жойда кечки овқатга, массаж, Spa – юмушларга, сувенирлар харид қилишга сарфлаш мумкин.

Marriott Rewards дастури меҳмонларга компаниянинг исталган отелида бир йилда 10 кечани бронлангандан кейин, Gold – 50, Piatinum – 75 кечадан кейин Selwer даражаси беради. Дастур 60 дан кўпроқ шерикларга эга ва 300 дан ортиқ турли рағбатлар – отелда бепул яшаш, овқатланишга ваучерлар, тематик паркларга кириш рухсати ва ҳ.к.лар тақдим этади.

Motents – мижозларни рағбатлантириш дастури, Москванинг националь меҳмонхонаси Le Meridien компанияси билан биргаликда ишлаб чиққан. Унинг асосида Le Meridien карточкасига доимий мижозларга совринли баллар ҳисоблаш ётади. Баллар маълум суммага етгач, эгаси тармоқдаги исталган отелда номерда бепул тунаш ҳуқуқига эга бўлади.

Тўғридан-тўғри мижозлар учун маркетинг акцияси қаторида махсус кўнгил очар тадбирлар ва тематик кечалар алоҳида ўрин эгаллайди, уларни меҳмонхона ресторан хизматлари билан бирга ўтказади. Пазандалик фестиваллари, миллий таомлар кунлари айниқса катта оммавийлик касб этади. Меҳмонхоналар томонидан шунингдек корпаратив мижозлар ва шерикларни рағбатлантирувчи махсус акциялар ҳам ишлаб чиқилади. Уларнинг асосий мақсади – ишбалармонлик алоқаларини мустаҳкамлаш ва кенгайтириш. Мисол учун, Preferance Plus дастури шериклар учун турли рағбатлар ва совринларни кўзда тутади, масалан, отелнинг фитнес-клубига аъзолик картаси ёки меҳмонхона занжиридаги исталган отелда бепул яшаш ҳуқуқи.

Истеъмолчиларни содиқлигини шакллантириш «Фахрий меҳмон» дастури 1997 й. яратилган ва «Ростик Ресторантс» («Ростик гуруҳи» корпорацияси) холдинг корхоналари ва ресторанлари меҳмонлари учун мўлжалланган. Уни яратишда директ-маркетинг соҳасидаги халқаро тажриба ҳисобга олинган. Дастур моҳияти бошданоқ қуйидагилардан иборат эди: дастур иштирокчиси хоҳшига кўра «Ростик Ресторанте» холдинг исталган ресторанлари» дан ҳисоб-китобни амалга ошириш.

«Фахрий меҳмон»нинг картасига ҳисоб-китоб суммасининг 10% миқдорида баллар ёзилади. Келгусида карта эгаси ҳисоб-китоб чоғида бонус баллари билан тўловни амалга ошириши ёки уни жамғариши мумкин. Фахрий меҳмон туғилган кунига «Ростик Групп» корпорацияси ресторанлар тармоғи унга кўнгилли совғалар – бир қути конфет, бир шиша шампан виноси ва ҳ.к. туҳфа қилади. «Фахрий меҳмон» содиқлик дастури ресторанлар тармоғининг кунда-шундалари ўртасида катта оммавийлик касб этди ва бозор экспертлари томонидан Россияда содиқликнинг энг яхши дастури сифатида баҳоланади. «Ростик Групп» корпорациясининг «Агентство Контромарка» билан ҳамкорлиги аста-секинлик билан дастур чегарасини кенгайтирмоқда. Эндиликда фахрий-меҳмон» карталари эгаларига бонус» баллари нафақат «Ростик Ресторантс» холдинги

ресторанларида ҳисоб-китоб чоғида, балки «Агентство Контромарка» орқали томоша тадбирларига билетлар харид қилишда ҳам ҳисобланмоқда. Совринли очколар ташриф буюрилган ресторанга қараб мураккаб система бўйича ҳисобланади. Уларни билет сотиб олишда, ресторанларда ҳисоб-китоб қилишда, шунингдек шерик томонидан Exclusivc катологидан таклиф қилинадиган совғалар харид қилишга сарфлаш мумкин.

Меҳмонхоналарнинг бундай шериклари вакиллари худи турфирмалар сингари ресторанлар ва Фитнес – марказларда 20 ёки 50 % чегирма ҳуқуқини берувчи махсус дисконт карталар олишади. «Фахрий меҳмон» дастурининг қиммати шундаки, ресторанда ҳисоб-китоб тўловчи ёки театр, кино, концертга билетлар харид қилиш мижоз билан шунчаки битимни билдирмайди, балки унинг билан ўша муассасага ташриф буюришга рағбат берувчи узоқ муддатли муносабатларни ҳам ўрнатади. Мижозларнинг алоҳида гуруҳини йирик корпорациялар ташкил қилади, улар вақти-вақти билан отелларда катта делегацияларни жойлаштириб туришади. Бундай шериклар учун «Кемпински» (Kempinski) тармоғи отелларда Business Concierge Mecting ва Concierge дастурлари мавжуд. Улар бўйича бюуртмачиларга тармоқнинг барча отелларида катта гуруҳларни жойлаштиришга махсус нархлар тақдим этилади, бронлашни бекор қилиш алоҳида иш, эрта келиш ва кеч жўнаб кетиш имконияти, тадбирларни уюштириш, бинони ва қўшимча ускуналарни имтиёзли нархда ижарага олишда отел ходимга ёрдам бериш. Рақобат курашини тўғри юритиш дейилганда отел менежментини юқорида кўриб чиқилган ҳар бир класс технологияларида ўзининг кучли ва заиф томонларини рақобатчиларининг худди шундай кўрсаткичларини билиши керак. Ушбу маълумотларга асосланиб, тараққиёт ва янги маҳсулотларни жорий этишга истиқболлар белгилаш, уларнинг иқтисодий самарадорлигини баҳолаш лозим. Ушбу ахборотга корхонанинг маҳсулот сиёсати қурилмоғи зарур янги маҳсулотларни ишлаб чиқишда меҳмонхона менежменти қуйидаги қоидаларга амал қилиши керак.

1. Жорий этиладиган масҳулот унинг турли параметрлари ва характеристикалари (янгилиги, нархи, тақдим этиладиган хизматлар сифати ва ҳ.к.) билан амалдагиларни қўллаб-қувватлаши ва отелни келгусида рақобатдаги устунлиги манбаи бўлиши, уни бозордаги ўрнини мустаҳкамлашни таъминлаши зарур.
2. Янги маҳсулотлар ишлаб чиқишда сифат сон устидан юқори туриши керак. Бошқача айтганда, бўлажак бозор талаби ҳажмини баҳолашга ўринишдан аввал, меҳмонхона менежменти янги маҳсулотнинг асосий истеъмолчилари кимлар бўлишини тушуниши лозим. Бозор зарурат сезмайдиган янги масҳулотлар ва хизматлар яратиш отел раҳбариятининг катта хатоси бўлади.
3. Бозорда янги меҳмонхона маҳсулотларини мувафвақияти асосий омиллари янгиликни рақобатчилар томонидан нусха кўчирилишига қарши ҳимоя имкониятлари чораларини кўриш ҳисобланади ва

албатта, янги маҳсулотларни илгари суришнинг самарали системаси ташкил этилиши зарур.

4. Янги маҳсулотни бозорга чиқариш масаласини ҳал қила туриб, отел раҳбарияти потенциал муваффақиятни сотиш ҳажмидан ифодаси ва эҳтимол тутилган таваккалчилик ўртасида баланс ўрнатиши лозим.

Меҳмонлар танлашига таъсир этувчи, ҳар қандай маҳсулотнинг таркибини ташкил этувчи асосий гуруҳларини ҳисобга олиш муҳим:

- Маҳсулотнинг физик характеристикаси (меҳмонлар хоналари интерьери, меҳмонлар хоналари ва жамоат биноларини техник ва мебеллар билан жиҳозланганлиги, отел ресторанларида таомлар сифати, хоналарда ҳид ва ҳ.к.);
- эстетик характеристикалар (отел биноси кўриниши ва класси, жамоат ва меҳмонлар хоналари усули, интерьерлар безаги, таомлар дизайн ива ҳ.к.);
- рамзий характеристикалар (ушбу отел нуфузи (маркаси) унда тўхтайдиган одамлар ижтимоий мақоми);
- қўшимча характеристикалар (мисол учун, жарима санкцияси қўлламай бронлаштиришни ўзгартириш ёки бекор қилишга ҳуқуқ, отелда қўшимча хизматларга буюртма бериш имконияти ва ҳ.к.).

Янги маҳсулот ишлаб чиқиш жараёнида меҳмонхона менежменти шунингдек қуйидаги саволларга жавоб бериши зарур.

- ушбу маҳсулотнинг асосий истеъмолчиси ким бўлади (сафарга жўнатилган бизнесменлар, туристлар, дам олувчилар, ҳукумат делегациялари, конференциялар ташкилотчилари, ёш келин-куёвлар ва ҳ.к.)?
- ушбу бозор кўлами қандай?
- масҳулот сотишнинг қайси каналлари орқали реализация қилинади (корпоратив структуралар, туристик компаниялар, элчихоналар, вазирликлар ва маҳкамалар)?
- сотишга мавсумийлик таъсир кўрсатадими?
- янги маҳсулот отелнинг амалдаги обрўсини мустаҳкамлай оладими?
- рақобатчи меҳмонхоналар қандай муносабат билдиради?
- ушбу масҳулотнинг ҳаётчанлик цикли қандай бўлади (прогноз)?

15.7. Меҳмонхона бизнесида PR – фаолияти

«Public relations» («жамоатчилик билан алоқа» тушунчаси 400 дан кўпроқ белгилашга эга. Кейинги йилларда етакчи россиялик мутахассислар томонидан икки ўхшаш белгилаш илгари сурилади).

«Public relations» (PR) – бу:

1) фирмаларни янада муваффақиятлироқ ишлаши ва уларнинг обрўсини ошириш мақсадида жамоатчилик фикрини уюштириш. Турли йўллар билан (энг аввало, ОАВ орқали) амалга оширилади. Бутун жамият манфаати учун бошқарув, жамоат тузилмалари ва фуқаролар ўртасида ўзаро муносабат санъати;

2) ахборот-таҳлил ва ишлар – технологик ҳаракатлар системаси, айрим лойиҳалар ичида ўзаро муносабатларни уйғунлаштиришга йўналтирилган (лойиҳа деганда фирма, ташкилотлар тушунилади), шунингдек лойиҳа иштирокчилари ва ушбу лойиҳани муаффақиятли амалга ошириш мақсадида уни ташққи атроф-муҳит ўртасида ўзаро муносабат.

Қуйидаги белгилашни қабул қиламиз: PR – фаолият - бу режалаштирилган давомий фаолият, жамоатчилик ва ташкилотлар ўртасида ўзаро тушуниш ва хайрихохлик ва ташкилотлар ўртасида ўзаро тушуниш ва хайрихоҳлик муносабатларини яратиш ва қўллаб-қувватлашга қаратилган.

Меҳмонхона бизнесида PR – фаолиятни амалга ошириш характери тақдим қилинадиган хизматларни ўзига хослиги, даражаси, характерига боқлиқ.

PR вазифаси шундан иборатки, меҳмонхона туристик бизнес корхоналари ва мижозлар ўртасида узоқ истиқболга корхона таклиф қилган ўзаро тушунишни йўлга қўйиш, ижобий муносабатга ва мижозлар ишончига эришиш. Гап жамоатчилик кўз ўнгида ижобий нуфузни, яхши обрў ва корхонага ҳурматни шакллантириш ҳақида бормоқда.

Корпоратив маданият асоси

Жамоатчилик билан алоқа бўйича ишлаш
(«очиқ» ташкилот образини яратиш)

Жамоатчилик билан алоқа ўрнатиш воситаси:
- ахборот узатиш;
- матбуот билан ишлаш;
- ўзини намойиш қилиш. PR – ҳаракат;
- мижозларни ишонтириш, диалог, баҳолаш, режалаштириш.

Жаоатчилик фикрига таъсир ўтказиш:
- қўллаб-қувватлаш, таасуротни яхшилаш (нуфуз);
- жамоатчилик муносабатларини мустаҳкамлаш;
- инсон омилини илгари суриш;
- алоқа муҳитини бошқариш (мижозлар кутганига жавоб берувчи).

Корхона ичида – PR – ходимга муносабат

Корхонадан ташқарида:
- потенциал мижозлар;
- ОАВ бўйича шериклар (матбуот, радио, телеведение);
- турбизнес бўйича шериклар (турагентлар, туроператорлар, турмаъмуриятлар);
- етказиб берувчилар;

- давлат бошқарув органлари;
- инвесторлар;
- рақобатчилар;
- уюшмалар ва ассоциациялар

«Меҳмонхона ва ресторан бизнесида маркетинг амалиёти» дарслиги муаллифлари А.Л.Лесник ва А.В.Чернишев ҳар қандай бизнес соҳасида PR – фаолиятни акс эттирувчи схемани таклиф қилишади. Қандайдир маънода PR- фаолият рекламага яқин. Реклама тадбирлари – бу проспектлар, плакатлар босиш, матбуотда мақола ва хабарлар жойлаштириш; реклама хизматлари ахборотлари, улар объектив ва профессионал танланган бўлиб белвосита юкланиш ва фойда олишни кўпайтиришга имкон бериши зарур. PR- фаолият мақсади бир томондан корхона таклифига мижозлар қизиқишини орттириш. бошқа томондан – мижоз билан қайтадиган алоқа ҳисобига таклиф қилинган хизматни мавжуд талабга мувофиқ ҳолга келтириш. Бу корхона асосий мақсадлари – қўшимча мижозлар орттиришга хизмат қилади, аммо ҳамма вақт ҳам очиқ реклама вазифаларига кенг маънода мос келавермайди. PR-фаолият ишончли рекламага яқин. Реклама тадбирлари – бу проспектлар, плакатлар босиш, матбуотда мақола ва хабарлар жойлаштириш; реклама хизматлари ахборотлари, улар объектив ва профессионал танланган бўлиб билвосита юкланиш ва фойда олишни кўпайтиришга имкон бериши зарур. PR-фаолият мақсади бир томондан корхона таклифига мижозлар қизиқишини орттириш, бошқа томондан – мижоз билан қайтадиган алоқа ҳисобига таклиф қилинган хизматни мавжуд талабга мувофиқ ҳолга келтириш. Бу корхона асосий мақсадлари – қўшимча мижозлар орттиришга хизмат қилади, аммо ҳамма вақт ҳам очиқ реклама вазифаларига кенг маънода мос келавермайди. Корхона нуфузини илгари суришнинг янги усулларини ишлаб чиқиш ва уларни босма жиҳозлаш билан эмас, алоқа воситаларини танлаш билан кўпроқ жипс боғланган. Меҳмонхона бизнесида доимий кучаювчи рақобат хизматлар соҳасида истеъмолчилик мақбулликлари ҳақида айниқса алоҳида қайғуришга мажбур қилади. Махсус мўлжалланган PR-сиёсати мижозлар билан алоқани яхшилайди ва корхонага ўз таклифларини ихтисослашга ёрдам беради.

Меҳмонхонада ахборот тарқатиш. Профессионал PR-фаолият ишончли ахборотдан бошланади. Унинг замирида корхонанинг шундай характеристикалари ҳақида батафсил ахборотлар борки, улар мисол учун;

- маъсул ходимлар рўйхати (ким нимага жавоб беради);
- номерлар сони ва типии;
- ресторанлар ва барлар ихтисолашуви ва иш вақти;
- конференц-заллар, банкет заллари техник характеристикалари ва сиғими, номлари;
- мижозлар учун спорт билан шуғалланиш ва бўш вақтни ўтказиш имкониятлари;

- вокзал ва аэропортдан маршрут кўрсатилган ҳолда меҳмонхона жойлашган жойни ёзиб қўйиш;
- автомобиллар турадиган жой;
- архитектура ва (ёки) бадиий диққатга сазоварлик;
- ҳал қилувчи раҳбарлар характеристикалари;
- хизматлар соҳасида меҳмонхонанинг имкониятларини акс эттирувчи фотсуратлар ва ҳ.к.

Ушбу ахборотлар доимий равишда тўлдириб борилади, тузатилади. меҳмонхонада рўй бераётган воқеалар мазмуни ҳақида янги маълумотлар билан тўлдирилади.

PR ни корхона ичида ишлаши ҳақида гап кетганда, бу биринчи навбатда PR-муносабатни унинг ходимлари ўртасида ўрнатилишига таалуқли. PR-бу нафақат раҳбарлик ва тегишли хизматлар ташвиши, балки ҳар бир ходим, айниқса бевосита мижозлар билан алоқада бўладиган ходимнинг муҳим ишидир.

PR бир томондан ходимларнинг мотивлаштирилиши ва хабардорлигидан, бошқа томондан эса талабни ўзгаришига қараб корхона таклиф қиладиган хизматларни албатта ва доимий равишда сифаини назорат қилиш тўғри йўлга солиб туришдан бошланади. Амалиётда меҳмонхона – ресторан бизнеси корхонаси жамоасида ишлаб чиқариш муносабатлари (инсон омили)ни яхшилаш учун қуйидаги PR-воситалардан фойдаланилади:

- ходимлар билан сўров ўтказиш, уларни корхона ҳақида фикрларини баҳолаш ва тадқиқот қилиш;
- персонал характеристиклар;
- «қора қулоқлар»дан ахборот;
- тартибга солинган таклифлар;
- янги ходимлар учун мўлжжаллар;
- PR-тадбирларни режалаштириш ва ўтказишга ходимларни жалб этиш;
- корхона илғор ходимларини эслатиб матбуотга хабар бериш;
- малака ошииш бўйича семинарлар ва справочник адабиётлар;
- оила аъзолари учун «очиқ эшиклар куни»;
- бўш вақтни ўтказиш дастури;
- қўшма жамоавий тадбирлар (экскурсиялар, юбилейлар) ўтказиш;
- пазандалик мусабақаларида иштирок эти шва ҳ.к.

PR бўйича корхона ички тадбирлари икки мақсадни кўзлайди: ходимлар ўртасида ижобий PR-муносабат яратиш4 раҳбарлар ва ходимлар муносабатларида ишонч ва ўзаро тушуниш.

Корхонадан ташақри PR – фаолиятда инсон омилини бошқаришга қаратилган жамоатчилик муносабатларини назорат қилиш орқали корхона нуфузи (корхона ҳақида тасаввурлар)ни яхшилаш ва сақлаш кўзда тутилади. Меҳмонхона ва ресторанларда жамоатчилик ишлари дейилганда потенциал мижозлар, ОАВ, туристик шериклар, етказиб берувчилар, давлат тузилмалари, инвесторлар, рақобатчилар, уюшма ва ассоциациялар билан

муносабат ўрнатиш тушунилади. Тўғри йўлга қўйилган PR-иш корхона ижобий қиёфасини узоқ муддатли истиқболларни кўзлаб шакллантирилишини таъминлайди. Бу мижозлар ва жамоатчилик ўртасида унинг нуфузини, танилиши аҳамиятини ўз ичига олади.

Матбуот ва ОАВ билан ишлаш. Матбуот билан алоқа вазифаси – «янги билимлар ва тўғри тушуниш» яратиш мақсадида PR-ахборотлар эълон қилиш максимал сонига эришиш. Таъкидлаймиз, «матбуот билан алоқа» атамаси дейилганда одатда, нафақат газеталар, журналлар ва ҳ.ка лар билан ўзаро ҳаракат. балки радио ва телеведение билан ҳам бирга ишлаш ҳам тушунилади. «ОАВ билан алоқа» атамаси унча кенг тарқалмаган. Шунинг учун «ньюз-релиз» эмас, «прессрелиз» ифодасидан фойдаланиш мақбулроқ, у кўпинча катта маънода телевидение ва радионинг ролини таъкидласа ҳам. Эълон қилинган материал албатта, у мўлжалланган кишиларга қизиқарли бўлиши шарт. Матбуот билан алоқала бўйича мутахассисга ана шу мезонларга амал қилиш лозим бўлади. ОАВга фақат корхона фойдасини кўзлаб ёлғон ахборотлар беришга мутлақо йўл қўйиб бўлмайди.

Матбуот билаш ишлаш маълум қоидалар асосига қурилади. Биринчи навбатда энг муҳими, нашр танлашда адашмаслик. Бунда қуйидагиларни аниқлаб олиш зарур:

- потенциал ўқувчилар доираси – ёш гуруҳи, жинси, ижтимоий мақоми, диний ва сиёсий қарашлари, миллати, алоҳида қизиқишлари;
- ўқувчилар сизнинг мақсадли гуруҳингизга кирадими;
- нашр адади;
- босма маҳсулотларни тарқатиш усули – дўконларда сотиш, почтага обуна, компьютер тармоғи;
- босма маҳсулот тарқаладиган ҳудуд. Бу халқаро, миллий, регионал, маҳаллий нашрлар бўлиши мумкин.

ОАВ га материаллар бериш. Мавзу ва эълон қилиш шаклини пухта ўйлаб кўриш керак. Материллар у ёки бу доирадаги ўқувчиларга мос келиши зарур. Бунда унутмаслик лозим, ОАВни корхона ҳақида реклама матни эмас, янгиликлар қизиқтиради. Шунинг учун релиз мазмунини очиб беришда корхона ёки ташкилотнинг номи ёки лойиҳани шарҳлашга эмас, ташкилотнинг аниқ фаолиятларини ёритишга таяниш керак. Мисол учун, шундай бошлаш тавсия этилади: «Иркутс авиакомпанияси» компания Японияга янги маршрут очилганлигини билдиради». «Иркутс авиалинияси» Японияга янги маршрут таклиф қилади» эмас. Релизнинг кириш қисмида унинг қисқача мазмуни умулаштирилиши лозим. Газета, журналлар редакциялари ҳар куни турли компаниялардан уйлаб релизлар олади, турган гап, сизнинг релизингизни тўлиқ босиш имкони йўқ, аммо саводли тайёрланган кириш қисмида асосий ахборот ҳар қандай ҳолда ҳам ўқувчига етиб боради. Хабар бошида корхона номи бир-икки мартадан ортиқ учрамаслиги зарур. Биринчи (киришдан кейин) қисмида асосий ғояни кўрсатиш лозим, қисқача бизнес-номдан фойдаланиш ва бешта савол (нима?

ким? қаерда? қачон? нимага?) қоидасига амал қилиш зарур, хабарнинг биринчи абзаци уларга аниқ жавоб бериши керак. Релиз матни жуда оддий бўлиши талаб қилинади. Хулосада ташкилотнинг номи, маҳсулотлар турлари – номлари, манзил ва барча алоқа турлари аниқ кўрсатилади.

Релиз янги маҳсулот ёки хизматлар ҳақида ахборот бериш учун ажойиб мос келади. Релизларнинг олти типи мавжуд:

- эълон қилинадиган релиз бир саҳифага ёзилган бўлиши керак. У қанча ихчам бўлса, шунча яхши. Агар редакция қандайдир сабабга кўра релиз матнини қисқартиришга қарор қилса, демак ҳажми катта релизда ҳар хил нотўғри ўқилиш в хатолар пайдо бўлиши эҳтимоли вужудга келган;
- ёрдам берувчи ахборот маълумотлари ОАВ да эълон қилиши учун мўлжалланмаган. Бундай релиз компания фаолияти билан танишиши учун журналистга берилади;
- техник релиз одатда икки-уч саҳифани эгаллайди, аммо редактор ишини осонлаштириш учун кириш сифатида релиз мазмунини умумлаштириб бериш керак, техник тафсилотлар ва деталларга берилмаслик зарур;
- релиз-резюмада бирор-бир ҳисобот, нутқ билан чиқиш, тақдимот асосий моментлари қисқача акс эттирилади; Бундай релизда янгиликларга урғу берилиши, кўпроқ муҳим воқеалар, характеристикалар кўрсатилиши лозим;
- фотосуратлар, расмлар, схемалар, жадваллар, диаграммалар билан акс эттирилган релизлардан босма ахборот етарли бўлмаган ва фикрларни қўшимча кўргазмали воситалар орқали ифодалаш зарурати пайдо бўлганда (турли ҳисоботлар, техник релизлар учун характерли) фойдаланган маъқул;
- эълон – энг қисқа релиз, атиги бир неча сўздн иборат. Эълон компанияда вакант ўрин, ташкилот манзили ўзгариши, ишбилармонлик учрашувлари ўтказиш ва ҳ.к. муносабати билан берилади.

Экскулюзив мақола релиз ёки доклад стилидан фарқ қилувчи стилни талаб қилади, чунки мақола катта ҳажмни эгаллайди. Уни профессионал – «кўринмас ёзувчи» (муаллиф қилиб бошқа шахс, масалан, компания бош директории кўрсатилади) ўзгани маъқул. Мақола биринчи қисми (резюм талаб қилинмайди) ўқувчиларни жалб қилиши ва мақолани тўлиқ ўқиб чиқишга қизиқиш уйғотадиган бўлиши лозим. Мақола ҳаддан ташқари қуруқ ва расмий бўлмаслиги керак: цитаталар, ҳазиллар, қизиқ воқеалар тафсилотлари шахсий тажрибани қўшиш, обрўли шахслар интервьюларидан фикрлари ва ҳ.к. келтирилиши мумкин.

Мақола устида қуйидаги тарзда ишланади. Биринчи навбатда асосий ғояни шакллантириш зарур ва унга бевосита дахлдор шахсдан материални нашр қилишга рухсат сўрашлари лозим. Кейин ахборотни босишни режалаштираётган ОАВ редактори билан гаплашилади. Материал йиғиш

учун текширувлар ўтказиш, қаҳрамонлар билан суҳбатларни ёзиб олиш, қизиқарли фотосурат олишга тўғри келади. Шундан кейин яна редактор билан барча икир-чикирлар келишиб олинади, эълон қилишнинг аниқ белгиланади (газета, журналнинг сонида).

Матбуот билан ишлашда эълон қилинган материаллар сони муҳим: жойлаштириш, яхши ёзилгани ва ахборотли хабарлар кам таниш бўлган нашрлардаги қуруқ хабарларга қараганда қанчалик муваффақиятли чиққани шулар жумласидандир.

Ҳамма отеллар оммавий ахборот воситаларидаги рекламаларга мурожаат қилади. ОАВ танлаш реклама эълонлари қайси мақсадли гуруҳ мижозларга мўлжалланишига боғлиқ. Мисол учун, «Националь» отели ўз модулларини «Банк иши», «Нефт ва капитал» каби «кучлилар»га мўлжжаланган тематик журналларда эълон қилади.

1. Seitel Fraser P. The Practice of Public helations. Oxford, 1995. иқтисодиёт сектори отеллар вакилларига талаб имкониятига эга бўлиши мумкин. Янги йил кунларида Россия регионларида муваффақиятли регионал нашрларда (оммавий. иқтисодий, кўнгил очувчи) 20%ли чегирма купон билан умумнуфузли реклама эълон қилади. Кўпчилик Москва отеллари интернет-рекламани маъқул кўради. Интернетдан фойдаланиб, мижоз кенгроқ хизматларни, турагентлик таклиф қилиши мумкин хизматлардан оддийроқ, шинамроқ ва резервлаштириш арзонроқ бўлганини танлаш имкониятига эга.

PR-акция. Алоҳидаги PR-акцияси барча тадбирларни «тортувчи» сифатида қараб чиқилади. PR-акцияни ташкил этиш PR бўйича пресс-референет ва менежер ваколатига киради. Бу ерда шуни ҳисобга олиш керакки, агар қўйилган мақсад унутилса самарасиз бўлиб чиқиши мумкин. Мисол учун, меҳмонхонада ўтказилган ток-шоу хизматни таништириш вазифасини олдига қўймайди, балки корхона имкониятлари ҳақида жамоатчиликни хабардор қилиш асосий принциплари ишончли ва мутлақо жиддий бўлган ва шундай бўлиб қолади.

Меҳмонхона ва ресторан ишлари амалиётида анча тарқалган PR-акцияси рўйхатларини келтирамиз:

- ҳар хил турдаги хайрия тадбирлари;
- меҳмонхонада санъат бўйича кўргазмалар ташкил этиш;
- меҳмонхона мижозлари учун пардоз-андоз маҳсулотлари тақдимоти;
- модалар намойиши, болалар карноваллари ўтказиш;
- турли регионлар пазандалик ҳафталари ўтказиш;
- меҳмонхонада мусиқа кечалари;
- модалар уйи билан ҳамкорликда модалар намойиши;
- машҳурлар билан ток-шоу;
- билимдонлар учун винолар татиб кўриш;
- ресторан бош ошпази раҳбарлигида биргаликда таом тайёрлаш.

PR-акцияси орасида пресс-воқеалар ташкил қилиш алоҳида ўрин эгаллайди (ҳар хил баҳслар, симпозиумлар, юбилейлар, таништиришлар):

- матбуот конференцияси – ОАВда ахборотлар тақдим этиш мақсадида журналистларни турли ташкилотлар вакиллари билан учрашувини ташкил этиш. Вазиятга қараб матбуот конференцияси экспромтом билан ўтказилиши мумкин. Мисол учун, аэропортда қизиқарли шахслар келиши муносабати билан ёки олдиндан тайёрланиш ва махсус бинода ўтказилиши мумкин. Матбуот қабулига тайёргарлик бир неча ҳафтани банд этади;
- матбуот ташриф-таклиф бўйича журналистлар гуруҳи визити, масалан, янги филиални расмий очилиши муносабати билан.

Матбуот – воқеалар мақсади – ОАВ вакиллари билан дўстона муносабатга эришиш (жарналистлар ўзларини ёмон қабул қилинганини ҳеч қачон унутишайди). Ҳар қандай матбуот-воқеани ташкил қилишда ҳаммасини олдиндан режалаштириб олиш, материал яқин вақт ичида эълон қилиниши учун санаси ва вақтини танлаш, воқеани қулай жойда ўтказилиши ҳақида қайғуриш ва албатта, машиналар учун жой қулай бўлиши жуда муҳим. Журналистларга таклифнома олдиндан, тахминан бир-икки ҳафта аввал вақти ва куни кўрсатилган ҳолда жўнатилиши керак. Унда алоқадаги шахс исми-шарифи, шунингдек алоқа тури кўрсатилади. Яна бир муҳим детал: телерадио журналистларини матбуот вакиллари билан бирга қабул қилиш мақсадга мувофиқ эмас, бошқа куни ёки бошқа вақтда қабул қилиш зарур. Мижозни ишонтириш, диалог, баҳолаш, режалаштириш. Мижозни «Ишонтириш» шундаки, ушбу меҳмонхона унинг учун энг яхши, кўп омилларга боғлиқ. Мисол учун, дам олувчилар тўхтайдиган меҳмонхонада менежмент бўш вақтни фаол дам олиш аҳамиятини оширишга қаратади.

Шунинг учун бу ерда меҳмонлар билан ишловчи махсус ходим зарур. Бироқ шаҳар отелларида меҳмонлар билан алоқада ўзини оқлаган мутахассис иштирок билан хизмат кўрсатиш ташкил этилади. Яна нафақат PR- дастур доирасида, балки VIP – мижозларни қабул қилишда ҳам (машҳур артистлар, сиёсатчилар, спортчилар ва ҳ.к.) қўлланилади. Бўлажак алоқа маркетинги воситаси сифатида PR-фаолият шахсий алоқаларга ҳам таяниши лозим.

PR-акция – бу икки томонлама ҳаракат кўчаси: ахборот нафақат мижозга боради, балки ундан ҳам келади. Алоқа хизмати ўтказадиган тадбир ҳаракатчанлиги ва самарали назорат анна шунга асосланган, хусусан, меҳмонхона ташкил қиладиган барча тағдимотлар. Бунинг учун, бир томондан, PR-ҳаракат ва улар қамраб оладиган тегишли мақсадли гуруҳлар билан ўтказиладиган тадбирлар тўғрилиги, баҳоланади, бошқа томондан – шерикларнинг ўзаро манфаатларини ҳисобга олиш ташкил этилади. Мижоз билан ишлаш ёзма шаклда тегишли нашрлар, шу жумладан, ўз нашрида эълон қилинган ахборотларни олиш йўли билан ўтказилади. Бу ерда меҳмонхона дастурлари, муҳим вақеалар, яъни меҳмонхона хизматларини истеъмол қилувчи маълум доирани қизиқтирувчи хабарлар эълон қилинади. Мижозлар билан PR-дастурлар бўйича алоқа ўрнатишда меҳмонхонанинг

доимий мижозлари батафсил картотекасини самарали ташкил этиш ва юритиш ва ундан амалда фойдаланиш муҳим аҳамият касб этади.

PR-меҳмонхоналар ишлашининг ажралмас қисми ва унинг муваффақиятлари гарови ҳисобланади. PR-фаолият халқаро занжирларга мансуб меҳмонхоналарда аниқ ифодасини топган. Булар жаҳон бозорида эътибор қозонган, ягона копоратив стилни ўзида мужассамлаштирган, занжирнинг бўлажак бир қисмига айланадиган йирик меҳмонхоналардир. Бошқа меҳмонхоналарга келадиган бўлсак, PR-фаолият энг мақбул ҳолда маркетинг хизматини, кўпинча эса бевосита директорликни эгаллайди.

PR-фаолиятни амалга ошириш доирасида турли хил тадбирлар ўтказилади, айниқса кўргазмаларда иштирок этиш кенг тарқалган. Мисол учун, Москванинг «Космос» меҳмонхонаси иложи борича бирорта кўргазмани ўтказиб юбормайди, бу эса катта ижобий самара беради.

(Йўл-йўлакай таъкидлашгани билан фарқ қилади, бу эса қўшимча бизнес-мижозларни жалб этади. Отел менежерларининг ўзлари тез-тез унинг иши ҳақида мақолалар ёзиб туришади. Бу мижозларга биринчи қўлдан ишончли ахборотлар олиш имконини беради, фактларни чалкаш ва бўрттириб кўрсатилишига йўл қўймайди. Сотиш даражасини ошириш ва мижозлар доирасини кенгайтириш асосий методлари хизматлар тақдим этиш соҳасида доимий янгиланишлар ҳисобланади. ,Меҳмонхонага рус, Европа, Хитой, Япон ресторанлари миллий ошхоналари, боулинг, тунги клуб, казино, конференц-зал киради. 24-25- қаватларда VIP – мижозлар учун Космос клуб мини отели қурилган, у ўз меҳмонларига номерларда хизмат кўрсатишни таклиф қилади. Хизматлар спектрини доимий кенгайтирилиши ва тараққий эттирилиши меҳмонхонани жамоатчилик кўз ўнгида ижобий образини яратади).

Бугунги кунда тажриба кўрсатадики, кўргазмалар, конференциялар ва семинарлар ўтказиш ўзини кўрсатишнинг энг самарали усули ҳисобланади.

Байрамлар ўтказиш, воқеаларга ҳомийлик қилиш, каби жамоатчилик эътиборини тортадиган PR-қабуллар ҳам катта шуҳрат келтиради. Шу муносабат билан ўн миллионлаб меҳмонларни қабул қилиш бўйича «украина» меҳмонхонаси акциясини айтиб ўтиш ўринлидир. Меҳмонхона маъмурияти ғолибга исталган янги йил арафасида меҳмонхонада яшаш учун ваучер тақдим этди, шунингдек бепул яшашни таъминлади. «Золотое кольцо» меҳмонхонасида эса «Бижоле» вино байрами нафақат кенг эътибор қозонди, балки ҳар йили ўтказиладиган дунёвий тадбирга айланди.

PR-акциясини муваффақиятли амалга ошириш йўлида биринчи қадам ахборотлар йиғиш ва мижозлар базасини таҳлил этишдир. Бу хизмат кўрсатишда нуксонларни аниқлаш ва тузатишга ёрдам беради, рақобат катта бўлган бозорда эгалланган ўринни мустаҳкамлайди. Москва отеллари мижозлар эҳтиёжларини ўз кучлари билан ўрганишни маъқул кўрадилар, ваҳоланки, йирик лойиҳаларга ихтисослашган консалтинг компаниялари жалб этилади. Мисол учун, Москванинг «Шератон Палас» (Sheraton Palace) отели ҳатто маркетинг таҳлилчиси лавозими таъсис этган. Аммо бу қоидадан кўра кўпроқ мустаснодир. Ҳатто жаҳонга машҳур отелларда ҳам меҳмонхона

хизматларини илгари суриш бўйича фаолият корхона маркетингига киради, PR соҳасига эмас. Одатда, мижозлар талабларини ўзгариши ҳақида маълумотлар уч канал-анкеталаштириш йўли, шахсан суҳбати (одатда телефон бўйича ёки жойлаштиришда регистрация чоғида) ва якуний статистика натижаси бўйича келади.

Мижозлар эҳтиёжларини анкеталаштириш сифатида бундай жуда самарали ўрганиш методи бугунги кунда турли категориядаги отеллар амалиётида қўлланилмоқда. Кўпинча анкеталаштириш мижознинг меҳмонхонада бўлиши тугаганидан кейин амалга оширилади. Бу мижозларнинг ўзига хос хусусиятлари ва динамикасини аниқлашга имкон беради. Мисол учун, «Глобус»да жўнаб кетишда рус ёки инглиз тилида» меҳмон анкетасини тўлдириш таклиф қилинади, кейинчалик у ё номерда қолади ёки маъмуриятга топширилади. Кўпчилик отелларда мижозлар билан норасмий алоқа ўрнатиш учун (айниқса «Марриотти» тармоқларида») турли даврийлик билан меҳмонлар учун бепул коктейллар ўтказилади, уларда деярли бошқарув таркиби иштирок этади.

Йиғилган ахборотлар таҳлили тақдим қилинадиган хизматлар сифатини сезиларли оширишга имкон беради ва меҳмонхонага ўзининг бетакрор стилини касб этади. Мисол учун, «Аврора Мариотт Ройал» (Avrora Marriott Royal) отелида меҳмонлар истаги замирида обунани электрон почта орқали амалга ошириш ва чет матбуот нашрларини ўз вақтида етказиб келиш мақсадида ётади. Худди шундай хизматни «Балчуг Кемпински» (Baltchyg Kem-pincky) отели ҳам кўрсатади, ҳали тонгданоқ отел мижозлари янги газеталар ва электрон почта орқали олинган нашрларни ўқий бошлашади.

«Паллада» отелида эса амалда мавжуд интернетга чиқиш имкониятига қўшимча равишда номерда интернет класс очилган. Бу илтимосни персонал компьютерсиз саёҳатга чиққан меҳмонлар илгари суришганди. «Глобус» отелида ҳар қандай меҳмонга сутканинг ҳар қандай вақтида тиббий ва ҳуқуқий хизматлар таклиф этилиши мумкин.

Кўпчилик отеллар (категориясидан ғатъий назар) ўз мижозларининг олдинги сафарлари ҳақидаги маълумотлардан кенг фойдаланадилар, бу билан меҳмонлар тарихи кузатилишига урғу берилади. Меҳмонхоналарнинг мижозларни жалб этишда яхши кўрган усуллари, мутлақо барча категорияларда нарх сиёсати бўлиб қолади. Кўпчилик отеллар гуруҳлар, корпоратив мижозлар, туристик компаниялар учун махсус чегирмалар беришади. Юқори классдаги отелларда белгиланганига қарагандагидан махсус нарх (best availabe rate) таклиф этилади, бу отел жорий юкланиши, дам олиш куни нархлари, имтиёзли индивидуал туристик тариф ва туристик компаниялар ходимлари учун нархларга боғлиқ ҳолда rackrate дан сезиларли паст бўлиши мумкин.

Ҳар бир меҳмонхона доимий мижозлар учун курашади, бунинг учун уларни жалб этишнинг барча имкониятларидан фойдаланишади. Меҳмонхоналар қўлида жуда кўп қизиқ қабул қилиш усуллари бор-меҳмонларга саломлашиш коктейли, саватда мевалар, бир шиша шампан, («Национальда») шоколад таклиф этилади). Кўпчилик отеллар бирор – бир

махсус дастурни амалга оширади: VIP – мижозларни кутиб олиш, совға ва табрик хати, бепул қўшимча хизматлар («Золотое кольцо»да), шаҳар маркази, аэропорт, меҳмонхона ўртасида мунтазам автобус рейслари ташкил қилади. (Шереметьева-2) («Ирис»). Қўшимча тўловларсиз юқорироқ классдаги номерлар тақдим этади. («Аэропорт», «Аэростар», «Шератон Палас» отелларида, ресторанларида ресторан хизматларига, бир, мижозлар учун корхона хизматларини 30 % чегирма билан тақдим қилади).

Кейинги йилларда ўрта даражадаги россия меҳмонхоналарида ушбу йўналишда ишлашга интилаётганини таъкидламаслик мумкин эмас. «Украина» меҳмонхонасида дисконт карталар жорий этилди. «Космос» отилида хусусий меҳмонларни жалб этиш учун (яшаш муддатига қараб) 10 % чегирма амал қилади; худди шундай мижозлар учун бу ерда шунингдек барларда чегирма кўзда тутилган.

Меҳмонхона бизнесида PR-фаолиятни амалга оширишда муҳим дастаклардан бир реклама ҳисобланади. Деярли ҳамма отеллар бой реклама варақалари ва брошюралар, махсус справочник нашрларини танлашни таклиф қиладилар. Жуда кўп меҳмонхоналарда ўз сайтлари бор ёки ишлаб чиқилаяпти ва ҳ.к.

16– БОБ. МЕҲМОНХОНА ХОДИМЛАРИНИНГ ХУЛҚ – ОДОБИ МАДАНИЯТИ. МЕҲМОНХОНА СЕРВИСИ СОҲАСИДА ИШГА ДОИР МУЛОҚТ ЭТИКАСИ

16.1. Меҳмонхона ходимларининг хулқ – одоби қоидалари

Меҳмонхона сервиси соҳаси ходимларининг хулқ маданияти ҳақида гапирар эканмиз, биз икки томонни ажратамиз: мижоз билан муносабат ва ходим билан муносабат, қайсиким, биринчи навбатда яшашни ташкил этиш ва энг муҳими – мижоз билан мулоқот тушунилади.

Меҳмонхонада яшаш шароити ва интерьер қандай бўлишидан қатъий назар хизмат кўрсатиш даражаси ва мижоз билан мулоқот муҳимлигига қоилаверади.

Меҳмонхона фаолияти мамлакат ва чет эллик меҳмонлрага хизмат кўрсатишга қаратилган корхона ҳисобланади. Шу боисдан ходимлар учун оғишмай амал қилинадиган қоидалар ҳар қандай маданий анъаналар ватурмуш тарзига ҳурмат билан қараш, шунингдек ҳамма билан бирдек мулоқотда бўлиш ҳисобланади.

Турли тилларда гапириш қобилиятига эга ва ўз билими, самимий ҳайрихоҳ мулоқоти билан меҳмонларда яхши таассурот қолдирадиган ходим ҳар қандай меҳмонхона фахри ҳисобланади. Хизмат кўрсатувчи ходим мақсади очиқ дўстона муҳит яратишдан иборат, шунинг учун меҳмонхона ҳар қандай ходими меҳмонга исми шарифини айтиб мурожаат қилиш билан унинг эътиборини қозониши мумкин. Меҳмонлар ва ходимлар муносабатларини ўзаро ҳурмат асосида қуришлари, тенг ҳуқуқли ишчан шерикларга айланишлари керак. Ҳар бир меҳмон меҳмонхона ҳар қандай ходимига ўз муаммолари билан эркин мурожаат қила олишлари ва бундан кутаётганлари оқланиши зарур. Айнан ана шундай хизмат кўрсатиш даражаси муваффақият гарови ва меҳмонхона хизматлари бозорида рақобатбардошлик шартидир.

Меҳмонлар ҳақида доимий равишда ғамхўрлик қилиниши керак. Негаки, меҳмон бу энг муҳим шахс, у қўнғироқ қиладими, хат юборадими ёки шахсан келадими, ҳурмат ўрнига қўйилиши лозим.

Меҳмон – бу ходимнинг ишлашига ҳалқаит бераётган кимдир эмас, балки ҳамма қилаётган меҳнатнинг бош сабабчисидир. Меҳмонларга кўрсатиладиган хизмат миннатдай, қарздай кўринмаслиги зарур. Аксинча, унга кўнгилдагидек хизмат кўрстиб, раҳматини эшитиш ҳар бир ходимни ўзини намоён қилиши пул топшина берилган имкониятдир.

Меҳмон – баҳслашиладиган ёки ким зўрлигини кўрсатиб қўйиш лозим бўлган киши эмас. Меҳмон хамиша ҳақ!

Меҳмонхона ҳар бир ходими тушуниши керак, сифат – бу етишиб бўлмайдиган ҳашам эмас, балки меҳмоннинг кечиктириб бўлмайдиган эҳтиёжларига доимий эътибор. Ҳар қандай меҳмонхона ходими меҳмонхонага хизмат кўрсатишни доимий равишда такомиллаштириб бориш йўлларини очишда ташабуссор бўлмоғи керак.

Ходимларни ўзаро муносабатлари ҳам ишда муҳим роль ўйнайди. Агар меҳмонхоналар ходимлари кўп миллати бўлса, улар мавқиелари ва маданиятлари турлича бўлишидан қатъий назар, бир – бирларига ҳурмат билан муносабатда бўлишилари зарур.

Мансабдор шахслар, бўлим ва департаментлар бошлиқлари, шунингдек бошқа қолган ходимлар бир – бирларини ва умумий ташкилий тузилмаларини яхши билишлари лозим. Ходимни жамоада ишлаш кўникмаси жуда муҳим. Иш учун демократик бошқарув пирципи ва профессионал ўсиш ва малкасини ошириш имконияти ғоят зарурдир.

Жамоа ҳар бир аъзоси меҳмонхона тақдим этадиган товар ва хизматларнинг ягона бирлигига айланади. Меҳмонхона ходими ҳулқи маданияти кишининг ички маданияти ва барча ташқи томонларини ўз ичига олади. жумладан: мурожаат қилиш ва хизматга шайлик, ўз фикрини тўғри ифодалай олиш маҳорати, нутқ этикаси риоя этиш каби қоидалар.

Хушмуомилалик кишининг маданиятлилигини, уни ишга, жамоага муносабатини кўрсатади.

Меҳмонхона хизматчиси учун меҳмонлар билан ўзаро муносабатда ғоят самимийлик жуда муҳим, у кишига ҳурмат билан қараш кераклигини доимо эсда тутиши керак. Меҳмонхона ходимларининг тактик ҳулқи бир қатор омиллардан ҳосил бўлади. Улардан энг муҳими – меҳмонлар хулқидаги нуқсонлар ва хатоларни сезмасликка олиш, уларга эътиборни қаратмаслик, уларнинг кийими, урф – одатлари, анъаналарига ортиқча қизиқиш билдирмаслик.

Кераксиз саволлар бериш, ўз ишлари ҳақида гапириб, ноилишни ўрсатиш мумкин эмас.

Меҳмонга у сенга ёқаяптими, йўқми, кўрсатиш керак эмас, кераксиз танбеҳлар бериш, ақл ўргатиш, турли эътирозлар билдириш, меҳмондн унинг шахсий ҳаётини суриштириш ҳам керак эмас.

Ташриф буюрган меҳмонларга муносабатда одоб сақланиши керак, уларнинг ташрифидан мақсадини сўраш керак эмас, яшаётган номерларига рухсатсиз кириш мумкин эмас.

Одоб меҳмонга эътиборда ҳам намоён бўлади. Агар меҳмон бетоб бўлиб қолса, унга дори – дармон олиб келиб бериш ва ёрдам қилиш, телефон орқали қўнғироқ қилиб ҳол – аҳволини сўраш лозим. Айниқса, кекса кишиларга одоб билан эътиборли бўлиш, уларнинг заифлигини кечириш керак, негаки улар кўпинча паришонхотир, унутувчан ва кўнгил кўтарувчи сўзга муҳтож бўлишади.

Инсон шаъни ва камтарлик – меҳмонхона ишчиси учун албатта, шарт инсоний характер қирраларидир. Агар камтарлик вазминлик ва мулоқотда ободни талаб этса, интизом белгиланган тартибга риоя этиш аниқлик, саришталикни тақозо қилади. Камтарлик ва интизом топширилган участкадаги ишлар учун чуқур маъсулиятни ҳам ҳис этишни кўзда тутади.

Меҳмонхона унда қисқа яшаш учун мўлжалланган бўлсада, вазият тақозосига кўра меҳмонхона фонди қисми фуқаролар билан банд бўлади, унда узоқ вақт яшовчилар узоқ сафарлар, махсус ишлар, диссертация

тайёрлаш илмий сафар, турли ташкилотлар вакиллиги ёки хорижий фирмаар ва ҳ.к лар билан боғлиқ ҳолда турадилар.

Меҳмонларнинг узоқ вақт хизмат кўрсатувчилар билан муносабатда бўлиши хизмат ўзаро муносабатлари доирасида уларни исми шарифларини эслаб қолишга олиб келади. Хизмат кўрсатувчи ходим ёддан чиқармаслик керак – қават ёки хизматкор хонаси энг аввало, хизмат биноси, сменадаги ходим эса хизмат вазифасини бажариш ҳолатида туради. У меҳмонлар исми шарифи, қайси қават, қайси хонада яшаётгани, нима билан машғуллигини эътибордан четда қолдирмаслиги керак.

Мулоқот ва хулқ маданияти нутқ маданияти тушунчаси билан ҳам боғлиқ. Меҳмонхона ходими ўз фикрини тушунарли, саводли тушунтира олиш маҳоратига эга бўлиши лозим. Нутқ маданияти ва сўз оҳангига доимо эътибор билан қаралиши керак. Нутқ этикаси нафақат гапириш маҳорати, балки эшитиш маҳоратини ҳам талаб қилади. Суҳбатдошни эътибор билан тинглаш, сўзини бўлмаслик ва бунда самимий иштирок – санъат.

Кўп нарса меҳмонларни тўғри кутиб олиш маҳоратига боғлиқ. Меҳмонлар маъмурият биноси ва қаватларда “Меҳмонхонамизга хуш келибсиз!” деган ибора билан кутиб олиниши керак.

Уларга меҳмонхона ҳақида яшаш тартиби, хизматлар ҳақида қисқача маълумот берилиш зарур, қайсиким улар бундан фойдаланишлар мумкин. Меҳмонларни кузата туриб маъмурият ва ходимлар такаллуф билан меҳмонларга оқ йўл тилашлари, уларни яна отелга ташриф буюришга таклиф этишлари зарур. Албатта, бу хушмуомалаликни хушомадга, меҳмонлар олдида уятли бўлишга алоқаси йўқю бу оддий одамгарчилик, мезбонлик маданий кўриниши.

Меҳмонлар меҳмонхона бўсағасидан ичкарига қадам қўйгандан то жўнаб кетгунча ўзларига чуқур ҳурмат кўрсатилганини ҳис этиши лозим.

16.2. Меҳмонларга хизмат кўрсатишда сиполик

Меҳмонхона ходимларидан ҳар бир меҳмонларда меҳмонхона ҳақида яхши таассуротлар ҳосил қилишда ўз ҳиссасин қўшади. Шунинг учун, телефон орқали сўзлашганда, оғзаки ёки ёзма тарзда шахсан мулоқот қилганда, биз ҳам меҳмонлар, ҳам хамкасблар билан муносабатда ўзимизни “Сипо” тутишимиз керак. “Сиполик” ғояси қуйидаги қоидаларга амал қилиш орқали амалга оширилади.

Ходимлар “юзи”

Меҳмонлар ёки ҳамкасблар билан гаплаша туриб, меҳмонхона ходимлари хушмуомила, самимий, дўстона бўлишлари зарур. Киши билан қуйидаги сўзлар орқали саломлашиш керак: “Хайрли тонг”, “Хайрли кун”, “Хайрли кеч”. Меҳмонлар илтимосига эътиборли бўлиш керак, бу ҳолда меҳмонхона ҳар қандай ходими маслаҳат бериши ёки зарур ёрдам кўрсатиши шарт. Меҳмонлар билан сўзлашганда ходимлар кайфияти фақат “+” белгиси билан бўлиши лозим.

Агар меҳмонхона ходими меҳмонларни номма – ном бўлса, уларга қуйидаги тарзда мурожаат қилиши зарур: “Меҳмонхонага хуш келибсиз... жамоат миллер, ишонамизки, сафарингиз омадли кечади... Сизга вақтингизни кўнгилли ўтказишни тилаймиз, марҳамат, бизга истаган пайтингизда мурожаат қилинг”.

Меҳмон билан хайирлаша туриб, унга худди шундай исмли шарифи айтиб мурожаат қилиниши керак: “Кўришгунча хайр, жаноб миллер. Соғ – саломат боринг. Сизни шаҳримизга яна келганингизда кўришдан умидвормиз”.

Корреспонденцияларда “юзи”

Ходимларнинг тили хатларда ҳам сипо бўлиши керак. Барча корреспонденциялар (факслар, хатлар, телекслар, хизмат ёзувлари) профессионализм ва иш самарадорлиги даражасини намойиш қилади. Барча чиқувчи корреспонденцияларнинг нусхалари меҳмонхонада қолиши керак. Бундан ташқари, корреспонденция:

Жавоб 24 с ичида олишини керак:

Аниқ шахсга унинг тўлиқ исми шарифи кўрсатилиб жўнатилмоғи керак;

Тўғри танланган қоғоз ёки бланкага босилган бўлиши керак;

Чиройли безилган шаклда бўлиши лозим;

Имло хатолар бўлмаслиги зарур:

Номидан жўнатилаётган киши давозими кўрсатилиб, остида имзоси қўйилиги лозим;

Қўлда ёзилмаган бўлиши керак

Телефон орқали сўзлашув чоғида “юзи”

Меҳмонхона ходими меҳмон билан телефон орқали шундай сўзлашиши керакки, у худди кўз ўнгида тургандай бўлсин. Қўнғироққа 3 – қўнғироқдан кечикмай тез жавоб бериш зарур. Бу ходимни самарали иши ва хушмуомилалигини билдиради. Жавобни рус ва инглиз тилида бериш керак, аммо аввал ўзини тантиштириб, меҳмон қўнғироқ қилган жойни таништириш ва ўз ёрдамини таклиф қилиш зарур.

Меҳмон билан телефонда сўзлашувни тугата туриб, исми маълум бўлган у кишини исмини айтиб миннатдорчилик билдириб, қўнғироқ учун раҳмат айтилади, гаплашиш чоғида хотиржам, шошилмасдан, меҳмонхонага сизга илтимос билан мурожаат қилишига имкон бериб сўзлашиш керак.

16.3.Телефонда сўзлашув олиб боришнинг асосий қоидалари

Телефонда сўзлашувлар меҳмонхона ходимлари фаолиятида муҳим роль ўйнайди. Шунинг учун “телефон этикаси” тушунчаси устида батафсиз тўхтаб ўтамиз.

Кўпчилик одамлар телефон қўнғироқларига системасиз жавоб беришади. Айримлар ўзининг исмини, айримлар фамилиясини, бошқалар эса бир йўла исми – фамилиясини айтадилар. Яна айримлар ўзини умуман танитирмайдилар. Телефон орқали тўғри жавоб беришни ўргана туриб,

унутмаслик керак, сўзлашув бошида сиз танлаган сўз бўлажак суҳбат оҳангини белгилайди. Сўзлашув чоғида нутқингиз саводли бўлишига эътибор беринг, жаргонлардан қочинг, негаки сиз телефондан фойдаланаётганингизда жаргонлар асл мақсадга путур етказиши мумкин.

Меҳмонхонага келаётган қўнғироқларга қандай жавоб бериш керак?

Биз қандай гапираётган бўлсак, мижозда меҳмонхона ҳақида шундай таассурот шаклланади. Телефонда сўзлашувни шундай сўз билан бошлаш керак: “Хайрли кун!”, “Хайрли тонг!” сўнгра меҳмонхона номи, қўнғироққа жавоб бераётган киши исмини айтиш маъқул. Батафсил жавоб бериш керак, бироқ қисқа, санаб ўтишлардан ходи бўлиши лозим.

Катта иш биносида ҳаракатларни келишиб олиш айниқса муҳим, шунинг учун телефонда телефонга жавоб берувчи бошқа ходимлар каби гаплашиш керак. Бир хил стилда ишлаш сиз ва сизнинг жамоангизни ягона жамоа ва сизлар профессионал эканлигингизни кўрсатади.

Ички ва ташқи қўнғироқларга жавоблар

Жавоб беришда ҳам исмингизни, ҳам фамилиянгизни айтинг?

Ўзингизни бундай аташ билан маъсул ва обрўли ходим сифатида таассурот қолдирасиз. Телефон қўнғироғига фақат исмини айтиб жавоб бериш, мажбуриятга эга, аммо ҳокимиятга эга эмас киши сифатида таассурот қолдиради. Телефонда сўзлашувнинг кичикинагина қоида – хийлалардан бири шунақа.

Сиз қўнғироқ қилганингизда.

Телефон этикаси шуни талаб қиладики, сиз ўзингиз қўнғироқ қилгандагина исми шарифингизни айтишингиз зарур. Бу қўнғироғингизга жавоб берувчи котиб ёк кишини ишдан чалғитиб “Ким сўраяпти?” деган савол мажбуриятдан озод қилади. Сизга жавоб берганда дарҳол суҳбатга киришманг. Хушмуомалалик билан сўзлашиш учун абонентнинг вақти бор – йўқлигини сўранг. Мулоқотга киришаётган шеригингиз унинг вақти билан ҳисоблашаётганингизни қадрлайди.

Агар сиз тасодифан рақамни нотўғри терган бўлсангиз, узр сўрамасдан гўшакни илишга шошилманг. Бошлиқ томонидан иззатталаблик билан буюрилган топшириқ нохуш бурч бўлсада қўнғироқ қилганда, моҳирлик ва назокат билан бажариш лозим. Бирор кишига қўнғироқ қилишдан олдин бу ҳақда бошлиққа билдириб қўйинг. Ўшанда у сиз қўнғироқ қилган киши ўрнида бўлса, гўшакни дарҳол олишга тайёр туради. Зарур киши офисига қўнғироқ қилиб унинг билан улангач, қўнғироғингиз сабабини тушунтиринг ва бошлиғингизга гўшакни кўтариши мумкинлигини айтинг.

Қайта қўнғироқ қилишга тўғри келса

Телефон қўнғироғи жиринглаганда сиз ўрнингизда бўлмасангиз ва қўнғироққа жавоб беролмасангиз, табиийки, албатта, қўнғироқ қилувчига қайта телефон қлиш керак. Қўнғироқларга тезкор жавоблар катта двидент келтириши мумкин.

Бошқалардан ҳам улар тез қайта қўнғироқ қилишига эришинг.

Қўнғироқ қилганингизда у киши сизнинг қўнғироғингизга жавоб бераолмаса, уни қачон, қандай топиш мумкинлигини сўранг? Ҳммасини

қанча тез тушунтирсангиз хамкасбларингиз кўз олдида шунча катта профессионал эканлигингизни кўрсатасиз.

Сўзлашувни давом эттиришингиз зарур бўлган киши билан гаплаша туриб, навбатдаги қўнғироқнинг аниқ вақтини келишиб олинг. Маъмурият ходими билан хушмуомила бўлинг. Сўранг, қачон қўнғироқ қилсангиз яхшироқ бўлади. Сизга қўнғироқ қилишганда, телефон орқали сўзлашув чоғида айрим маслаҳатлар. Телефон қўнғироғига жавоб беришдан олдин сўзлашувга тайёрланинг, бошқа ишларни четга суриб қўйинг. Телефон орқали жавоб бераётганда табассум қилинг. Қўнғироқ қилувчи сизнинг самимий эканлигингизни ҳис этади. Сўзлашув чоғида суҳбатдошингизни бўлманг, пауза сақлашни ўрганинг. Кишини кутишга мажбур қилманг, агар бу зарур бўлса, унинг кутишига ишонч ҳосил қилинг (одатда 30 – 60 сек. узоқ эмас). Сизлар яна гўшакни кўтарганингизда сўзлашувни янгитдан “Кутганингиз учун раҳмат” деган сўздан бошланг. Сизнинг хшмуомалалигингизни суҳбатдошингизда кутишга вақт сарфлаб қизиқиш билдирганингизни англатади. Агар суҳбат назарингизда чўзилиб кетаётгандай, охири кўринмайдиган туюлса, пауза қилиб, “Яхши мен сизнинг кўп вақтингизни олмайман”, ёки “Мен билан сўзлашишга вақт топганингиз учун раҳмат”, “Мен биламан, сизнинг вақтингиз жуда зиқ, шунинг учун...” типдаги сўзлар билан якунлашга урининг.

Беш яхши усул, улар ёрдамида унчалик кўнгилли бўлмаган киши билан вазиятдан чиқиш мумкин.

1. Суҳбатдошни бўлманг.
2. Сизга айтганни такрорланг, бу сиз уни тушунганингизни билдиради.
3. Сўзлашув давомида бир неча марта у кишининг фамилияси билан айтинг.
4. Сиз нима қилишни мўлжаллаётганингизни тушунтиринг ва албатта, ваъдангизни устидан чиқишингизни билдиринг.
5. Агар иложи бўлса, сўзлашув моҳиятини ёзиб олинг.

Сиз ўзингиз қўнғироқ қилганингизда телефон орқали сўзлашув чоғида айрим маслаҳатлар. Телефон рақамини теришдан олдин қўнғироқ сабабининг бир неча вариантларини шакллантириб олинг. Ўшанда сизни товушли система билан улашса, сиз камроқ сўзли хабар қолдиришингиз мумкин. Секин гапиринг, унутманг, хабарни қоғозга тушириш, айтилганига қараганда, кўпроқ вақт талаб қилади. Ўз телефон рақамингизни қолдиринг. Бу сиз қўнғироқ қилган киши вақтини тежайди. Сизнинг телефон рақамингиз қидиришга мажбур этмайди. Бу айниқса, сиз қўнғироқ қилган киши сизга офисида ўтириб қўнғироқ қилмоқчи бўлганда, стол устида телефон рақамингиз бўлмаганида қўл келади. Кутиш режимида қунғироқ қилувчини улайдиган тугмачаларни суистеъмол қилманг, бу техник янгилик бизнес муҳитида ҳафсалани пир қилиши ва хафагарчилик манбаи бўлиши мумкин. Телефонда кутиб туришни сўраш қоидадан кўра мутлақо мустасно бўлиши керак.

16.4.Меҳмонхона ходимлари шахсий гигиенаси ва ташқи кўринишига қўйиладиган талаблар

Ходимларнинг ташқи кўриниши меҳмонхона ҳақида меҳмонларда биринчи таасссурот қолдиради. Шунинг учун меҳмонхона ходимлари тоза кийинган, хушҳулқ сариштали кўриниш ҳақида қайғуришлари зарур.

Агар қизларнинг сочлари елкасига тушиб турадиган учун бўлса, тўғнагич ёки тасма билан боғлаб олишлари зарур.

Эркаклар юзи тоза –сақол –мўйлови қиртишлаб олинган, сочи чиройли олинган, таралган бўлиши лозим (соқол қўйиш фақат меҳмонлар билан контакда бўлмайдиган ходимларда йўл қўйилади).

Пойафзал қулай, яхши ҳолатда, ялтиллатиб артилган бўлиши керак.

Мажбурий тартибда дезодрантлар ва антиперссперантлардан фойдаланиш кўзда тутилади, жисмоний меҳнат билан боғлиқ ишларда душ қабул қилиниши шарт. Шахсий гигиена воситалари меъёрида қўлланилиши ва асабга тегмаслиги керак. Ходимлар нафас олиши тоза ва асабга тегмайдиган бўлиши лозим.

Агар меҳмонхонада форма кийим кийиш кўзда тутилган бўлса, барча ходимлар бу талабга сўзсиз итоат қилишлари зарур.

17 – БОБ. МЕҲМОНХОНАЛАРДА ҚЎШИМЧА ХИЗМАТЛАР ТАШКИЛ ЭТИШ ВА ТАҚДИМ ҚИЛИШ ТЕХНОЛОГИЯСИ

17.1. Меҳмонхоналарда кўрсатиладиган хизмат турлари

“Россия Федерациясида меҳмонхоаналар классификацияси” Низомининг 1.6. бўлимида шундай таъкидланган: меҳмонхонага маълум категория бериш талаблари билан бир қаторда ҳисобга олинади:

Тақдим этиладиган хизматлар номлари ва сифати:

Хизмат кўрсатиш даражаси

Меҳмонхоналарда кўрсатиладиган хизматлар асосий ва қўшимчаларга бўлинади. Улар пуллик ва бепул бўлиши мумкин.

Асосий хизматларга киради: “Меҳмонхона хизматлари тақдим этиш қоидаларига мувофиқ (2 – илова) яшаш ва овқатланиш.

Қўшимча тўловларсиз меҳмонларга қуйидаги қўшимча хизматлар тақдим этилиши мумкин:

Тез ёрдам чақириш;

Тиббий аптечкадан фойдаланиш;

олинган кооpеспонденцияларни номерга етказиб бериш;

белгиланган вақтда ўйғотиш;

қайноқ сув, игна – ип, бир комплект идиш – товоқ тақдим этиш.

Қўшимча пуллик хизмат кўрсатиш рўйхати ва сифати меҳмонхонага берилган категория талабларига (Гост Р50645. 1 – илова) мувофиқ келиши керак. Мисол учун “Астория”да – Санкт – Петербургдаги энгг кекса меҳмонлардан бирида қуйидаги пуллик хизматлар кўрсатилади:

экскурсион хизмат кўрсатиш;

гид – таржимонлар хизматига буюртма;

кино, театр, цирк ва концертларга ва ҳ.к билетлар сотишни уюштириш;

барча турдаги транспортларга билетлар сотишни ташкил қилиш;

меҳмонлар талабномасига кўра автотранспорт буюриш;

такси чақириш;

прокатга автомобил;

шаҳар рсеторанига жой буюриш;

гул сотиб келиб бериш;

сувенирлар, откриткалар ва бошқа босма маҳсулотлар сотиш;

пойфазал таъмирлаш;

кийим – кечакларни таъмирлаш ва дазмоллаш;

кийим – кечакни ювиш кимёвий тозалаш;

саунадан фойдаланиш;

сарторошлик хизмати;

буфет – бар, ресторан хизмати;

конференц зал музокара залларини ижарага бериш;

бизнес – марказлар хизмати.

Хизматлар кўрсатишда нафақат уларнинг сони, балки сифати ҳам муҳим ҳисобланади. Шунинг учун кўпчилик меҳмонхоналарда яшовчилардан жўнаб кетилаётганда анкета тўлғазиш илтимос қилинади.

“Астория” меҳмонхонасида, масалан, 6.1. расмда келтирилган анкета формасидан фойдаланилади.

№	Қуйидаги хизматларга сиз қандай баҳо берган бўлардингиз? (марҳамат, тегишли катакка крест белгиси қўйинг)	Аъло	Яхши	Ўртача	Ёмон	Таклиф ва танбеҳлар
1.	Қабул хизмати (портье)					
2.	Хизмат кўрсатиш бюроси					
3.	Қаватларда хизмат кўрсатиш					
4.	Ресторанда хизмат кўрсатиш					
5.	Таомлар сифати					
6.	Буфетларда хизмат кўрсатиш					
7.	Барларда хизмат кўрсатиш					

Шератон Невский палас (*****, Санкт – Петербург) меҳмонхонаси анкетаси яшовчиларга кенгроқ саволлардан иборат:

1. Бironлаштириш

А. Сиз қайтарзда номер резервладингиз?

Отель орқали □

Шератон бронлаш системаси орқали □

Турагентлик орқали □

Авиакомпания орқали □

Сизни С.Петербургдаги офисингиз орқали □

Бошқа тарзда □

В. Буюртмангизни қабул қилишда: ҳа йўқ

Тезкорлик ва хушмуомилалик □

Агар йўқ бўлса, нима учун кўрсатинг_____

_____

2. Хизмат кўрсатиш

Келганингизда хизмат хушмуомила ва тез кўрсатилдими?	ҳа	йўқ
Эшикбон	□	□
Қабул ва жойлаштириш хизмати	□	□
Консьерж	□	□
Қўнғироқ бўйича чақирув хизмати	□	□
Телефон оператори	□	□
Хабарни етказиш	□	□
Бизнес – марказ	□	□
Корхона\тозалаш	□	□
Хизматкорлар хизмати	□	□

Муҳандислик хизмати таъминоти ☐ ☐
Лимузин\такси хизмати ☐ ☐
Бошқалар ☐ ☐
Агар йўқ бўлса, нима учун кўрсатинг_____
_____

3. А.Номер

Номерингиз бормиди?	ҳа	йўқ
Мебеллари яхшими\қўлайми	☐	☐
Тоза	☐	☐
Ҳамма зарур нарсалар билан жиҳозланган	☐	☐

В. Ваннахона

Ҳамма зарур нарсалар билан жиҳозланган ☐ ☐
Тоза ☐ ☐
Яхши ёритилган ☐ ☐
Қулай ☐ ☐
Агар йўқ бўлса, нима учун кўрсатинг_____
_____

4. Ресторанлар ва барлар

		аъло	қониқарли	қониқарсиз
Адмиралтейство	Егулик ва ичимлик	☐	☐	☐
	хизмат кўрсатиш	☐	☐	☐
Империал	Егулик ва ичимлик	☐	☐	☐
	хизмат кўрсатиш	☐	☐	☐
Ландскрон	Егулик ва ичимлик	☐	☐	☐
	хизмат кўрсатиш	☐	☐	☐
Бирштубс	Егулик ва ичимлик	☐	☐	☐
	хизмат кўрсатиш	☐	☐	☐
Кафе Вена	Егулик ва ичимлик	☐	☐	☐
	хизмат кўрсатиш	☐	☐	☐
Лобби Бар	Егулик ва ичимлик	☐	☐	☐
	хизмат кўрсатиш	☐	☐	☐
Номерда хизмат	Егулик ва ичимлик	☐	☐	☐
кўрсатиш	хизмат кўрсатиш	☐	☐	☐
Конфенц – зал	Егулик ва ичимлик	☐	☐	☐
Банкет зали	Егулик ва ичимлик	☐	☐	☐

Сизнинг изоҳингиз_____
_____

5. Ходимлар

Ходимимиз сизга қандай хизмат кўрсатади?	ҳа	йўқ
Хушмуомила	□	□
Тез	□	□

Сизнинг изоҳингиз_____

_____

6. Сизнинг истак ва талабларингиз борми, отелимизда навбатдаги келганингизда янада кўнгиллироқ бўлиши учун нима қилишимиз керак?

_____

_____

Сиз яна С.Петербургга ташриф буюрсангиз	ҳа	йўқ
отелимизда тўхтайсизми	□	□

Сизнинг изоҳингиз_____

_____

Тўлдирилган анкета одатда калит билан бирга қабул қилиш ва жойлаштириш хизматига топширилади, кейин у маркетинг ва реклама хизматларида ўрганилиб чиқилади.

Меҳмонхона маъмурияти алоҳида хизматларда аниқланган нуқсонларни таҳлил қилиб чиқади ва уларни тузатиш чора – тадбирларини кўради.

17.2.Маиший хизмат кўрсатишни ташкил қилиш

Маиший хизмат меҳмонларни меҳмонхонада яшаган чоғида пайдо бўладиган эҳтижларини қондиришга қаратилган.

Меҳмонларнинг турли маиший ва хўжалик талабларини қондирувчи, юқори қулайликни таъминловчи чоралар системаси меҳмонхона хўжалигида сервис деб аталади. Сервис жуда хилма – хил бўлиши мумкин – қабул қилиш хизматининг тез ва профессионал расмийлаштиришдан то сантехник ускуналарни нуқсонсиз ишлашигача.

Сервис ҳар бир бўғини муҳим. Ходим бирор – бир хизматни кўрсата туриб, одоб ва чаққонлик намоён этиши керак. Сервисни нафақат талаб бўйича (меҳмон нима истайди), балки таклиф принципи ҳам (меҳмонхона янги – янги хизматлар таклиф қилади, қайсиким меҳмонларга уларни танлашда ёрдам беради) қуриш керак. Аммо хизматларни тиқиштирмаслик керак (балки у меҳмонхоана зарур эмасдир ёки у тўлов учун ортиқча чиқимни истамас).

Хизмат рўйхати меҳмонхоналар категориясига боғлиқ. Маиший хизмат тўлиқ рўйхати бўича хизмат кўрсатиш учун ҳамма меҳмонхоналарда ҳам имконият бўлмаслиги мумкин. Аммо доимо хизматлар тўплами меҳмонлар талабига жавоб берадиган бўлишига интилиш зарур.

Хизматларни ташкил этиш бўйича барча ишлар пухта ўйланган ва ташкил қилинган бўлиши лозим. Хизматлар кўрсатиш корхонаси қулай жойда жойлашган бўлиши керак (кўпинча биринчи қаватда). Вестибюлда,

қаватларда, номерларда меҳмонлар ўзларига қулай пайтда қаерда, қачон, қайси вақтда хизматлар олиши ҳақида ахборот бўлиши шарт.

Кимёвий тозалаш ва дазмоллашга буюртма

талаб қилинганини остига чизиб кўйинг — фақат дазмоллаш

куйлак/блузка — вешалкада — тахланган

Портьега муржаат қилинади ёки хизматлар учун буюртма бланкаси эшик ташқи томонига осиб қўйилади

Исми шарифи_____ хона №_____

Сана_____ етказиб берилиши_____гача

Алоҳида кўрсатма _____

Эслатма: сўралган нарсалар сони формулярнинг чап графасига ёзиб қўйилади (акс ҳолда меҳмонхона ҳисобига)

Одатдаги сервис: Буюртма соат 9^{00} гача
Етказиб бериш соат 18^{00} гача

Экспресс – сервис: Буюртма соат 10^{00} гача
(нарх устига 50%) Етказиб бериш 4 соат ичида

Эркаклар	Нарх, USS		Сумма
Костюм			
Пиджак			
Брюклар			
Жинсилар			
Пальто			
Шойи куйлак			
Пуловер			
Галстук			
Шарф			

6.2 – расм. “Шератон Невский палас” меҳмонхонасида кимёвий тозалаш ва дазмоллашга буюртма бериш бланкаси

Аёллар	Нарх, USS		Сумма
Куйлаклар			
Ич куйлаклар			
Костюм			
Жакет			
Юбка			
Брюклар			
Шортлар			
Жинсилар			
Пальто			
Шойи блуза			
Пуловер			
Шарф			
Футболка			
Жилет			
Комбензон			

Жами:_____

Меҳмонхона размер ўзгариши, тугмалар, пластмасса моянийлар учун жавоб бермайди. Максимал зарарни қоплаш кирхона хизматлари қийматининг 10 баробари шаклида тўланган ҳоллардагина амалга оширилиши мумкин.

Топширилган кундан бир ой ўтгач эътирозлар қабул қилинмайди. Ҳамма нарх солиқсиз қиймат устига қўшилган.

Маиший хизматлар кўрсатиш бўйича таркибига қуйидагилар киради:

Шошилинч ювиш ва кимёвий тозалаш, шахсий буюмларни таъмирлаш ва дазмоллаш (номерда реклама билан папкада кийимларни ювиш ва тозалашга буюртма бланкаси бор. Ўша ерда кийимни ювишга қандай топшириш ҳақида эслатма ҳам бор: агар меҳмон кийимларини ювиш ва тозалатишга буюртма бермоқчи бўлса бланкани тўлдириб пакетга солади ва махсус табеличкани эшик тутқичига осиб қуяди ёки қават бўйича навбатчига айтади). Бундай хизматлар корхонаси бўлган меҳмонхоналарда кўрсатилади (кимёвий тозалаш ва дазмоллашга буюртма бланкасини 6.2 – расмда кўрсатиб ўтдик).

Пастроқ категориядаги меҳмонхоналарда дазмол прокатга олинади. Меҳмоннинг ўзи номерда ёки махсус дазмоллаш столи бор хонада дазмоллайди. Пойафзални тозалаш ва шошилинч таъмирлаш. Кўпчилик меҳмонхоналарда пойафзал таъмирлаш бўйича устахона бор. Юқори классли меҳмонхоналар ҳолларида пойафзал тозалаш учун апарат туради. Номерларда кийим ва пойафзал тозалаш учун чўткалар бор.

Нарсалар ва қимматли буюмларни сақлаш (маъмур ва номерларда сақлаш камераси ва сейфлар). Багажни юклаш, тушириш, номерга элтиб бериш (чой пули тўланади, бир хил чой пули олиш учун меҳмонхонада навбат ташкил қилинади).

Маданий – маиший жиҳозлар прокати (телевизорлар, идишлар, спорт жиҳозлари ва бошқалар).

Соат, электрустара, радио, кино, фотоаппаратлар майда таъмири.

Сартарош, манюкир, массаж хизмати хоналари. Бу хизматлар номерларда ҳам кўрсатилиши мумкин, аммо устама нархга эга.

Овқатни номерга элтиб бериш (4 – бобда батафсил келтирилган).

Одатда ҳар бир номерда реклама билан папкаларда конверт, ёзув қоғозлари, махсус табличк бўлади, агар меҳмон номерни йиғиштиришни сўраса ёки умуман уни безовта қилишларини истамаса эшикка илиб қўйиши мумкин.

17.3. Транспорт хизмати

Траспорт хизмати – меҳмонхонада хизмат кўрсатишнинг муҳим турларидан бири ҳисобланади. Унга билетларни бронлаштириш, такси буюриш, автотранспортни прокатга бериш ва бошқалар киради.

Турли транспорт турларига билетларни бронлаш энг янги ахборот технологиялари ёрдамида амалга оширилиши мумкин. Айрим глобал компьюетр тармоқлари бу соҳада катта ютуқларга эришмоқда.

Бронлашнинг глобал тармоғига уланган меҳмонхоналар унинг маълумотлар банкига ўз меҳмонхонаси ҳақида ахборотларни жойлаштириш имконига эга бўлади: номерлар тури ҳақида, уларнинг тафсилотлари, нархлари шулар жумласидандир.

1987 йил икки консорциум тузилди: “Галилео” ва “Амадеус”. “Галилео” системаси қуйидаги авиакомпанияларнинг бронлаштириш системаларини бирлаштиради: “Алиталия”, “Гритни эйруейз”, “Собена”, “Олимпик эейруейз” ва Т.А.П”.

“Амадеус” системаси “Эр Франс”, “Эйр интер”, “Иберия”, “Люфтганза”, “Адрия эйруейз”, “Д.Е.А.Т”, “Братанес сейф”, “Финиэйр”, “Айсландэр”, “Линьеорлай” фирмаларини ўз ичига олади.

Бронлаштиришнинг Европа системасини америка системаси билан мустаҳкам алоқада эканлигини таъкидлаш керак. Америка компаниялари Европа системалари учун дастур бош таъминотчиси ҳисобланади. “Систем уан” каби компания “Амадеус” системаси учун дастурлар тақдим қилади. Шу тарзда АҚШ ва Европа миллий системаларининг ўзаро сингишуви рўй беради.

Ҳозирги вақтда йирик меҳмонхона компаниялари, турагентликлар ва компьютер системаси ишлаб чиқарувчилар бронлаштиришнинг суперглобал ягона компьютер системасини яратишга интилишмоқда. Бир вақтнинг ўзида айрим турагентликлар ва унча катта бўлмаган меҳмонхона фирмалари шундай система яратилиши уларни монополиялаштирилишига олиб келишидан хавотир билдиришмоқда. “World Span” компанияси 1994 йил очилди ва Москва ва С.Петербургла ўз ваколатхонасига эга. Статистика маълумотларига кўра, бронлаштирилган билетларнинг асосий қисми авиабилетлар улушига тўғри келади. “World Span” жаҳон авиакомпанияларининг 327 рейсига жой бронлаш имконини беради. Россия

авиакомпанияларидан фақат иккитаси – “Аэрофлот” ва “Трансаэро” ҳақида “World Span” да маълумот бор.

Бошқалардан фарқли раившда “World Span” бронлашда компанияларга ҳеч қандай хайрихоҳлик билдирмайди. Автомобилларни бронлашнинг фақат битта системаси бор. Фойдаланувчиларга 40 компанияда ижарага автомобилларни прокатга бериш имконяти таклиф қилинади, улар орасида “Herts – Alamo”, “Evro Dollar” каби машҳур компаниялар бор.

Агентликларга умумий таъриф бўйича меҳмонхоналар ва авиакомпаниялар билан ишлаш зарурати йўқ. Система маълум агентликлар ёки агентлик гуруҳларига конфиденциал ва корпоратив тарифлар бўйича ишлаш имконини беради.

“World Span”нинг бироз заиф жойи – темирйўл билетлари, маданий – омоша тадбирларига кема ва билетлар резервлаштириш. Кейингиларни бронлаштириш имкони ҳозирча йўқ, темирйўл сафарлари ва йирик рейслар эса бир неча компаниялар таклифи билан чекланади. Москва ва Санкт – Петербургда турли транспорт турларига билетлар бронлаштириш туристик компаниялар ёрдамида амалга оширилади, улар одатда меҳмонхона ҳолларида ёки фирмалар билан бевосита алоқада бўлган тристик компанияларда жойлашган, билетларни бронлаштириш бўйича хизматлар тақдим этади.

Такси буюриш. Меҳмонхона меҳмонларга такси буюришнинг икки усули имкониятини беради:

шаҳар такси хизмати;

меҳмонхонасини хусусий таксини тақдим қилиш.

Шаҳар такси хизматига буюртма қабул қилувчи меҳмонхона маъмури қуйидаги маълумотлардан иборат, карточка ёзиб беради: Меҳмонхона номи, хона №, машина №, вақти, манзил жойи.

Карточка маъмур томонидан ёзилади, у меҳмонҳона биринчи вақтида ишлайди. Тўлғазилган карточка ҳайдовчига берилади, негаки меҳмон чет эллик бўлиши мумкин. Таксига тўлов меҳмон томонидан такси ҳайдовчисига – сафар маршнутига қараб тўланади. Меҳмоннинг ўз хусусий такси хизмати бўлса, унда меҳмон буюртмасини маъмур бевосита ўша хизматга беради. Бунда ҳам карточка ёзилади ва ҳайдовчига берилади. Хусусий такси хизмати меҳмонхонада ўз хусусийгаражи ва трансорт воситаларини қўядиган жойи бўлганда ташкил этилади.

Ҳамма машинакаларда меҳмонхона фирма белгиси бўлади (номи, эмблема, такси хизмати телефон ва ҳ.к). Мисол учун, Москва ва С.Петербургда юқори классли отеллар ўз хусусий такси хизматларига эга. Прокатга машина. Автомобилни прокатга бериш юмушлари оддий: шарти шуки, туристлар ёши 21 йшдан кам ва 70 ёшдан катта бўлмаслиги керак. Ҳайдовчи гувоҳномаси ва паспортни кўрсатиш кифоя (РОссияники ёки халқаро намунада). Шартнома тузилаётганда гувоҳнома амал қилишм уддати камида икки йилдан кам бўлмаслиги керак. Айрим мамлакатларда мижозларга хизмат кўрсатиш фақат кредит карточкаси бўлгандагина амалга оширилади.

Прокат нархи автомобил классига боғлиқ. Автомобилни прокатга олиш ҳақида шартнома тузилгунча прокат қийматига нималар кириши билан таниши зарур.

Одатда прокат тўловига қўшилади:

Чекланмаган автомобил юриши;

Мижозга автомашинани шаҳар чеккасига элтиб бериш;

Техник носозлик рўй берса таъмирлаб бериш ёки алмаштириш, покришка, шамол ойнаси ёки давигател зарарланганидан ташқари;

Йўл – транспорт ҳодисаси ҳолатида, агар ҳайдовчи айби билан ёки уни мастлиги туфайли рўй бермаган бўлса, тўлиқ суғурталаш; ҳайдовчи айбдор бўлса суғурта тўланмайди. Кўпчилик мамлакатларда мутлақо қуруқ қонун йўқ, аммо қондаги клкогол миқдори 0,8 промиллдан ошмаслиги керак, бу 73 г, ароқ 2 шиша пивога тенг;

Мижоз айби билан содир этилган йўл – транспорт ҳодисасида автомобилга етказилган зарарни қоплаш суғуртаси:

Йўловчиларни (ҳайдовчидан ташқари) бахтсиз ҳодисадан суғурталаш;

Солиқлар.

Машина мижозга тўлиқ бак билан берилади, мижоз ҳам уни тўлиқ бак билан қайтариши лозим. Қўшимча ҳақ тўлаб машинани бошқариш учун иккинчи ҳайдовчи ҳам олиш мумкин. Агар мижоз гаров суммаси қолдирса (у жарима тўловлари пайтида олинади), олиндан у қачон қайтирилиш билан қизиқиш керак. Бироқ прокатга машина олишдан аввал, уни қўйиш жойи ва такси нархи билан қизиқиб кўриш мақсадга мувофиқ. Эҳтимол, таксида юриш қулайроқдир – пули ҳам, неврларни чарчатмаслиги ҳам.

Мижозларни огоҳлангантириб ўйиш зарур, айрим мамлакатлардав автомобилни прокатга олиш учун шахсни тасдиқловчи гувоҳномадан ташқари, кредит картачи ҳам керак. Прокатга автомобил берганда туристларни огоҳлантириш зарур: яъни:

машинани фақат белгиланган жойига қўйиш;

Ушбу мамлакатларда автомагистраллар ва шаҳарларда тезликка чеклов бор;

Аварияда қуйидаги маълумотларга эга бўлиш керак (авария куни ва вақти, аниқ вақти: гувоҳлар исми шарифи ва манзили, полиция участкаси номери ва номи).

Санкт – Петербургда автомобилни прокатга бериш бўйича фирмалар мавжуд. Туристик компания орқали турист машинани прокатга олиши мумкин. Мисол учун, С.Петербург туристик фирмаларидан бири – “Olga Wimoushine” – қуйидаги хизматларни таклиф қилади:

Россия Санткт – Петербург

Автобуслар, микроавтобуслар, енгил автомашиналарни ҳайдовчи билан ва ҳайдовчисиз ижараг беради.

Мавсум тарифлари (15.10 – 15.04 гача)

Ҳайдаб келиш/ҳайдаб кетиш 1 соат

23^{00} дан 6^{00} гача ошувчи коэффициент 1,5 амал қилади.

Россия чегарасидан ташқарига сафар:

- енгил автомобил бир кунга 200 $
- микроавтобуслар бир кунга 180 – 200 $
- автобуслар кондинционерли бир кунга 250 – 300 $
- кондинционерсиз автобуслар бир кунга 100 – 250 $

Ёнилғи 800 – 1000 км. га

Ҳайдовчи визаси

Модель	Соат 4 гача	Соат 4 дан	Трансфер аэропорт	Трансфер аэропорт
Енгил автомобиллар	соатига 12 – 14 $	соатига 10 – 12 $	30 $	25 $
Енгил автомобиллар Класс “Люкс”: Мерседесс 500, 600, 320 Мерседесс Е 220	соатига 50$ соатига 25$	соатига 50$ соатига 25$	80 $ 40 $	70 $ 35 $
Микроавтобуслар: Мерседес 20 ўринли	соатига 20$	соатига 14-16$	55 $	50 $
Форд, Мерседес 13 ўринли	соатига 18 $	соатига 142 - 14$	50 $	45 $
Форд, Фолькеваген 6 – 8 ўринли	соатига 14 $	соатига 10 - 12 $	45 $	40 $
Автобуслар кондин билан: Вольво, Мерседес, ТАМ, Скания, DAF, Икарус, Бова, Неоплан 46 – 49 ўринли	соатига 20 $	соатига 14 – 16 $	60 $	50 $
Автобуслар кондинцио-нерсиз: Вольво, Мерседес, Скания, Бова, Икарус 253, Неоплан	соатига 16 $	соатига 12-14 $	55 $	45 $

Назорат саволлари ва топшириқ

1. Меҳмонхоналарда қандай хизмат турлари кўрсатилади?
2. Бепул кўрсатиладиган қўшимча хизматларни сананг.
3. Меҳмонхоналарда кўрсатиладиган пуллик хизмат рўйхати ва сифати нималарга боғлиқ?
4. Меҳмонхонадан жўнаб кетаётган меҳмонлардан нима мақсадда анкета тўлғазиш сўралади, у қандай саволларни ўз ичига олиши мумкин?
5. Меҳмонларга маиший хизмат кўрсатишга кирадиган хизматларни сананг
6. Юқори классдаги меҳмонхонада кийимларни ювиш ёки кимёвий тозалаш учун буюртмани қандай расмийлаштириш мумкин, ёзинг.
7. Қандай компьютер технологиялари ёрдамида билетларни бронлашни амалга ошириш мумкин?
8. Авиабилетларни бронлашнинг асосий қисми қайси компания улушига тўғри келади?
9. Меҳмонхонада такси буюриш қандай ташкил этилиши мумкин?
10. Такси буюришда маъмур қанақа карточка ёзиб беради?
11. Такси учун тўлов қандай амалга оширилади?
12. Автомобилни прокатга беришда туристга қандай талаблар қўйилади?
13. Қандай ҳолларда суғурта тўланмайди?

18 – БОБ. МЕҲМОНЛАРДА ТЕХНИКА ХАВФСИЗЛИГИ ВА МЕҲНАТ МУҲОФАЗАСИ, ЁНҒИН ХАВФСИЗЛИГИ

18.1. Меҳмонларда ёнғин хавфсизлигини таъминлаш бўйича чораларни ташкил этиш

Меҳмонлар ва меҳмонхона ходимлари ҳаёти ва саломатлигига, меҳмонхона бинолари ва мол – мулкига ёнғин жиддий хавф солади. Шунинг учун меҳмонхона хўжалигида бинолар, одамларни ёнғиндан ҳимоя қилиш муҳим аҳамиятга эга.

Кўп ҳолларда меҳмонхонада олов билан эҳтиётсиз муносабатда бўлиш, электр тармоғи ва электрускуналари бузуқлиги, технологик жараёнлар ва эксплуатация қоидаларини бузиш, таъмирлаш ва бошқа ишларда ёнғин хавфсизлиги қоидаларига риоя қилмаслик ёнғин чиқишига сабаб бўлади. Меҳмонхонада ёнғин хавфсизлигини яратиш жараёни қуйидаги босқичларни ўз ичига олади:

Биринчи босқич – меҳмонхонада ёнғиндан муҳофаза қилиш бўйича ташкилий тадбирларини ўтказиш;

Иккинчи босқич – ходимларни ёнғинга қарши тайёргарликдан ўтказиш;

Учинчи босқич – ёнғинга қарши профилактика ўтказиш.

Меҳмонхонада ёнғиндан муҳофаза қилиш бўйича ташкилий тадбирларни ўтказиш.

1. Амалдаги қонунларга кўра ёнғин хавфсизлигини таъминлаш бўйича меҳмонхона директори жавобгардир.
2. Меҳмонхона директори буйруқ билан ёнғин хавфсизлигини таъминлаш бўйича тадбирларни ўтказишга жавобгар шахсни тайинлайди.
3. Меҳмонхона ҳар бир бўлинмасида ёнғин хавфсизлиги учун жавобгар шахс тайинланади. Ёнғин хавфсизлиги учун жавобгар шахс исми шарифи кўрсатилган табличка кўзга кўринарли жойга илиб қўйилади.
4. Ҳар бир бўлинма учун ёнғин хавфсизлиги қоидалари ва Низоми, ҳар бир иш жойи учун ёнғин хавфсизлиги бўйича йўриқномалар ишлаб чиқилади
5. Навбатчи маъмур, навбатчи менежер, меҳмонхона хавфсизлик хизмати ходимларидан иборат ёнғин жанговар расчёти тузилади. Улар сутка давомида ёнғин хавфсизлиги устидан назорат олиб боришади.
6. Ёнғин рўй берганда хабардор қилиш системаси ишлаб чиқилади
7. Ёнғин рўй берганда ёнғин жанговар расчёти ҳар бир аъзосининг асосий вазифаси ёзиб қўйилади.
8. Хабардор қилиш системаси орқали ёнғин тревогасидан кейин директор буйруғи билан ёнғин хавфсизлигига жавобгар қилиб тайинланган шахс дархол меҳмонхонага келиши ва тревога сабабини аниқлаши керак.

Одамларни эвакуация қилишга киришилади ва ўт ўчирувчилар етиб келгунча оловни ўчириш, уни бошқа жойларга ўтмаслиги чоралари кўрилади.

Ходимларни ёнғин хавфсизлиги тайёргарлигидан ўтказиш. Ёнғинга қарши тайёргарлик инстируктаждан (кириш, бирламчи ва такрор) ва ёнғин – техник минимум дастури бўйича машғулотдан иборат.

Кириш ва бирламчи инстируктаж ишга қабул қилишда ўтказилиб, ёнғин хавфсизлиги бўйича тушунча берилади. Бирламчи ва такрорий инструктаж иш жойида шу бўлинмада ёнғин хавфсизлигига жавобгар шахс томонидан ўтказилади. Ёнғин – техник минимум бўйича машғулот меҳмонхона директори томонидан тасдиқланган махсус дастур асосида инженер – техник ходимлар ва моддий жавобгар шахслар билан ўтказилади. Ўқитиш тугагач, зачёт ўтказилиб, натижаси ведомостга киритилади. Меҳмонхонада ёнғин хавфсизлиги қатъий режимига амал қилиш учун махсус эслатма ишлаб чиқилади. Унда ёнғинни олдини олиш асосий чора – тадбирлари ва ёнғин рўй берганда ўзини қандай тутиш қоидалари ёзиб қўйилган.

Бу эслатма ҳар бир номерда реклама материаллари билан папкада туради. Лекин меҳмонлар ҳамиша ҳам папкани очиб кўравермайдилар, шу боис юқори класс меҳмонхоналарда қоидалар билан таништиришда меҳмонхона видео – телеканалидан фойдаланилади.

Ёнғинга қарши профилактика ўтказиш. Ёнғинга қарши профилактика – бу ёнғинларни олдини олиш, огоҳлантириш, ўчириш бўйича ташкилий – техник тадбирлар комплексидир. Шунингдек одамларни хавфсиз эвакуация қилишни таъминлаш, ёнғин рўй берганда моддий бойликларни сақлаб қолиш чораларини ўз ичига олади.

Ёнғинга қарши профилактика ўз ичига олади:

Қурилишни лойиҳалаш ва қуриш босқичида ёнғин профилактикаси;

Ёнғин автомат сигнализация системасини қўллаш;

Ёнғинни ўчириш системаси ва воситаларидан фойдаланиш;

Ёнғин ҳақида хабар қилиш системасини қўллаш;

Ёнғин чиққанда одамларни эвакуация қилиш ҳаракатларини ишлаб чиқиш.

Қурилиш лойиҳалаш ва қуриш босқичида ёнғин профилактикаси. Меҳмонхоналарда ёнғинлар профилактикаси ҳали қурилишни лойиҳалаш ва биноларни қуриш босқичида бошланади (СНиП 2.08.02. ВСН. 62, СН и П 2.07.01). Меҳмонхоналар учун ёнғин хавфсизлиги қоидалари биноларни махсус режалаштириш, ёнғинга қарши тўсиқлар қуриш, ёнмайдиган муҳофаза конструкциялардан фойдаланишни кўзда тутади. Ёнғинга қарши деворлар, бино эшикларини жипс ёпилиши, бинони бошқа бинолардан алоҳида муҳофаза қилинадиган қилиб қуриш ёнғин рўй берганда унинг олдини олиш, тарқалмаслигига имкон беради.

Ёнғинни ўчириш системаси ва воситалари.

1. Ёнғинни автоматик газли ўчириш ускунаси. Бу қурилма транформатор ост станцияси биноси ва бош тақсимлагич шитида ўрнатилади. Шунингдек, дизел ёнилғиси сақланадиган бинога ўрнатилади. Қурилма бинодаги тутун ва иссиқлик дастчиклари орқали ишга тушиб, Марказий диспетчерлик пультига ёнғин ҳақида хабар беради.

2. Ёнғинни сув билан ўчириш автоматик қурилмаси. Бу система босим остида сув билан тўлдирилган бутун бир қувурлар тармоғидан иборат, отел бинолари ва барча коридорларига ўрнатилади. Қувурда сувни пуркаш каллаги ўрнатилган. Асосий элемент ушбу каллакдаги 50^0С да енгил эриб кетадиган клапандир, у орқали тақсимлагич ишга тушиб ёнғин пайдо бўлган бино майдонига сув пуркайди.

3. Ёнғинга қарши ички водопровод. Барча қаватларда тик сув қувурларига ички ёнғин кранлари (бурагич билан қувурча) монтаж қилинади. Ёнғин рўй берганда уларга ёнғин шланглари ва сув пуркагич ўрнатилади.

Ёнғин шланглари ўралиб, сув пуркагич учлиги билан махсус ойнаванд шкафга тахлаб қўйилади. Ҳар бир брезент шланг узунлиги 20 м. Уларнинг турган жойи қаватларда эвакуация режасида кўрсатилади.

4. Сув кранлари. Меҳмонхона барча қаватларида аланга тарқалишига йўл қўймаслик учун сув кранлари кўзда тутилиши мумкин. Сув қўл билан сепилади.

Ёнғин ҳақида хабардор қилиш системаси ва эвакуацияни бошқариш. Булар меҳмонхонада ёнғинга қарши ҳимоя қисмининг таркибий элементлари ҳисобланади.

Юқори классли меҳмонхоналарда меҳмонларни ёнғиндан хабардор қилиш системаси. Марказий диспетчерликдан туради. Ёнғин сигнализациясини ишга тушишиша ҳақиқатан ёнғин сабаб бўлганини аниқлагач, жанговар ўт ўчириш расчёти ишга киришади. Бунда автоматик қўнғироқлар ва тревога зуммерлари ишга туширилади. Меҳмонхонадаги телевизорлар меҳмонхона телеканалига уланади. Бу ёнғиндан ҳаммани хабардор қилиб, саросимани олдини олишга имкон беради. Телевизор экранларида инглиз, немис, француз тилларида матн ва ҳар бир этаж ва номерлардан эвакуация режаси пайдо бўлади. Зарур маълумотларни овоз кучайтиргичлар орқали ҳам маълум қилиш мумкин. Одамларни ёнғин сигнализацияси ишга тушганидан хабардор қилиш ва эвакуация қилиш тўғрисида қарорни навбатчи менежер (ёнғин жанговар расчёти смена бошлиғи) қабул қилади.

Меҳмонларни эвакуация қилиш барча қаватларда, номерларда аввалдан ишлаб чиқилган режа – схема асосида амалга оширилади. Меҳмонхона ходимлари, барча бўлинма, хизматлар, бўлинмаларда махсус эслатмага мувофиқ иш кўрилади. Эвакуация йўналишидаги ёруғлик кўрсаткичлар бутун сутка давомида ёниқ туриши керак.

Одамларни эвакуация қилишда навбатчи ходим ҳаракати.

1. Вужудга келган вазиятга қараб, ёнғинни ўчиришга раҳбарлик қилади, одамларни эвакуация қилиш ҳақида қарор қабул қилади, уларни хабардор қилиб, эвакуацияни бошқаради. Эвакуация ҳақида қарор саросимага тушмасдан, ортиқча урсурсиз, аниқ ва қатъий ҳаракат орқали қабул қилинади. Кейинчалик эвакуацияга ҳожат бўлмагани аниқланганда ҳам вазминликни йўқотмайди.

2. Эвакуация меҳмонхонада меҳмонларни эвакуация қилиш бўйича ходимлар билан камида ҳар ярим йилда – йилига икки марта ўтказиладиган ўқув машқларда ишланган тартибда амалга оширилади.

3. Ёнғинни ўчиришга раҳбарлик қилаётган киши ихтиёрига келган меҳмонхона ходимлари (агар уларга хавф таҳдид солаётган бўлса) ўт ўчиришга жалб қилиниши мумкин:

Меҳмонхона ходимлари ва меҳмонларни эвакуация қилиш учун;

Офислар, меҳмонлар яшайдиган қаватлар, ер тўлалар, ёрдамчи бинолар текшириб чиқилади ва агар эвакуация қилинмай қолган ходимлар меҳмонлар қолган бўлса уларга қисқа чиқиш йўллари кўрсатилади;

Пул маблағлари ва қимматли ҳужжатлар ва ҳ.к қутқарилади.

4. Ҳавфсизлик хизмати ходимлари меҳмонхонага кириладиган барча жойларни ёпади. Эвакуацияда фойдаланиладиган чиқиш жойларини очади, уларни назорат қилади, ўғирликка уринишни йўлини тўсади.

5. Меҳмонхона ходимларини эвакуация қилиш учун ҳар бир бўлим, хизматлар учун ишлаб чиқилган махсус эслатмадан фойдаланилади.

6. Ёнғинни ўчириш раҳбари эвакуация пунктда меҳмонларни ва ходимларни йўқлама қиладиган жавобгар шахсни тайинлайди, унга эвакуация қилинадиган меҳмонлар ва ходимлар рўйхатини беради.

7. Катта миқдорда одамларни эвакуация қилишда саросимани олдини олиш учун ёнғин бўлинмаси катта бошлиғи вазиятни мувофиқлаштириб туради.

8. Жароҳат олган шахслар биринчи навбатда эвакуация қилинади.

9. Эвакуация чоғида саросимани олдини олиш учун хотиржамлик, диққат – эътиборни тўплаш талаб этилади. Алоҳида ҳолларда индивидуал ҳимоя воситаларидан фойдаланилади.

18.2.Меҳмонхонада техника хавфсизлиги ва меҳнатни муҳофаза қилиш

Ҳозирги замон меҳмонхоналари катта миқдорда турли ускуналар ва мол – мулк билан жиҳозланган. Уларда кўп сонли ходимлар меҳнат қилишади, доимий равишда яшовчилар алмашиниб туради. Шунинг учун ҳам меҳмонхоналарда техника хавфсизлиги ва меҳнатни муҳофаза қилишга жиддий эътибор берилади.

Меҳмонхоналарда жароҳатланишини олдини олиш бўйича профилактика ўтказилиши керак. Нормал санитария гигиена электр хавфсизлиги шароити яратилиши, ходимлар ўқуви ўтказилиши зарур.

Меҳмонхонада техника хавфсизлиги ва меҳнатни муҳофаза қилиш ишларини директор (иш берувчи) амалга оширади. У меҳнат қонунлари талабларини, меҳнатни муҳофаза қилиш ҳақидаги қоида ва нормаларни, гостларни таъминлаш, шунингдек жамоавий шартнома (контракт)да кўзда тутилган мажбуриятларни бажаришга мажбур.

Меҳмонхона директори буйруқ билан меҳнатни муҳофаза қилиш ва хавфсизлиги бўйича жавобгар шахсни тайинлайди, меҳнатни муҳофаза қилиш хизмати таркибини шакллантиради, ҳар бир бўлинмада меҳнатни муҳофаза қилиш ҳолати, меҳмонхона ходимларни ўқитиш, уларни меҳнатни муҳофаза қилиш бўйича билимларини текшириб кўрувчи жавобгар шахсни тайинлайди.

Низом, қоидалари ва типовой йўриқномалар асосида ҳар бир меҳмонхонада меҳнатни муҳофаза қилишни ташкил этиш ва ишлаб чиқариш санитарияси бўйича ўз низомлари ишлаб чиқилади. Бундан ташқари, ҳар бир категория ходимлар учун йўриқномалар ишлаб чиқилади.

Меҳмонхона ходими мажбур:

меҳнатни муҳофаза қилиш бўйича нормалар, қоидаларга риоя қилиш;

жамоавий ва индивидуал ҳимоя воситаларини тўғри қўллай билиш;

ҳар қандай бахтсиз ҳодиса, шунингдек одамлар ҳаёти ва соғлигига таҳдид солувчи вазиятлар вужудга келганда дарҳол ўзининг бевосита раҳбарига хабар қилиш;

меҳмонхона ходимлари йўл – йўриқ олганларидан кейингина ишга қўйилади. Йўриқ – инструктаж турлари: кириш, бирламчи, иккиламчи, режадан ташқари, жорий.

Ишлаб чиқариш жароҳати профилактикаси. Жароҳатланиш сабаблари ташкилий ва техник бўлиши мумкин. Ташкилийга киради: техника хавфсизлиги устидан етарли назорат ўрнатилмагани, ходимнинг зарур техник малакаси йўқлиги, ҳимоя воситаларисиз ишлаш, иш жойида одамларни нотўғри жойлаштирилгани, инструктаж етарли бўлмагани, ёмон ёритилганлик, паст ёки юқори ҳарорат, вентиляция сустлиги ва ҳ.к.

Жароҳатнинг техник сабабларига киради: технологик ускуналарни бузуқлиги ёки номукаммаллиги, асбоблар, қурилмалар ва техника хавфсизлиги воситаларини носозлиги, иш жойининг ноқулайлиги ёки тўсиб қўйилгани. Жароҳатга сабаб ишловчининг хасталиги, ушбу ишга тайёрланмаганлиги, ишга эътиборсизлиги, чарчоқ ва маст ҳолатдалиги ҳам бўлиши мумкин. Бахтсиз ҳодисаларни ҳисобга олиш ва текшириш “Ишлаб чиқаришда бахтсиз ҳодисаларни ҳисобга олиш ва текшириш тартиби тўғрисида Низом”га асосан (03.06.95 №558) амалга оширилади. Ушбу Низом ишлаб чиқаришда бахтсиз ҳодисаларни ҳисобга олиш ва текширишнинг ягона тартибини белгилайди. У мулкчиликнинг ҳар қандай шаклидаги корхона учун мажбурий.

Текширув натижалари бўйича хулоса тузилади, у иш берувчи учун мажбурий ва РФ Меҳнат вазирлиги ҳузуридаги Федерал меҳнат инспекцияси органи ёки судга шикоят қилиниши мумкин.

Ишлаб чиқариш санитарияси ва гигиенаси. Меҳнат гигиенаси иш шароити билан боғлиқ ва уларни инсон организмига таъсири масалаларини қараб чиқади;

гигиеник ва даволаш – профилактика тадбирларини ишлаб чиқади, уларни меҳнаткашлар соғлигини яхшилаш, сақлаш, иш қобилияти ва меҳнат унумдорлигини оширишга қаратади.

Меҳнат шароитини баҳолашнинг бир неча гигиеник мезонлари мавжуд;

Ҳавонинг ифлосланиши;

Ҳарорат, намлик ва ҳаво ҳаракати тезлиги;

Шовқин даражаси;

Ёритиш;

Санитария ҳолати;

Ходимлар шахсий гигиенаси

Ҳовонинг ифлосланиши. Ходимлар ишлайдиган меҳмонхона барча бинолари кенг, баланд шифтга эга бўлиши, табиий ёки мажбурий шамоллатиш билан жиҳозланган бўлиши зарур, ҳавони нормал айланишини таъминлаши, ташқаридан ҳид киришининг олди олинган бўлиши лозим.

Ҳарорат, намлик ва ҳаво ҳаракати тезлиги. Бу параметрлар инсон ҳолатига, унинг иш қобилиятига катта таъсир кўрсатади ва иситиш системаси ёрдамида тартибга солинади. Бинода ҳаво ҳарорати 18^0С дан паст бўлмаслиги, йилнинг илиқ даврида ҳаво намлиги 30 – 60 %, совуқда – 70 % дан кўпроқ, совуқ даврда ҳаво ҳаркати тезлиги – 0,3 м/с гача, илиқ пайтда – 0,5 м/с гача бўлиши керак.

Шовқин даражаси. Меҳмонхоналарда шовқинга қарши қоидаларга риоя этилиши керак:

Коридорлар, ҳоллар, меҳмон турадиган хоналар овоз ютгич гиламлар билан қопланади ёки уларни ўрнини босувчи қоплама билан ёпилади;

Телевизорлар фақат номерларга ёки махсус биноларга ўрнатилади, умум фойдаланиладиган телефон эса яшаш хоналаридан узоқроққа махсус хона ёки кабинага ё акустик қалпоқ остига ўрнатилади. Яшаш ва жамоат биноларида шовқинни камайтириш учун махсус шовқин ўтказмайдиган дераза ва эшиклардан фойдаланилади. Товуш ўтказмайдиган деворлар билан муҳофазаланади.

Ёритилганлик. Ёмон ёритилган жойда кўз толиқади, умумий ланжлик пайдо бўлади, меҳнат унуми пасаяди. Биноларда табиий ёруғлик (камида битта дераза) ва сунъий ёритиш бўлиши зарур: ёруғлик стука давомида чўғланма чироқда – 100 лк, люминисет чироқда – 200 лк, коридорларда – табиий ёки сунъий ёруғлик бўлиши шарт. Ҳар бир иш жойи етарли ёритилиши, бироқ бу кўзни қамаштирадиган даражада бўлмаслиги лозим. Сунъий ёритиш умумий, маҳаллий ва аралаш бўлиши мумкин.

Маҳаллий ёритишни фақат иш жойида қўллашга йўл қўйилмайди.

Шунингдек авария ҳолатларида эвакуация ёритиш ҳам мавжуд.

Санитария ҳолати. Меҳмонхоналарда санитария назорати томонидан белгиланган санитария – гигиена нормалари ва қоидаларига амал қилиниши, ҳамма жой тоза, бўлиши, сантехника ускуналари тоза тутилиши, бошқа жиҳозлар чангдан тозаланиб туриши зарур, чойшаблар ювилган, хона ва бинолар ҳашорат ва кемирувчилардан самарали ҳимояланган бўлмоғи даркор.

Газ, водопровод ва канализация ускуналари “Меҳмонхоналарни ва уларнинг ускуналарини техник эксплуатация қилиш қоидалари”га мувофиқ фойдаланилиши зарур.

Биноларда ҳар куни намли йиғиштириш ўтказиш лозим: чанг ва ўргамчак уялар йўқотилади, гиламлар чанг смўргич билан тозаланади, дераза ва эшиклар артилади. Шу тугагандан кейин бино озода ҳолда қолдирилади.

Вақти – вақти билан бинода совун – ишқор суюқлиги ва оҳак – хлордан фойдаланиб бош йиғиштириш ўтказиб турилади, дезинфекция ва дезинфекция (ҳашоратга қарши) ўтказилади.

Хизматкорлар ишига алоҳида эътибор берилади. Чойшаблар, йиғиштириш жиҳозлари ва материаллари хизматлар томонидан аравачаларда ташилади. Дам олиш, овқатланиш, кийим алмаштириш учун мўлжалланган биноларда кир чойшабларни, йиғиштириш жиҳозлари (супурги, чўтка, куракча, челак, пол латта ва ҳ.к)ни сақлаш тақиқланади. Ушбу хоналар индивидуал шкафчалар, тушлик стол – стуллари ва ҳ.к билан жиҳозланади.

Санитария ҳолати, йўриқномасига кўра яшовчиларнинг яойшаблари ва бошқа тўшак жиҳозларини ўз вақтида алмаштириш талаб қилинади. Чойшаблар тоза, охорли бўлиши керак. Тоза ва кир тўшак чойшаблари бир – биридан алоҳида хоналарда сақланади. Кир чойшаблар қабул қилингач қўлни ювиб, халатни алмаштириш керак.

Яшовчиларнинг ич кийимлари хизматкорлар томонидан махсус жиҳозланган бинода ювилади. Санитария йўриқномасига кўра, шунингдек территория ҳолати – меҳмонхонага туташ бошқа теварак – атроф тозалиги ҳам талаб қилинади. Ҳовли кўкаламзорлаштирилган, супирилган, йўлаклар ровон, ўриндиқлар соз, ободонлашган бўлиши лозим. Чиқинди учун ҳовли четида чиқиндихона бўлиши керак. Иккиламчи хом ашё ва макалатура алоҳида йиғилиб тахланади.

Меҳмонхона барча ходимлари йилига камида бир марота тиббий кўрикдан ўтишади ва поликлиникадан соғлиги ҳақида маълумотнома келтириб топширади. Тиббий кўрикдан ўтмаган ходимлар ишга қўйилмайди. Агар яшовчи касал бўлиб қолса, меҳмонхона маъмурияти врач чақиради. Инфекцион касаллик бўлса, СЭС номерда дизенфекция ўтказади. Бемор ётган хона поли оҳакли хлор билан ювилиб, артилади.

Меҳмонхона ҳар бир қаватида биринчи ёрдам кўрсатиш эслатмаси ва зарур дори – дармон тўпламига эга аптечка бўлиши шарт.

Меҳмонхонада электр хавфсизлиги. Электр токи инсон ҳаёти ва саломатлиги учун жуда ҳавфли ҳисобланади. Ток уриши кўпинча қуйидагилар натижасида рўй беради:

Ток остидаги электр сими очиқ жойига тасодифан тегиб кетиш;

Электр ускунасига келаётган электр сими изоляцияси зарарланиши оқибатида унинг устки юза қисми темирида кучланиш пайдо бўлиши;

Электр ускунани ерга сифатсиз уланиши ёки нолланиши;

Электр ускунасини тасодифан тегиб кетишга қарши ток келаётган қисмини қониқарсиз тўсилгани:

МУНДАРИЖА

Кириш 3

1-боб. Меҳмондорчилик индустрияси тараққиёти ва унинг ҳозирги ҳолати

1.1. Туризм ва меҳмондорчилик индустрияси 5

1.2. Меҳмоннавозлик индустрияси тараққиёти омиллари 13

1.3. Меҳмоннавозлик индустрияси тараққиётининг ҳозирги замон тенденцияси 18

1.4. Меҳмонхона индустриясида интеграция жараёнлари 28

3-боб. Туризмда меҳмонхона хизматлари 36

3.1. Меҳмонхона хизматлари тушунчаси, унинг хусусиятлари ва таърифи 36

3.2. Меҳмонхона маҳсулотлари комплекс (мажмуавий) хизматлар сифатида 42

2-боб. Меҳмонхона корхоналари: тушунчалар, классификация ва типология

3.1. Меҳмонхоналар: тушунчалар, таърифлар ва классификация тизимлари 49

3.2. Меҳмонхоналарнинг шинамлик даражаси бўйича классификацияси 58

3.3. Меҳмонхона корхоналарининг бошқа классификациялари 66

3.4. Меҳмонхоналар типологияси 68

3.5. Меҳмонхоналарнинг функционал мўлжалланганлиги 72

4-боб. Меҳмонхона фаолиятини давлат томонидан тартибга солиш 76

4.1. Меҳмонхона фаолиятини лицензиялаш 76

4.2. Меҳмонхона хизматларини стандартлаш 77

4.3. Меҳмонхона хизматларини сертификациялаш 80

4.4. Меҳмонхона хизматларининг сифат кўрсаткичлари 87

5-боб. Меҳмонхоналарда асосий хизматларни ташкил қилиш. 94

5.1. Меҳмонхоналарда бironлаштириш хизмати 94

5.2. Меҳмонхоналарда қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати 100
5.3. Меҳмонхоналарда номер (хона) фондини эксплуатация қилиш ва хизмат кўрсатиш хизматлари 106
5.4. Меҳмонхоналарда хавфсизлик хизмати 111
5.5. Меҳмонхоналарда муҳандислик-техник хизмати 115
119

6-боб. Меҳмонхона ходимларининг мижозлар билан ишлашини ташкил қилиш
6.1. Меҳмонхона корхоналари ходимларининг касбий одоби 119
6.2. Меҳмонхона корхоналарининг мижозлари ва уларнинг типлари 124
6.3. Меҳмонхона ходимларининг мижозлар билан алоқаси хусусиятлари 130
6.4. Меҳмонхоналарда низоли вазиятлар ва уларни бартараф этиш усуллари 134
7-боб. Меҳмонхона туристик фирмалар билан ўзаро муносабатлари 143
7.1. Меҳмонхоналарнинг туристик фирмалар билан музокаралар олиб бориш хусусиятлари 143
7.2. Меҳмонхоналарнинг туроператорлар билан ўзаро ҳамкорлигида таваккалчилик ишлаш шакллари 146
7.3. Меҳмонхоналарнинг турпоераторлар билан таваккалчиликсиз ишлаш йўллари 150
7.4. Меҳмонхоналарда ҳужжатларини расмийлаштириш 154
8-боб. Меҳмонхоналар анимацион хизматлар 163
8.1. Анимация тушунчаси ва унинг функцияси 163
8.2. Анимация типологияси 166
8.3. Анимацион дастурларнинг турлари ва уларни амалга ошириш технологиялари 169
8.4. Курорт меҳмонхоналарининг анимацион-бўш вақт фаолияти 172
9-боб. Меҳмонхоналарда қўшимча хизматларни ташкил этиш 178
9.1. Меҳмонхоналарда овқатланиш хизматлари 178
9.2. Меҳмонхоналарда турлихил билетлар буюртма бериш ва транспорт воситаларини ижарага олиш хизматлари 183
9.3. Меҳмонхоналарда экскурсион хизматлар ва «кутиб олиш 188

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Арбузова И.Ю. Меҳмонхоналар ва туристик корхоналарда хизмат кўрсатишни ташкил этиш. М.: Альфа-М, 2001.
2. Арзуманян Э.А. Меҳмонхона ва ресторан сервиси. Саратов: СГСЭУ, 2000.
3. Байлик С.И. Меҳмонхона хўжалиги. Ташкил этиш, бошқариш, хизмат кўрсатиш. Киев: ВИРА-Р, 2002.
4. Байлик С.И. Меҳмонхона хўжалиги. Муаммолар, истиқболлар, сертификатлаш. Киев: ВИРА-Р, 2001.
5. баумгартен Л.В. Туризмда сифатни бошқариш. Амалиёт. М.: КноРус, 2008.
6. Бондаренко Г.А. Меҳмонхона ва ресторанлар менежменти. Мн.: Новое знание, 2006.
7. Боуэн Док., Котлер Ф., Мейкенз Ж. Маркетинг. Меҳмоннавозлик. Туризм. М.: ЮНИТИ, 2007.
8. Булигина И.И., Гаранин Н.И. Туристик ва меҳмонхона анимацияси менежменти. М.: Советской опорт, 2006.
9. Власова Т.И., Данилова М.М., Шарухин А.П. Туризм соҳасида ишбилармонлик ва касбий мулоқот. М.: Академия, 2007.
10. Волков Ю.Ф. Меҳмонхона ва туристик бизнесга кириш. Ростов Дон: Феникс, 2003.
11. Волков Ю.Ф. Меҳмонхона ва ресторан иши, туризм: Норматив ҳужжатлар тўплами. Ростов-Дон: Феникс, 2006.
12. Волков Ю.Ф. Меҳмонхона хизматлари кўрсатиш технологиялари. Ростов-Дон: Феникс, 2004.
13. Волов А.Б., Иванов В.В. Меҳмонхона менежменти. М.: Инфра-М, 2006.
14. Денисенко А.В., Сенин В.С. Меҳмонхона бизнеси: меҳмонхоналар ва бошқа жойлаштириш воситалари классификацияси. М.: Финанси и статистика, 2004.
15. Жанжугазова Е.А. Меҳмоннавозлик индустриясида маркетинг. М.: Академия, 2005.
16. Дурович А.П. Меҳмонхона ва ресторанлар маркетинги. Мн: Новое знание, 2005.
17. Елисеева Т.И., Косолопое А.Б. Туризм менежменти ва меҳмонхона хўжалиги бўйича амалиётни ташкил қилиш. М.: КноРус, 2008.

18. Ефимов О.П., Ефимова Н.А. Меҳмонхоналар ва ресторанлар иқтисодиёти. Мн: Новое знание, 2004.
19. Жукова М.А., Сенин В.С., Чудновский А.Д. Туризм индустриясини бошқариш. М.: КноРус, 2007.
20. Зайцева Н.А. Сервис ва туризмда менежмент. М.: Форум, Инфра-М, 2007.
21. Инграм Х., Медлик С. Меҳмонхона бизнеси (Инглз. А.В.Павлов таржимаси). М.: ЮНИТИ, 2005.
22. Карноухова В.К., Краковская Т.А. Сервис фаолияти. М.: МарТ, 2005.
23. Каралев С.Н. Меҳмонхона бизнеси. Меҳмонхоналарни бошқариш. СПб: СПбГЭиУ, 2004.
24. Кононихин С.В. Меҳмонхона ва ресторан хўжалигини ташкил қилиш. Донецк: ДИТБ, 2004.
25. Курило Л.В. Анимация назарияси ва амалиёти. 1-қисм. Туристик анимация назарий асослари. М.: Совет-спорт, 2006.
26. Лесник А.Л., Смирнова М.Н. Меҳмонхона корхоналарида хавфсизлик. М.: Талер, 2001.
27. Лесник А.Л., Смирнова М.Н. Меҳмонхона бизнесида реклама ва маркетинг. М.: Талер, 2001.
28. Лесник А.Л., Смирнова М.Н. Отеллар халқаро классификация тизимлари. М.: АС ПЛЮС, 2001.
29. Линн Ван Дер Вагон. Меҳмонхона бизнеси. Ростов-Дон: Феникс, 2001.
30. Лойко О.Т. Туризм ва меҳмонхона хўжалиги. Томск: ТПУ, 2005.
31. Ляпина И.Ю. Меҳмонхона хизматларини ташкил этиш ва технологиялари. М.: Альфа-М, 2001.
32. Меҳмоннавозлик менежменти. СД-диск (А.Д.Чудновский таҳрири остида) М: Равновесие, 2006.
33. Туризм менежменти. Туризм фаолияти тури сифатида. (Н.И.Гаранин, И.В.Зорин, Е.Н.Ильина, В.А.Квартальнов ва бошқ.). М.Финансы и статистика, 2001.
34. Монтанер Х. Монтехано. Туристик бозор таркиби (Н.С.Мироненко таҳрири остида). Смоленск СГУ, 1997.
35. Меҳмонхона бизнесини ташкил этиш ва бошқарув. 3 томда. (А.Л.Лесник, А.В.Чернишева, И.П.Мацицкого таҳрири остида). М.: Альпино, 2005.
36. Туризмни ташкил этиш (Н.И.Кабушкина таҳрири остида). Мн: Новое знание, 2005.
37. Романов В.А., Цветкова С.Н. Меҳмонхоналар комплекслари: ташкил этиш ва ишлаши. Ростов-Дон, МарТ, 2007.
38. Руденко А.М. Ижтимоий-маданий сервис ва туризм психологияси. Ростов-Дон, Феникс, 2007.
39. Саак А.Э., Якименко М.В. Меҳмоннавозлик индустриясида менежмент (меҳмонхоналар ва ресторанлар) СПб: Питер, 2007.
40. Скопкин С.С. Меҳмонхона индустрияси ыва туризмда сервис амалиёти. М.: Магистр, 2007.

41. Соловьев Б.Л., Толстова Л.А. Меҳмоннавозлик менежменти. М.: РМАТ, 1997.
42. Тимохина Т.Л. Туристларни қабул қилиш ва хизмат кўрсатишни ташкил этиш. М.: Форум, 2007.
43. Туризм ва меҳмонхона хўжалиги (А.Д.Чудновский таҳрири остида) М.: Юркнига, 2003.
44. Туризм ва меҳмонхона хўжалиги (Л.В.Шматько таҳрири остида) Ростов-Дон: МарТ, 2007.
45. Уокер Ж. Меҳмоннавозликка кириш. М.: ЮНИТИ, 2002.
46. Уокер Ж. Меҳмоннавозликни бошқариш. М.: ЮНИТИ, 2006.
47. Федцов В.Г. Меҳмонхона-туристик сервис маданияти. Ростов-Дон: Феникс, 2008.
48. Филипповский Е.Е., Шмарова Л.В. Меҳмонхона хўжалигини ташкил этиш ва иқтисодиёти. М.: Финансы и статистика, 2003.
49. Черевичко Т.В. Меҳмоннавозлик хизматлари бозори назарияси ва ташкил этиш. Саротов: науч. книга, 2006.
50. Чудновский А.Д. Туризм ва меҳмонхона хўжалигида менежмент. М.: КноРус, 2007.
51. Шенникова Н.Б. Меҳмоннавозлик индустрияси ва туризм асослари. Владивосток: ВГУЭиС, 2002.
52. Шетинина Е.Б. Меҳмонхона хизматлари менежменти. СД-диск. М.: Ровновесие, 2006.
53. Шетинина Е.Б. Ресторан хизматлари менежменти. СД-диск. М.: Равновесие, 2006.
54. Туризмни ташкил этиш ва иқтисодиёти: Халқаро туризм (Ю.В._____ таҳрири остида).