R.S. AMRIDDINOVA





MEHMONXONA SERVIS XIZMATI





1625

R.S. Amriddinova– «Mehmonxona servis xizmati» Ma'ruzalar kursi SamISI. 2009 y.

TAQRIZCHILAR:

I.S.Tuxliyev- «Xalqaro turizm va turizm servisi» kafedrasi mudiri, i.f.n., professor.

R.M.Fayziev- Sartepo Turizm va maishiy xizmat kasb- hunar kolleji o'quv ishlari bo'yicha direktor muovini

Ushbu ma'ruzalar kursi Institut o'quv-uslubiy kengashda tasdiqlangan bo'lib, oliy o'quv yurtlarining, 5810700- «Turizm menejmenti» va 5811700 – «Turizm marketingi» yo'nalishlar bakalavriatlari uchun mo'ljallangan. Undan turizm kasb-hunar kollejlar o'qituvchilari va turizm sohasida faoliyat ko'rsatayotgan mutaxassislar ham foydalanishi mumkin.

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti O'quv -- uslubiy Kengashining 200 _ yil «___» _____ ___ -son majlisida ko'rib chiqildi

va nashr etishga tavsiya qilindi

SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI
AXBOROT RESURS MARKAZI
№_____

© R.S. Amriddinova. SamISI. 2009

MUNDARIJA:

	Kirish……...	5
Mavzu 1	Joylashtirish vositalarining rivojlanish tarixi…….....	6
Mavzu 2	Zamonaviy mehmonxonalarning turlari…….	22
Mavzu 3	Mehmonxonalarni tasniflash tizimi……..	42
Mavzu 4	Mehmonxonalarning me’morchilik va texnik yechimlari…….	51
Mavzu 5	Mehmonxonalardan foydalanish asoslari……	65
Mavzu 6	Mehmonxonalarning tashkiliy-boshqarish tuzilmasi ….	76
Mavzu 7	Mehmonxonalarda qabul qilish va joylashtirishni tashkil etish…….	93
Mavzu 8	Mehmonxona nomer fondiga xizmat ko‘rsatishni tashkil etish …….	103
Mavzu 9	Mehmonxonaning yordamchi xizmatlari ……	114
Mavzu 10	Mehmonxonalarda ovqatlantirish xizmatini tashkil etish ……...	119
Mavzu 11	Mehmonxona biznesida sifatning mazmuni va mohiyati……..	131
Mavzu 12	Mehmonxonada xodimlar bo‘limi……..	145
Mavzu 13	Mehmonxonalarda avtomatlashtirilgan axborot tizimidan foydalanish……..	153
	Foydalanilgan adabiyotlar……...	164

KIRISH

Mamlakatimizda turizm ishiga mustakillikning dastlabki vaqtlaridanoq asosiy davlat siyosati darajasida qaraldi. Soha rivoji uchun barcha zarur tashkiliy-huquqiy mexanizm vujudga keltirilib,muhim meyoriy hujjatlar qabul qilindi va bu ish hozirda ham davom etmoqda. Mamlakatimizda turizmning ravnaqi, uni yangi pog‘onalarga ko‘tarish , yurtimizni jahon turizm markazlaridan biriga aylantirish uchun avvalo huqukiy zamin yaratish lozim edi. Shu bois, O‘zbekiston Respublikasi Oliy majlisining mazkur yo‘nalishga taluqli qonun va kodekslari , O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining turizmga oid qator Farmonlari ishlab chiqilib hayotga tadbiq etildi.

G‘arb davlatlarida mehmonxona xo‘jaliklarini boshqarish bo‘yicha ko‘p yillik tajriba yig‘ilgan .Mehmonxona sanoati korxonalari faoliyatida xorij tajribasini o‘rganish shubxasiz, mexmonlarga xizmat ko‘rsatish sifatini yaxshilashda katta rol o‘ynaydi. Xizmatchilar mexmonlar tomonidan zamonaviy xizmat darajasiga qanday talab qo‘yilishi haqida tasavvurga ega bo‘lmasa ulardan mijozlarga yuqori darajada xizmat ko‘rsatishlarini talab qilish murakkabdir.Ammo O‘zbekistondagi turizm sanoati o‘ziga xos sharoitlarda faoliyat ko‘rsatayotganligini etiborga olish kerak.Bugungi kunda bizga jaxon talablariga javob beruvchi turizm sanoatini rivojlantirishning milliy modelini yaratish bo‘yicha takliflar kiritilgan. « Mehmonxona servis xizmati » fanini o‘qitishdan asosiy maqsad hozirgi bozor iqtisodiyotiga o‘tish sharoitlarida mehmonxona xizmati sohasida eng yaxshi boshqaruv qarorlarini qabul qilish, boshqaruvni takomillashtirish zaruriyati bilan bog‘liqdir. Mehmonxona xizmatlari sifatiga ta’sir ko‘rsatuvchi iqtisodiy omillar samaradorligini oshirishga yo‘naltirilgan. Mehmonxona rahbarlarining doimiy ravishda xizmat ko‘rsatish sifatini boshqarishni yaxshilash, uni kengaytirishga e’tiborni qaratish, binolarni rekonstruksiya qilish. Yangi texnologiyalarni kiritish va boshqalarni tushunishlari muhim ahamiyatga ega.

Fan bo‘yicha bilim, malaka va ko‘nikmaga qo‘yiladigan talablar

Talabalar:

- joylashtirish vositalari va tizimi haqida;
- mehmonxonada ko‘rsatiladigan xizmatlar haqida;
- mehmonxonada boshqaruv strukturasi haqida

tasavvurga ega bo‘lishi kerak.

Talabalar:

- mehmonxonaning funksional mohiyatini;

- mijozlar bilan munosabatda bo‘lish qoidasini;
- mehmonxona biznesida marketing bo‘limi faoliyatini

bilishi kerak.

Talabalar:

mehmonlarni qabul qilish va joylashtirish;
- mehmonxonalarda nomerlarni bron qilish;
- mehmonlarga ovqatlantirish xizmatini tashkil etish haqida

malaka va ko‘nikmalarga ega bo‘lishi kerak.

Mavzu 1. Joylashtirish vositalarining rivojlanish tarixi

Reja:
1. Mexmonxonalarining paydo bo’lish tarixi
2. Mehmonxona industriyasining zamonaviy rivojlanishi
3. Mehmonxona industriyasining asoschilari
4. Dunyoning eng antiqa mehmonxonalari

1. Mexmonxonalarining paydo bo’lish tarixi

Mehmondo‘stlik sanoati korxonalarining evolyutsiyasi to‘g‘risida so‘z yuritganda, tarixiy jihatdan kishilik jamiyatining rivojlanish bosqichlariga mos keluvchi davrlarni ajratish mumkin:

- Qadimgi davr;
- O‘rta asrlar;
- Yangi davr;
- Hozirgi davr.

Qadimgi davr (miloddan avvalgi IV ming yillik – milodiy 476 yil)

Aksariyat tarixchilar jamiyat taraqqiyotining bu davriga hozirgi mehmonxonalar va restoranlarning «ajdodi» - dastlabki mehmonxona korxonalari paydo bo‘lgan davrni kiritadilar. Bunday korxonalar – tavernalar qadimgi manuskriptlarda tilga olinadi. Taxminan miloddan avvalgi 1700 yilda yozilgan Bobil podshosi Hammurapi kodeksi mana shunday manuskriptlardan biridir.

Qadimgi Yunonistonda miloddan avvalgi I mingyillikda tavernalar ijtimoiy va diniy hayotning muhim unsuri hisoblangan. Tavernalarda sayohatchilarni joylashtirish uchun xonalar mavjudligiga qaramay, ular asosan ovqatlanish xizmatlari ko‘rsatishga mo‘ljallangan. Vaholanki, savdo-sotiqning rivojlanishi va shu bilan bog‘liq uzoq muddatli safarlar nafaqat ovqatlanish, balki tunash joylarini tashkil qilishni qam taqqazo etar edi. Shu holat mehmonxona korxonalarining boshqa turi – karvonsaroylar paydo bo‘lishini belgilab berdi.

Karvonsaroylarning eng rivojlangan tarmog‘i Rim imperiyasi hududida tashkil etilgan edi. Qadimgi Rim karvonsaroylari asosiy yo‘llar yoqasidagi shaharlar va qishloqlarda, bir-biridan taxminan 25mil (40,22 km) oraliqda joylashgan edi.

Quyi tabaqa vakillariga xizmat ko‘rsatish uchun mo‘ljallangan tavernalar va karvonsaroylar tunash va dam olish uchun minimal shart-

sharoitlar taklif qilar edi. Masalan, sayohatchilar ko‘pincha poxol ustida, yilning sovuq mavsumida esa muzlab qolmaslik uchun otlarining issiq biqiniga tiqilib uxlardilar. Biron-bir qo‘shimcha qulaylik haqida gap bo‘lishi ham mumkin emas edi.

Yaqin Sharq, Osiyo va Kavkazortida savdo aloqalarining rivojlanishi mehmondo‘stlik korxonalarining paydo bo‘lishida katta rol o‘ynadi. Ushbu mintaqalar hududidan yirik savdo yo‘llari o‘tar, ular bo‘ylab yuk ortilgan uzun karvonlar harakatlanar edi. Karvonlardagi yo‘lovchilar tunashi uchun savdo yo‘llari yoqasida karvonsaroylar tashkil etilardi. Bunday karvonsaroylar, qoida tariqasida, odamlar dam olishi uchun hujralar hamda tuya va otlar uchun mo‘ljallangan qo‘tonlardan tashkil topar edi. Bularning barchasi tabiiy ofat (shamol, yomg‘ir, bo‘ron)lardan, shuningdek talonchilar va qaroqchilardan saqlovchi qal’a devori bilan o‘ralgan edi.

O‘rta asrlar (milodiy V – XV asrlar)

O‘rta asrlarda diniy an’analar mehmondo‘stlik korxonalarining rivojlanishiga katta ta’sir ko‘rsatdi. Bu davrda muqaddas joylarga ziyorat qiluvchi odamlar soni keskin ko‘paydi. Cherkov monastirlarga ziyoratchilarni qabul qilish, ular uchun tunash joylari tashkil etish va ularni ovqatlantirish majburiyatini yukladi. Bu davrda mazkur vazifani bajaruvchi boshqa muassasalar ham paydo bo‘ldi. Masalan, franklar qiroli, keyinchalik esa imperator Karl Buyuk (742-814) cherkovlarga homiylik qilib, VIII asrda ziyoratchilar dam olishi uchun maxsus uylar tashkil etdi.

XII-XIII asrlarda ilk mehmonxonalarning ajdodi – karvonsaroylar Rusda ham paydo bo‘ldi. O‘sha davrda ular «yama» – o‘ra deb atalar, bir-biridan ot charchamasdan bosib o‘ta oladigan masofada joylashgan edi. XV asrda karvonsaroylar ***Yamskoy prikaz***[2] ixtiyoridagi pochta bekatlari qoshida tashkil etila boshlandi. Katta rus shaharlarida mehmon kutiladigan hovli (gostiniy dvor)lar qurildi. Ularning karvonsaroylardan farqi shunda ediki, bu yerda tunash va ovqatlanishdan tashqari, savdo-sotiq qilish imkoniyati ham mavjud edi. Boshqacha qilib aytganda, mehmon kutiladigan hovlilar jihozlangan xonalar, savdo rastalari, do‘konlar va omborlarni o‘zida birlashtirgan edi. qoida tariqasida, hovli baland devorlar va minoralar bilan o‘ralgan, unga katta darvozadan kirilardi.

XIII asrda bunday hovlilar Vitebsk, Grodno, Brest, Slonim hamda boshqa belorus shaharlarida paydo bo‘ldi. Belorus savdogarlari uchun maxsus hovlilar XV-XVI asrlarda Bryansk, Vyazma va Moskvada qurildi.

[2] Yamskoy prikaz – Rossiyada yuk va yo‘lovchi tashishni tashkil etish, yamshchiklar xizmatini boshqarish va boshqa shunga o‘xshash ishlar bilan shug‘ullangan markaziy davlat muassasasi.

O‘rta asrlarda ilk kasaba uyushmalarining tashkil topishi mehmondo‘stlik korxonalari faoliyatining ilg‘or yo‘nalishini tashkil etdi. 1282 yilda Italiyaning Florensiya shahri traktirchilari o‘z gildiyasini tashkil etdi.

Yangi davr (XVI asr – XX asr boshi)

XVI asrda dastlabki qahvaxonalar ochildi. Ular o‘sha davr madaniy va adabiy hayotining markazlariga aylandi. g‘arbiy Yevropada qahva va choy kabi ekzotik ichimliklarning tarqalishi qahvaxonalarning paydo bo‘lishiga imkoniyat yaratdi. Yevropada dastlabki qahvaxonalar 1652 yili Londonda va 1683 yili Venada ochildi. Xususan, Venada birinchi marta asal va sut qo‘shilgan qahva taklif qilindi. XVII asr oxiriga kelib Yevropa qit’asida qahvaxonalar ancha keng tarqalgan hodisaga aylandi. Yirik shaharlarda ularning soni bir necha o‘ntaga yetar edi.

1553 yilda Parijda birinchi restoran – «Tur d’Arjan» restorani ochildi. Bu restoran keyingi ikki asr mobaynida o‘ziga xos muassasa bo‘lib qoldi, chunki uning yagona funksiyasi faqat ovqatlantirishdan iborat edi. «Restoran» atamasining o‘zi keyinroq, XVIII asrning ikkinchi yarmida muomalaga kirdi. Janob Bulanjening Parijdagi uzzukun ishlaydigan tavernasida asosiy taom hisoblangan sho‘rva «restorantes» (fransuz tilida «quvvatbaxsh, tiklovchi» degan ma’noni anglatadi) deb atalar edi.

1789-1799 yillardagi Buyuk fransuz inqilobi davrida fransiyalik mashhur oshpazlar boshqa davlatlarga chiqib ketishga majbur bo‘ldilar. Yangijoyda ular restoran biznesi bilan shug‘ullandilar. Natijada restoran g‘oyasi butun dunyoga tarqaldi.

XIX asr o‘rtalaridan «a la carte» (a lya kart) menyusidan foydalanila boshlandi. Mijoz taklif qilingan ro‘yxatdan o‘ziga ma’qul taomni tanlash imkoniyatiga ega bo‘ldi.

1898 yilda Londonda «Savoy» mehmonxonasi ochildi. Uning boshqaruvchisi Sezar Rits (hozirda Rits-Karlton mehmonxonalari uning nomi bilan ataladi), bosh oshpazi esa – Jorj Agyust Eskofe edi. Bu ikki odam mehmonxonalar qoshida restoranlar tashkil etishda chinakam inqilob sodir etdi. Eskofe o‘z davrining buyuk kulinarlaridan biri edi. U kulinariya bo‘yicha nashr etgan ma’lumotnoma hamda oshxonada joriy etgan brigada pudrati bilan dong taratdi.

Mehmondo‘stlik korxonalarining rivojlanishida AQSH alohida o‘rin tutadi. Tarixchilarning fikricha, birinchi karvonsaroy bu yerda Yevropadan ancha keyin, 1607 yilda paydo bo‘lgan. Dastlabki tavernalardan biri 1634 yili Bostonda ochildi. 1642 yilda Nyu-Yorkda (o‘sha davrda u Yangi Amsterdam deb atalar edi) taverna gollandlar tomonidan ochildi. Shu

davrdan boshlab tavernalar jamiyat hayotining markaziga, askarlar va tijoratchilar uchrashadigan joyga aylandi. Ular nafaqat shaharlarda, balki katta yo‘llar yoqasida, ayniqsa, chorrahalarda ravnaq topdi.

Nyu-Yorkning Brodvey ko‘chasidagi 70 xonali «Siti-otel» qo‘shma Shtatlarda ochilgan birinchi mehmonxona bo‘ldi. Bu muhim hodisa 1794 yilda sodir bo‘ldi. 1829 yilda Bostonda «Tremont» mehmonxonasi – AQShdagi birinchi klassli, koridor xizmatchilari, registratura (resepsiya)ga ega, nomerlarning eshiklari qulflanadigan va hatto mehmonlarga bepul sovun beriladigan ilk mehmonxona ochildi. Bu AQShda mehmonxona bumi boshlanishiga turtki berdi. Sharqiy qirg‘oq shaharlarida, so‘ngra g‘arb va Janubda ko‘plab mehmonxonalar ochildi. XIX asr oxiriga kelib bu yerda mehmonxonalarning ikki turi – katta, hashamatli, shinam mehmonxonalar hamda kichkina, eskirgan, arzon narxda xizmatlar taklif qiluvchi mehmonxonalar tarqalgan edi.

1831 yilda Nyu-Yorkda ochilgan mashhur «Delmoniko» restorani AQShdagi birinchi restoran hisoblanadi. O‘sha davrda AQShda restoran ishining rivojlanishiga fransuz an’analari katta ta’sir ko‘rsatdi. 1852 yilga kelib AQShning birinchi klassli har bir mehmonxonasi o‘z fransuz bosh oshpaziga ega edi. Menyu ham an’anaga ko‘ra fransuz tilida yozilardiki, bu inglizzabon mijozlar uchun muayyan qiyinchiliklar tug‘dirardi. «Delmoniko» restoranining sohiblaridan biri Jon Delmonikoning sa’y-harakati bilan birinchi marta ikki tilli menyu joriy etildi. Unda taomlarning fransuz va ingliz tilidagi nomlari qarama-qarshi joylashtirilgan edi. Bu an’ana saqlanib qoldi va yillar o‘tib butun jahonda keng tarqaldi.

XIX-XX asrlar chegarasida mehmondo‘stlik sanoati muhim tarmoqqa aylandi. Mehmonxona birlashmalari, sindikatlar, aksiyadorlik jamiyatlari, korporatsiyalar mehmonxonalar qurish, kadrlar tayyorlash, narxlarni belgilash masalalari bilan shug‘ullana boshladi. XX asr boshida faoliyat ko‘rsatgan bunday uyushmalar orasida London mehmonxonalar sohiblari sindikati, Fransiya «Mehmonxona sohiblari uyushmasi»ni qayd etish mumkin. 1906 yilda jahonning turli mamlakatlarida joylashgan 1700 mehmonxonani birlashtirgan Mehmonxonalar sohiblari xalqaro uyushmasi tashkil topdi.

2. **Mehmonxona industriyasining zamonaviy rivojlanishi**

So‘nggi yillarda mehmondo‘stlik sanoati korxonalarining rivojlanishida ko‘zga tashlangan tendensiyalar qatoriga quyidagilarni kiritish mumkin:

1. Mehmonxona va restoran xizmatlari ixtisoslashuvining chuqurlashishi.
2. Xalqaro mehmonxona va restoran tarmoqlarining tashkil topishi.
3. Kichik korxonalar tarmog‘ining rivojlanishi.
4. Mehmondo‘stlik sanoatiga yangi kompyuter texnologiyalarining joriy etilishi.

So‘nggi yillarda to‘la servisli an’anaviy mehmonxonalar bilan bir qatorda, taklif qilinuvchi xizmatlar to‘plami qisqartirilgan ***ixtisoslashgan*** korxonalar paydo bo‘la boshladi. Korxonalarning ixtisosligi har xil bo‘lishi mumkin. Mehmonxonalar turistik bozorning muayyan segmenti vakillariga, masalan, o‘z mehnat ta’tilini golf o‘yiniga, chang‘i sportiga, otda sayr qilishga va h.k.ga bag‘ishlagan mijozlarga, kongresslar, ko‘rgazmalar, yarmarkalar va sh.k.da qatnashish uchun kelgan turistlarga xizmat ko‘rsatishga ixtisoslashishi mumkin.

Restoranlar, qoida tariqasida, milliy taomlar, nonushtalar, kechki ovqatlar tayyorlashga ixtisoslashadi. So‘nggi yillarda gamburgerlar va qovurilgan kartoshkaga (McDonald’s), pitssaga (Pizza Hut, Domino, Little Geasar), bifshtekslarga (Sizzler), dengiz mahsulotlariga (Red Lobster), sendvichlarga (Subway) ixtisoslashgan tez xizmat ko‘rsatish restoranlari butun jahonda ommaviylashdi. Bu nuqtai nazardan muayyan mavzuga, chunonchi: Yovvoyi g‘arb, rok-n-roll, futbol, samolyotlar, temir yo‘l va h.k.ga yo‘naltirilgan restoranlar ham alohida diqqatga sazovordir. Odatda ular taklif qiluvchi taomlar soni cheklangan bo‘ladi. Bunday restoranlarning vazifasi muayyan kayfiyat va muhitni tashkil etishdan iborat.

Mehmondo‘stlik korxonalari ixtisoslashuvining chuqurlashishi ***xalqaro tarmoqlarning*** tashkil topishi bilan ham bog‘liq. Bunday tarmoqlar xizmat ko‘rsatishning yuksak andozalarini ishlab chiqish va amalga joriy etishda katta rol o‘ynaydi.

Tarmoq deganda odatda jamoaviy biznes bilan shug‘ullanadigan va tarmoq rahbariyatining bevosita nazorat ostida faoliyat ko‘rsatadigan korxonalar guruhi tushuniladi. Tarmoq o‘z binolariga ega bo‘lishi yoki ularni ijaraga olishi mumkin. Tarmoq rahbariyati olingan daromadni taqsimlashda muayyan imtiyozlarga ega bo‘ladi, biroq, ayni vaqtda, har qanday (shu jumladan, moliyaviy) operatsiyalarni amalga oshirish chog‘ida ko‘rilishi mumkin bo‘lgan barcha zararlar uchun javob beradi.

90-yillarning o‘rtalariga kelib butun jahon mehmonxona fondining 30% dan ko‘prog‘ini yirik mehmonxona birlashmalari va tarmoqlari o‘z nazorati ostiga oldi. Boshqa aksariyat tendensiyalar singari, mehmonxona tarmoqlarining tashkil topishiga ham AQShda asos solindi. 90-yillarning boshiga kelib, AQSH mehmonxona tarmoqlari jahonda yetakchi mavqeni qo‘lga kiritdi. Ular jahonning o‘nta yetakchi mehmonxona tarmoqlari qatoridan Yevropaning Travelodge International va Master Hosts International tarmoqlarini siqib chiqardi. Hozirda bu o‘nlikda Yevropaning atigi ikkita mehmonxonalar tarmog‘i – Accor (Fransiya) va Forte PLC (Buyuk Britaniya) qolgan (1.1-jadval).

1.1-jadval

Jahonning o‘n eng yirik mehmonxonalar tarmog‘i

Tartib Raqami	Mehmonxonalar tarmog‘ining nomi	Korxo-nalar soni	Nomerla-rining umumiy miqdori	Korxonalar joylashgan mamlakatlar soni
1	Hospitale Franchise	4400	435 000	60
2	Holiday Inn Wordwide, Anlante	2031	365 309	62
3	Choise Hotels International, Silver Springs	3467	299 881	38
4	Best Western International, Phoenix	3401	276 659	60
5	Accor, Paris	2205	252 887	73
6	Marrioti Hotels i Recorts, Bethesda	898	186 656	27
7	ITT Sheraton Corp., Boston	417	129 937	61
8	Forte PLC, London	959	98 450	60
9	Hilton Hotels Corp., Beverly Hills	223	92 119	8
10	Carlson Hospitality Group, Minneapolis	368	83 258	39

Manba: BTT, 2003.

Mehmonxonalar xalqaro uyushmasi mehmonxonalar tarmoqlarini uch toifaga ajratadi:

- korporativ mehmonxonalar – ko‘p sonli korxonalarga ega mehmonxona korporatsiyalari;
- bronlash umumiy tizimidan, marketing, reklama konsepsiyasidan va alohida korxonaga qimmatlik qiluvchi boshqa xizmatlardan foydalanish uchun birlashtirilgan mustaqil korxonalar tarmoqlari;
- boshqaruv xizmatlari ko‘rsatuvchi tarmoqlar.

Mehmonxonalar tarmog‘iga kiruvchi har bir mehmonxona turi o‘z tamg‘asiga ega. O‘z firma nomini qat’iy saqlaydigan kompaniyalarning ustunligi shundaki, bir mehmonxonalar tarmog‘i xizmatidan foydalanuvchi iste’molchilar mazkur tarmoqqa kiruvchi korxona qayerda joylashganidan qat’i nazar, unda ko‘rsatiladigan xizmatlarning sifati haqida aniq tasavvurga ega bo‘ladi. Bu mehmonxonalar tarmoqlariga yangi mehmonxona ochilishidan ancha oldin uni reklama qilish va bronlashtirishni amalga oshirish imkonini beradi.

Mehmonxonalar tarmoqlaridan tashqari jahon turistik bozorida asosiy maqsadi mehmonxona biznesining eng yaxshi vakillarini birlashtirishdan iborat bo‘lgan uyushmalar ham faoliyat ko‘rsatadi. Masalan, 1928 yildan beri «Jahonning yetakchi mehmonxonalari» xalqaro korporatsiyasi dunyoning eng yaxshi mehmonxonalarini aniqlash bilan shug‘ullanib keladi. U har yili o‘zining maxsus katalogiga eng yaxshi korxonalar to‘g‘risidagi ma’lumotlarni joylashtiradi. «Jahonning eng yaxshi mehmonxonalari va kurortlari» xalqaro tashkiloti ham 30 yildan beri shunga o‘xshash faoliyatni amalga oshirib keladi. 1968 yildan «Jahonning eng osoyishta mehmonxonalari» xalqaro uyushmasi faoliyat ko‘rsatadi. Bu uyushmaning shtab-kvartirasi Parijda joylashgan. Mazkur uyushmaga a’zo bo‘lishda quyidagi uch mezonga baho beriladi: tabiiy va xushmanzara atrof muhit; mehmonxonaning o‘ziga xos qiyofaga ega bo‘lgan shinam binosi va intereri; barcha zamonaviy talablarga javob beruvchi mehmondo‘stlik, shu jumladan ovqatlanish.

Yevropa iqtisodiy hamjamiyati mehmonxonalar va restoran milliy uyushmalari konfederatsiyasi (XORTEK) Yevropadagi mehmonxona tarmoqlari hamda mustaqil mehmonxonalar va restoranlar uyushmalari faoliyatini muvofiqlashtirish masalalari bilan shug‘ullanadi.

Mehmonxonalar tarmoqlarining miqdoriy o‘sishi, ularning qo‘shilishi va birlashishi (xizmat ko‘rsatish muayyan darajada standartlashtirilganligi tufayli) turistlarning barcha rang-barang talablarini qanoatlantira olmaydi. Bu, o‘z navbatida, o‘ziga xoslikka va hech kimga o‘shamaslikka harakat qiluvchi ***kichik mustaqil mehmonxonalarning*** rivojlanishiga zamin yaratadi. Mutaxassislarning fikricha, XXI asrda aynan mana shunday, ya’ni shinam, qulay, mo‘’tadil narxlarda xizmatlar ko‘rsatadigan, ishlash va dam olish uchun barcha shart-sharoitlarga ega bo‘lgan, restoransiz (restoran mehmonxona yonida joylashgan) mehmonxonalar mehmondo‘stlik sanoatida yetakchi o‘rin egallaydi.

So‘nggi yillarda yangi ***kompyuter texnologiyalarining*** amalga joriy etilishi mehmondo‘stlik sanoati korxonalari va tashkilotlarining

professionalizmi va ish unumdorligini oshirdi, mehmonxona biznesini yuritish usulini tubdan o‘zgartirdi, korxonalarning egalariga bir qancha muammolarni hal qilish imkonini berdi va mijozlarga juda ko‘p qulayliklar yaratdi.

Iste’molchilarning talablarini qondirishga intilish turli foydalanuvchilarning ehtiyojlariga moslashishga qodir bo‘lgan amaliy dasturlarni ishlab chiqishga turtki berdi. «Mehmonxona» («Otel») dasturi mana shunday dasturlardan biridir. U turistlarni qabul qilish, joylashtirish, ovqatlantirish va ularga qo‘shimcha xizmatlar ko‘rsatish texnologik jarayonlarini avtomatlashtirishga mo‘ljallangan.

Ushbu dastur quyidagi bloklardan tashkil topgan:

- «Porte» avtomatlashtirilgan ish joyi;
- «Restoran» kichik tizimi;
- «Ombor» kichik tizimi;
- «Texnik xizmatlar ko‘rsatish» kichik tizimi;
- «Buxgalteriya hisobi» kichik tizimi.

Internet tarmog‘iga ulangan bronlash va rezervlashtirish xalqaro tizimlarining imkoniyatlaridan foydalanish mehmonxona korxonalari faoliyatida katta ahamiyatga ega. Bunday tizimlarga quyidagilar kiradi: «AMADEUS», «Worldspan», «Galileo», «Sabre», «Fidelio Hotel Bank».

3. Mehmonxona industriyasining asoschilari

Mehmonxona industriyasida uning o‘sishi va rivojlanishiga katta ahamiyat kasb etadigan qo‘yilmalar kiritgan ko‘p shaxslar bo‘lgan. Ular orasida eng ko‘p mashhurlardan XIX asr oxirida va XX asr boshlarining industriya asoschilari bo‘lgan Ellsuort Stetler, Konrad Xilton, Ernest Xenderson, Xouard Djonson va Dj. Uillard (Bill) Marriottlar bordir. Shular qatoridan Sezar Rits ismi ham o‘rin egallagan.

Sezar Rits o‘z zamonasining afsonaviy shaxsidir. Mehmonxona industriyasining boshqa asoschilarni ko‘pchiligi kabi u ham eng pastki pog‘onadan boshlagan va jonkuyarlik bilan mehnat qilishi evaziga, mehmonxona biznesini sirlarini juda tez o‘rganib kasbning eng yuqori cho‘qqilariga chiqdi. O‘z ish tajribasini u 15 yoshidan mehmonxona boshqaruvchisining shogirdi sifatida boshlagan. 19 yoshidayoq uning o‘zi Parij restoranchalaridan birini boshqarardi, lekin negadir bu ishni birdaniga tashlab ketdi va mashhur Voisin restoraniga ofitsiant yordamchisi bo‘lib joylashdi. Bu yerda u boy va mashhurlarning didlariga ma’qul bo‘lish sa’natini o‘rgandi. Juda qisqa vaqt ichida u doimiy mijozlar

to‘g‘risida hamma narsani eslab qoldi (ular nimani yaxshi ko‘radi va nimani yoqtirmaydi), va ular har doim ularga u xizmat qilishini talab qilardilar.

22 yoshida Rits Lyurensdagi (Shveysariya), o‘zi tufayli shaharni eng orbo‘li mehmonxonasi bo‘lgan Grand National Hotel ning boshqaruvchisi bo‘ladi. Ritsning o‘ziga tortuvchiligi va kashfiyotchiligi eng tanlangan mijozlarni tez jalb qilishga unga imkoniyat berdi. 11yillik muvaffaqiyatli ish faoliyatidan keyin u o‘ziga tortuvchi taklifni–yaqindagina Londonda ochilgan, lekin ishlari hali uncha yaxshi ketmayotgan Savoy Hotel tomonidan tushgan, qabul qilishga tavakkal qildi. Shunday qilib 38 yoshli Sezar Rits dunyodagi eng mashhur feshenebl otellardan birining boshqaruvchisi bo‘ldi.

Va yana bir bor uning o‘ziga tortuvchanligi va qobiliyatlari ommada munosib taassurot qoldirdi. Eng avvalo u o‘z otelini yuqori jamoaning madaniyat markazi qildi. Uning bosh-oshpazi –Agyust Eskofe bilan birga u eng ajoyib yevropa taomlarini tayyorlay oladigan, shuningdek restoranda shu taomlarga mos keluvchi muhit yarata oladigan jamoani tuzdi. U shunday bir a’nana kiritdi, unga ko‘ra mijozlar faqat kechki liboslarda kelishardi, restoranga eng yaxshi cholg‘u asbobli orkestrlarni taklif qilardi va umuman har xil maxsus jihozlar uchun mablag‘ ayamasdi. Bir kuni u suzib yuruvchi restoran atrofida haqiqiy Venesiyani – neapolitanlarning qo‘shiqlarini kuylovchi gondollari va gondolerlari bilan tashkil qildi.

Rits omma bilan aloqa qila bilish boshqaruvchining eng kerakli sifatlaridan deb hisoblardi. Uning odamlarga va ularni hohishlariga bo‘lgan e’tiborliligi menejer sa’natini yangi pog‘onaga olib chiqdi. Va shu paytgacha Rits nomi mehmonxona biznesida bashanglik va nozik didlik sinonimi hisoblanadi. U ishga butunlay, kuchini ayamasdan berilardi va 52 yoshida kuchli asab taranglashuvini boshidan kechirdi, undan keyin u o‘zini tiklay olmadi.

4. Eng zamonaviy, yirik va g‘aroyib dunyo mehmonxonalari

Institutional Investor (“Boshlovchi investor”) mahoratli jurnal har yili dunyo otellar ishi yakunlarini yilning yarmidan ko‘pini har xil qit’a otellarida o‘tkazadigan tadbirkor odamlardan so‘rov asosida tahlil qiladi va ularning eng yaxshilarini aniqlaydi.

Shunday qilib, jurnal oxirgi bir necha yil mobaynida birinchi o‘rindagi “Otel” deb Bangkokdagi “Orient” otelini nomlaydi. Uning ketidan izma-iz

gonkonglik “Regent” va gamburglik “Yier Jahreszeiten”, gonkonglik “Mandarin Oriental” va londonlik “Shangri - La” keladi.

Jurnalning oxirgi tadqiqotlari eng yaxshilar: gonkonglik “Regent Hong Kong”, los-anjeleslik “Bel-Air”, singapurlik “Shangri-La” ekanligini aniqladi.

Las –Vegasdagi (AQSH, Nevada) “MGM Cyrand” avvalgidek dunyodagi eng katta oteli bo‘lib kelmoqda. Uning xona fondi 5005 ta mehmonlar uchun mo‘ljallangan xonalardan iborat. Otel 4 ta o‘ttiz qavatlik bonodan iborat va 45,3 ga maydonni egallagan. Otelning konferens –zali 15,2 ming joyga mo‘ljallangan. Bog‘i 13,3 ga maydonga ega. Kazino 5793 m^2 joyni egallagan va to‘rtta alohida zaldan tashkil topgan. O‘rnatilgan o‘yin avtomatlari mingtagacha yetadi.

Bazele shahrida joylashgan “Drei Konige am Rhein” oteli Yevropadagi eng qadimiy otel hisoblanadi. O‘sha davr tarixchilarining ma’lumot berishicha, birinchi mijozlari uning ostonasini 1026 yildayoq bosib o‘tishgan.

Pudondagi (Xitoy) “Grand –Xayatt –Shanxay” oteli bugungi kunda shubhasiz dunyodagi eng yuqori otel hisoblanadi va 88 qavatli Chin –Mao –Tauer binosining yuqoridagi 35 qavatini egalagan.

San-Fransiskodagi “Xayatt -Ridjensi” oteli eng katta mehmonxona vestibyuliga (107 metr uzunlik, kengligi 49 metr, shiftining balandligi 52 metr) egadir.

G‘ildirakdagi mehmonxona sifatida avvalgidek “Sharqiy ekspress” Parij -Istambul e’tirof etiladi. Uning uzunligi 501 metrni tashkil etadi.

“Everest ko‘rinishi” oteli dunyodagi eng yuqori cho‘qqilik otel hisoblanadi. U Namche (Nepal) qishloqchasidan uncha uzoq bo‘lmagan joyda qurilgan. Yaxshi ob-havo sharoitida uning derazalaridan g‘aroyib Everest manzarasi ko‘rinadi. Odatda balandlik tufayli 80% mehmonlar ko‘ngil aynash, bosh og‘rig‘i va uyqusizlikdan qiynaladilar. 1 minuti 1$ lik kislorod xonalarga xizmat ko‘rsatishning eng ommaviy buyurmasi ekanligi hayratlanarli emas.

Bugungi kundagi hamma ma’lumotnomalarida Longerbayen (Svaldbar arxipelagi, Norvegiya) orolida joylashgan “Qutbiy” oteli eng shimoliy mehmonxona hisoblanadi. Arxipelag bir nechta orollardan tashkil topgan va haqli ravishda Yevropaning eng shimoliy nuqtasi hisolanadi, uning 60%i abadiy muzliklar bilan qoplangan. Otelda hamma servisning yuqori me’yorlari tadbiq etilgan.

Eng qimmat apartamentlar – “Royal-Towers” (Atlantis, Bagama) otelidagi o‘n xonalik apartamentlar – sutkasiga 25000$ ijaraga beriladi.

Istiqomat qiluvchilar xizmatida ikkita ko‘ngil yozish markazlari, bar, xona royali, idishlari sof oltindan ishlangan oshxona.

Perto-Rikodagi “Xayatt –Ridjensi Kerromar” oteli eng uzun basseynga ega. Uzunligi 541 metr. Umumiy maydoni 1,8 ga. Basseyn 5ta birlashuvchi suvda uchish joylar seksiyasi va tropik landshaft bilan o‘ralgan 14 ta sharsharadan iborat.

Las-Vegasdagi (AQSH, Nevada) “Beladjio” otel huquqini eng ko‘p sonli favoralar bezaydi. Chiroyli suniy ko‘l minglab suvini 74 metr balandlikka otuvchi favoralar bilan o‘ralgan. Favoralar ishini kompyuter tartibga soladi. Kechki va tungi paytlarda 4 mingta rang barang lampochkalardan tashkil etilgan, stereo-va ranglar musiqasi hamrohligidagi yorug‘lik yoqib qo‘yiladi.

Bali orolining janubiy qismidagi Kuta qirg‘oqlarida dunyodagi birinchi musiqaviy otel ochilgan. Bu otelning nomi “Hard Rock Beach Club” (“Rok-musiqa qasri”) o‘ziga xos: otel zamonaviy musiqaga mo‘ljallangan va ayniqsa yoshlar o‘rtasida tez ommaviylashib ketdi.

417 ta xona bir nechta har biri maxsus musiqa uslubida: ro-n-roll, blyuz, psixodelik, reggi va alternativa asosida bezatilgan qanotlarda joylashgan. Hamma xonalar yuzlab musiqa kliplari, kinolar va kompyuter o‘yinlari mavjud videodisklarni buyurtirish uchun tele-va videoavtomatlari bilan jihozlashgan. Har bir xonada istiqomat qiluvchilar xizmatiga audioavtomatlar.

Porte ustuni oldidagi o‘zgacha bezatilgan ochiq zal. Devorlar rok yulduzlar buyumlari bilan bezatilgan, markazda esa deyarli 24 soat musiqali kliplarni ko‘rsatuvchi ekran o‘rnatilgan. Kvadrat shaklidagi bar ustuni ustidan ko‘tarilgan sahnadajonli musiqa konsertlari o‘tkaziladi. Shu yo‘sinda, otel istiqomatchilari kelishlari bilan oq “Hard Rok” kafesida paydo bo‘ladilar.

“Rok-musiqa qasri”da istiqomat qilish unchalik arzon emas –xona uchun sutkasiga 150 $ va undan yuqori. Lekin bo‘sh joy deyarli bo‘lmaydi.

Sahara cho‘li bilan chegarada Tunisning eng ajoyib mehmonxonasi joylashgan. Qurilishlar qandaydir mahalliy qabilalarga tegishli va ulkan bochkalarga judayam o‘xshaydi. Diametri 2-3metr va uzunligi 3-4metr bo‘lgan “bochkalar” ham bor. Ular toshlardan qilingan va loy suvalgan. Eshiklar –diametri 50sm. bo‘lgan teshiklar. Mehmonlarga cho‘l aholisi – beduinlar xizmat qiladi.

Las-Vegasda (AQSH, Nevada) 16 ta “tematik”otellar mujassamlashgan, ularning tashqi ko‘rinishi va intereri har xil joylar va

davrlarni “xazinalar oroli”dan boshlab to “Venesiyaning o‘rta asri”gacha o‘zida aks ettiradi.

Dunyoning eng g‘arioddiy va ajoyib mehmonxonalaridan biri – “Treetops Hotel” (“Daraxt uchidagi otel”) Keniyani tabiat bog‘larining birida joylashgan. Xudi shu otelda 1952 yili Yelezaveta II Angliya qirolichasi bo‘lganligini bildi. Otelning ajoyibligi shundaki, u bu so‘zning to‘g‘ri ma’nosida daraxning ustida joylashgan va uning oynasidan yovvoiy hayvonlar suv bo‘yida yig‘ilishini tomosha qilish mumkin.

Avstraliya o‘zining Ulkan to‘siqli rifdagi g‘aroyib suv ostidagi oteli bilan g‘ururlanadi. Bu otelda mehmonlar uchun mo‘ljallangan xonalarning oynalari dengiz sathidan pastda joylashgan bo‘lib ajoyib bo‘lgan suv osti manzaralaridan bahramand bo‘lishga imkoniyat yaratadi.

Bizning kunlargacha dastlabki ko‘ranishida saqlanib qolgan turar joylardan eng qadimiysi Sen-Albans qishlog‘idagi (Angliya) turar hovlisi hisoblanadi, 795 yildagi hodisalarni yozuvli xronologiyasi uni o‘sha davrda ham borligini tasdiqlaydi va “Olishayotgan xo‘roz oldida” deb nomlangan.

Norvegiyaning Tromse shahrida joylashgan otel ham ajoiybotlardan mahrum etilmagan. Yo‘lak oldida lapland milliy libosi: ko‘k, ustida koptok kabi katta qizil pomponli qalpoq kiygan shveysar kutib oladi. Shu yerning o‘zida u ham milliy libosni kiygan ayol –laplandka. Zero shveysarlar libosi aniq chet el turistlari uchun mo‘ljallangan bo‘lsa hamki (shahardagi hamma zamonaviy kiyinishadi), shuning o‘ziyoq ma’lum bir kafiyatni paydo qilmoqda.Otel mijozi shu zahotiyoq nooddiy bo‘lgan muhitga kirishib ketadi va atrofdagi narsalarga boshqacha nazar orqali alohida qiziqish bilan qaray boshlaydi.

Kiotodagi eng qadimiy va hozirda ham o‘zining ommaviyligini yo‘qotmagan, imperator o‘zi oldiga chaqirtirgan feodallar turgan qadimiy “Nidzo dzinya” mehmonxonasi hisoblanadi (Kioto qadimda Yaponiya poytaxti bo‘lgan). O‘rta asrlar tinchsizlik davri bo‘lgan va shuning uchun ham o‘sha paytdagi mehmonxonalarni asosiy muammosi mehmonlarning xavfsizligini ta’minlashdan iborat edi. Aytish lozimki, o‘rta asr kashfiyotchilari ozmuncha bo‘lmagan aqilli qo‘llanmalarni: sirli eshiklarni, “antiakustik” zallarni (eshitish mumkin emas, umuman hech narsani eshitib bo‘lmaydi), baland tovush chiqaradigan, “kuylaydigan” pollarni (shovqinsiz o‘g‘rincha kirish mumkin emas) va hakazolarni o‘ylab topishgan. Eng qizig‘i, bu “texnik qurilmalar”ni ko‘pchiligi hozirda ishlamoqda va “Nidzo dzinya” otelining bugungi kundagi ommaviylashishiga katta hissa qo‘shmoqda.

Turizm va dam olishning eng ommalashgan oteli Haqoneda hamma istiqomatchilarga kimono ajratiladi. Bu milliy (va ancha qulay!) libosda dam olish, restoranlarga borish, raqs tushish, konsert koʻrish mumkin.

Otel mijozligiga qabul qilish maxsus marosim –oyoq kiyim almashtirish bor. Yumshoq yashil tuflida vestibyuldan to xona eshiklarigacha yurib boriladi. Bu yerda oyoq kiyim qiziliga almashtiriladi – unda faqat kirish ostonasida va yoʻlakchada yurish mumkin, lekin xonaning oʻzida (polda uxlashadi axir!) faqatgina toʻq sariq (oranjeviy) tuflida yurish mumkin.

Ryokan turdagi yapon otellari maxsus qiziqish jalb qiladi. Agar shunday aytish mumkin boʻlsa, oʻziga xos “antiotel”. Unda hamma narsa teskarisiga. Maslan, oddiy otelda kechki ovqatga tayyorgarlik koʻrib siz kostyum kiyasiz va restoranga chiqasiz. Duxi sepish, vanna qabul qilish, soqol olish – butun tualetni siz albatta oʻz xonangizda qilasiz. Ryokanda mehmonlar birga yuvinishadi, lekin hamma oʻz xonasida ovqatlanadi. Kechki (yoki peshingi) ovqatga kiyinshmaydi, aksincha yechinishadi. Aniqroq aytganda, kimanoni kiyishadi, chunki unda kostyumga qaraganda osonroq va kengroq. Oddiy otellarga kirish qismi yorqin yorugʻlashtirilgan, har xil turdagi reklamalar bilan bezatilgan, ryokanda esa toʻqish toʻsiq (odatda, bogʻli), bosh kirishga kam yorugʻlashtirilgan yoʻlcha olib boradi. Kirishda polda yumshoq tuflilar. Sizga hech qanday kalit berilmaydi xonalar qulfsiz. Har bir xona raqamlarga ega emas, balki shaxsiy atoqli nomiga ega : “Togʻ”, “Daraxt”, “Koʻl” va hakazolar. Otel mehmoni qayerda istiqomat qilishni tanlamaydi, uning uchun bu qarorni mezbon qabul qiladi. Ryokan egasi sizni oʻz uyida qabul qlayotgandek hisoblanadi, zero siz mijoz emassiz, balki mehmonsiz bu soʻzning dastlabki ma’nosida. Shuningdek menyu ham yoʻq. Mehmonlarni mezbon koʻrsatmasiga koʻra ovqatlantirishadi. Taomlar narxini ham siz butun turgan vaqtingizga natijalar kiritish payti kelganida bilasiz.

Shvesariyada alohida ommaviylikka ega Yevropaning eng yuqorida turuvchi oteli togʻlarda 3452metr balandlikda joylashgan. U yil boʻyi ishlaydi.

Afrikaning eng yuqori togʻi boʻlgan Kilamandjaroda Tanzaniyaning bir nechta yaxshi otellari muvaffaqiyatli ishlamoqda.

Kashfiyotchilik uchun, faraz qilish va botirlik uchun tadbirkorlar Braziliyaning eng yaxshi oteli deb, Manaus shaxaridan oʻn kilometr uzoqlikda, bu esa tropik changalzor bagʻrida qurilgan otelni tan olishdi. Uning binosi silindr shaklida boʻlib 135metr balandlikka ega. Otelning

cho‘milishga mo‘ljallangan basseynlar oldidan oqib o‘tadigan Amazonka suvi bilan ta’minlanadi.

Germaniyada qadimgi otellar va restoranlar juda ko‘p. Asosan Veymar shahridagi “Elefant” otelini aytib o‘tish lozim, chunki u 1521yilda tashkil qilingan. Unda hamma zamon va xalqlarning ko‘plab mashhur kishilari to‘xtagan, yozuvchilar esa o‘zining qahramonlari Veymarda va albatta shu otelda istiqomad qilishlarini yozganlar.

Otelning tiklanishidan keyin (urush uni vayron qilgandi) 1955 yilda Fridrix Shiller o‘limining 150-yilligini nishonlashga Shvesariyadan kelgan ajoyib yozuvchi Tomas Mann o‘z ismini alfavit kitobchasiga yozgan birinchi kishi bo‘ldi.

Boy xaridorlar orasida dam olishni Fransiya, Ispaniya, Italiya, Angliyadagi aristokrat saroylarida o‘tkazish moda tusiga kirdi. Saroy egalari odatdagidek juda yuqori titulli shaxslar, lekin daromadlarni ko‘paytirishga muhtojlar, mehmonlarga “mulk illyuziyasini” sotishadi: mehmonlarga xizmat shunday ko‘rsatiladiki, go‘yoki ular bu qadimiy qasrlarning mashhur egalari hisoblanadilar. Turistik biznesning bu turi ochiqdan ochiq reklama qilinadi, aniq qaysi qasr ijaraga berilayotgani haqida maxsus kanallar orqali (shu jumladan Internet orqali) bilib olishadi.

1533 yil Parijda ochilgan Tour d’argent (“Tur d'Arjan”) restorani eng birinchi restoran hisoblanadi. Ikki asr davomida u nafaqat Parijda balki butun Fransiyada ajoyib tashkilot bo‘lib kelgan.

Restoran biznesining mutaxassilariga restoran atamasi avtori mashhur tashkilotchi va oshpaz (kulinar), uni yana XVI asrda faxrli “zamonaviy restoran otasi” tituli balan taqdirlashgan inson bu M.Bulanje bo‘lishini bilish juda ham qiziq bo‘lsa kerak. O‘shanda u Bayel ko‘chasidagi 24 soat ishlaydigan taverniyani boshqarar edi. Bosh taom u restorane (mustahkamlovchi, qayta tiklovchi) deb nomlagan sho‘rva edi, shu yerdan “restoran” degan nom kelib chiqqan. Lekin Bulanje bu sho‘rva bilan cheklanib qolmadi va 1767 yili o‘zining ajoyib bo‘lgan “vino sousidagi qo‘y go‘shtidan sho‘rvasini” yaratdi. Bu taom muvaffaqiyati hamma hursandchilik kutishlarini ham oshib o‘tdi. Bulanje rivojlana borardi.

Birinchi mashhur amerikalik tavernya – “Stadt Huys” 1642 yili gollandlar tomonidan yangiAmsterdamda, o‘sha paytdagi Nyu-York shunday nomlangan. Ko‘pchilik kolonial davridagi turar joylar va tavernyalar nafaqat boy mehmondo‘stlik an’analariga ega, balki boy tarixga ham egadirlar. Gollandiyalik Ist-Ind kompaniyasi “Stadt Huys”ni ochganidan keyin bir yil o‘tar o‘tmas Bouling –Grinda “Kreiger’s Tavern” ochildi. Fuqarolik urushi davrida bu taverna “King’s Arms” deb

nomlangan va ingliz generali Geydj shtabiga aylantirilgan. Yanada qizig‘i “Fraunces Taverns” general Djordj Vashington shtabi bo‘lgan va u o‘zining tarixiy nutqini so‘zlagan joy. Ikkala tavernalar hali ham faoliyat yuritmoqda.

Dubaydan (BAA) uncha uzoq bo‘lmagan cho‘lda birinchi ekologik kurort tashkil qilindi. U yerda 25ta “lyuks” qasrlar mavjud.Loyiha asosida cho‘l hududiga harakterli o‘simlik va hayvonot dunyosini saqlab qolishdir. Har bir kottedj o‘ziga tegishli bog‘ga va basseynga ega. Mijozlarda otda sayohat uyushtirish imkoniyati yoki tuyada sayir qilish, kamondan otishni mashq qilish mumkin.

Mehmonxonalarning ichida birinchi bo‘lib, Berlindagi “Artemiziya” mehmonxonasi faqat ayollarni joylashtirishni boshlagan edi. Oz muddatdan keyin bunday kategoriyadagi istiqomatchilarga xizmat ko‘rsatishga gamburglik “Xansetin” oteli ham qo‘shildi. Bu mehmonxonalarning xizmat ko‘rsatuvchi hodimlari qa’tiy ravishda ayollardan tashkil topgan. Intererda, dizaynda mashhur ayol – rassom-bezatuvchilarning eng yaxshi erishgan yutuqlaridan foydalanilgan.

Uchinchi ming yillik mehmonxonasi haqqoniy ravishda Fors ko‘rfasining qirg‘oqlarida 30 km^2 (75akra) maydonda joylashgan “Chicago Bech Resort” mehmonxona kompleksi bo‘ldi. Majmuaning asosiy elementi besh yulduzli “Resort Hotel”, ajoyib xonalar fondiga ega, dam olish joylariga, banketlar va konferensiyalar o‘tkazish uchun markazlarga, akvaparklarga, asosiy binodan uzoqroqda bo‘lganlar uchun 21 villaga (luxury) va “Otel Minora” (“Tower Hotel”), tashqi tarafi ulkan parusni eslatuvchi, inshootlarga egalik qiluvchi. Buning hammasi sun’iy orolda joylashtirilgan. Balandligi 321metrga yaqin bo‘lgan bu binoda 200 ta juda ham shinam (super luxury) xonalar sig‘adi. Shunday qilib, “Tower Hotel” nafaqat uchinchi ming yillikka intilayotgan eng birinchi otel, balki eng yuqori mehmonxona binosidir.

Otelda joylashgan mehmonxona mijozlari orolga uch xil usulda : 28-metrlik qirg‘oq va mehmonxona o‘rtasida yotgan “bukr ko‘prikdan” foydalangan holda; doimiy ravishda shu kurs bo‘yicha suzuvchi yaxta orqali yoki vertolyot, uning qo‘nishi uchun otel korpusiga dengiz sathidan 212m balandlikda maxsus maydon tayyorlangan.

Bino cho‘qqisining bevosita yaqinida joylashgan restoran va barlariga nafaqat fors ko‘rfasidan balki amirlik mamlakatlaridan to Omondan ham mijozlar kelishadi. “Tower”ning hamma xonalarini o‘rtacha maydoni 550m^2 ga teng, dekoratsiyalangan va qadimgi haykallar va rasmlar bilan

bezatilgan, shuningdek zamonaviy rassomlarning buyuk asarlari bilan ham. Xonalar fondining oynalari ko‘rfas tomon qaratilgan.

Tayanch iboralar: Mexmenxona, mexmonxona industriyasi, qadimgi davr, urta davr, yangi davr, xozirga davr, mexmenxonalar xalkaro uyushmasi, kichik mustakil mexmonxonalar, “Mexmonxona” (“Otel”) dasturi; joylashtirish xizmati, ovkatlantirish xizmati, kushimcha xizmatlar, mexmonxona industriyasining asoschilari, mexmonxona texnologiyasi; mexmonxona mahsuli, dunyoning g‘aroyib mehmonxonalari.

Mustaqil nazorat qilish uchun topshiriq va savollar:

1. Mexmonxona industriyasining tarixiy ahamiyati
2. Xalqaro mexmonxona va restoran tarmoqlarining tashkil topishi, rivojlanish bosqichlari.
3. Turizm soxasida kichik korxonalar tarmog‘ining ahamiyati.
4. Yevropa iqtisodiyoti hamjamiyati mexmonxonalar va restoran milliy uyushmalari konferensiyasi (XORTEK) ning turizmda tutgan o‘rni.
5. Mexmonxona industriyasi kompyuter texnologiyalari ahamiyati.
6. Mexmonxonalar texnologiyasi.
7. Xalqaro mexmonxonalarning rivojlanish darajasi.
8. Dunyoning g‘aroyib mehmonxonalari haqida gapirib bering.

Mavzu 2. Zamonaviy mehmonxonalarning turlari

Reja:

1. Joylashtirish vositalari va tizimi
2. Mehmonxonalarni tavsiflovchi belgilar
3. Mehmonxonalarning funksional vazifasi

1. Joylashtirish vositalari va tizimi

Mehmonxona ishining hozirgi rivojlanishi jahon amaliyotida mijozga (mehmonxona xizmatlaridan foydalanuvchiga) mazkur xizmatlar bozorlaridagi narx-navoga qarab ko‘p variantli mehmonxona servisini taklif qiladi. Har yili ommaviy axborot vositalari ko‘p sonli mijozlarga mazkur servis turidagi faoliyatning yangi shakllari haqida ma’lumot beradi.

Bundan 100 yil oldin joylashtirish korxonalarning faqat ikkita turi mavjud bo‘lgan:

- jamiyatning oliy tabaqasi vakillari uchun hashamatli mehmonxonalar;
- aholining qolgan qismi uchun karvonsaroylar.

Vaqtini yo‘lda o‘tkazishga majbur bhlgan odamlarda tanlash imkoniyati bo‘lmagan. Bugungi kunda mehmonxona mahsulidan foydalanuvchilarga joylashtirish korxonalarining rang-barang shakllari va turlari, chunonchi, iqtisodiy klassga mansub bo‘lgan hashamatli otellar va mehmonxonalar, motellar, kempinglar va h.k. taklif qilinadi. Har bir odam o‘z didi va puliga qarab hzi uchun ma’qul variantni tanlash imkoniyatiga ega.

O‘zbekiston iqtisodiyotida bozor munosabatlari ancha jo‘shqin rivojlanmoqda. Bu mehmonxona servisida band bhlgan tijoratchilarga katta imkoniyatlar yaratmoqda. O‘zbekiston bilan chet elda mehmonxona ishini tashkil etishdagi keskin tafovutlar asta-sekin yo‘qolib bormoqda. O‘zbekiston Respublikasining mehmonxona korxonalari mijozlarga xizmat ko‘rsatish saviyasini, nomerlarning shinamligi va qulayligi darajasini, xizmat ko‘rsatuvchi xodimlarning malakasini izchil oshirib bormoqdalar.

Mehmonxona servisi korxonalarining rang-barangligi, shuningdek vaqti-vaqti bilan mehmonxona xizmati yangi-yangi turlarining paydo bo‘lishi joylashtirish korxonalari tasnifi va tipologiyasini ancha shartli qilib qo‘yadi. 24-jadvalda dunyoning aksariyat davlatlariga xos bo‘lgan 7 har xil toifa bo‘yicha mehmonxona korxonalari 9 turining solishtirma tavsifi berilgan.

Zamonaviy korxonalar vazifasiga, sig‘imiga, qavatlariga, konstruksiyasining tipiga, shinamlik darajasiga, foydalanish rejimiga (yillik, mavsumiy), joylashgan yeriga (shahar, kurort va h.k.), ular nima maqsadga mo‘ljallanganligiga, oziq-ovqat bilan ta’minlanganligiga, narx-navo darajasiga qarab farqlanadi. Loyihalash paytida bu omillarning barchasi hisobga olinadi va mehmonxona xonalarining tarkibiga, binoning memorlik-tarx tuzilishiga va shu kabilarga ta’sir ko‘rsatadi. Mehmonxonalarni tavsiflovchi asosiy belgilar: ularning sig‘imi, necha qavatdan iboratligi, vazifasi va shinamlik darajasi.

2. Mehmonxonalarni tavsiflovchi belgilar

Ma’lum joy **hududida joylashishiga** qarab mehmonxonalar:

- shaharda (shahar markazida, shahar chekkasida) joylashgan mehmonxonalarga;
- qishloqda (shu jumladan baland tog‘ hududidagi qishloqda) joylashgan mehmonxonalarga bo‘linadi.

Nomerlar fondining sig‘imi. Mehmonxona sig‘imi doimiy uxlash joylarining miqdori bilan belgilanadi. Mehmonxonalar sig‘imiga qarab turli mamlakatlarda har xil tasniflanadi. Masalan, Shveysariya va Avstriyada 100 tadan kam joyga ega mehmonxonalar kichik mehmonxona, 100-200 ta joyga ega mehmonxonalar o‘rtacha mehmonxona, 200 tadan ortiq joyga ega mehmonxonalar yirik mehmonxona; Chexiyada 120 tadan kam joyga ega mehmonxonalar kichik mehmonxona, 500 tagacha joyga ega mehmonxonalar o‘rtacha mehmonxona, 500 tadan ortiq joyga ega mehmonxonalar katta mehmonxona; AQShda 100 tadan kam nomerga ega mehmonxonalar kichik mehmonxona, 500 tagacha nomerga ega mehmonxonalar o‘rtacha mehmonxona, 500 tadan ortiq nomerga ega mehmonxonalar yirik mehmonxona hisoblanadi[1].

Bizning mamlakatimizda mehmonxonalar sig‘imiga qarab rasman tasniflanmaydi, shu bois ularni quyidagi guruhlash taklif etiladi: 150 tagacha joyga (100 tagacha nomerga) ega mehmonxonalar kichik mehmonxona, 150-400 ta joyga (300 tagacha nomerga) ega mehmonxonalar o‘rtacha mehmonxona, 400 tadan ortiq joyga (300 tadan ortiq nomerga) ega mehmonxonalar katta mehmonxona hisoblanadi.

1. Fillipovskiy Ye.Ye., Shmarova L.V. Ekonomika i organizatsiya gostinichnogo xozyaystva. M.: FiS, 2005

Jahon mehmonxona nomerlari fondi asosan kichik va o‘rtacha mehmonxonalarda joylashgan.

So‘nggi vaqtda turizmning jiddiy o‘sishi munosabati bilan hamda iqtisodiy shart-sharoitlarga ko‘ra ayrim yangimehmonxonalar sig‘imining kattalashishi qayd etilmoqda.

Katta sig‘imli mehmonxonalarning qurilishi eng avvalo iqtisodiy manfaatlar bilan belgilanadi. Agar mehmonxona sig‘imi katta bhlsa, nisbatan kuchli va zamonaviy texnologik va muhandislik uskunalarini qo‘llash maqsadga muvofiq bo‘ladi, ishchi maydonning umumiy maydonga nisbati ortadi, yordamchi maydon, shuningdek koridorlar, xollar, yo‘laklar maydoni bevosita mehmonlar ixtiyoriga beriladigan maydonga nisbatan qisqaradi, bu esa umumiy qurilish harajatlarining qisqarishiga olib keladi. Masalan, mehmonxonalarni loyihalash bilan shug‘ullanuvchi memorlarning hisob-kitoblariga qaraganda, shinamligi bir xil bo‘lgan mehmonxonalarda ularning sig‘imi 3,3 barvar (132 joydan 440 joyga) ko‘paytirilsa, har bir mehmonxona joyi uchun qurilish harajatlari taxminan 27% ga kamayadi, nomerlar miqdori 100 tadan 400 taga (ya’ni 4 baravar) ko‘paytirilsa, bu oshxona maydonini faqat 2 baravar, yordamchi xonalar maydonini esa atigi 50% ga kattalashtirishni taqozo etadi. Katta mehmonxonalarda xizmat ko‘rsatuvchi xodimlar mehnatidan nisbatan oqilona foydalaniladi; mehmonxona ma’murlari, shu jumladan katta haq to‘lanadigan ma’murlar soni ham qisqaradi; korxona harajatlarini kamaytirgan holda, mijozlarga ko‘rsatiladigan xizmatlar sonini oshirish mumkin bo‘ladi.

Ayni vaqtda, mehmonxonalar qurish va ulardan foydalanish sohasidagi milliy va xorijiy mutaxassislar mehmonxonalar sig‘imini oqilona chegaragacha oshirish kerak, aks holda ularni boshqarish juda qiyinlashishi mumkinligini qayd etmoqdalar. Asosan 2000 ta joy mana shunday chegara deb hisoblanadi. Katta sig‘imli mehmonxona qurish talab etilgan hollarda odatda mehmonxona komplekslari qurishga o‘tiladi.

Asosiy (nomerlar fondida ko‘rsatiladigan) pullik xizmatlarga belgilangan *narx-navo darajasiga* qarab, mehmonxonalar[2]:

- byudjet mehmonxonalariga (25-35 AQSH dollari);
- iqtisodiy mehmonxonalarga (35-55 AQSH dollari;
- o‘rtacha mehmonxonalarga (55-95 AQSH dollari);
- birinchi toifali mehmonxonalarga (95-195 AQSH dollari);
- apart-otellarga (65-125 AQSH dollari);

1. Kabushkin N.I., Bondarenko G.A. Menedjment gostinits i restoranov. Minsk, Novoye znaniye, 2001.

- lyuks-otellarga (125-525 AQSH dollari) bo‘linadi.

Mijozlarning *yashash muddatiga* qarab:

- uzoq muddat yashashga mo‘ljallangan;
- qisqa vaqt yashashga mo‘ljallangan mehmonxonalar farqlanadi.

Yil davomida faoliyat ko‘rsatish muddatiga qarab:

- yillik (butun yil mobaynida ishlaydigan) mehmonxonalar;
- mavsumiy (yozda, qishda ishlaydigan) mehmonxonalar farqlanadi.

Mehmonxonalarda yashovchilarni ovqatlantirish usuliga qarab:

- to‘liq pansion bilan ta’minlovchi mehmonxonalar;
- faqat nonushta beradigan mehmonxonalar;
- ovqatlanishni taklif qilmaydigan (qoida tariqasida, o‘z gastronomik ishlab chiqarishi, ya’ni restorani yoki boshqa korxonasi yo‘qligi tufayli) mehmonxonalar farqlanadi.

Qavatlilik. Jahon amaliyoti bir-ikki qavatli mehmonxonalardan boshlab 40 qavatgacha bo‘lgan va undan baland mehmonxonalar qurilishini ko‘rsatadi. Mehmonxonalarning qavatliligi masalalari muayyan mamlakatdagi iqtisodiy, shaharsozlik shart-sharoitlariga, bu yerda amal qiluvchi normativ talablarga, bu mamlakatda qo‘llaniluvchi konstruksiyalar va qurilish materiallariga, binolarni qurish metodlariga bog‘liq bo‘ladi.

Hozirda:

- Rossiyada – 5-16 qavatli;
- Chexiyada – 8-14 qavatli;
- Vengriyada kichik shaharlarda – 4-5 qavatli, katta shaharlarda va kurortlarda – 6-11 qavatli;
- Germaniyada – 8-10 qavatli;
- Angliyada – 10-15 qavatli mehmonxonalar qurish ayniqsa keng tarqalgan.

Mehmonxonalarning binolari qavatliligiga qarab quyidagi guruhlarga ajratiladi:

- kam qavatli (1-2 qavat) mehmonxonalar;
- qavatliligi hrtacha (3-5 qavat) mehmonxonalar;
- qavatliligi katta (6-9 qavat) mehmonxonalar;
- ko‘p qavatli (1 toifa – 10-16 qavat; 2 toifa – 17-25 qavat; 3 toifa – 26-40 qavat) mehmonxonalar;
- baland (40 dan ortiq qavatli) binolar.

Mehmonxonalar binolarining guruhlarini belgilash uchun odamlarning yong‘indan xavfsizligini ta’minlash chora-tadbirlari asosiy omillardan biri

hisoblanadi. Bu chora-tadbirlar binoning memorlik-tarx, konstruktiv va muhandislik-texnologik yechimlariga ta’sir ko‘rsatadi, xususan, yong‘in chiqqan hollarda odamlarni evakuatsiya qilish sistemasini, signalizatsiya, tutunni aniqlash va tutunni chiqarish, o‘t o‘chirish sistemalari miqdori va turlarini belgilaydi. Zinalar miqdoriga, umumiy koridorlar kengligiga, zina maydonchasidan yoki binodan chiqish joyidan nomer eshigining uzoqda joylashganligiga qarab yong‘inga qarshi xavfsizlik talablari qattiqlashib boradi.

Yong‘in xavfsizligini ta’minlash maqsadida ikki va undan ortiq qavatli milliy mehmonxonalarda zinalar ikkitadan kam bo‘lmasligi tavsiya etiladi. Zina maydonchasidan yoki binodan chiqish joyidan nomer eshigining maksimal uzoqligi tartibga solinadi (nomer ikki zina oralig‘ida joylashgan taqdirda 40m gacha, nomer boshi berk koridorda yoki galereyada joylashgan taqdirda esa – 25m gacha). Umumiy koridorlarning uzunligiga qarab ularning kengligi qabul qilinadi: umumiy koridor uzunligi 40m gacha bhlgan hollarda 1,6m, umumiy koridor uzunligi bundan ortiq bo‘lgan hollarda esa – 1,8m. Umumiy koridorlarni bir-biridan uzog‘i bilan 30m oraliqda joylashgan o‘zi berkiladigan, tutun o‘tkazmaydigan eshikli yopmalar bilan bo‘limlarga ajratish talab etiladi.

Sig‘imi uncha katta bo‘lmagan (taxminan 50 joydan iborat) kam qavatli mehmonxonalarning binolari mamlakatimizda asosan viloyat miqyosidagi shaharlarda va shaharchalarda quriladi.

Ko‘p qavatli mehmonxonalar qurishni odatda shaharsozlik tartibi taqozo etadi. Bunday mehmonxonalarning binolarida odamlarning yong‘indan xavfsizligini ta’minlash chora-tadbirlari, vertikal transport, muhandislik kommunikatsiyalari masalalari va boshqa shunga o‘xshash masalalar alohida ahamiyat kasb etadi. Yong‘in xavfsizligini ta’minlash uchun har xil tutunni aniqlash, yong‘in signalizatsiyasi va o‘t o‘chirish avtomatik sistemalari qo‘llaniladi; evaukatsiya yo‘llarining ishonchliligiga alohida e’tibor beriladi. Yong‘inda bir yerda tutun to‘planishi ayniqsa xavflidir. Shu bois 10 qavatli va undan baland mehmonxonalarda zina maydonchalarining yarmi tutun to‘planmaydigan qilib quriladi. Bunday zina maydonchalaridan odamlarni binodan evakuatsiya qilish hamda o‘t o‘chirish komandalari tomonidan qutqarish ishlarini amalga oshirish uchun foydalaniladi. Mazkur zina maydonchalarida tutun to‘planmasligi ularda balkon yoki lodjiyaga chiqish yo‘llari qurish, ya’ni havo zonasi hosil qilish orqali ta’minlanadi. Bu yong‘in chiqqan hollarda tutun bosgan qavatning umumiy koridori va xollidagi tutun zina maydonchasiga o‘tishining oldini olishga xizmat qiladi.Tutun qavatlar bo‘ylab tarqalishining oldini olish

uchun havo tortilishi liftlarning shaxtalarida ham ta’minlanadi. Bundan tashqari, 10 qavatli va undan baland mehmonxonalarning binolarida o‘t o‘chiruvchilarni tashishga mo‘ljallangan yuk va yo‘lovchi liftlari bo‘lishi shart. 16 qavatdan baland mehmonxonalarda yong‘indan qo‘riqlash idoralari bilan kelishilgan qo‘shimcha yong‘inga qarshi chora-tadbirlari qo‘llaniladi.

Loyihalashtirilayotgan mehmonxonaning oqilona qavatliligini tanlash ancha murakkab vazifa bo‘lib, u har bir muayyan holatda juda ko‘p, ba’zan bir-biriga zid omillar: mehmonxonaning sig‘imi, shaharsozlik shart-sharoitlari, normativ talablar, konstruksiyalar, texnik-iqtisodiy mezmonlar va hokazolardan kelib chiqib hal qilinadi.

Har xil sig‘imli mehmonxonalarning binolari uchun oqilona qavatlilikni belgilash hamda bu qavatlilik o‘zgargan holda bir joyning qurilish qiymatidagi o‘zgarishlarni aniqlash jiddiy ilmiy ishlovlarni amalga oshirishni taqozo etadi. Ammo olimlarning tadqiqotlari so‘nggi vaqtda mehmonxonalarning har bir sig‘imi uchun binolarning oqilona qavatliligi, binobarin, turar joy korpusining uzunligi ham mavjud deb hisoblash imkonini beradi. Mehmonxonalarning qavatliligini oqilona darajadan oshirish qurilish bahosining oshishiga olib keladiki, buni loyihalash chog‘ida inobatga olish zarur.

Mehmonxonalarning shinamlik darajasi ularning texnik jihozlanishi, nomerlar fondining tarkibi va sifati, ko‘rsatiladigan xizmatlar to‘plami bilan belgilanadi. Aksariyat mamlakatlarda mehmonxonalar shinamlik darajasiga qarab tasniflanadi. Chet elda bunday tasniflashga nisbatan yondashuvda hozir ikkita asosiy yo‘nalish mavjud. Bir yo‘nalish «statik» belgilarni, ya’ni vanna va hojatxonali nomerlarning qat’iy belgilangan foiz nisbatini, mehmonxonada usti berk basseyn, sauna va boshqa shunga o‘xshash xizmatlarning mavjudligini, mehmonxona sig‘imi bilan xizmat ko‘rsatuvchi xodimlar miqdori o‘rtasidagi ma’lum nisbatni va boshqa shunga hxshash holatlarni birinchi o‘ringa qo‘yadi. Bu yo‘nalish nisbatan yangi moddiy negizga qarab mo‘ljal oladi. Ikkinchi yo‘nalish «dinamik» omillarni, ya’ni servis xizmatini birinchi o‘ringa qo‘yadi. Bu yo‘nalish tarafdorlarining fikricha, mijozlarga lozim darajada xizmat ko‘rsatilmagan taqdirda, joylashtirish vositalari nisbatidagi qat’iy tenglik mehmonxonaning sifat standartiga muvofiqligini amalda ta’minlay olmaydi. Masalan, Shveysariyadagi mehmonxonalar tasnifi mana shu yo‘nalishga kiradi.

Mehmonxonalarni shinamlik darajasiga qarab tasniflash, bu darajalarni belgilash masalasiga nisbatan har xil yondashuv hamda

aksariyat mamlakatlarda shinamlik darajasi bir xil mehmonxonalarga qo‘yiladigan talablarning har xilligi xalqaro turistik safarlarni tashkil etish chog‘ida jiddiy qiyinchiliklar tug‘diradi, mehmonxonalarning sifati va shinamlik darajasi to‘g‘risida qo‘shimcha axborot olishni taqqozo etadi. Bunday ko‘rsatkichlarni bir xillashtirishga va shinamlik darajasi bir xil mehmonxonalarga nisbatan yagona talablarni ishlab chiqishga bo‘lgan urinishlar hozircha muvaffaqiyat keltirgani yo‘q.

Katta sig‘imli, shinamlik darajasi baland bo‘lgan zamonaviy mehmonxona bugungi kunda ancha murakkab kompleks organizmga aylandi. Bu kompleks tarkibiga har xil vazifani bajaruvchi turli-tuman binolar va xonalar, chunonchi: turar joy binolari, mijozlarni qabul qilish va ularga xizmat ko‘rsatish, umumiy ovqatlanish, ommaviy-madaniy, maishiy xizmat ko‘rsatish, ma’muriy binolar va xonalar, xizmat, xo‘jalik, yordamchi, texnik binolar va xonalarning rivojlangan tarkibi kiradi. Bugungi kunda ishga doir uchrashuvlar uchun mo‘ljallangan binolar (konferens-zallar yoki ko‘p funksional foydalanish uchun mo‘ljallangan zallar), kinokonsert zallari, bal zallari, bank bo‘limlari, basseynlar, saunalar, sport zallari, kegelbanlar, ko‘rgazma tashkil etishga mo‘ljallangan binolar, savdo korxonalari, garajlar ham zamonaviy mehmonxonalar tarkibidan keng o‘rin olmoqda.

Odatda mehmonxonalarning har xil binolari va xonalari ma’lum funksional belgilariga qarab guruhlanadi. Bunday belgilar mehmonxonalarning binolari va xonalari o‘rtasida sanitariya-gigiyena va yong‘in xavfsizligi talablariga javob beruvchi, mehmonxonadan foydalanishning qulayligini va unda yashashning shinamligini oshiruvchi qat’iy texnologik aloqalarni tashkil etish imkonini beradi. Turli binolar va xonalarning hzaro aloqasini to‘g‘ri tashkil etishning qiyinligi shundaki, mehmonxonada yashovchi odamlar murakkab kompleks organizmning kundalik mehnatini ko‘rmasliklari, balki faqat bu mehnat natijalaridan bahramand bo‘lishlari kerak.

Mehmonxonaning shinamlik darajasi qancha yuqori va sig‘imi qancha katta bo‘lsa, uning tarkibiga shuncha ko‘p har xil xonalar va binolar kiradi va u shuncha murakkab funksional tuzilmaga ega bo‘ladi.

Jahon mehmonxonalarni loyihalash va qurish amaliyotida ularni tashkil etishning har xil funksional sxemalari qhllanadi. Ammo bu sxemalarning barchasi mehmonxonalarda sodir bo‘luvchi murakkab texnologik jarayonlardan kelib chiqib tuziladi. Mehmonxona korxonasi aniq va qat’iy ishlashi uchun yuqorida zikr etilgan jarayonlarning talablariga rioya qilish zarur. Ayni vaqtda, mehmonxonalarning ichki

faoliyatini tashkil etish prinsiplarida umumiy jihatlar ham bisyor, chunki mehmonxonalardagi binolar va xonalarning asosiy guruhlari taxminan bir xil. Shu bois har xil sig‘imli mehmonxonalarni funksional tashkil etishning prinsipial sxemalarini ishlab chiqish mumkin.

Binoga kirish joylarining miqdori mehmonxonani funksional tashkil etish uchun muhim ahamiyatga ega. Katta sig‘imli va shinamlik darajasi yuqori bo‘lgan mehmonxonalar odatda 3-4 ta kirish joyiga ega bo‘ladi:

- asosan mijozlar va boshqa mehmonlar foydalanuvchi *asosiy kirish joyi* (zamonaviy mehmonxonalarda bu kirish joyining usti avtomashinadan tushib binoga kirishni ta’minlovchi soyabon bilan thsilgan bo‘ladi);
- asosan shaharliklar foydalanuvchi *umumiy ovqatlanish korxonalariga kirish joyi*;
- mexmonxona va ovqatlanish bloki *xodimlari uchun mo‘ljallangan bir yoki bir nechta kirish joylari*;
- mehmonlar bagajini olib kirish va olib chiqishga mo‘ljallangan *maxsus kirish joyi*.

Bundan tashqari, mehmonxonaning xo‘jalik maqsadlari uchun mo‘ljallangan hovlisida yuklash-yuk tushirish maydonchasi (debarkader) bo‘lishi kerak. Bu hovli orqali mehmonxonaga toza choyshab, mebel, har xil ashyolar, muhandislik uskunalari, umumiy ovqatlanish korxonalari uchun xom ashyo va mahsulotlar olib kelinadi, shuningdek mehmonxonadan kir choyshablar, oziq-ovqat mahsulotlari chiqindilari, bo‘sh idishlar, axlat olib ketiladi. Respublikamizda amalda bo‘lgan sanitariya-gigiyena talablariga muvofiq, toza choyshab va mahsulotlarni tushirish kir choyshab, oziq-ovqat mahsulotlari chiqindilari va axlatni yuklashdan alohida joyda amalga oshirilishi lozim. Yirik shaharlarda, ba’zan kurortlarda joylashgan zamonaviy mehmonxonalarda xo‘jalik maqsadlari uchun mo‘ljallangan hovli ko‘pincha usti berk qilib quriladi va binoning poypesh yoki yerto‘la qavatida joylashtiriladi. Bunday hovli puxta rejalashtirilib qurilgan hollarda hovliga kiruvchi va undan chiquvchi avtomashinalarning marshrutlari mos kelmaydi va kesishmaydi.

Kichik sig‘imli mehmonxonalarda ba’zan ikkita kirish joyi: asosiy kirish joyi va maishiy xizmat khrsatish xonalariga kirish joyi, shuningdek xo‘jalik maqsadlari uchun mo‘ljallangan hovlida yuklash va yuk tushirish maydonchasi qurish bilan kifoyalanadilar.

Mehmonxonalarning har xil binolari va xonalari o‘z funksional vazifasiga qarab mehmonxonaning turar joy, umumiy va xizmat ko‘rsatish-xo‘jalik qismlariga birlashtiriladi. Bu qismlar har xil joylashtirilishi hisobiga mehmonxonalarning hajm va maydon tuzilishi

ham har xil bo‘ladi. Mehmonxonalarni loyihalash va qurish amaliyotida bir nechta shunday tuzilishlar yuzaga kelgan. quyida ularning asosiylarini ko‘rib chiqamiz.

Joylashgan yeriga qarab, mehmonxonalarning quyidagi turlarini ajratish mumkin:

- shahar markazidagi mehmonxonalar;
- yo‘l chetidagi, qoida tariqasida, kam qavatli, usti ochiq avtoqo‘nalg‘ali mehmonxonalar;
- shahar chetidagi va aeroportlardagi mehmonxonalar;
- suzib yuruvchi mehmonxonalar – dengiz, daryo yoki ko‘l qirg‘og‘i yaqinida turistlarni joylashtirish va ular dam olishi uchun mehmonxona tarzida jihozlangan suzish vositalari. Zarur holda bunday mehmonxona turistlar bilan birga suv bhylab boshqa qo‘nalg‘aga ko‘chirilishi mumkin.

Ko‘rsatiladigan xizmatlar darajasi, assortimenti va bahosiga qarab, mehmonxonalar bir necha turga bo‘linadi:

- arzon mehmonxonalar yoki ko‘rsatiladigan xizmatlar miqdori cheklangan mehmonxonalar (bunday mehmonxonalar qoshida ovqatlanish korxonalari bo‘lishi shart emas);
- «lyuks» mehmonxonalar – alohida loyihaga ko‘ra qurilgan, mebeli sifatining yuqoriligi bilan ajralib turuvchi, xonalari yaxshi jihozlangan, qoida tariqasida, xizmat ko‘rsatuvchi xodimlari miqdori nomerlari soniga nisbatan ko‘proq bo‘lgan mehmonxonalar.

Mehmonxonalarni shuningdek ularda harakat vositalari (transport)ning mavjudligiga, mulk shakliga (munitsipal, davlat, xususiy, ijaraga olingan va h.k.) qarab ham tasniflash mumkin.

3. Mehmonxonalarning funksional vazifasi

Mehmonxona – bu butun kun davomida murakkab texnologik jarayon sodir bo‘luvchi bino (yoki binolar majmui) bo‘lib, unda mijozlarga nomerlar (yoki nomerlardagi joylar) berilishi, shuningdek mehmonxona mahsulidan shinam, qulay va xavfsiz foydalanishga yo‘naltirilgan qo‘shimcha xizmatlar ko‘rsatilishi kafolatlanadi.

Zamonaviy mehmonxona faqat yashash joyi bo‘lib xizmat qilmaydi. Ko‘pincha nomerlar fondining bir qismidan firmalar va muassasalarning ofislari, vaqtinchalik vakolatxonalari sifatida ham foydalaniladi.

Mehmonxonalarda bugungi kunda har xil mijozlar:

- turli anjumanlar, kongresslar, simpoziumlar, yarmarkalarning ishtirokchilari;
- musobaqalar, tanlovlarning ishtirokchilari;
- xizmat bo‘yicha, davolanish, dam olish uchun tashrif buyurgan alohida fuqarolar;
- davlat doirasida ma’lum marshrut bo‘yicha ketayotgan, chet eldan kelgan turistlar va h.k. joylashtiriladi.

Mijozlar ehtiyojidan kelib chiqib, mehmonxonalar har xil funksional vazifalarni bajaradi va ularga har xil talablar qo‘yiladi. Bunday mehmonxonalarda mijozlar bilan ishlash ular bo‘ysunuvchi idoralar rahbariyati tomonidan tasdiqlangan mehmonxona xizmatlari ko‘rsatish qoidalariga asosan amalga oshiriladi. Ammo mazkur mehmonxonalarda amal qiluvchi qoidalarning birorta ham bandi

O‘zbekiston Respublikasining mehmonxona biznesini tashkil etish bo‘yicha qonun hujjatlariga zid bo‘lmasligi kerak. Funsional vazifasiga qarab mehmonxonalar:

- ishbilarmonlar uchun – umumiy tipda, idoraviy, yig‘ilishlar, kengashlar va h.k. uchun;
- dam olish uchun mehmonxonalar – turistik, kurort mehmonxonalari, avtoturistlar uchun, motellar, kempinglar;
- mehmonxonalarning maxsus turlari – tranzit yo‘lovchilar uchun, sportchilar uchun va boshqalar uchun quriladi.

Mamlakatimizda asosan ma’lum ish yuzasidan nisbatan qisqa muddatga keluvchi odamlarga, shuningdek har xil maqsadda sayohat qilayotgan fuqarolarga mo‘ljallangan umumiy tipdagi mehmonxonalar ayniqsa keng tarqalgan. Bunday mehmonxonalar shaharning markaziy qismida, jamoat, ma’muriy, savdo markazlari yaqinida joylashadi va shaharning turli tumanlari bilan yaxshi transport aloqasini nazarda tutadi. Mazkur mehmonxonalar odatda maxsus ko‘kalamzorlashtirilmagan nisbatan kichkina yer maydonlariga ega bhladi. Belgilangan normalarga ko‘ra, yer maydoni hajmi mehmonxona sig‘imiga qarab bir joyga 15-55 m ni tashkil etadi.

Umumiy tipdagi mehmonxonalarning nomerlar fondi asosan bir, ikki o‘rinli va khpincha uch hrinli nomerlardan tashkil topadi. Bu nomerlarda, qoida tariqasida, ishlash uchun joy mavjud bo‘ladi. Bir qancha mehmonxonalarda bir o‘rinli nomerlar miqdori nomerlar fondining 40-50% ni tashkil etadi. Mehmonxonalarda aloqa bo‘limi, ayrim hollarda – bank bo‘limi ishlab turadi, muzokara va yig‘ilishlar o‘tkazish uchun alohida joylar nazarda tutiladi.

Idoraviy mehmonxonalar umumiy tipdagi mehmonxonalarning bir turi hisoblanadi. Bunday mehmonxonalar asosan ma’lum idora, muassasa yoki korxonaga ish yuzasidan tashrif buyurgan odamlar yashashi uchun mo‘ljallanadi. Idoraviy mehmonxonalar tegishli idora yaqinida yoki jamoat transporti yaxshi qatnaydigan joyda quriladi. Bunday mehmonxonalarda umumiy xonalar thplami ko‘pincha ancha cheklangan, hzi xizmat ko‘rsatuvchi korxona turiga va undagi umumiy ahamiyatga molik xonalar tarkibiga bog‘liq bo‘ladi.

Chet elda **anjumanlar uchun mo‘ljallangan maxsus mehmonxonalar** qurish keng tarqalgan. Bunday mehmonxonalar odatda «kongress-otel» yoki «konferens-otel» deb nomlanadi. Chet elda shuningdek ishbilarmonlar uchun ham maxsus mehmonxonalar – «biznes-otellar» quriladi. Odatda bu mehmonxonalarning shinamlik darajasi juda yuqori bo‘ladi. Ularda kongresslar o‘tkazish uchun zallar, majlislar, konferensiyalar, simpoziumlar uchun alohida joylar, har xil turdagi restoranlar, aloqa va bank bo‘limlari, teletayp, teleks, basseynlar, saunalar, kegelbanlar faoliyat ko‘rsatadi.

Ishbilarmon odamlar uchun mo‘ljallangan mehmonxonalarda kichik majlislar, savdo operatsiyalari o‘tkazish, mahsulotlarning namunalari ko‘rgazmalarini tashkil etish, firmalarning vakolatxonalarini joylashtirish uchun mo‘ljallangan joylar, ayrim hollarda transformatsiya qilinadigan – ularda kelgan odamlarni qabul qilish, kichik muzokaralar o‘tkazish imkonini beradigan nomerlar ham nazarda tutiladi.

Turistik mehmonxonalar faol dam olayotgan turistlar uchun mo‘ljallanadi. Mamlakatimizda bunday mehmonxonalar asosan uyushtirilgan gruppaviy turizm – ekskursiya va sport turizmi uchun mo‘ljallangan.

Turistik mehmonxonalar shaharda, shahar tashqarisida, turistik ob’ektlar yaqinida, yaxshi tabiiy omillarga ega joylarda, ko‘pincha yashil massivlar yaqinida quriladi.

Turistik mehmonxonalar, shuningdek kurort mehmonxonalari yer maydonlarining hajmi umumiy tipdagi mehmonxonalarning yer maydonlaridan ancha katta bo‘ladi (1 mingtagacha o‘rinli mehmonxonalarda bir o‘ringa 75m^2 va 1-2 ming o‘rinli mehmonxonalarda bir o‘ringa 65m^2). Kurort mehmonxonalari va turistik mehmonxonalarning, kurortlarda va dam olish zonalarida joylashgan motellar va keminglarning ko‘kalamzorlashtirilgan yer maydonlari jami yer maydonining kamida 5% ni tashkil etishi kerak.

Mehmonxonalarning yer maydonlarida sport maydonchalari (bir o‘ringa 8-10m^2 hisobidan), bolalarning o‘yin maydonchalari va soyabonlar joylashadi. Shovqindan saqlanish uchun turistik mehmonxonalar va kurort mehmonxonalarining korpuslari transport qatnaydigan ko‘chalar va yo‘llardan kamida 50m uzoqda quriladi. Bu khchalar va yo‘llar yoqasida daraxt ko‘chatlari ekish nazarda tutiladi.

Ko‘pchilik oilaviy dam olishni yoqtirganligi uchun turistik mehmonxonalarda asosan ikki hrinli nomerlar nazarda tutiladi. Nomerda odatda kunduzgi dam olish zonasi ajratiladi. Bu zona lodjiya yoki balkonni ham o‘z ichiga oladi. Yoshlar turizmi uchun mo‘ljallangan mehmonxonalarda tejamkorlikni oshirish va yashash uchun to‘lanadigan haqni kamaytirish maqsadida ba’zan beshta va undan ortiq odamga mo‘ljallangan umumiy yotoqxona ko‘rinishidagi nomerlar nazarda tutiladi. Turistik mehmonxonalardagi umumiy ahamiyatga molik binolar va xonalar asosan dam olish uchun mo‘ljallangan bhladi (khp funksiyali zallar, xollar, kaminli zallar va h.k.). Umumiy ovqatlanish korxonalari orasida ba’zan «ko‘ngilochar ovqatlanish» korxonalari (raqs barlari, varete va h.k.), tez va arzon xizmat khrsatish korxonalari (ekspress-kafe, oshxona va sh.k.), ba’zan o‘ziga o‘zi xizmat khrsatish korxonalari ham bo‘ladi.

Turistik mehmonxonalarning o‘ziga xos xususiyati shundan iboratki, ularda turistik xizmatlar khrsatish joylari, shuningdek turistik-uslubiy va instruktorlar xonalari (instruktorlar turistik guruhlar bilan metodik ish olib borishi uchun) mavjud bo‘ladi. Bunday xonalar majmui turistik marshrut turiga va mazkur marshrut bhylab turistlarning harakatlanish usuliga bog‘liq.

Turistik-sport mehmonxonalarida turistik va sport anjomlari va jihozlari (chang‘i, konki, chana, ov va baliq ovi anjomlari, qayiqlar, baydarkalar va h.k.)ni ijaraga berish shoxobchalari nazarda tutiladi. Turistik-sport mehmonxonasining xususiyatiga qarab, bunday shoxobchalar to‘plami har xil bhlishi mumkin. Shunga hxshash anjomlarni ijaraga berish shoxobchalari kurortlar va dam olish zonalarida joylashgan motellar va kempinglarda ham bo‘lishi mumkin.

Qoida tariqasida, bunday mehmonxonalarda ko‘rsatiladigan xizmatlar to‘plami yaxshi rivojlangan, umumiy ovqatlanish korxonalari ancha rang-barang bo‘ladi. Ularda «ko‘ngilochar ovqatlanish» korxonalari (kunduzgi va tungi barlar), do‘konlar, kiosklar va h.k. ishlab turadi. Shinamlik darajasi yuqori bo‘lgan mehmonxonalarda basseynlar, saunalar, kegelbanlar, barlar, restoranlar, madaniy hordiq markazlari ham bo‘ladi.

Turistik mehmonxonalarni turizmning madaniy va ma’rifiy turlarini ma’qul ko‘ruvchi, shinamlik va xizmat ko‘rsatish darajasiga ancha katta talablar qo‘yuvchi turistlar harakatlanadigan marshrutlarda joylashtirish lozim. Bundan tashqari, turistik mehmonxonalardan avtoturizm, sport va transport turizmining ayrim turlari bilan shug‘ullanuvchi, kongresslar, festivallar va anjumanlarga keluvchi, shuningdek har xil aralash turistik sayohatlar chiquvchi mijozlarni qabul qilish va ularga xizmat khrsatish uchun ham foydalanish mumkin.

Marshrutda joylashishiga qarab, turistik mehmonxonalar asosiy muassasalar (to‘g‘ri va halqali marshrutlardagi boshlang‘ich yoki oxirgi punktlar) sifatida yoki marshrut o‘rtasida turistlar nisbatan uzoq dam olishi uchun mhljallangan oraliq muassasalar sifatida faoliyat ko‘rsatadi.

Foydalanishning mavsumiyligiga qarab, mehmonxonalarning mazkur turidan, qoida tariqasida, butun yil davomida foydalanishga mo‘ljallangan doimiy turizm muassasasi sifatida foydalaniladi.

Mehmonxonalarning funksional o‘ziga xosliklari ularni barcha loyihalash-qurilish hududlarida va iqlimiy kichik hududlarda loyihalash, qurish va ulardan foydalanish imkonini beradi.

Turistik bazalar, dam oluvchilarning muayyan tarzda tartibga solingan kontingentiga, yuklash, foydalanish va ish tartibiga ega bo‘lgan turistik muassasalarning an’anaviy turi sifatida, asosan maxsus ishlab chiqilgan va jihozlangan piyoda, chang‘i, suv, tog‘, ot, chana, velosiped, avtobus trassalari yoki aralash turistik trassalardan o‘tkazilgan marshrutlar bo‘ylab sayohat qiluvchi rejali (qisman – mustaqil) turistik guruhlarni dam olishga qabul qilish va xizmat ko‘rsatish uchun mo‘ljallanadi.

Turistik bazalar odatda shahar yaqinidagi dam olish zonalarida, turistik-sog‘lomlashtirish hududlari yoki komplekslari tarkibida joylashadi. Ammo tegishli tarzda iqtisodiy asoslantirilgan hollarda turistik bazalarni o‘ziga xos ekskursiya ob’ektlariga va faol dam olish uchun tabiiy-iqlimiy shart-sharoitlarga ega bhlgan aholi kam yashaydigan joylarda (yaxshi transport qatnovini ta’minlagan holda) ham qurish mumkin.

Qoida tariqasida, turistik bazalardan radial, to‘g‘ri va halqali marshrutlar bo‘ylab sayohatlar tashkil etishda asosiy turistik muassasalar sifatida foydalaniladi. Bunda asosiy kontingent bazaning o‘zida uzoq vaqt (4-10 kun) yashaydi. Shu bois turistik bazalar turistik marshrutlarning boshlang‘ich yoki oxirgi punktlarida sport turizmi yoki ma’rifiy turizm uchun yoki bhlmasa aralash turistik sayohatlar uchun quriladi.

Chet elda turistik bazalardan foydalanish tajribasi shuni ko‘rsatadiki, ular turistik pansionat prinsipiga khra faoliyat ko‘rsatishi, ya’ni «qizg‘in»

mavsumlarda mustaqil tarzda kelgan turistlarni yo‘llanma bilan cheklanmagan muddatga qabul qilishi va ularni barcha zarur turistik xizmatlar bilan ta’minlashlari mumkin. Bunday turistik bazalar mamlakatimizda hozircha tarqalmagan, ammo kelajakda ular mustaqil tarzda sayohat qiluvchi turistlarning dam olishini tashkil etish muammosini hal qilishga ko‘maklashishi mumkin.

Joyning tabiiy-iqlimiy va jug‘rofiy omillari ta’siri, shuningdek bunga bog‘liq tarzda turizmning muayyan turiga ixtisoslashish turistik bazalarning memorlik-tarx yechimlarini tanlashda individual yondashuvni taqozo etadi. Bunda quyidagi tabaqalanishga amal qilish maqsadga muvofiq bo‘ladi: *tog‘* hamda *tog‘ chang‘i sporti* turistik bazalari, *tekislikdagi* hamda *dengiz, daryo yoki khl bo‘yidagi* turistik bazalar, shuningdek bevosita akvatoriyalarda joylashgan *suv sporti* turistik bazalari (akvatellar, flotellar, marinalar va sh.k.).

Joylashtirish ob’ektlarini loyihalash, qurish va ulardan foydalanish amaliyotining tahlili shuni ko‘rsatadiki, yil bo‘yi ishlaydigan turistik bazalar hududida asosan yozda foydalanishga mo‘ljallangan yozgi pavilonlar, kottejlar, shalelar qurish, palatkalar va boshqa statsionar yoki yig‘ma joylashtirish vositalarini o‘rnatish maqsadga muvofiqdir. Turistik bazaning sig‘imini mavsumiy kengashtirish imkoniyati loyihalash bosqichidayoq qo‘shimcha maydonlar ajratish orqali nazarda tutilishi lozim.

So‘nggi yillarda turistik bazalar (turistik mehmonxonalar)ni bevosita memorlik yodgorliklari – binolarda hamda tarixiy diqqatga sazovor joylarda tashkil etish va turistlarni qabul qilish keng tarqalmoqda. Bu maqsadda eski binolar, memorlik ansambllari restavratsiya qilinmoqda, yangi funksional vazifasiga qarab ularning tarxini qisman o‘zgartirish amalga oshirilmoqda. Bunday hollarda turistik bazalar joylashtirish vositalari, hziga xos turistik xizmatlar ko‘rsatish, shuningdek namoyish etish ob’ektlari funksiyalarini o‘zida mujassamlashtiradi va ekzotik yo‘sindagi turistik ehtiyojlar qondirilishini ta’minlaydi. Turistik faoliyatning mazkur turi muhim tarixiy va madaniy merosni saqlab qolish imkonini beradi.

Kurort mehmonxonalari bir joyda nisbatan uzoq vaqt dam olish uchun mo‘ljallanadi. Ayrim hollarda bunday mehmonxonalarda profilaktik davolanish yoki shifo olish imkoniyati ham nazarda tutilishi mumkin. Buning uchun kurort mehmonxonalarida kurortning asosiy sohasiga ko‘ra davolash-sog‘lomlashtirish binolari va xonalari quriladi, parhez ovqatlanish tashkil etilishi ham mumkin.

Kurort mehmonxonalarida ommaviy-madaniy xizmatlar koʻrsatish binolari va xonalari tarkibi (khp funksiyali zallar, dam olish uchun xollar, kutubxonalar, bilyardxonalar, har xil oʻyinlar uchun moʻljallangan xonalar va b.) ancha rivojlangan boʻladi. Ba'zan bolalar dam olishi va oʻynashi uchun joylar, shuningdek sport inshootlari (basseynlar, sport zallari, sport maydonchalari va b.) ham nazarda tutiladi.

Kurort mehmonxonalarining nomerlar fondi asosan bir-ikki oʻrinli nomerlardan tashkil topadi. Ayrim hollarda nomerda uxlash uchun uchinchi oʻrinni (bola uchun) joylashtirish imkoniyati nazarda tutiladi. Kurort mehmonxonasida mijozlar nisbatan uzoq muddat (1 oygacha) yashaganligi uchun nomerlarda kiyim-kechak va choyshablarni saqlash uchun nisbatan katta shkaflar oʻrnatiladi. Nomerda kunduzgi dam olish zonasi ajratiladi. Bu zona lojiya, balkon, verandani qamrab oladi.

Kurort mehmonxonalari qulay tabiiy-iqlimiy sharoitlarga ega joylarda: dengiz sohilida, koʻl yaqinida, shifobaxsh buloqlar oldida, tog‘ hududida quriladi.

Soʻnggi yillarda dam olish uchun moʻljallangan **kurort komplekslari** koʻplab qurilmoqda. Dam olish shart-sharoitlariga har xil talablar qoʻyilishi munosabati bilan kurort komplekslari tarkibiga har xil yoʻnalishdagi, shinamlik darajasi, sig‘imi, qavatliligi ham har xil bhlgan mehmonxonalar kiritiladi.

Kurort komplekslarining asosiy fondi shinamlik darajasi, foydalanish rejimi, sig‘imi (100-800 oʻringa moʻljallangan) har xil boʻlgan mehmonxonalarda joylashadi. Oilalar uchun moʻljallangan nomerlarga ega mehmonxonalar ham mavjud. Ba'zan bunday nomerlar alohida oshxonaga ega bir-ikki xonali kvartira tarzida jihozlanadi. Dam olish shart-sharoitlari (shinamlik, narxlar va h.k.)ga qoʻyilgan har xil talablar koʻpgina madaniy komplekslar hududida kempinglar va bungalolar qurilishiga olib keldi.

Odatda kurort komplekslarida umumiy, maishiy, tibbiy va sport xizmatlarining katta qismi umumiy kurort muassasalari tomonidan koʻrsatiladi. Buning uchun umumiy kurort restoranlari, barlari, qahvaxonalari, kattalar va bolalar uchun oshxonalar, koʻp funksiyali zallar, kinoteatrlar, savdo korxonalari, stadionlar, sport zallari, tennis kortlari, sport va oʻyin maydonchalari, berk va ochiq basseynlar, ot sporti markazlari va h.k. quriladi. Plyajlarni jihozlashga, qayiq bandargohlari tashkil etishga, suv sporti (yelkanli sport, suv chang‘isi, suv velosipedi) bilan shug‘ullanish uchun shart-sharoitlar yaratishga, tog‘ komplekslarida – osma arqon yoʻllari va funikulyorlar qurishga katta e'tibor beriladi.

Taymsher – mehmonxona xizmatlarining nisbatan yangi turi. Uning nomerlar fondi odatda 50-250 nomerdan tashkil topadi. Alohida qurilmalarga ega bo‘lishi ham mumkin. Kvartira tipidagi nomerlar fondiga ega, xizmatlar khrsatish shart-sharoitlari kurort mehmonxonalaridagi o‘xshash. Alohida kvartiralar xususiy mulkdorlarga sotiladi, ammo taymsher to‘liq boshqaruvchi kompaniya tomonidan nazorat qilinadi.

Taymsher bahosi mavsum xususiyatlariga, shuningdek bu yerda bo‘lish vaqtiga bog‘liq bo‘ladi. Yilning turistlar kam keladigan vaqtlarida taymsherda yashash «oltin» mavsumdagidan ancha arzonga tushadi. Nomer egasi taymsherda yashash uchun thlagan haqqa mutanosib ravishda ma’lum vaqt mobaynida ko‘chmas mulkdan foydalanish imkoniyatiga ega bo‘ladi.

Odatda nomer 10 yil muddatga sotib olinadi. Taymsher nomuayyan muddatga foydalanish uchun sotilishi ham mumkin. Foydalanish vaqti haftalarda o‘lchanadi. Taymsher egasi o‘zi sotib olgan nomerda o‘z vaqt oralig‘i mobaynida dam olishi yoki xarid qilingan mavsum doirasida dam olish joyini xuddi shunday boshqa joyga almashtirishi mumkin.

Taymsherlardagi sotuvlarning umumiy hajmi 1991 yilda faqat Yevropada 3,74 mlrd. dollarni tashkil qildi. Taymsher kurortlari jahonning 75 mamlakatida mavjud.

Apartamentli mehmonxonalar. Uzoq vaqt yashashga mo‘ljallangan apartamentli mehmonxonalar, oddiy mehmonxonalarga qaraganda, foydali maydonining kattaligi va ularda mijozlar uzoq vaqt yashashi bilan farq qiladi. Nomerning qo‘shimcha maydoni odatda qulay kreslo va divan qo‘yilgan mehmonxona hamda ko‘p funksiyali qaznoqqa ega kichik oshxona shaklida bo‘ladi. Apartamentli mehmonxonalar (yoki *apartotellar*) oilasining ko‘chib kelishi, uzoq muddatli xizmat safari, seminarlarga qatnash zarurligi tufayli shaharda uzoq vaqt yashashga majbur bhlgan o‘z mijozlariga uydagiga o‘xshash shart-sharoitlar yaratadi. Aksariyat mehmonlar nomerni uzoq muddatga oladi. Yashash muddatining uzoqligiga qarab ularga ko‘pincha chegirma beriladi. Bunday mehmonxonalarda ovqatlanish korxonalari, biznes markazi, dam olish joylari nazarda tutiladi.

Joylashtirish ob’ektlarining yana bir shakli – **pansionlar** ham jahon amaliyotida ancha keng tarqalgan. Ularda yashash, odatdagi mehmonxonalarda yashashga qaraganda, ancha arzon turadi. Mehmonxonadan pansionning asosiy farqi shundaki, u toifalarga ajratilmaydi. Ammo bu pansionda yashash sharoiti mehmonxonadagi yashash sharoitidan yomon degan ma’noni anglatmaydi.

Pansion joylashtirish ob’ektlarining erkin shakli bo‘lib, u odatda qurilish paytida mehmonxona sifatida tasavvur qilinmagan binolarda tashkil etiladi. Pansionning o‘ziga xos xususiyati shundaki, u nisbatan kichkina, odatda 10-20 kishiga mo‘ljallangan nomerlar fondiga ega bo‘ladi. Ko‘pincha pansion bir oilaga tegishli bo‘ladi. Bu oila pansionni boshqarish bilan birga, mijozlarga xizmat ham ko‘rsatadi. Pansionda yashash bahosiga faqat uy sharoitida tayyorlangan nonushta kiritiladi. Bu yerda muhit mehmonxonadagiga qaraganda iliqroq bo‘ladi. Mana shu jihat, narxlarning pastligi bilan birga, mijozlarni o‘ziga tortadi.

Sportchilar uchun mo‘ljallangan mehmonxonalar sport komplekslari qoshida yoki tabiiy sharoitlariga ko‘ra ma’lum sport turini rivojlantirish imkonini beruvchi joylarda quriladi. Sportchilar uchun mo‘ljallangan mehmonxonalarda sport anjomlarini ijaraga berish shoxobchalari, dam olish uchun mo‘ljallangan bir qancha muassasalar faoliyat ko‘rsatadi, sport va tibbiy ahamiyatga ega binolar va qurilmalar mavjud bo‘ladi. Qoida tariqasida, bu yerda umumiy ovqatlanish va dam olish korxonalari ham faoliyat ko‘rsatadi.

So‘nggi yillarda mehmonxonalarning binolari boshqa maqsadlarga mo‘ljallangan muassasalar: kongress-markazlar, ma’muriy va savdo muassasalari, konsert va khrgazma zallari va hatto turar joy binolari bilan uyg‘unlikda barpo etilmoqda, ular bilan bitta binoda yoki bitta kompleks tarkibida joylashtirilmoqda.

Avtoturistlar uchun mo‘ljallangan mehmonxonalar va motellar (motor-otellar) shosse yo‘llar yaqinida joylashadi. Shinam nomerlar va restoran (yoki qahvaxona)ga hamda umumiy ahamiyatga molik boshqa xonalarga ega mehmonxona binosidan tashqari, bu mehmonxonalar va motellar avtotransport vositalarini parkovka qilish va ularga texnik xizmat ko‘rsatish imkonini beradi (avtomobillarga yonilg‘i quyish shoxobchasi, ta’mirlash ustaxonalari, texnik xizmat khrsatish stansiyasi va h.k.ga ega bo‘ladi).

Motellarning joylashishi ularning vazifasi, shaharlar va shaharchalarning joylashgan o‘rni, avtomobil yhllari tarmog‘i, kelish yo‘llarining mavjudligi, muayyan joyning tabiiy-iqlimiy sharoitlari, davolash manbalari, tarixiy joylar hamda turistik jihatdan diqqatga sazovor boshqa joylarning mavjudligi bilan belgilanadi.

Avtoturistlar dam olishi uchun qulay shart-sharoit yaratish, avtomobil yo‘lining shovqini va changidan nomerlarni thsish maqsadida motelning dam olish zonasi bu yhldan ma’lum masofa (50-250m) uzoqda joylashishi

kerak. Bunda uchastka muayyan turistik ob’ekt yo‘lidagi avtoturistlar asosiy oqimi yo‘nalishining hng tomonida joylashgani ma’qul.

Motellarni joylashtirishda mamlakatning eng diqqatga sazovor tarixiy joylari va hududlarini bog‘lovchi oldindan belgilangan marshrutlar bhylab uzoq muddatli sayohatlar tashkil etish imkoniyatini nazarda tutish zarur. Bu holda yuqorida zikr etilgan barcha talablardan kelib chiqib motellar tarmog‘ini kompleks joylashtirish avtoturistlarda doimiy qiziqish uyg‘otadi va ular sayohat chog‘ida rang-barang taassurotlar olishini ta’minlaydi.

Chet elda motellar qurish amaliyotida kam qavatli (ikki qavatdan baland bo‘lmagan) motellar an’anaviy hisoblanadi. Chunonchi, AQShda 60 ming motelning 80% dan ko‘prog‘ini kam qavatli motellar tashkil etadi.

Darhaqiqat, kam qavatli motel bir qancha ustunliklarga ega:

- avtoqhnalg‘ani nomer yaqinida joylashtirish mumkin;
- konstruksiyalari juda sodda bo‘ladi;
- talabdagi mavsumiy o‘zgarishlarga tez moslashtirish mumkin;
- barcha nomerlarni ufqning chiroyli tomonlariga qaratib qurish mumkin;
- engil konstruksiyalardan qurilgan kam qavatli motel binosi ko‘p qavatli va og‘ir konstruksiyali binolarga qaraganda ancha arzonga tushadi.

Kempinglar mavsumiy foydalanish uchun mhljallangan «engil» tipdagi mehmonxona korxonalaridir. Ular avtoturistlar dam olishi hamda ularning avtotransport vositalari to‘xtab turishi uchun mo‘ljallanadi. Kempinglarda ko‘rsatiladigan xizmatlarning barcha turlari soddalashtirilgan bo‘ladi: uxlash joylari yozgi tipdagi, ko‘pincha yog‘ochdan qurilgan, isitilmaydigan binolarda yoki chodirlarda joylashadi; vanna va hojatxona asosan umumiy bo‘ladi. O‘ziga o‘zi xizmat ko‘rsatishning har xil shakllari ancha keng tarqalgan. Ba’zan kempinglar qoshida avtomobillarga yonilg‘i quyish shoxobchalari va avtomobillarni yengil ta’mirlash ustaxonalari bo‘ladi. So‘nggi yillarda «motel-kemping» aralash turi rivojlanmoqda. U motel hududida joylashgan kemping hisobiga yozda motel sig‘imini kengaytirish imkoniyatini nazarda tutadi.

Joylashtirish vositalarining aralash turlari juda rang-barangdir. Masalan, chet elda, ayniqsa, AQShda mehmonxona korxonalarining quyidagi turlari qurilmoqda:

- *rotellar* – treylerli avtomashinalarda sayohat qiluvchilar uchun;
- *botellar* – suv bo‘ylab sayohat qiluvchilarga xizmat ko‘rsatish uchun mo‘ljallangan dengiz, daryo, khl bhyidagi mehmonxona muassasalari.

Ularning tarkibiga turar joy binosi, madaniy-maishiy xizmat ko‘rsatish tizimi, suzuvchi vositalarga texnik xizmat khrsatishga ixtisoslashgan inshootlar va qurilmalar kiradi;

- *botokempinglar* – kemping tipidagi mavsumiy mehmonxona muassasalari;
- suv ustidagi mavsumiy *flotellar* va *flotokempinglar* – mehmonxona, shuningdek suzuvchi vositalarga texnik xizmat ko‘rsatish va ularni qishda saqlash qo‘nalg‘asi funksiyalarini o‘zida mujassamlashtirgan muassasalar;
- *flaytellar* – shaxsiy samolyotlarning egalari uchun mo‘ljallangan mehmonxonalar (masalan, AQShning Oklaxoma shtatidagi Talas shahri yaqinida joylashgan flaytel-motel) va b.

Rotel – ko‘chma mehmonxona. Bir yoki ikki hrinli bo‘limlardan iborat vagon-treyler ko‘rinishida bo‘ladi. Har bir bo‘lim ventilyatsiya va alohida yoritish uskunasi bilan jihozlangan. Rotelda kiyim almashtirish, yuvinish joyi va hojatxona bor. Vagonning orqa qismida oshxona va muzlatgich joylashadi.

Flaytellar, qoida tariqasida, aholi gavjum joylardan ancha chetda joylashgan bo‘ladi. Ularga faqat havo transportida borish mumkin. Flaytel yaqinida aerodrom, angarlar, ellinglar, ustaxonalar joylashadi. Tabiiyki, restoranlar, barlar, konsert zallari, dansing va sh.k. ham bo‘ladi.

Ayrim flaytellarda reklama har xil kalibrli (hajmli) havo sharlarida va har xil dirijabllarda sayr qilishni va’da qiladi. Flaytel qoshida havo va quyosh vannalari qabul qilish uchun mo‘ljallangan bog‘lanma aerostatlar ham bo‘ladi. Tabiiyki, bularning barchasi juda katta pul turadi va ulardan faqat juda boy odamlar foydalanishi mumkin.

Birinchi flaytel AQShning Oklaxoma shtatidagi Talas shahri yaqinida tashkil etilgan. Bu mehmonxona korxonasining reklama bukleti vertolyotlar qo‘nishi uchun maydoncha, samolyotlar uchun kichik aerodrom, uchuvchilar uchun radiostansiya va meteorologiya stansiyasi bilan bevosita aloqa qilish imkoniyatini taklif qiladi. Uchish vaqtida uchuvchilar flaytel rahbariyati bilan bog‘lanib, o’zlariga nomer hamda samolyot yoki vertolyot uchun qo‘nalg‘a buyurtma qilishlari mumkin.

Suv bo‘ylab sayohat qilayotgan turistlarga xizmat ko‘rsatish uchun mo‘ljallangan **suzuvchi mehmonxonalar va mehmonxona komplekslari** juda ko‘p mamlakatlarda, chunonchi: Fransiya, Gresiya, Shveysariya, Daniya, Niderlandiya, Shvesiya, Ispaniya va boshqalarda loyihalashtirilmoqda va qurilmoqda. Suzish vositalarining aksariyati prichallar, pirslar, suvga tushirish va suvdan ko‘tarish moslamalari,

shuningdek qayiqlarni saqlash, ularni ta’mirlash va ularga yonilg‘i quyish inshootlari bilan jihozlangan. Bu o‘rinda shuni alohida qayd etish kerakki, suzish vositalariga texnik xizmat ko‘rsatish inshootlari va uskunalari suv bo‘ylab sayohat qiluvchi turistlar uchun mo‘ljallangan mehmonxona komplekslarining ajralmas qismi hisoblanadi.

«Botel» atamasi – mehmonxona biznesidagi yangi tushuncha (*boat* - qayiq, kema, *hotel* – mehmonxona). Odatda, botel deganda ekskuriya barjalari tipidagi suzuvchi mehmonxona tushuniladi.

Botellar mavsumiy yoki yil bhyi ishlaydigan muassasalardir. Bu guruhga «suv turizmi markazlari» (Polsha), «dam olish bazalari-shaharchalari» (Germaniya), flotellar (Ispaniya va Yugoslaviya) kiradi.

Bu muassasalar shinamlik darajasining yuqoriligi bilan tavsiflanadi. Ular eng avvalo yozgi suv turizmi, qayiq sporti yoki yelkanli sport, qishda – buyer sporti bilan shug‘ullanish uchun mo‘ljallangan.

Yuqorida sanab o‘tilgan muassasalarning barchasi suvdagi marshrutlarning tayanch punktlari hisoblanadi. Ular suzish vositalariga texnik xizmat khrsatish kengaytirilgan dasturiga muvofiq jihozlanadi.

Botokempinglar suv bo‘ylab sayohat qiluvchi turistlarga safarda xizmat khrsatish uchun mo‘ljallangan. Turistik muassasalarning bu tipiga Polshada keng tarqalgan «suv stansiyalari» hamda Germaniyadagi «yozgi turistik shaharchalar» kiradi.

Tayanch iboralar: Mexmonxona servisi; xududiy joyllashtirish; nomerlar fondining sig‘imi; kichik mexmonxonlar; o‘rta mexmonxonalar; katta mexmonxonalar; Qavatlik; “dinamik” omillar; joylashgan yeri; ko‘rsatiladigan xizmatlar darajasi; idoraviy mexmonxonalar; turistik mexmonxonalar; turistik bazalar; turistik bekatlar, taymsher; apart-otellar; kempinglar; rotel; flaytellar; botel;

Mustaqil nazorat qilish uchun topshiriq va savollar:

1. Zamonaviy mexmonxonalarning turlari.
2. Mexmonxonalarni xududiy joylashishi va nomerlar fondining sig‘imiga qarab guruhlash.
3. Mexmonxonalarni shinamlik darajasi haqida gapirib bering.
4. Mexmonxolarning funksional vazifasiga qarab guruhlash.
5. Turistik mexmonxonalarning vazifalari.
6. Tranzit yo‘lovchilar uchun mexmonxonalar.
7. Sportchilar uchun mo‘ljallangan mexmonxonalar.

8. Motellarning joylashi va ularning vazifalari.
9. Kempinglar va ularning vazifalari.
10. Rotel va Flaytellarning mexmonxona industriyasida tutgan o‘rni.

Mavzu 3. Mehmonxonalarni tasniflash tizimi

Reja:
1. Yevropa tasniflash tizimi.
2. Germaniya tasniflash tizimi.
3. Xizmat ko‘rsatuvchi korxonalar markasi

1. Yevropa tasniflash tizimi

Mehmonxona xizmatlarining sifatini boshqarish masalalarini hal qilishda mehmonxona korxonalarini shinamlik darajasiga qarab tasniflash katta rol hynaydi. **Shinamlik darajasi** - kompleks mezon. U quyidagilardan tarkib topadi:

- nomerlar fondining holati: nomerlar maydoni (m^2), bir o‘rinli (bir xonali), ko‘p xonali nomerlar, apartament nomerlarning ulushi, kommunal qulayliklarning mavjudligi va h.k.;
- mebel, inventar, sanitariya-gigiyena ashyolari va sh.k.ning holati;
- ovqatlanish korxonalari: restoranlar, qahvaxonalar, barlar va h.k.ning mavjudligi va holati;
- binoning, unga keladigan yo‘llarning holati, mehmonxonaga yondosh hududning obodonlashtirilganligi;
- axborot bilan ta’minlash va texnik jihozlash, shu jumladan telefon, yo‘ldosh aloqasi, televizorlar, muzlatgichlar, mini-barlar, mini-seyflar va h.k.ning mavjudligi;
- ayrim qo‘shimcha bepul va pullik xizmatlar ko‘rsatish imkoniyatining mavjudligi.

Sanab o‘tilgan mezonlar hozirgi kunda dunyoda mavjud bo‘lgan barcha mehmonxonalarni tasniflash tizimlarida qo‘llaniladi. Bundan tashqari, xodimlarga va ularning tayyorgarligi: ma’lumoti, malakasi, yoshi, sog‘lig‘i, chet tillarni bilishi, tashqi ko‘rinishiga ham bir qancha talablar qo‘yiladi.

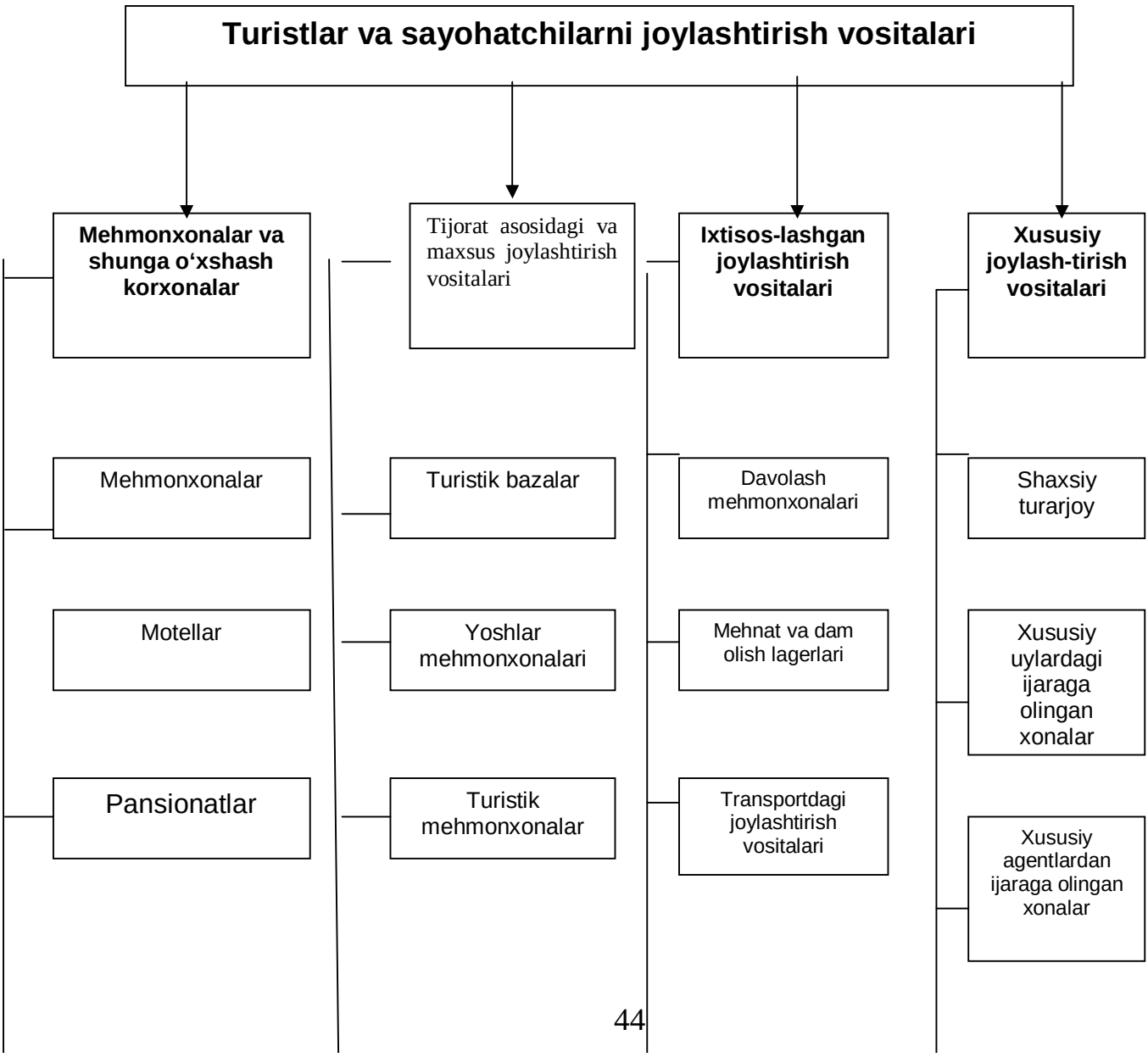
Hozirda jahonda ma’lum 30 dan ortiq tasniflash tizimlari zamirida shinamlik darajasi yotadi. Ular orasida quyidagi tasniflash tizimlari ayniqsa keng tarqalgan:

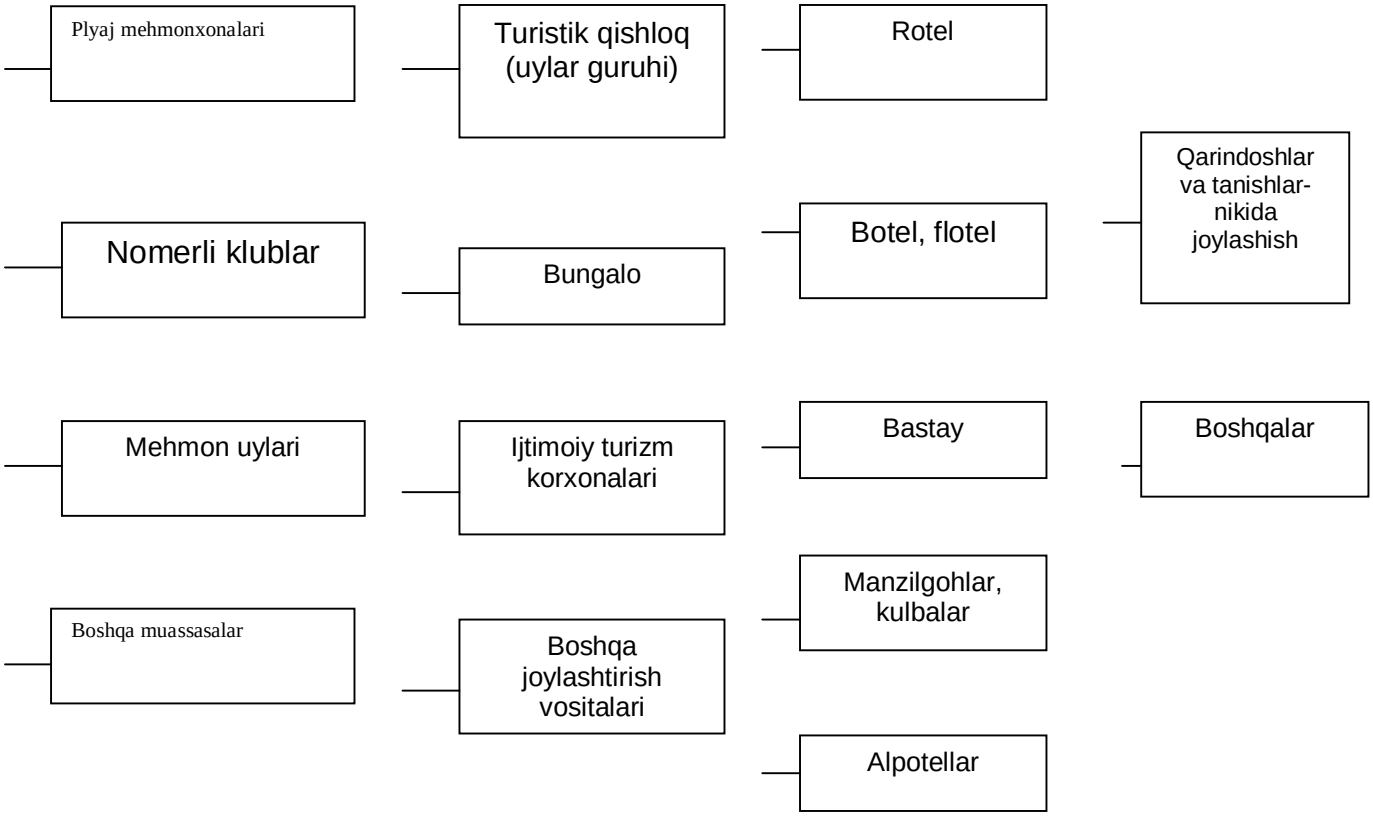
- **Yevropa tasniflash tizimi** yoki ***«yulduzlar» tizimi***. Fransiya milliy tasniflash tizimi asosida tuzilgan. Uning zamirida mehmonxonalarni 1 dan 5 yulduzgacha bhlgan toifalarga ajratish yotadi. Bunday tizim Fransiya, Avstraliya, Vengriya, Misr, Rossiyada va boshqa bir qancha mamlakatlarda qo‘llanadi;
- **harflar tizimi** (A, V, S, D). Gresiyada qo‘llanadi;
- **«tojlar» tizimi.** Buyuk Britaniyada amal qiladi;
- **hind tizimi.**

Rivojlanayotgan mamlakatlarda mehmonxonalarni tasniflashning **hind tizimi** ayniqsa keng tarqalgan. Bu tizim ham mehmonxonalarni besh toifaga: «bir yulduzli», «ikki yulduzli», «uch yulduzli», «thrt yulduzli», «besh yulduzli» toifalarga ajratishni nazarda tutadi. Bu toifalarni maxsus komissiya ballar bo‘yicha baholash asosida belgilaydi. Ma’lum toifa mehmonxonalariga tizim tomonidan qhyilgan talablar ballarda baholanadi. Bunda har bir band bo‘yicha mumkin bo‘lgan maksimal baho belgilanadi. Komissiya hz ixtiyoriga khra tasniflash talablarida nazarda tutilmagan har qanday qo‘shimcha xizmatlar uchun 15 ballgacha baho qo‘yishi mumkin. Muayyan toifani olish uchun mehmonxona ayni toifa uchun belgilangan ballarning minimal miqdorini to‘plashi lozim. Bunda har bir band bo‘yicha to‘plangan ballar miqdori maksimal bahoning 50% dan kam bo‘lmasligi kerak. Ammo oxirgi shart alohida hollarda komissiya tomonidan bir yoki ikki band uchun majburiy emas deb topilishi mumkin, basharti mehmonxona bungacha ballarning zarur minimal miqdorini to‘plagan bo‘lsa. Mehmonxonalarni tasniflashning hind tizimi umumiy ovqatlanish korxonasini «restoran» toifasiga kiritish uchun zarur talablarning alohida ro‘yxatini o‘z ichiga oladi. Bu toifaga mansub deb topishlari uchun umumiy ovqatlanish korxonasi ham ballarning minimal miqdorini hamda har bir band bo‘yicha ballar maksimal miqdorining kamida 50% ni to‘plashi lozim.

Misol. «1 yulduz» toifasi: bu toifaga mansub mehmonxona yaxshi hududda, mehmonxona uchun yaroqli binoda joylashgan bo‘lishi kerak (maksimal baho 15 ball); mijozlar bilan aloqa qiluvchi xodimlar ingliz tilini ish uchun zarur hajmda bilishi kerak (maksimal baho 5 ball) va h.k. «2 yulduz» toifasini olish uchun 150 ball, «3 yulduz» uchun – 210 ball, «4 yulduz» uchun – 250 ball, «5 yulduz» uchun – 290 ball to‘plash kerak. Har bir davlatda mehmonxonalarni tasniflash mezoni – shinamlik darajasi har xil tushuniladi. Mana shu holat, shuningdek davlatlarning madaniy-tarixiy va milliy an’analari bilan belgilangan bir qancha omillar jahonda mehmonxonalarning yagona tasnifini joriy etishga monelik qiladi. Jahon

turistik tashkiloti (JTT), Yevropa hamjamiyati Mehmonxona va restoran sanoati qo‘mitasi, Xalqaro mehmonxonalar uyushmasining bu yo‘nalishdagi faoliyati hozircha samara bermayapti. JTT faqat joylashtirish vositalarining standart tasnifini taklif etgan. Bu tasnifda mehmonxonalar va shunga hxshash korxonalar to‘rt katta guruhdan biriga kiritiladi (6-sxema). Yevropa mehmonxonalar bozorida Yevropa hamjamiyati Vazirlar Kengashi tomonidan 1986 yil 23 dekabrda qabul qilingan standartlashtirilgan axborot yagona tizimi amal qiladi. Bu tizim ko‘p sonli piktogrammalar – shartli rasmlardan iborat. Standartlashtirilgan axborot tizimining maqsadi turistlar Yevropa bo‘ylab sayohat qilishlarini, joylashtirish korxonalari bilan bog‘liq yo‘lko‘rsatgichlar, kataloglar, prospektlarni o‘qishlari va tushunishlarini yengillashtirishdan iborat. Bu tizim juda qulay bo‘lib, bir qancha ustunliklarga ega. U ob’ektiv, informativ, uni boshqarish oson, adashtiradigan talqinlar qo‘llanishiga yo‘l qo‘ymaydigan iste’molchilarning manfaatlarini himoya qilish bo‘yicha amaldagi qonun hujjatlari yordamida nazorat qilinadi.





3.1-sxema. Jahon turistik tashkiloti tomonidan tavsiya etilgan joylashtirish vositalari tasnifi

Mehmonxona korxonalarining shinamlik darajasiga ko‘ra tasnifini ko‘rib chiqishda xalqaro amaliyotda yuzaga kelgan tasniflarni hamda ularni amalga oshirish tartibini bevosita belgilovchi hujjatlarni ishlab chiqishga nisbatan yondashuvlarni alohida qayd etib o‘tish kerak.

Birinchi yondashuvda bunday hujjatlarni ishlab chiqish, amalga tatbiq etish va nazorat qilish bilan davlat organlari shug‘ullanadi, ya’ni mehmonxona korxonalari shinamlik darajasining, balki, boshqa joylashtirish vositalarining, shuningdek ovqatlanish korxonalarining davlat tomonidan belgilangan rasmiy tasnifi mavjud. Xususan, bunday yondashuvga misollar Fransiya va Rossiyada kuzatiladi. Fransiya milliy tasnifi Hunarmandchilik va turizm ishlari bhyicha savdo vazirligining 1966 yil 13 iyuldagi 66/371 son qarori bilan amalga kiritilgan. Rossiya Federatsiyasida mehmonxonalarni tasniflash RF – GOST R 50645-94 «Turistik-ekskursiya xizmatlari khrsatish. Mehmonxonalar tasnifi» davlat standartiga asosan amalga oshiriladi.

Ikkinchi yondashuvda hujjatlarni ishlab chiqish, amalga oshirish va nazorat qilish bilan kasaba uyushmalari va birlashmalari shug‘ullanadi. Masalan, Germaniyada bu jarayonlarni Mehmonxona va restoran xo‘jaliklari birlashmasi (EHOGA), Shveysariyada – Shveysariya mehmonxona sohiblari uyushmasi amalga oshiradi.

Jahon amaliyotida shunday holatlar ham uchraydiki, bir mamlakat doirasida bir nechta tasniflash tizimlari amal qiladi. Masalan, Buyuk Britaniyada «tojlar» tizimi bilan bir qatorda, Britaniya turistik agentliklar uyushmasi – «*Britich Travel Authority*» (BTA) tomonidan taklif qilingan tasniflash tizimi qo‘llaniladi:

- byudjet mehmonxonalari – shaharning markaziy qismida joylashgan va qulayliklar minimumiga ega mehmonxonalar;
- turistik toifadagi mehmonxonalar – tarkibida restoran va bar bo‘lishi shart;
- o‘rtacha toifadagi mehmonxonalar – xizmat khrsatish saviyasi ancha yuqori bo‘lgan mehmonxonalar;
- birinchi toifa mehmonxonalar – shinamlik darajasi juda yuqori bo‘lgan, a’lo darajada xizmat ko‘rsatiladigan mehmonxonalar;
- oliy toifa mehmonxonalar – yashash va xizmat ko‘rsatish ekstra darajada bo‘lgan mehmonxonalar.

Buyuk Britaniyada amal qiluvchi «tojlar» tizimini «yulduzlar» tizimi bilan uyg‘unlashtirish uchun «tojlar»ning umumiy miqdoridan bitta «yulduz»ni ayirish kerak (masalan, to‘rt «tojli» daraja uch «yulduzli» darajaga teng).

Yuqorida ko‘rib chiqilgan Britaniya agentliklari uyushmasi tomonidan taklif qilingan mehmonxonalarni tasniflash tizimi ham shunday muvofiqlikni nazarda tutadi:

- byudjet mehmonxonalari – 1 yulduz;
- turistik toifa mehmonxonalari – 2 yulduz;
- o‘rtacha toifa mehmonxonalar – 3 yulduz;
- birinchi toifa mehmonxonalar – 4 yulduz;
- oliy toifa mehmonxonalar – 5 yulduz.

Jahonda Fransiya milliy tasniflash tizimi ayniqsa keng tarqalgan. Bu tizim turistik mehmonxonalarni 6 toifaga ajratadi. Shulardan besh toifa mehmonxonalarga ma’lum miqdorda yulduzlar berishni nazarda tutadi (1 yulduzli, 2 yulduzli, 3 yulduzli, 4 yulduzli yoki 5 yulduzli mehmonxonalar). Bir toifa – yulduzsiz. Bunday tizim mehmonxona xizmatlari bozorini ancha to‘liq qamrab olish imkonini beradi.

Minimal talab-mezonlarga javob bermaydigan mehmonxona toifa olishga da’vogar bo‘la olmaydi. Bunday talab-mezonlar quyidagi guruhlarga birlashtirilgan:

A – xonalar miqdori;

V – umumiy binolar va xonalar;

S – mehmonxonaning jihozlanishi;

D – yashash joyining shinamligi;
E – xizmat ko‘rsatish;
F – nogironlar hamda harakatlanishi cheklangan shaxslarga yaratilgan qulayliklar.

2. Germaniya tasniflash tizimi

Germaniya tasniflash tizimiga ko‘ra, mehmonxona korxonalari besh toifaga ajratiladi. Bu tizimni Yevropa tizimi bilan uyg‘unlashtirish maqsadida bu yerda har bir toifa ma’lum yulduzlar miqdoriga mos kelishi nazarda tutiladi:

- turistik toifa – 1 yulduz;
- standart toifa – 2 yulduz;
- komfortli toifa – 3 yulduz;
- birinchi toifa – 4 yulduz;
- lyuks – 5 yulduz.

Boshqa tasniflash tizimlari ham o‘zining «yulduzlar» tizimiga muvofiqligini belgilashga harakat qiladi. Masalan, Gresiyada A toifa mehmonxonalar to‘rt yulduzli darajaga, V toifa mehmonxonalar uch yulduzli darajaga, S toifa mehmonxonalar ikki yulduzli darajaga, D toifa mehmonxonalar bir yulduzli darajaga mos keladi. Italiyada birinchi toifa mehmonxonalar shartli ravishda to‘rt yulduzli darajaga, ikkinchi toifa mehmonxonalar uch yulduzli darajaga, uchinchi toifa mehmonxonalar ikki yulduzli darajaga mos keladi.

Germaniya tasniflash tizimi 22 ta majburiy hamda korxonalar toifasiga bog‘liq bo‘lmagan mezonlar bo‘yicha talablarni belgilaydi:

- qabul qilish xizmatining ishi;
- nonushtalar servisi;
- ichimliklar servisi;
- ovqatlanish servisi;
- nomerda telefonning mavjudligi;
- nomerlarning 75% minimal maydonga egaligi (vanna va hojatxona maydonini ham qo‘shganda);
- sanitariya qulayligi (vanna va hojatxonalarning umumiy jihozlanishiga nisbatan foiz hisobida);
- vanna va hojatxonalarning jihozlanishi;
- «suite»-nomerlar (apartamentli nomerlar)ning mavjudligi;
- nomerlarning mebel va boshqa anjomlar bilan jihozlanishi;

- nomerda radio va televizorlarning mavjudligi;
- mehmonlar uchun sovg‘alarning mavjudligi;
- kir yuvish va dazmollash xizmatining mavjudligi;
- seyflarning mavjudligi;
- xollar miqdori va holati;
- naqd pulsiz hisob-kitoblar qilish imkoniyatining mavjudligi;
- telefaksning mavjudligi;
- mehmonxona barlari miqdori va ularning ish rejimi;
- restoranlar miqdori va ularning ish rejimi;
- konferensiya va banketlar o‘tkazish imkoniyati;
- qo‘shimcha (fakultativ) xizmatlar miqdori.

So‘nggi holat bhyicha qo‘shimcha xizmatlarning quyidagi miqdori belgilangan:

- «lyuks» mehmonxonalar uchun - 270;
- birinchi toifa mehmonxonalar uchun – 120;
- komfortli toifa mehmonxonalar uchun – 70;
- standart toifa mehmonxonalar uchun – 25;
- turistik toifa mehmonxonalar uchun – 0.

Germaniya tasniflash tizimining o‘ziga xos jihati shundan iboratki, unda pansionlar, karvonsaroylar, «garni» otellar singari mehmonxona korxonalari uchun ham toifalar nazarda tutilgan. Bunday turdagi mehmonxona korxonalariga tegishli toifalarni belgilashda «restoran», «ovqatlanish servisi» kabi majburiy talablar nazarda tutilmaydi, qo‘shimcha talablarning zarur miqdori esa ancha kam:

- birinchi toifa uchun – 90;
- komfortli toifa uchun – 50;
- standart toifa uchun – 15.

Bundan tashqari, mazkur korxonalarga ko‘pi bilan birinchi toifa (4 yulduz) berilishi mumkin.

3. Xizmat ko‘rsatuvchi korxonalar markasi

AQShda hukumat tomonidan rasman tasdiqlangan mehmonxonalarni tasniflash tizimi mavjud emas. Shinamlik darajasiga qarab mehmonxonalar odatda 5 toifaga ajratiladi. Oliy toifa (5 yulduz) ikki muassasa: *«American Automobile Assosiation»* (AAA) va *«Mobile Travel Guide»* tomonidan beriladi.

Mehmonxona tarmoqlari mehmonxonalarni tasniflashga nisbatan o‘z yondashuviga ega. Odatda ularda toifalar emas, balki markalar ajratiladi. Bunday markalar muayyan tarmoqdagi barcha mehmonxonalarda amal qiladi. Har bir markada nafaqat shinamlik darajasi, balki mehmonxonaning vazifasi, jyolashgan yeri va boshqa ayrim mezonlar ham hisobga olinishi mumkin.

Masalan, Yevropadagi yirik «Accor» mehmonxonalar tarmog‘i (Fransiya) har xil xizmatlar ko‘rsatuvchi korxonalarning bir nechta markasini taklif etadi:

- Sofitel;
- Nnovotel;
- Mercury – u shinamlik va narx-navo darajasiga ko‘ra yana 3 guruhga bo‘linadi:
- Relais/Inn – standart nomerlar, sifatli xizmatlar taklif etadi;
- Hotell/Mercury – nisbatan yuqori saviyada xizmat ko‘rsatiladi, shinamlik darajasi ham yuqori;
- Grand/Hotell – mehmonxona juda qulay yerda joylashgan, shinamlik darajasi juda yuqori bo‘ladi, kun bhyi xizmat ko‘rsatiladi;
- Ibis;
- Etap;
- Formule 1.

Bozor kon’yunkturasidan kelib chiqib, «Accor» mehmonxonalar tarmog‘i, turizm bozorining ma’lum segmentlariga xizmat ko‘rsatish maqsadida, qaysi markaga egaligidan qat’i nazar, bir qancha mehmonxona korxonalarini birlashtiradi. Masalan, «Novotel» va «Mercury» markasiga ega bo‘lgan ayrim mehmonxonalar kongressmenlar, ko‘rgazmalar va boshqa shunga o‘xshash anjumanlar va tadbirlarni qabul qilish va ularga xizmat ko‘rsatishga ixtisoslashgan «Atria» guruhiga kiradi. Mehmonxonalarning boshqa bir guruhi o‘z nomida «Goralia» belgisiga ega bo‘ladi – bu «kurort mehmonxonasi» degan ma’noni anglatadi.

AQShdagi «Holiday Inn» yirik mehmonxonalar tarmog‘i markalarni belgilashda mehmonxona korxonasi qayerda joylashganini, mijozlar bu yerda qancha vaqt bo‘lishini va ayrim boshqa mezonlarni hisobga oladi va quyidagi markalarni nazarda tutadi:

- Garden Cort – iqtisodiy toifadagi mehmonxonalar;
- Holiday Inn express – kvartira tipidagi mehmonxonalar (apart-otellar);
- Holiday Inn sun sprii resorts – katta daromadli shaxslar uchun mo‘ljallangan kurort mehmonxonalari;

- Holiday Inn select – ishbilarmon odamlar uchun mo‘ljallangan mehmonxonalar;
- Holiday Inn hotels end – nomerlar fondining 10% ni uzoq vaqt yashaydigan ishbilarmon odamlar uchun mo‘ljallangan apartamentlar tashkil etuvchi mehmonxonalar.

Ayrim hollarda mehmonxonalar markalarining nomlari foydalanuvchiga tegishli axborot bermaydi. Shu bois turoperatorlar har bir markani Yevropa tizimidagi yulduzlar miqdoriga mos ravishda belgilay boshladilar. «Accor» mehmonxonalar tarmog‘i bilan bog‘liq holda: Sofitel – 5 yulduz; Novotel – 4 yulduz; Mercury – 3 yulduz; Ibis – 2 yulduz; Formule 1 – yulduzsiz.

Tayanch iboralar: Yevropa tasniflash tizimi; Fransiya milliy tasniflash tizimi; Germaniya tasniflash tizimi; xizmat ko‘rsatuvchi korxonalar markasi, xalqaro mehmonxonalar zanjiri.

Mustaqil nazorat qilish uchun topshiriq va savollar:

1. Yevropa tasniflash tizimini tushuntiring.
2. Fransiya milliy tasniflash tizimining mohiyati.
3. Germaniya tasniflash tizimi.
4. Xizmat ko‘rsatuvchi korxonalar markasi haqida nimalar bilasiz?
5. Germaniya tasniflash tizimi qaysi mezonlar bo‘yicha talablarni belgilaydi?

Mavzu 4. Mehmonxonalarning me’morchilik va texnik yechimlari

Reja:
1. Mehmonxona binolari tarkibi
2. Mehmonxonaning jamoat qismlarida mehmonlarga xizmat ko‘rsatish
3. Mehmonxonaning mijozlar yashaydigan qismi va unga xizmat ko‘rsatish
4. Mehmonxonaning hayotni ta’minlash tizimi

1. **Mehmonxona binolari tarkibi**

Hozirgi zamon mehmonxonalarining me’morchilik yechimi juda rang-barang: bir qavatli motellardan 88 qavatli osmono‘par binogacha, polineziyaliklarning turar joyi uslubida qurilgan kulbalardan hozirgi zamon me’morchiligining oynavand-beton majmualarigacha. Ayni paytda, zamirida iqtisodiy mulohazalar yotuvchi bir nechta asosiy texnik yechimlarni qayd etish mumkin. O‘rtasida lift joylashgan to‘g‘ri to‘rburchak bino eng sodda yechim hisoblanadi. Har bir qavatdagi lift maydonchalaridan binoning ikki tomoniga qarab uzun yo‘lak ketgan, yo‘lakning ikkala tomonida nomerlar joylashgan. Shahar markazida yer maydoni qimmat turgan holda mehmonxona binosi yuqoriga qarab minora shaklida yuksalib boradi, bunda yo‘lak uzunligi qisqaradi. Ba’zan u halqa shaklida bo‘lib, uning ichida lift shaxtasi joylashadi.

Eski mehmonxonalarning binolari ko‘pincha ichki hovlili «quduq» shaklida bo‘lgan. Hovlida mehmonlarning ekipajlari turgan. Binoning bunday shaklida nomerlar bir qismining derazasi ichki hovliga qaragan. Bunday mehmonxonalarni keyinchalik rekonstruksiya qilish jarayonida ichki hovli ko‘pincha shaffof tom bilan to‘silgan va atrium hosil qilingan.

Kurort mehmonxonalari binosi o‘ziga xos xususiyatga ega. Bunda derazasi dengizga qaragan nomerlarga mumkin qadar ko‘proq ega bo‘lishga harakat qilinadi. Shu maqsadda, agar joy relefi imkon bersa, mehmonxona binosi tog‘ yonbag‘ri bo‘ylab dengizga tushib boradigan katta «pillapoyalar» shaklida quriladi. Shunda barcha nomerlar derazasi dengizga qaraydi. Tekis qirg‘oqlarda uch qirrali yulduz shaklidagi (rejada) binolar ayniqsa ko‘p quriladi. Har bir qirra bo‘ylab yo‘lak o‘tadi, yo‘lakning ikki tomonida nomerlar joylashadi. Bunday yechimda nomerlarning uchdan ikki qismi dengizga qaraydi.

Shuningdek saroy me’morchiligi namunalarini, chunonchi, Yevropadagi ayrim hashamatli mehmonxonalarni ham qayd etish mumkin. Ular dastlab haqiqatda ham zodagonlarning saroyi bo‘lgan va keyinchalik mehmonxonalarga aylantirilgan.

Motellar ham o‘z xususiyatlariga ega. Ularning aksariyati ikki qavatli bo‘ladi. Bu juda qulay, chunki qimmatga tushadigan liftlar qurish talab etilmaydi. Ammo binoning o‘zi ancha katta maydonni egallaydiki, bu ayni holda ahamiyatsiz, chunki motellar odatda yer nisbatan arzon turadigan shahar tashqarisida joylashadi.

Mehmonxonalar qurilishi ko‘p yillik amaliyotida bir nechta foydali tavsiyalar ishlab chiqilgan. Ularning ayrimlarini sanab o‘tamiz.

1. Mehmonxona o‘z harajtlarini maqbul muddatlarda oqlashi uchun qurilish qiymatini nomerlar soniga bo‘lganda ushbu nomer tarifidan ming baravardan ko‘proq son chiqishi kerak. Bunda mehmonxonaning to‘lish koeffitsiyenti kamida 75%, bank krediti uchun to‘lanadigan foiz stavkasi esa – 12% gacha deb mo‘ljallanadi.
2. Mehmonxona ostidagi yer qiymati qurilish qiymatining 20% dan oshmasligi kerak.
3. Mehmonxona butun maydonining kamida 50% nomerlar fondiga to‘g‘ri kelishi lozim.
4. Bir o‘rinli nomerning minimal maydoni 10 m^2 ni, ikki o‘rinli nomerniki esa – 15 m^2 ni tashkil etadi. Hozirda mehmonxona (uch-to‘rt yulduzli) namunaviy nomerining maydoni 20-30 m^2 ni, besh yulduzli mehmonxonalarda – 40 m^2 va undan ko‘proqni tashkil etadi. Nomerning ma’qul geometriyasi – minimal kengligi 3 m, tomonlarining o‘zaro nisbati 2×1 bo‘lgan to‘g‘ri to‘rtburchak.
5. Hozirda nomerlarga qo‘yiladigan karavotlar mo‘’tadil ravishda qattiq va oyoqsiz bo‘lgani ma’qul, chunki bu nomerni tozalash vaqtini qisqartiradi va pol usti qoplamasini tejash imkonini beradi.

6. Restoran maydoni har o‘ringa 1,5-1,8 m^2 hisobidan, bar maydoni – har o‘ringa 1,3 m^2 hisobidan, banket zalining maydoni – har o‘ringa 1 m^2 gacha, restoran oshxonasining maydoni – restorandagi har o‘ringa 0,9-1 m^2 hisobidan belgilanadi. Oshxona maydonining taxminan yarmini omborxonalar egallaydi.
7. Ma’muriyat egallaydigan maydon har nomerga 0,3-0,5 m^2 hisobidan, nomer fondi xizmatining omborxonalari maydoni – har nomerga 1 m^2 hisobidan, xodimlar uchun xonalar (oshxona, dushxona, garderob) maydoni – har nomerga 4 m^2 hisobidan belgilanadi.
8. Uch yulduzli mehmonxonada har 100 nomerga taxminan 80 xizmatchi bo‘lishi kerak (to‘rt va besh yulduzli mehmonxonalarda xizmatchilar soni nomerlar miqdoridan ikki baravar ko‘p bo‘lishi mumkin).
9. Umumiy ovqatlanish xizmati daromadlariga nomer fondi daromadlarining nisbati 70/20 dan (qo‘shimcha xizmatlar yana 10% daromad beradi) 40/60 gacha atrofida bo‘ladi.
10. Agar bir nomer boshqasidan qimmat tursa, birinchi nomer ikkinchisidan kamida 2-3 m^2 katta bo‘lishi kerak, aks holda mijoz farqni sezmasligi mumkin.

Shuni ta’kidlash kerakki, so‘nggi paytda iqtisod (ekonom) toifali mehmonxonalar ancha keng tarqaldi. Ularda harajatlar (va, tegishincha, yashash uchun haq) mumkin qadar kamaytirilgan. Tabiiyki, mazkur mehmonxonalarda yuqorida keltirilgan barcha raqamlar ancha kamaytirilgan.

Mehmonxonani loyihalashda, qoida tariqasida, bir nechta o‘ziga xos muammolar vujudga keladi.

1. Mehmonxonaning oqilona hajmi. Bu masala hanuzgacha bahsli bo‘lib qolayotir. Ayrim tadqiqotchilar 100-150 nomerli mehmonxonani, ayrimlar esa – 200-230 nomerli mehmonxonani oqilona deb ko‘rsatadilar. Aksariyat mualliflarning fikricha, nomerlarning oqilona miqdori 400 tadan oshmaydi.
2. Nomer fondining tuzilishi, ya’ni bir o‘rinli, ikki o‘rinli nomerlar va lyukslar qancha bo‘lishi kerakligi masalasi. O‘z-o‘zidan ravshanki, nomer fondining tuzilishi mehmonxona tipiga, uning darajasiga va u ishlayotgan bozor segmentiga bog‘liq bo‘ladi. Hozirda bir o‘rinli nomerlar o‘zini oqlamaydi – kichikroq maydonli nomerga bir kishilik emas, balki ikki kishilik karavot qo‘yilgani ma’qul. Bu holat shu bilan izohlanadiki, nomer jihozlari qiymatining asosiy qismini hojatxona va vanna tashkil etadi. Ikki kishilik karavot bir kishilik karavotga solishtirganda jihozlar qiymatini uncha oshirmaydi, lekin ushbu

nomerlarga nafaqat yakka mijozlarni, balki er-xotinlarni ham joylashtirish imkonini beradi. Bunda yashash uchun haq odatda 25% ga oshiriladi. Hatto past darajali kichik mehmonxonalarga ham o‘ta shinam va qulay bo‘lgan bir nechta nomer («lyuks», «prezident»)ga ega bo‘lish tavsiya etiladi. Garchi bu nomerlarga talab uncha katta bo‘lmasa-da, ular mazkur nomerlarda to‘xtashi mumkin bo‘lgan mashhur shaxslar hisobiga mehmonxona obro‘sini oshirish imkonini beradi.

3. qavatlilik va liftlarning o‘tkazish qobiliyati. Ko‘p qavatli konstruksiyalar yer maydonini (va, tegishincha, uning qiymatini) tejaydi, lekin qurilish qiymatini asosan liftlar hisobiga oshiradi. Liftlar – juda qimmat qurilma. Ammo ularda mablag‘ni tejash navbatlar hosil bo‘lishiga va mijozlar noroziligiga sabab bo‘ladi. Bundan tashqari, shunday mijozlar ham borki, ular yong‘in chiqqudek bo‘lsa, pastga tushishga ulgurmay qolishidan qo‘rqib, oltinchi qavatdan yuqoriga joylashishga ko‘nmaydi.
4. Xavfsizlikni ta’minlash muammosi. Agar mijoz mehmonxonada o‘zini xavfsiz his qilmasa, u bu yerga boshqa kelmaydi. Mijoz nomerda o‘zini xavfsiz his qilishi uchun mazkur nomer eshigi mustahkam va ishonchli bo‘lishi (hech bo‘lmasa shunday ko‘rinishga ega bo‘lishi), zanjirga qulflanishi, «ko‘zcha» va ishonchli qulf bilan jihozlangan bo‘lishi kerak. Hozirda uch xil kalitli: mexanik, magnitli va elektron qulflar qo‘llanadi. Ularning barchasi o‘z yutuq va kamchiliklariga ega. Mexanik qulflar nisbatan arzon. Magnitli qulflar ularning kaliti yo‘qolgan taqdirda qulfni qayta dasturlashtirish imkonini beradi (bunday holda mexanik qulfni almashtirishga to‘g‘ri keladi). Bundan tashqari, magnitli va elektron kalitli sistema nomerga kirgan barcha odamlarni qayd etish imkonini beradi (mehmonxona xodimlari tegishli kodli o‘z kalitlariga ega bo‘ladi). Magnitli kalitlarning kamchiligi shundaki, ular tasodifan magnitsizlanishi va natijada mijoz o‘z nomeriga kirolmay qolishi mumkin. Bundan tashqari, qulf ishlashi uchun magnitli kartochka-kalitni qulf tirqishidan o‘tkazish kerakki, bu yoshi o‘tgan mijozlar uchun muayyan qiyinchilik tug‘diradi.

Magnitli va elektron qulflar mehmonxonada qizg‘in foydalanish xususiyatlaridan kelib chiqib yasalgan standart mexanik qismdan va qulf mexanizmini boshqaradigan elektron qismdan tashkil topadi. qulfning o‘zi sifatli materialdan yasaladi. qulf qopqog‘ini maxsus asbobsiz ochib bo‘lmaydi.

Bunday qulflar kalitlarining quyidagi turlari farqlanadi:

- «smart»-karta;

- perforatsiya yoki shtrix-kodli karta;
- magnit chiziqli plastik kartochka (eng ko‘p tarqalgan variant).

Magnitli yoki elektron qulflar o‘rnatilgan mehmonxonaning ish jarayonini sodda qilib quyidagicha tavsiflash mumkin: mehmon joylashayotganida unga kodli kartochka beriladi. Ushbu kartochka yordamida mehmon o‘ziga ajratilgan nomer eshigini faqat muayyan vaqt oralig‘ida (mehmonxonada yashash vaqti mobaynida) ochib kira oladi. Ma’mur mehmonni ro‘yxatga olishi jarayonida kodni dasturlashtirish amalga oshiriladi. Bunday karta ko‘p marta qo‘llaniladigan bo‘lishi mumkin. Shunda u kodni ko‘p karra qayta yozish imkonini beradi.

Elektron qulflarning maxfiylik darajasi ham ancha yuqori bo‘ladi. Elektron qulfni yasama kalit bilan ochib bo‘lmaydi, kodni yozib olish va undan nusxa ko‘chirish esa – juda qiyin ish. Buning ustiga, kartochkada mehmonxona nomi va nomer raqami odatda ko‘rsatilmaydi. Binobarin, elektron kalit yo‘qolgan taqdirda ham mehmon o‘z nomeriga birov ruxsatsiz kirishidan himoyalangan bo‘ladi.

Bundan tashqari, elektron (magnitli) qulflar quyidagilarni ta’minlaydi:

- muayyan belgi (zona, qavat)ga ko‘ra birlashtirilgan bir necha nomer eshigini bir karta bilan ochish;
- nomerga kirish uchun bir necha kartani dasturlashtirish (masalan, nomerga oila joylashganida);
- nomerdagi seyfni ochish uchun ayni shu kartadan foydalanish;
- nomerga kirishni nazorat qilish. qulf eshikning oxirgi 300 ochilishini eslab qoladi. Bu juda muhim, masalan, nomerdan o‘g‘rilik sodir etilgan taqdirda qonunbuzarni aniqlash uchun;
- ruxsatsiz joylashish ustidan nazorat. Agar mijoz mehmonlarni qabul qilish va joylashtirish dasturida ro‘yxatga olingan bo‘lmasa, uni dasturlashtirish mumkin emas;
- nomerda elektr energiyasi sarfi ustidan nazorat. Nomerda asosiy ulab-uzgich yoniga maxsus moslama o‘rnatilgan bo‘lib, nomerda chiroqlarni yoqishdan oldin kalitni ana shu moslama tirqishidan o‘tkazish talab etiladi. Nomerdan ketayotganda mijoz kalitni o‘zi bilan olib ketadi va oradan ma’lum vaqt o‘tgach, nomerdagi chiroq o‘z-o‘zidan o‘chadi;
- krediti tugagan mehmon uchun nomerga kirishni blokirovka qilish.

Ayni vaqtda keng tarqalgan qulflarning notarmoq turini o‘rnatish yuqorida zikr etilgan imkoniyatlardan foydalanish imkonini beradi. Ushbu variantda har bir qulf individual moslama hisoblanadi va boshqa qulflarga

yoki markaziy kompyuterga ulanmaydi. Ular o‘rtasidagi aloqa ko‘chma programmator orqali amalga oshiriladi.

Sistemaning tarmoq turi o‘rnatilgan, ya’ni barcha qulflar yagona tarmoqqa birlashtirilgan taqdirda, qo‘shimcha funksiyalar paydo bo‘ladi:

- xonaga ruxsatsiz kirilganini aniqlash;
- nomerlarni markazlashtirilgan tartibda nazorat qilish (mijoz nomerda, mijoz nomerda yo‘q, nomerni tozalash, bunda tozalash boshi va oxiri qayd etiladi va h.k.).

O‘zini hurmat qilgan mehmonxona kalitlarning quyidagi turlaridan foydalanadi:

- bosh kalit (Grand master Key) – bir yoki ikki nusxasi bosh direktorda va xavfsizlik xizmati boshlig‘ida bo‘ladi. Ushbu kalit bilan mehmonxonadagi istalgan eshikni ochish va berkitish, ayrim qulflarni esa mehmonxonadagi boshqa bironta ham kalit bilan ochib bo‘lmaydigan qilib berkitish mumkin;
- asosiy kalit (Master Key) – nomer fondi xizmatining boshlig‘i, bosh muhandis, qabul qilish xizmati boshlig‘ida bo‘ladi. Ushbu kalit yordamida bosh kalit bilan berkitilgan qulflardan boshqa barcha qulflarni ochish mumkin;
- seksiya kaliti (Submaster Key) – mehmonxona xodimalarida bo‘ladi. Ushbu kalit bilan , aytaylik, bir qavatda joylashgan nomerlarning eshiklari ochiladi.

5. Boshqa muammolarga quyidagilar kiradi: avtomobillarni qo‘yish muammosi, ayniqsa, mehmonxona restoranlari o‘z xizmatlarini ko‘chadagi mijozlarga ham taklif etsa; foydalanish harajatlarini kamaytirish muammosi; yong‘in xavfsizligi tizimini tashkil etish muammosi va b.

Funksional vazifasiga qarab, mehmonxonada vestibyul xonalari guruhi; mijozlar yashaydigan qism; mehmonlar ovqatlanishi uchun mo‘ljallangan xonalar, savdo-maishiy xizmat ko‘rsatish xonalari; mehmonlar sport bilan shug‘ullanishi, hordiq chiqarishi va biznes bilan shug‘ullanishi uchun mo‘ljallangan xonalar; xizmat xonalari va maishiy xonalar; texnik xonalar.

Vestibyul xonalari guruhi – mehmonxonaning eng muhim qismlaridan biri. U mehmonlarni kutib olish va kuzatish uchun mo‘ljallangan. Unda ayrim ishlarni taqsimlash va qayta taqsimlash funksiyasi amalga oshiriladi.

Mehmonxonaning mijozlar yashaydigan qismi nomerlarni va ular normal faoliyat ko‘rsatishi va ularda tozalikni saqlash uchun zarur xonalarni o‘z ichiga oladi.

Restoranlar, barlar, kafelar va boshqa ovqatlanish korxonalarida mehmonlar, ovqatlanish bilan bir qatorda, hordiq chiqarishi, o‘zaro muloqot qilishi mumkin.

Mehmonlar sport bilan shug‘ullanishi, hordiq chiqarishi va biznes bilan shug‘ullanishi uchun mo‘ljallangan xonalar tarkibi juda keng va rang-barangdir. Ular qatoriga kinokonsert, banket, raqs zallari ham kiradi. Sport inshootlari basseyn, sport zallari, kegelban va sh.k.ni o‘z ichiga oladi. Ish yuzasidan uchrashish uchun mo‘ljallangan binolarga konferens-zallar, ishbilarmonlik va bank operatsiyalarini o‘tkazish uchun mo‘ljallangan zallar, ko‘rgazma zallari kiradi.

Savdo-maishiy xizmat ko‘rsatish xonalari guruhida savdo korxonalari, sartaroshxona, kimyoviy tozalash shoxobchalari, suratxona, atele va b. mijozlarga har xil xizmatlar ko‘rsatadi.

Mehmonxonaning xizmat va maishiy xonalari xodimlarga ishlash, yashash, ovqatlanish, shu jumladan xo‘jalik va qo‘shimcha ehtiyojlarini qondirish imkonini beradi.

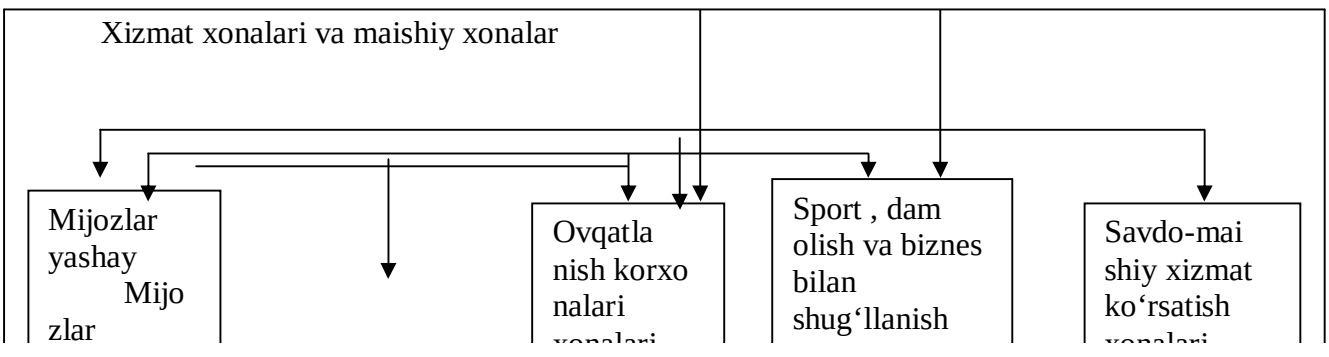
Texnik xonalarda mehmonxonaning havo almashtirish, markazlashtirilgan tartibda axlatni yig‘ish va bartaraf etish, telefon, signalizatsiya texnikasini va mehmonxona hayot faoliyatini ta’minlovchi boshqa sistemalarning ishini nazorat qiladigan xizmatlar joylashadi.

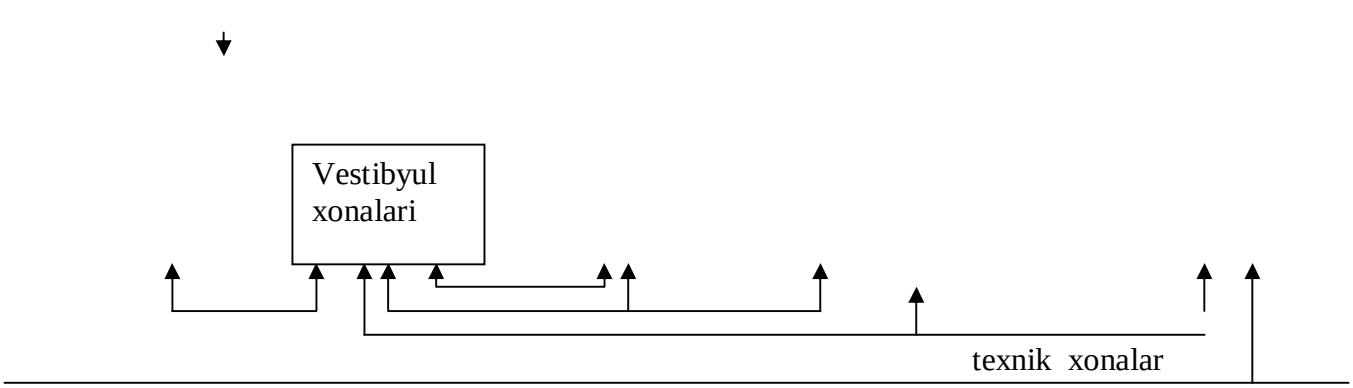
Muayyan xonalar guruhlarining tarkibi va maydoni har xil bo‘lib, mehmonxona turi, foydalanish shart-sharoitlari va sig‘imiga bog‘liq.

Mehmonxona binosiga tutashuvchi hudud ham mehmonxonaning funksional zonasi hisoblanadi. U mehmonxona mijozlari va xodimlarini tashqi muhit (shovqin, gazlanganlik, ifloslanganlik va sh.k.)dan ajratish, kelayotgan mehmonlarga qulaylik yaratish imkonini beradi. Shu nuqtai nazardan mehmonxona transport bo‘g‘inlari yaqinida joylashishi, bino tegishli tarzda jihozlanishi (reklama qilinishi) muhim ahamiyatga ega. Mehmonxona yaqinida mehmonlar dam olishi, avtomobillarini qo‘yishi uchun joylar nazarda tutiladi.

Mehmonxona hududining yer osti maydonidan foydalanish ham istiqbollidir.

Mehmonxona turli xonalari va binolari guruhlarining aloqalari 4.1-rasmda ifodalangan.





4.1-rasm. Mehmonxona xonalari va binolarining asosiy guruhlari va ularning aloqalari

Mehmonxona binolari va xonalari funksional sxemalarini ishlab chiqish texnologik aloqalar va moddiy oqimlarni oqilonalashtirishga yordam beradi.

Ichki oqimlar (xonalar va xonalarning guruhlari o‘rtasida), kiruvchi (tashqi muhitdan mehmonxonaga) oqimlar, chiquvchi (mehmonxonadan tashqi muhitga) oqimlar farqlanadi. Axborot oqimlaridan tashqari, mehmonxonada yashovchilar, xodimlar, mijozlar bagaji, choyshab va yostiq jildlari, axlat, chiqindilar, inventar oqimlari alohida o‘rganiladi. Logistik metodlar yordamida oqimlarni harakat yo‘nalishlari va sur’atiga qarab tartibga solish mumkin.

2. Mehmonxonaning jamoat qismida mehmonlarga xizmat ko‘rsatish

Mehmonlarni ro‘yxatga olish, ularning kelishi va ketishini boshqarish, mehmonlarga turli-tuman xizmatlar ko‘rsatish mehmonxonaning jamoat qismida amalga oshiriladi. Mijozlarga xizmat ko‘rsatishni tashkil etish ishining murakkabligi turli-tuman ishlar nomenklaturasining kattaligida bo‘lib, bu ularni bajarish vaqtini kelishishda muayyan qiyinchiliklar tug‘diradi. Ko‘rsatiladigan xizmatlar personifikatsiya qilingan bo‘lsa-da, ular ommaviyligi, takrorlanuvchanligi bilan ham farq qiladi. Mehmonlar oqimi har xil: keluvchilar, ketuvchilar, yashovchilar. Mehmonlarga xizmat ko‘rsatishda mehmonxona xodimlari ham, boshqa korxonalar (tashkilotlar, muassasalar)ning xodimlari ham ishtirok etadiki, bu ushbu xonalar guruhida samarali texnologiyalarni ta’minlashni og‘irlashtiradi.

Mehmonxona vestibyulining maydoni har xil – bir o‘rin hisobidan 0,3-1,7m^2 gacha bo‘ladi. Odatda obro‘li mehmonxonalarning vestibyullari maydonining kattaligi bilan ajralib turadi. Vestibyulga quyidagilar tutashadi: zinapoya-lift bloki; garderoblar va bagaj uchun mo‘ljallangan xonalar; shveysarlar, liftyorlar, choparlar, yuk tashuvchilarning xonalari; umumiy foydalaniladigan hojatxona va yuvinish joylari; pochta, telegraf,

telefon, bank, ma’lumot, transport, qo‘riqlash xizmatlari ko‘rsatish uchun mo‘ljallangan xonalar.

Vestibyul maydoni zonalarga ajratiladi. quyidagi zonalar farqlanadi: zinapoya-lift zonasi, mehmonxonaga asosiy kirish joyi zonasi, mehmonlarni qabul qilish zonasi, mehmonlarning dam olish zonasi, mijozlarga qo‘shimcha xizmatlar ko‘rsatish zonasi.

Vestibyulning har bir zonasiga joylashtirilgan jihozlar faqat kerakli miqdorda bo‘lishi kerak. Vestibyulni zonalarga ajratishning asosiy usullariga quyidagilar kiradi: turli-tuman bezash materiallari, yoritish va to‘sish vositalaridan foydalanish; shift, pol sathi va bezaklarini o‘zgartirish; ko‘kalamzorlashtirish; jihozlarni joylashtirish va h.k. Xullas, vestibyul intereri – mehmonxonaning qiyofasi deb aytish mumkin.

Joylashtirish xizmati asosan quyidagi ishlarni bajaradi.

Kelgan mehmonlarni rasmiylashtirish zarur. Mehmonlar ularning hujjatlariga ko‘ra qabul qilinadi. Ma’mur mehmon bilan yashash joyini (nomer toifasi, uning joylashgan o‘rni va sh.k.ni), ko‘rsatiladigan xizmatlarni, yashash muddatini kelishib oladi. Yashash uchun haq olinadi. Rasmiylashtirish yakunlanganidan keyin mehmonga nomer kartasi va kaliti beriladi.

Mehmonlar nomerda yashashi davrida ularga xizmat ko‘rsatish yashash muddatini uzaytirish, mehmonni bir nomerdan boshqa nomerga o‘tkazish (zarur hollarda), yashash uchun haq olish, mijozning xohishiga qarab unga qo‘shimcha xizmatlar ko‘rsatishni o‘z ichiga oladi.

Mehmonning jo‘nab ketishini rasmiylashtirish chog‘ida ko‘rsatilgan xizmatlar uchun u bilan to‘liq hisob-kitob qilinadi (foydalanilmagan avans qaytarib beriladi), mijoz nomer va kalitni topshiradi. Mijoz bilan hisob-kitob naqd pul bilan ham, pul o‘tkazish yo‘li bilan ham amalga oshirilishi mumkin. Yagona hisob-kitob soati (12 soat) tizimini joriy etish mehmonxona ma’muriyatiga mijozlar bilan texnik hisob-kitob qilish jarayonini soddalashtirish imkonini beradi. Mijozga kredit kartalaridan foydalanish imkonini berish yo‘li bilan mehmonxona uning erkinlik darajasini oshiradi.

Qabul qilish xizmatining ishini yengillashtirish uchun axborot hisoblash tizimlari ishlab chiqilgan va tatbiq etilmoqda. Umumiy holda axborot hisoblash tizimi quyidagi to‘rt funksional qismdan tashkil topadi: joylarni oldindan buyurtma qilish kichik tizimlari; xizmatga doir axborot berilishini ta’minlash kichik tizimlari; navbatchi ma’mur kichik tizimlari; mehmonxona ma’muriyati kichik tizimlari.

Axborot hisoblash tizimining imkoniyatlari juda keng. Joylarni oldindan buyurtma qilish jarayonini avtomatlashtirish bilan bir qatorda kelayotganlar ro‘yxatga olinadi, nomer fondining hisobi yuritiladi, mijozlarga to‘lash uchun hisobvaraqlar tayyorlanadi.

Mehmonxona keng qo‘shimcha pullik xizmatlar ko‘rsatadi. Zarur axborot olish, pasportlar va turistik hujjatlarni rasmiylashtirish, ekskursiyaga ro‘yxatga olish, valyuta ayirboshlash, teatr, muzey, konsert zallari, stadionlarga chiptalar sotish, samolyot, poyezd va boshqa qatnov vositalariga chiptalarni buyurtma qilish, ijaraga avtomobil olish shular jumlasidan.

Ayrim mehmonxonalarda ish yuzasidan tashrif buyurgan mijozlar uchun biznes markazlari tashkil etiladi. Markaz mijoz ishlashi va kasbiy ta’lim olishi uchun zarur shart-sharoitlar yaratadi. Biznes markazida hujjatlarni tarjima qilish, qayta chop etish ishlari bajariladi, kompyuter xizmatlari ko‘rsatiladi. Markaz teleks va faksimil aloqa vositalari, videomagnitofon va proyeksion apparatura bilan jihozlanadi.

3. Mehmonxonaning mijozlar yashaydigan qismi va unga xizmat ko‘rsatish

Mehmonxonaning mijozlar yashaydigan qismi tarkibiga nomerlar, gorizontal kommunikatsiyalar (yo‘laklar), zina-lift maydonchalari, navbatchi xodimlarning xonalari kiradi. Ko‘p qavatli mehmonxonaning mijozlar yashaydigan qavati bir yoki bir necha yo‘lakdan iborat, tarxining shakli har xil bo‘lishi mumkin. Mijozlar yashaydigan qism maydonining nomerlar va boshqa xonalar o‘rtasida taqsimlanishi turli mehmonxonalarda har xil bo‘ladi: nomerlar ulushi 54-70% ni, koridorlar ulushi – 13-22% ni tashkil etadi. Sig‘imi 25 kishidan oshmaydigan ayrim chet el mehmonxonalarida dam olish zonasining maydoni kamida 16,7 kv. m bo‘lishi nazarda tutilgan. Yirikroq mehmonxonalarda har bir qo‘shimcha mijozga 5 kv. m dan iborat dam olish zonasi nazarda tutiladi.

Mehmonxona nomeri ko‘p funksiyali ahamiyatga ega. U mijozning tunashi, dam olishi, ovqatlanishi, yuvinishi, ishlashi, muloqot qilishini ta’minlaydi. Nomerda mehmonning shaxsiy buyumlari saqlanadi.

Nomerlar o‘rinlar soni, xonalar soni, maydoni, jihozlanishiga qarab tasniflanadi. Jahon amaliyotida bir yoki ikki kishiga mo‘ljallangan bir xonali nomerlar ayniqsa keng tarqalgan. Ayrim mehmonxonalarda har bir yashovchiga nisbatan bir xonali nomerlar ulushi nomer fondining 60-100% ga yetadi. 4.1-jadvalda Tohkent mehmonxonalaridan biri nomer fondining

tuzilishi keltirilgan. «DEDEMAN SILK ROAD» mehmonxonasining nomer fondida bir xonali nomerlar ulushi 53% ni tashkil qiladi.

Xonalar (yoki xona) maydoni funksional zonalarga bo‘linadi. Bir xonali nomer umumiy maydonining 70% yashash zonasiga, 14% - dahlizga, 20% - hojatxona va vannaga tegishli bo‘lishi mumkin. Yashash maydoni bunda 7-14 kv.m ni tashkil etishi mumkin. Ayrim chet mamlakatlarning hozirgi standartlari bir o‘rinli nomerda polning minimal maydoni 14 kv. m, ikki o‘rinli nomerda esa – kamida 18 kv. m bo‘lishini talib qiladi. Germaniyada amalda bo‘lgan me’yorlarga ko‘ra shinamli bir xonali nomerning maydoni unda yashaydigan bir kishiga 16-18 kv. m, ikki kishiga esa – 20-21 kv. m bo‘lishi kerak.

4.1-jadval

«DEDEMAN SILK ROAD» mehmonxonasi nomer fondining tuzilishi

Nomer turi	Nomerlar miqdori	
	birlik hisobida	foiz hisobida
Bir o‘rinli	183	53,0
Ikki o‘rinli	98	28,4
Ikki o‘rinli yarim lyuks		
Uch o‘rinli lyuks	54	15,7
JAMI	10	2,9
	345	100

Nomerlarda mebel nomerning gabariti, devorlarining oralig‘i, isitish xususiyatlari, texnologik ko‘rsatkichlariga qarab joylashtiriladi. Mebel foydalanuvchi uchun qulay bo‘lishi, sanitariya va ergonomika talablariga javob berishi, mijozlar didiga mos kelishi kerak.

Har xil sig‘imli nomerlarning o‘zaro nisbati qat’iy qayd etilgan bo‘lib, faqat mehmonxonalarni rekonstruksiya qilish paytida o‘zgartirilishi mumkin (agar konstruksiyalar bunga yo‘l qo‘ysa).

Ayni vaqtda, nomer fondining tuzilishi mijozlarning talab va ehtiyojlariga javob berishi kerak va muayyan tuzatishlar kiritishni (yil mavsumiga qarab, vaqt o‘tishi bilan va sh.k.) talab qiladi. Ayrim mehmonxonalarda eshiklar va (yoki) siljiydigan to‘siqlar yordamida nomerlarning birlashtirilishi (ajratilishi) hisobiga nomer fondida tezkor o‘zgarishlar qilish nazarda tutiladi.

Apartamentlar soni nomerlar umumiy miqdorining 10% dan oshmaydi. Ular xonalarining soni va vazifasiga, hojatxonasi va vannasiga, dahlizi, maydoniga ko‘ra juda har xil.

Xodimlar uchun xonalarni joylashtirishda ish vaqtida xodimlarning harakat yo‘nalishlarini qisqartirish zarurligidan kelib chiqish kerak.

Xizmat ko‘rsatuvchi xodimlarning xonalari ish joyidan uzoq bo‘lsa, bu qo‘shimcha quvvat sarfiga, xodimlar ko‘proq charchashiga olib keladi. Shu sababli qavatdagi nomerlarga bevosita yaqin joyda xizmat ko‘rsatuvchi xodimlarning bir qancha xonalari, chunonchi: xodimalarning xonalari, omborlar (toza choyshab va yostiq jildlari, sarflash materiallari, kir choyshab va yostiq jildlari, tozalash vositalari omborlari), ofitsiantlarning xonalari, axlat yig‘gich va b. joylashtiriladi.

Joylashtirish xizmati nomer fondining ekspluatatsion holati hisobini yuritadi. Har bir nomerni tayyorlash va unga mijozlarni joylashtirishning kundalik tafsilotlariga quyidagilar kiradi: nomer mijozni joylashtirishga tayyorlangan payt; mijozlar kelgan va ketgan paytlar; mijozlarning familiyasi, ismi, otasining ismi; nomer bo‘sh qolgan soatlar; yashash narxi va summasi; qo‘shimcha xizmatlar narxi va ularga haq to‘lash; bronga qo‘yish vaqti, nomer ta’mirlashda, sanitariya ishlovi berishda bo‘lgan vaqt.

Mehmonxonaning bir martalik sig‘imi doimiy o‘rinlar soniga qarab aniqlanadi.

5. Mehmonxonaning hayotni ta’minlash tizimlari

Mehmonxona turli-tuman muhandislik uskunalari bilan jihozlanadi. Ularni ishlaydigan holatda saqlash tegishli texnologiyalar yordamida ta’minlanadi. Bunda xavfsizlik texnikasi va mehnatni muhofaza qilish talablariga rioya qilinishi kerak. Har xil shovqinlar, tebranishlar, yetarli bo‘lmagan yoki keragidan ortiq yoritish, issiqlik, namlik, binoda zararli moddalarning mavjudligi xodimlar va mijozlar sog‘lig‘iga ziyon yetkazadi.

Vodoprovod tarmog‘i mehmonxona binosini ichimlik suvi va xo‘jalik-maishiy ehtiyojlar uchun suv bilan ta’minlaydi. Ifloslangan suv kanalizatsiya sistemasiga tushib, oqib ketadi. Mehmonxonalar sovuq suv, issiq suv va yong‘inni o‘chirish uchun suv bilan ta’minlanadi.

Mehmonxonalarga keluvchi suvning sifati va harorati mamlakat standarti talablariga mos kelishi kerak.

Suv sarfi sovuq va issiq suv bilan ta’minlash sistemalari uchun alohida hisoblanadi. Bitta mijozga bir kunda 300 litrgacha suv sarfi to‘g‘ri kelishi mumkin. Amaldagi suv sarfi shuningdek suv olish joylari (nomer fondi, kirxona, sauna, basseyn va b.)dagi suv sarfi bilan ham tavsiflanadi.

Mehmonxonalarni isitish uchun suv, bug‘ yoki havo bilan isitish har xil sistemalari qo‘llanadi. Tabiiy va mexanik ventilyatsiya yo‘li bilan mehmonxona xonalaridagi ifloslangan havo chiqarib yuboriladi va toza

havo kiritiladi. Mehmonxonalarda havoni allergenlar va iflosliklardan tozalash, ichki iqlimni tartibga solish texnologiyalari qo‘llaniladi.

Yoritish, isitish va boshqa shunga o‘xshash maqsadlarda elektr energiya sarflanadi. Elektr ta’minoti tizimida ikkita alohida sxema – asosiy manbadan va zaxira manbadan tok bilan ta’minlash sxemalari nazarda tutiladi.

Yong‘in signalizatsiyasi sistemasi harajatlari tunash qiymatining 1% ni tashkil qiladi. Mehmonxonada yong‘in chiqishi sabablari xilma-xil: chekuvchilar (22,5%), elektr jihozlarning nosozligi (19,7%), texnikaning nosozligi (18%), oshxonada yong‘in chiqishi (16,3%).

Chet elda o‘tkazilgan tadqiqotlar yirik mehmonxonalarning atigi 26% da xonalarni yong‘indan himoyalash tadbirlari to‘la, 25% da esa - qisman bajarilishini ko‘rsatdi. O‘rtacha sig‘imli mehmonxonalar uchun ushbu ko‘rsatkich tegishincha 11 va 12% ni tashkil etadi. Yirik va o‘rta mehmonxonalar uchun yong‘in signalizatsiyasi avtomatlashtirilgan sistemasi yong‘in haqida ogoh etuvchi birdan-bir ishonchli vosita hisoblanadi.

Mehmonxonaning yong‘in signalizatsiyasi sistemasini yarim avtonom tarzda tashkil qilish tavsiya etiladi. Markazlashtirilgan qo‘riqlash pultiga naqd pullarni vaqtinchalik saqlash xonalari, kassalar, valyuta ayirboshlash shoxobchalarida o‘rnatilgan signalizatsiya kichik sistemasi haqida axborot keladi. qolgan barcha xonalar uchun avtonom signalizatsiya sistemasi amal qiladi.

Mehmonxonaga xabar berish sistemasi ko‘p maqsadli audiosistema shaklida bo‘ladi. Sistema funksiyalariga quyidagilar kiradi: yuzaga kelgan favqulodda vaziyat haqida xodimlarga xabar berish; mikrofon orqali axborot berish yoki oldindan yozilgan axborotni eshittirish; yangiliklar va radiodasturlarni translyatsiya qilish.

Mehmonxonalarning televizion sistemalari vazifasiga qarab kuzatish, qo‘riqlash, axborot sistemalariga tasniflanadi. Televizion kuzatish sistemasi mehmonxonaning ishlab chiqarish jarayonlari, xizmatlarini nazorat qilish imkonini beradi.

Mehmonxonaning mahalliy hisoblash tarmog‘i biznes markazi va alohida xizmatlarni (ayniqsa, joylashtirish xizmatini) qo‘llab-quvvatlash hisoblash tarmog‘idan tashkil topadi. Mehmonxonaning hisoblash tarmog‘i nomerlarni rezervlash va chiptalarni bronlash uchun mehmonxonalarning tarmoqlariga chiqish imkoniyatiga ega bo‘lishi kerak.

Tayanch iboralar: Mehmonxona tariflari: yarim pension; to‘la pension; mehmonxona mijozi; nomeri; VIP – mijozlar; CIP - mijozlar mehmonxonani biznesi; kurort mehmonxonalar; umumiy ovqatlanish xizmatlari; nomer fondi; elektron qulflar; Grand master key bosh kalit; Vestibyul xonalari; Savdo maishiy xizmat ko‘rsatish xonalari; mehmonxonalarni ro‘yxatga olish; joylashtirish xizmatlari; suv sarfi; signalizatsiya; yoritish – isitish asboblari; kuzatish;

Mustaqil nazorat qilish uchun topshiriq va savollar:

1. Mehmonxonalarning me’morchilik va texnik yechimlari haqida ma’lumot bering.
2. Mehmonxona binolari tarkibini tavsiflang.
3. Mehmonxonaning jamoat qismlarida mehmonlarga xizmat ko‘rsatish tartibi.
4. Mehmonxonaning mijozlar yashaydigan qismi va unga xizmat ko‘rsatish tartibi
5. Mehmonxonaning hayotni ta’minlash tizimini tushuntiring.

Mavzu 5. Mehmonxonalardan foydalanish asoslari

Reja:

1. Mehmonxona iqtisodiyotiga ta’sir etuvchi omillar.
2. Mehmonxona mijozi.
3. Mehmonxona biznesida ishlashning o‘ziga xos xususiyatlari
4. Xodimlarning mijozlar bilan muomala qilish umumiy qoidalari

1. Mehmonxona iqtisodiyotiga ta’sir etuvchi omillar

O‘z-o‘zidan ravshanki, mehmonxona xo‘jaligi tarmog‘ining iqtisodiyotiga, eng avvalo, iqtisodiy omillar (iqtisodiyotning umumiy holati, aholi jon boshiga olinadigan o‘rtacha daromad, ishsizlik darajasi, mahalliy valyutani ayirboshlash kursi, soliq solish darajasi, kreditlarga belgilangan bank foizi va b.) ta’sir ko‘rsatadi. Ayni paytda, tarmoqning rivojlanishida ijtimoiy-iqtisodiy omillar, chunonchi: daromad darajasiga ko‘ra aholining taqsimlanishi, ma’lumot darajasi, turmush tarzi, yosh tuzilishi, shahar va qishloq aholisining nisbati (shahar aholisini harakatchanroq), jinoyatchilik darajasi, turizmning rivojlanishi va sh.k. ham katta rol o‘ynaydi.

Tabiiyki, tarmoqning holati qonunchilikka (soliq va mehnat to‘g‘risidagi qonun hujjatlari, litsenziyalash qoidalari, sanitariya-gigiyena talablari, yong‘in xavfsizligi qoidalari, iste’molchilarning huquqlari to‘g‘risidagi qonunlar va b.ga) ham bevosita bog‘liq bo‘ladi.

Umumiqtisodiy va demografik omillardan tashqari, mehmonxona iqtisodiyotiga yana bir qancha o‘ziga xos omillar kuchli ta’sir ko‘rsatadi. Hozirda terrorizm ana shunday omillardan biridir. Yirik terrorchilik harakatlari, chunonchi: Misrda turistlarning terroristlar tomonidan o‘qqa tutilishi yoki Nyu-Yorkdagi osmono‘par binolarning vayron qilinishi terroristlar hujum qilgan mintaqadagi mehmonxonalarning to‘lishiga juda salbiy ta’sir ko‘rsatadi. To‘g‘ri, tajriba ushbu oqimlarga turistik oqimlar 2-3 yil ichida tiklanishidan dalolat beradi, ammo bu vaqt mobaynida juda ko‘p mehmonxonalar bankrot bo‘lishi mumkin.

Mamlakatdagi iqtisodiy inqiroz natijasida chet el investitsiyalari kelishi to‘xtaydi, ushbu mamlakatga tovarlar eksporti kamayadi, bu esa mehmonxonalarda biznes-turistlar soni kamayishiga olib keladi. Kurort mintaqalarida mehmonxonalarning to‘lishiga tez o‘zgaradigan dam olish joylari va turlariga bo‘lgan moda, viza olish bilan bog‘liq qiyinchiliklar, transport kompaniyalarining ish sharoitlari ta’sir ko‘rsatadi. Misol uchun, Yevropa osmonida shovqin darajasi me’yorda belgilanganidan katta bo‘lgan sobiq Ittifoqda ishlab chiqarilgan samolyotlar uchishining taqiqlanishi muqarrar tarzda rossiyalik turistlar oqimlari Yevropa kurortlaridan Turkiya va Misr kurortlariga qayta taqsimlanishiga olib keladi.

Mehmonxonaning iqtisodi y ko‘rsatkichlariga ichki omillar, chunonchi: qabul qilingan boshqarish va nazorat tizimi (ayniqsa, harajatlar ustidan nazorat tizimi), ko‘rsatiladigan xizmatlar darajasi, shuningdek mehnat munosabatlari ham ta’sir ko‘rsatadi. Shu sababli mehmonxona ma’muriyati xodimlarning mehnat sharoitlarini yaxshilashga, ishchi kuchining qo‘nimsizligini kamaytirishga va mehnat jamoasidagi muhitni yaxshilashga doim e’tibor berishi kerak.

Mehmonxonaning iqtisodiy ko‘rsatkichlariga noto‘g‘ri tanlangan tariflar tizimi ham ta’sir ko‘rsatishi mumkin. Jahonda ***mehmonxona tariflarining*** quyidagi ***asosiy tizimlari*** qo‘llanadi.

1. Tarifga faqat yashash uchun haq (Room only) kiradi. U Yevropa rejasi deb ham ataladi.
2. Tarifga yashash uchun haq va nonushta (Room and breakfast) kiradi (kontinental reja). Bunda tarifga kiritilgan nonushta uch xil bo‘lishi mumkin:

- kontinental nonushta (sharbat, qahva yoki choy, bulochka, jem);
- inglizcha nonushta (vetchina bilan quymoq qo‘shiladi);
- shvedcha stol (pishloq, kolbasa mahsulotlari, non-bulka mahsulotlari, mevalar, jemlar, sharbatlar, asal, qahva, choy o‘ziga-o‘zi xizmat ko‘rsatish usulida taqdim etiladi). Hozirda ushbu tarif ayniqsa keng tarqalgan.

3. Yarim pansion (Half board, demi-pension, modified American plan). Tarifga yashash haqi, nonushta va tushlik yoki kechki ovqat kiradi. Tarif ayrim kurort mehmonxonalarida va ma’rifiy maqsadlarda sayohat qiluvchi turistlarga, shuningdek biznesmenlarga xizmat ko‘rsatadigan mehmonxonalarda qo‘llanadi. Ushbu mehmonxonalarda yashaydigan turistlar shahar bo‘ylab ekskursiya qiladi, o‘sha yerda tushlik qiladi, kechqurun esa mehmonxonaga qaytib keladi. Kurort

mehmonxonalarida yashaydigan turistlarga kelsak, ular shu yerda tushlik qilishni, kechqurun esa turli restoranlar va kafelarda ovqatlanishni ma’qul ko‘radi.

4. To‘la pansion (en pension, American plan). Tarifga yashash haqi va uch (yoki to‘rt) mahal ovqatlanish kiradi. Kurort mehmonxonalarida, ayniqsa, umumiy ovqatlanish tarmog‘i yaxshi rivojlanmagan mintaqalarda qo‘llanadi.
5. «Hammasi kiritilgan» («All included»). Tarifga yashash haqi, ko‘p marta ovqalanish (mijoz tanlagan bir necha restoranlardan birida, ko‘ngilochar vositalarning hammasi (yoki ko‘pchiligi), bardagi ichimliklar (odatda import ichimliklardan tashqari)) kiradi. Odatda begonalardan ajratilgan kurort mehmonxonalarida qo‘llanadi. Mehmonxonada yashovchilarga ular ayni shu mehmonxonaga mansubligini tasdiqlaydigan ma’lum belgilar beriladi, misol uchun, ularning qo‘liga yechilmaydigan bilakuzuk taqib qo‘yiladi.

Haq to‘lashning boshqa usullari ham mavjud. Misol uchun, «Bir xizmat narxida ikki xizmat» (Two for one) tarifiga ko‘ra, mehmon tekinga yashaydi, ammo ovqatlanish uchun haq to‘laydi. «Bolalar uchun bepul» (Children – free) tarifiga ko‘ra, ota-onasi bilan bir xonada yashaydigan bolalar uchun haq olinmaydi. Ammo bu tariflar nisbatan kam qo‘llanadi. Tarifni e’lon qilishda unga nimalar kirishi mufassal tushuntirilishi kerak. Tarifga soliq kiritilgan-kiritilmagani tushuntirilishi shart, chunki mijoz haq to‘lash paytida tarifdan tashqari 20% miqdorida soliq ham to‘lashi kerakligini bilsa, norozi bo‘lishi tayin.

Yuqorida sanab o‘tilgan omillar istalgan birining ta’siri eng avvalo mehmonxonaning to‘lish koeffitsiyentida aks etadi. Bu mehmonxona ishining rentabelligini belgilovchi muhim ko‘rsatkichdir. Hozirda jahonda ushbu koeffitsiyent asta-sekin pasayishi kuzatilmoqda. Bu yangi-yangi mehmonxonalar qurilayotgani, mehmonxona xizmatlarining taklifi ularga bo‘lgan talabdan ko‘payib borayotgani bilan izohlanadi. Mehmonxonalarning to‘lish koeffitsiyenti hozir o‘rta hisobda taxminan 60% ni tashkil etadiki, buni rentabellik bo‘sag‘asi deb aytish mumkin. O‘z-o‘zidan ravshanki, to‘lish koeffitsiyenti o‘zgarib turadi: mavsumda yuqori bo‘ladi, mavsum tugagach, pasayadi; shanba va yakshanba kunlari ish kunlaridagidan pastroq, bayram kunlari esa oddiy kunlardagidan yuqoriroq bo‘ladi va h.k. Har bir mehmonxonada to‘lish koeffitsiyenti o‘zgarishining muayyan manzarasi kuzatiladi. Ushbu koeffitsiyent o‘zgarishlarini muvozanatga solish uchun ma’muriyat tegishli chora-tadbirlar ko‘rishi kerak.

To‘lish koeffitsiyenti juda ko‘p omillarga bog‘liq bo‘ladi. Bu yerda shuni ta’kidlab o‘tish kerakki, tarif miqdori bilan to‘lish koeffitsiyenti o‘rtasida bevosita bog‘liqlik mavjud emas: misol uchun, tarifi 60 AqSh dollari bo‘lgan mehmonxonaning to‘lish koeffitsiyenti 62%, tarifi 100 AqSh dollari bo‘lgan mehmonxonaniki esa – 75% bo‘lishi mumkin. Vaholanki, iqtisodiy nazariya xizmatlar qiymati pasayishiga qarab, ularga bo‘lgan talabning oshishini nazarda tutadi. Ammo muayyan bir mehmonxonada bunday bog‘liqlik kuzatilishi, ya’ni tarifning pasaytirilishi to‘lish koeffitsiyentining oshishiga olib kelishi mumkin.

2. Mehmonxona mijozi

Mehmonxonalarning mijozlari orasida o‘tkazilgan ko‘plab statistik tadqiqotlar natijasida foydali statistik ma’lumotlar olingan. Misol uchun, mehmonxonalarning mijozlari orasida biznes-turistlar ulushi 40% gacha yetishi, juft bo‘lib sayohat qiluvchi turistlar 43% ni, yolg‘iz erkaklar 32% ni, yolg‘iz ayollar esa – 22% ni tashkil etishi aniqlangan. Mehmonxonani dastlabki tanlashda quyidagi omillar hisobga olinadi (muhimlik darajasiga qarab): mehmonxonaning joylashgan o‘rni, u ko‘rsatadigan xizmatlar, yashash uchun to‘lanadigan haq, tashqi ko‘rinishi va tozaligi. Mijozlar ko‘proq nimadan shikoyat qilishi ham aniqlangan:

- xodimlar yetarli darajada e’tibor bermasligi;
- nomer joylashishga tayyor emasligi;
- nomerni bronlashtirish majburiyati bajarilmaganligi;
- mehmonxonada va nomerda mijoz o‘zini xavfsiz his etmasligi;
- nomerda harorat qulay emasligi;
- shovqin darajasining kuchliligi;
- karavotning noqulayligi;
- narxning balandligi;
- xizmat ko‘rsatishdagi sustkashlik.

Mehmonxonalarning mijozlari orasida o‘tkazilgan so‘rovlar natijasida ham menejment uchun foydali bo‘lishi mumkin bo‘lgan juda ko‘p ma’lumotlar olingan. Misol uchun, mijozlarning to‘rtdan uch qismi nomerga joylashishda birinchi navbatda mini-barni ochib ko‘rishi va uning ichidagi narsalar bilan qiziqishi aniqlangan. Shuningdek, yulduzlar soni kam bo‘lgan mehmonxonalarda mini-barlarni jihozlash foydali ekanligi ham aniqlangan (ayniqsa, mini-bardagi narxlar ana shunday ichimliklarga do‘konlarda belgilangan narxlardan bir necha baravar balandligi hisobga olinsa).

Bundan tashqari, mijozlarning 95% har kuni kamida bir soat televizor tomosha qiladi. Shu sababli hozirgi vaqtda ikki yulduzli mehmonxona nomerida televizor bo‘lgani ma’qul (televizor nazarda tutilmaydigan ekologik mehmonxonalardan tashqari).

Mijozlarning 95% dush va atigi 5% - vanna qabul qiladi. Shu sababli hozirda ayrim to‘rt yulduzli mehmonxonalar nomerlarda to‘la o‘lchamli vannalardan ko‘ra ko‘proq arzon dush kabinalari o‘rnatmoqda. Mijozlarning 40%i ertalab uyg‘otishni talab qiladi. Shu bois mehmonxona avtomatik uyg‘otish sistemasi bilan jihozlansa, maqsadga muvofiq bo‘ladi. Zero, mijozlarni telefon operatori yordamida uyg‘otish hatto kichkina mehmonxona uchun ham jiddiy muammo tug‘dirishi mumkin, chunki mijozlarning aksariyati ularni ayni bir vaqtda – soat 7 da uyg‘otishni so‘raydi. Darvoqe, mijoz o‘z vaqtida uyg‘otmagani uchun mehmonxonadan sud orqali ancha katta pul undirib olgan hollar ham ma’lum. Misol uchun, shunday hollardan birida mijoz sudda mehmonxona aybi bilan uxlab qolgani va ishga doir uchrashuvga o‘z vaqtida yetib borolmagani uchun foydali buyurtmadan mahrum bo‘lgani, ya’ni ziyon ko‘rganini isbotlab bergan.

Bugungi kunda mijoz o‘rta darajali (3-4 yulduzli) mehmonxonada ko‘rishni umid qilgan xizmatlarning muayyan to‘plami shakllangan. Zarur xizmatlarning asosiy to‘plami (yashash sharoitlari, ovqatlanish, nomerning issiqligi, issiq suv)dan tashqari, hozirgi namunaviy mijoz mehmonxonada quyidagi xizmatlarni olishga umid qiladi:

- nomerdagi vanna va hojatxonada – yuvinish buyumlari to‘plami, fen, bir nechta sochiq, poyafzal tozalash vositasi;
- nomerda chetga to‘g‘ridan-to‘g‘ri chiqish mumkin bo‘lgan telefon, masofadan turib boshqariladigan televizor;
- mijozga notanish shaharda mo‘ljal olishga ko‘maklashadigan axborot xizmati;
- mehmonlarni uyg‘otish bo‘yicha tekin xizmatlar;
- nomerga ovqat keltirish xizmati (room service);
- fitness markazi, basseyn;
- kokteyl-bar (restorandan tashqari);
- mijozlarning avtomobillarini qo‘yish uchun joy;
- kirxona va kimyoviy tozalash xizmati.

Yuqori darajali mehmonxonalarda xizmatlar to‘plami ancha keng bo‘ladi.

Nomerda mini-bar, mehmonxonada esa – biznes markazi bo‘lishi shart. Besh yulduzli mehmonxonalarda nomer albatta mijoz uxlashi uchun

tayyorlanadi: to‘shakdan choyshab yechib olinadi, torsher yoki stol lampasi yoqiladi, yostiqqa shokolad qo‘yiladi.

Super mehmonxonalar mehmonga shaxsiy xizmatkor xizmatini taqdim etishi mumkin. U mehmonning garderobini kuzatib boradi.

Yuqori darajali mehmonxonalar nogironlar, ko‘rlar, qariyalar, bolalar kabi maxsus toifa mijozlarga alohida xizmatlar ko‘rsatishlari shart.

Nogironlar aravachasidagi mijoz mehmonxonaning barcha binolariga kirish imkoniyatiga ega bo‘lishi kerak. Har 50-100 ta oddiy nomerga aravachadagi nogiron uchun maxsus jihozlangan bitta nomer to‘g‘ri keladi: aravacha hojatxona va vannaga kirishi uchun imkoniyat yaratiladi, shuningdek, bu yerda nogiron mijozga xodimlar yordami kerak bo‘lib qolgan taqdirda bog‘lanish uchun ichki telefon ham o‘rnatiladi.

Yuqori darajali mehmonxonalarda VIP-mijozlar (yuqori martabali kishilar)ga va ulardan kamroq ahamiyatga ega bo‘lgan CIP toifasi (tijorat nuqtai nazaridan muhim shaxslar)ga xizmat ko‘rsatish uchun maxsus yo‘riqnomalar ishlab chiqiladi. Birinchi toifaga prezidentlar, vazirlar, yuqori darajali diplomatlar, shou-biznes olamining mashhur vakillari va sh.k. kiradi. Ikkinchi toifaga mehmonxona biznesi uchun foydali bo‘lishi mumkin bo‘lgan shaxslar (direktorlar kengashi a’zosi, tarkibiga ayni mehmonxona kiruvchi mehmonxonalar zanjiri markaziy apparatining xodimi, keyinchalik mehmonxonaga vaqtinchalik yashash uchun o‘z xodimlarini xizmat safariga yuborishi mumkin bo‘lgan yirik firma menejeri va h.k.) kiradi. Mijozlarning ushbu ikki toifasiga mehmonxona xodimlari juda katta e’tibor berishlari kerak: ularni yo bosh direktor, yo maxsus VIP-menejer kutib oladi, ularni ro‘yxatga olish taomili soddalashtiriladi – mehmon varaqasini ular kirishda emas, balki o‘z nomerida to‘ldiradi, mehmon kelishiga yaqin nomerga gullar, mevalar, ichimliklar qo‘yiladi.

VIP-mijozlarning asosiy xususiyati – ular keng omma bilan aloqa qilmaslikka intiladi, chunonchi: odatda o‘z nomerida ovqatlanadi, basseynga faqat u yerda boshqa mijozlar bo‘lmagan paytda boradi (bu haqda mehmonxona ma’muriyati qayg‘urishi kerak), nomer eshigi oldiga qo‘shimcha qo‘riqchilar qo‘yiladi va h.k. VIP va CIP mijozlar ma’muriyatga juda ko‘p qo‘shimcha tashvish keltiradi, ammo ular ko‘rsatilgan xizmatlarga doim ancha katta haq to‘laydi.

3. Mehmonxona biznesida ishlashning o‘ziga xos xususiyatlari

Mehmonxona xizmati sohasida ishlashning bir qancha o‘ziga xos xususiyatlari mavjud. Ular orasida quyidagilarni qayd etish mumkin:

•bir mehmonxonada har xil (5 tadan 9 tagacha) kasb egalari ishlaydi. Bunda mijozga ko‘rsatiladigan deyarli har qanday xizmat bir necha bo‘limlar yoki xizmatlar bahamjihat ishlashini, binobarin, turli kasb egalarining harakatlarini muvofiqlashtirishni taqozo etadi. Shuning uchun ham turli xizmatlar va mutaxassislar ishini yaxshi muvofiqlashtirish muhim ahamiyat kasb etadi. Ular bir-biri bilan shunday aloqa qilishi kerakki, mijozning muammolari o‘z vaqtida va mehmonxona oliy rahbariyatining aralashuvisiz hal qilinsin. Odatda mijoz o‘zining barcha e’tirozlarini qabul qilish xizmatiga bildiradi. Agar, aytaylik, uning e’tirozi nomer yaxshi tozalanmagani bilan bog‘liq bo‘lsa, bu kamchilikni qabul qilish xizmatiga bevosita bo‘ysunmaydigan nomerlar fondi xizmati tuzatishi kerak. Agar turli xizmatlarning o‘zaro aloqasi yaxshi yo‘lga qo‘yilgan bo‘lmasa, muammoni tez hal qilib bo‘lmaydi;

- mehmonxonadagi ommaviy kasblarning aksariyati xodimlardan yuqori malaka talab qilmaydi. Shu sababli chet el mehmonxonalarida rivojlanayotgan mamlakatlardan kelgan, farrosh, kirchi va boshqa kasblarda ishlayotgan immigrantlar juda ko‘p;
- mehmonxona xodimlarining, ayniqsa, mijozlar bilan bevosita aloqa qiladigan xodimlarning ishi har xil odamlar bilan muomala qilish va til topisha olishni talab qiladi, chunki mehmonxona mijozlari orasida boylar va kambag‘allar, yoshlar va qariyalar, bosiq va jizzaki, hushyor va mast odamlar, turli kasb egalari, shu jumladan jinoiy unsurlar ham bo‘ladi;
- mehmonxona ishi – o‘ziga xos uzluksiz ishlab chiqarish; mehmonxona kunda 24 soat, yilda 365 kun ishlaydi.

Menejerlarning ish kuni me’yorga solinmaydi va amalda doim kuniga 8 soatdan ko‘proq (ko‘pincha haftasiga 70 soatga yaqin) bo‘ladi. Bunda oliy daraja menejerlar ishi asosan mijozlar bilan bevosita va telefon orqali aloqa qilishdan iborat bo‘ladi, xatlar va hujjatlar bilan ishlashga juda kam vaqt sarflanadi. Menejerlar ishi asabga katta og‘irlik tushishi bilan tavsiflanadi. Menejer tez qaror qabul qila olishi va har qanday tasodiflarga, masalan, «prezident» nomeriga da’vogar ikkita oliy martabali shaxs bir paytda kelishiga doim tayyor turishi kerak. Mehmonxona menejerlarining kasbiy kasalliklari – oshqozon yarasi, gipertoniya, yurak tanqisligi, shuningdek alkogolizm ana shunday kelib chiqadi. Umumiy ovqatlanish xizmati xodimlariga esa nomaqbul semirish xavfi mavjud.

Turli mamlakatlarda o‘tkazilgan tadqiqotlar mehmonxonani boshqarishning muayyan bir maqbul usulini aniqlash imkonini bermadi: sof avtoritar boshqarish usulining muvaqqiyatiga ham, demokratik boshqarish usulining muvaffaqiyatsizligiga ham misollar mavjud. Ammo miqdoriy jihatdan avtoritar boshqarish usuli nisbatan ko‘p uchraydi. Bu holat shu bilan izohlanishi mumkinki, mehmonxona biznesi uzoq vaqt oilaviy biznes hisoblangan: mehmonxonani oila boshlig‘i boshqargan, unga qarindoshlari – mehmonxona xizmatchilari so‘zsiz bo‘ysunishi kerak bo‘lgan. Maxsus ma’lumotli birinchi menejerlar faqat XX asrning 20-yillarida paydo bo‘lgan. Shu davrgacha barcha mehmonxona boshqaruvchilari sof amaliyotchi bo‘lgan. Shuni alohida ta’kidlab o‘tish kerakki, mehmonxonalar bir-biridan ancha farq qiladi va shu sababli, aytaylik, kichik biznes-otelda muvaffaqiyatli ishlaydigan menejer katta kurort kompleksida ham shunday muvaffaqiyatli ishlashi shart emas va aksincha.

4. Xodimlarning mijozlar bilan muomala qilish umumiy qoidalari

Har qanday xizmatlarni, shu jumladan mehmonxona xizmatlarini sotish tovarlar bilan savdo qilishdan eng avvalo shu bilan farq qiladiki, xizmat uni ko‘rsatadigan xodimlardan ajralmasdir. Shu sababli mehmonxona biznesida mijozlar bilan muomala qilishni bilishga alohida e’tibor beriladi. Barcha xodimlar, ayniqsa, mijozlar bilan muntazam muomala qiladigan xodimlar maxsus o‘qitib-o‘rgatiladi. Ularga turli mijozlar bilan muomala qilish, telefon orqali so‘zlashish, shikoyatlarni eshitish va h.k. o‘rgatiladi. Har bir toifa xodimlar (qabul qilish xizmati, barmenlar, ofitsiantlar) uchun mufassal yo‘riqnomalar ishlab chiqiladi.

Xodimlar uchun belgilangan umumiy qoidalardan quyidagilarni qayd etish mumkin:

- mehmonxona xodimi mijozga kerak bo‘lgan paytda doim yordam ko‘rsatishga tayyor bo‘lishi lozim;
- mehmonxonaning bironta ham xodimi mehmon bilan bahslashishga haqli emas;
- xodim mehmonga o‘z ijobiy munosabatini namoyish etishi, chunonchi: unga hurmat ko‘rsatishi, xushmuomala bo‘lishi, ovozini ko‘tarmasligi, hatto mijoz ochiq-oydin noto‘g‘ri ish tutsa ham o‘z noroziligini sezdirmasligi kerak;

- mijozga to‘liq axborot berishni, unga hatto noxush yangiliklarni, masalan, mijoz nima uchundir haq to‘lashi kerakligini ma’lum qilishni ham bilishi lozim;
- mijozning muammolari zudlik bilan va tez hal qilinishi kerak. Agar xodim muammoni o‘zi hal qila olmasa, u mijozni menejer huzuriga yuborishi (yaxshisi, uning huzuriga boshlab borishi) lozim.

Mehmonxona xizmatchilarining tashqi ko‘rinishiga alohida e’tibor beriladi. Ular maxsus belgilangan forma kiyimida bo‘lishlari shart. Bunda mijozlar bilan bevosita muomala qilmaydigan xodimlar formasi mijozlar bilan muomala qiladigan xodimlar formasidan farq qilgani ma’qul. Bu xodimlarni nazorat qilishni yengillashtiradi. Forma toza, dog‘-dug‘siz, dazmollangan, barcha tugmalari joyida bo‘lishi kerak.

Bundan tashqari, xizmatchilar quyidagi tavsiyalarga ham amal qilishlari kerak:

- mehmonxonalarning ismlarini, ular yaxshi ko‘radigan ichimliklarni eslab qolishlari;
- barcha mijozlarga bir xil vaqt ajratishlari;
- mijozlarning suhbatlariga quloq solmasliklari;
- mijozning taklifisiz o‘z fikrini bildirmasliklari;
- mijozlar bilan siyosat va dinni muhokama qilmasliklari;
- mijozlar qarshisida o‘z hamkasblari bilan janjallashmasliklari kerak;
- xizmatchi o‘z hamkasbi bilan gaplashib bo‘lishini mijoz kutib turmasligi kerak;
- xodim mijozga xizmatning mavjud bir nechta variantidan bittasini tanlashni taklif qilishi lozim;
- mehmonxona, u ko‘rsatadigan xizmatlar, turli xizmatlar qayerda joylashgani, ovqat buyurtma qilish taomillari va h.k. haqida mumkin qadar to‘liq xabardor bo‘lishi kerak;
- telefon orqali gaplashganda ko‘pi bilan 3-4 gudok chalinganidan keyin go‘shakni ko‘tarishi, o‘z mehmonxonasi (yoki mehmonxona xizmati) va o‘z familiyasini aytib, o‘zini tanishtirishi kerak. Agar xodim qo‘ng‘iroq qilgan odamga darhol javob bera olmasa, undan qayta qo‘ng‘iroq qilishni iltimos qilishi yoki uning telefon raqamini yozib olishi lozim. Mijoz axborotni 45 sekunddan ko‘p kutmasligi kerak. Agar xodim mijozni bundan ko‘proq vaqt kuttirib qo‘ysa, u mijozdan yana kutib turishga rozi yo rozi emasligini so‘rashi yoki u bilan keyinroq bog‘lanishi lozim.

Mehmonxonada mijozning xizmatlardan qoniqqanligiga baho berish tizimi bo‘lishi kerak. Bunday tizimning axborot manbalari quyidagilardan iborat.

1. Kuzatish. Barcha daraja menejerlar qoniqarsiz xizmat ko‘rsatilishi belgilarini muttasil qidirishlari kerak. Bunday belgilarga navbat kutilishi, mijozning axborotni uzoq kutib qolishi, mijozlarga xodimlarning befarqligi, mijozga berilgan va’dalarning bajarilmasligi va b. kiradi. Menejerlarning kuzatishidan tashqari, vaqti-vaqti bilan mehmonxonaga tekshiruvchi yuborilishi, u oddiy mijoz ko‘rinishida mehmonxonaning barcha xizmatlari bilan muomala qilishi va o‘z kuzatishlari haqida mehmonxona rahbariyatiga axborot berishi kerak.
2. Mehmonlar orasida so‘rov o‘tkazish. So‘rovnomalar odatda nomerlarda turadi. To‘ldirilgan so‘rovnomalarni mehmonxona xodimalari yig‘ib oladi va keyin ularga marketing bo‘limida ishlov beriladi.
3. Mehmonxona va uning alohida bo‘limlari moliyaviy ko‘rsatkichlarini tahlil qilish.
4. Mijozlarning qoniqqanlik darajasi haqida foydali axborot haydovchilar orqali olinishi ham mumkin. Chunki mijozlarning bir qismi aeroportga ketayotib ular bilan gaplashadi.
5. Mijozlarning shikoyatlari puxta ishlovdan o‘tkaziladi va ular bo‘yicha ko‘rsatiladigan xizmatlar sifatini yaxshilash va mijozlarning qoniqqanlik darajasini oshirish imkonini beradigan tegishli choralar ko‘riladi. Mijozlar shikoyat bilan murojaat etishi mumkin bo‘lgan xodimlarga norozi mijozlar bilan qanday muomala qilish haqida yo‘l-yo‘riq ko‘rsatilishi shart. Bunday yo‘riqnomaning ba’zi bir bandlari quyida keltirilgan:

- norozi mijozning shikoyatini diqqat bilan eshiting, har qanday shikoyat – bu, eng avvalo, xizmat ko‘rsatish darajasini yaxshilashga yordam berishi mumkin bo‘lgan foydali axborot;
- vazminlikni yo‘qotmay, norozi mijozni boshqa mijozlar eshitmasligi uchun chetga olib chiqing;
- hamdardlik va yordam berish istagini bildiring;
- mijoz bor dardini aytishiga imkon bering, uning gapini bo‘lmang, aks holda u yana boshidan boshlaydi;
- mijozning gapiga qo‘shilmang va norozi ham bo‘lmang, shuningdek biron-bir tashqi sababni ro‘kach qilib, o‘zingizni oqlashga ham urinmang;

- shoshma-shosharlik bilan mehmonxona aybini bo‘yningizgi olmang – bu mijoz moddiy da’vogar bo‘lishi, sudga murojaat etishi va boshqa ko‘ngilsizliklarga sabab bo‘lishi mumkin;
- muammoga e’tibor bergani uchun mijozga minnatdorchilik bildiring;
- muammoni tez hal qiling, agar muammoni o‘zingiz mustaqil hal qila olmasangiz, katta menejerga murojaat eting;
- agar mijoz xodimdan menejerga shikoyat qilgan bo‘lsa, menejer mijoz oldida xodimni urishmasligi kerak. Darvoqe, aksariyat hollarda shikoyat ob’ektiv bo‘lmaydi va xodim tanbehga emas, qo‘llab-quvvatlashga loyiq bo‘ladi.

Tayanch iboralar: Mehmonxona iqtisodiyotiga ta’sir etuvchi omillar, mehmonxona mijozi, mehmonxona tariflari, Room only tarifi, Room and breakfast tarifi, kontinental nonushta, inglizcha nonushta, shvedcha stol, yarim pansion,to‘liq pansion.

Mustaqil nazorat qilish uchun topshiriq va savollar:

1. Mehmonxona iqtisodiyotiga ijtimoiy – iqtisodiy omillari ta’siri.
2. Mehmonxona iqtisodiyotiga ichki va tashqi omillarning ta’siri.
3. Mehmonxonalarning iqtisodiyotiga ta’sir etuvchi omillar.
4. Mexmonxonaning to‘lish kayeffitsentiga ta’sir omillari.
5. Mexmonxona mijozlarining turlari.
6. Mijozlarning mexmonxona tanlashiga ta’sir etuvchi omillar.
7. Mexmonxonaning mijozlari oldidagi asosiy vazifasi.
8. VIP – mijozlar (yuqori martabali kishilar) ning asosiy xususiyatlari.
9. Mexmonxona biznesida ishlashning o‘ziga xos xususiyatlari.
10. Mexmonxonaning me’morchilik va taxlil darajasi.
11. Mexmonxonada xizmat ko‘rsatish turlari.

Mavzu 6. Mehmonxonalarning tashkiliy-boshqarish tuzilmasi

Reja:

1. Yirik mehmonxonalar boshqaruv strukturasi.
2. Kichik mehmonxonalar boshqaruv strukturasi.
3. Bosh ma’mur ofisi.
4. Tungi auditor.
5. Ma’muriy –xo‘jalik xizmati.

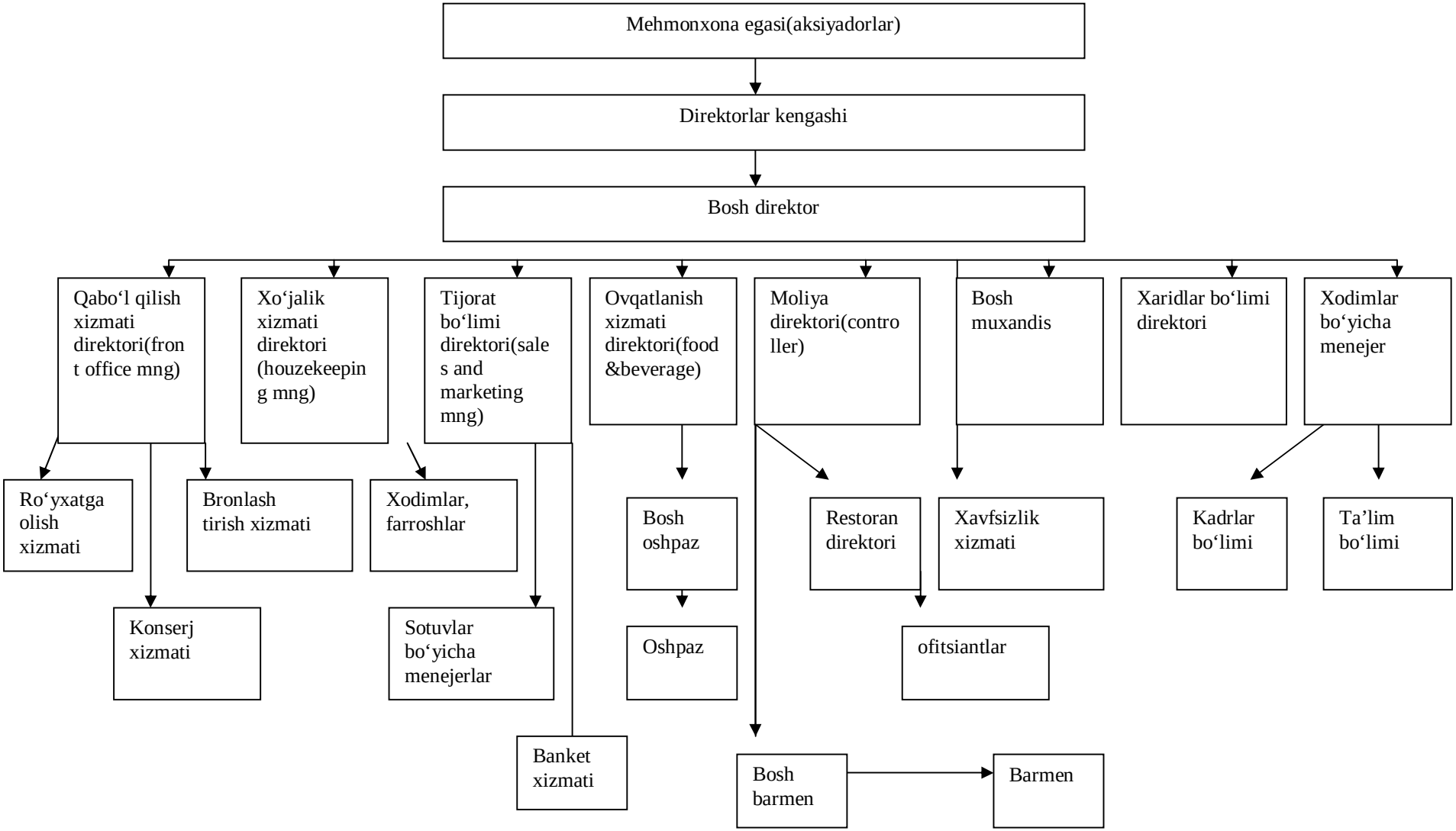
1. Yirik mexmonxonani boshkarish sxemasi

Tabiiyki, har bir mexmonxonaning tashkiliy tuzilmasi o‘ziga xos xususiyatlarga ega bo‘ladi. Masalan, bronlashtirish bo‘limi tijorat bo‘limi tarkibiga kirishi mumkin, xaridlar bo‘limi moliyaviy direktorga bo‘ysunishi mumkin, banket xizmati ovkatlanish xizmati tarkibiga kirishi mumkin. Ba’zan bosh oshpaz bevosita bosh direktorga bo‘ysunadi, ovqatlanish xizmatining menejeri esa fakat ofitsiantlarni boshkaradi va x.k.

Mexmonxona toifasiga qarab, uning boshkaruv tuzilmasida tegishli bo‘limlar, masalan, biznes markazi, fitness markazi, vrach (ba’zan hatto kichik poliklinika) mavjud bo‘ladi. Kurort mexmonxonasida «dam olish buyicha direktor» lavozimi ham mavjud. Angliya mexmonxonalarida qabul qilingan boshqarish sxemasining o‘ziga xos xususiyati shundan iboratki, qabul qilish xizmati (Front office) xo‘jalik xizmatining direktoriga bo‘ysunadi, qabul qilish xizmatida esa ayrim bo‘limlarni katta xodimlar, masalan, bosh telefonist, bosh hammol, bosh kassir, axborot xizmati rahbari, bronlashtirish xizmati rahbari va sh.k. boshkaradi.

Yirik mexmonxonani boshqarishning namunaviy sxemasi taxminan 1-rasmda ifodalangan ko‘rinishga ega bo‘ladi.

1-rasm


Mehmonxona egasi(aksiyadorlar)
Direktorlar kengashi
Bosh direktor
Qabo‘l qilish xizmati direktori(fron t office mng)
Xo‘jalik xizmati direktori (houzekeepin g mng)
Tijorat bo‘limi direktori(sale s and marketing mng)
Ovqatlanish xizmati direktori(food &beverage)
Moliya direktori(contro ller)
Bosh muxandis
Xaridlar bo‘limi direktori
Xodimlar bo‘yicha menejer
Ro‘yxatga olish xizmati
Bronlash tirish xizmati
Xodimlar, farroshlar
Bosh oshpaz
Restoran direktori
Xavfsizlik xizmati
Kadrlar bo‘limi
Ta’lim bo‘limi
Konserj xizmati
Sotuvlar bo‘yicha menejerlar
Oshpaz
ofitsiantlar
Banket xizmati
Bosh barmen
Barmen

2. Kichik mexmonxonani boshkarish tuzilmasi

Standart motellarda boshkarishning eng oddiy sxemasi taxminan quyidagi ko‘rinishga ega bo‘ladi: 100 nomerli motelda direktorga qabul qilish va moliya xizmatining to‘rt klerki, xo‘jalik xizmatining boshlig‘i bevosita bo‘ysunadi, xo‘jalik xizmati boshlig‘ining ko‘l ostida sakkiz xodima, to‘qqiz paj (bellman) (ular mijozlarning avtomobillarini parkovka qilish bilan ham shug‘ullanadi) va bir ta’mirlovchi (elektr va santexnika ishlarini bajaruvchi) ishlaydi.

Yukori darajali yirik mexmonxonalarda esa, aksincha, boshkaruv pog‘onalari soni ko‘payadi: masalan, bosh direktor uch o‘rinbosarga (nomer fondi, ovkatlanish va ma’muriy xizmatlar bo‘yicha) ega bo‘ladi.

Nomer fondi direktoriga qabul qilish xizmati, xo‘jalik xizmati (xodimalar va farroshlar, kirxona, kimyoviy tozalash shoxobchasi va sh.k.) bo‘ysunadi.

Umumiy ovqatlanish direktoriga oshxona, restoranlar, barlar, banket xizmati, nomerlarda xizmat ko‘rsatish bo‘limi bo‘ysunadi.

Ma’muriy ishlar buyicha direktorga kontroller, marketing va sotuvlar bo‘limi menejeri, bosh muxandis, xavfsizlik xizmati va xodimlar bo‘limi bo‘ysunadi.

Mexmonxona mulkdori davlat, munitsipalitet, jismoniy shaxs, aksiyadorlik jamiyati bo‘lishi mumkin. Aksiyadorlar direktorlar kengashini saylaydi (aksiyador saylaydigan kengash a’zolari soni unga tegishli aksiyalar mikdoriga mo‘tanosib bo‘ladi). Direktorlar kengashi bosh direktorning ishini nazorat kiladi, moliyaviy reja (budget)ni tasdiklaydi, bosh direktorning reja ijrosi to‘g‘risidagi hisobotini tinglaydi. Direktorlar kengashi majlisi odatda yilning har choragida bir marta chaqiriladi.

Maxsus adabiyotlarda mexmonxona bo‘limlari tanlangan mezonga ko‘ra muayyan guruxlarga birlashtiriladi. Masalan, mexmonxonaning asosiy (daromadni shakllantiruvchi) bo‘limlari (Revenue centers) va yordamchi bo‘limlari (Support centers) farqlanadi. Asosiy bo‘limlarga nomer fondi, restoranlar, barlar, yordamchi bo‘limlarga esa - texnik bo‘lim, kadrlar bo‘limi, buxgalteriya kiradi. Mexmonxona xizmatlarini *front of the house* va *back of the house* ga tasniflash metodi keng tarkalgan bo‘lib, mazkur metod zamirida mexmonxona muayyan bo‘limi xodimlarining mijozlar bilan aloka qilish darajasi yotadi.

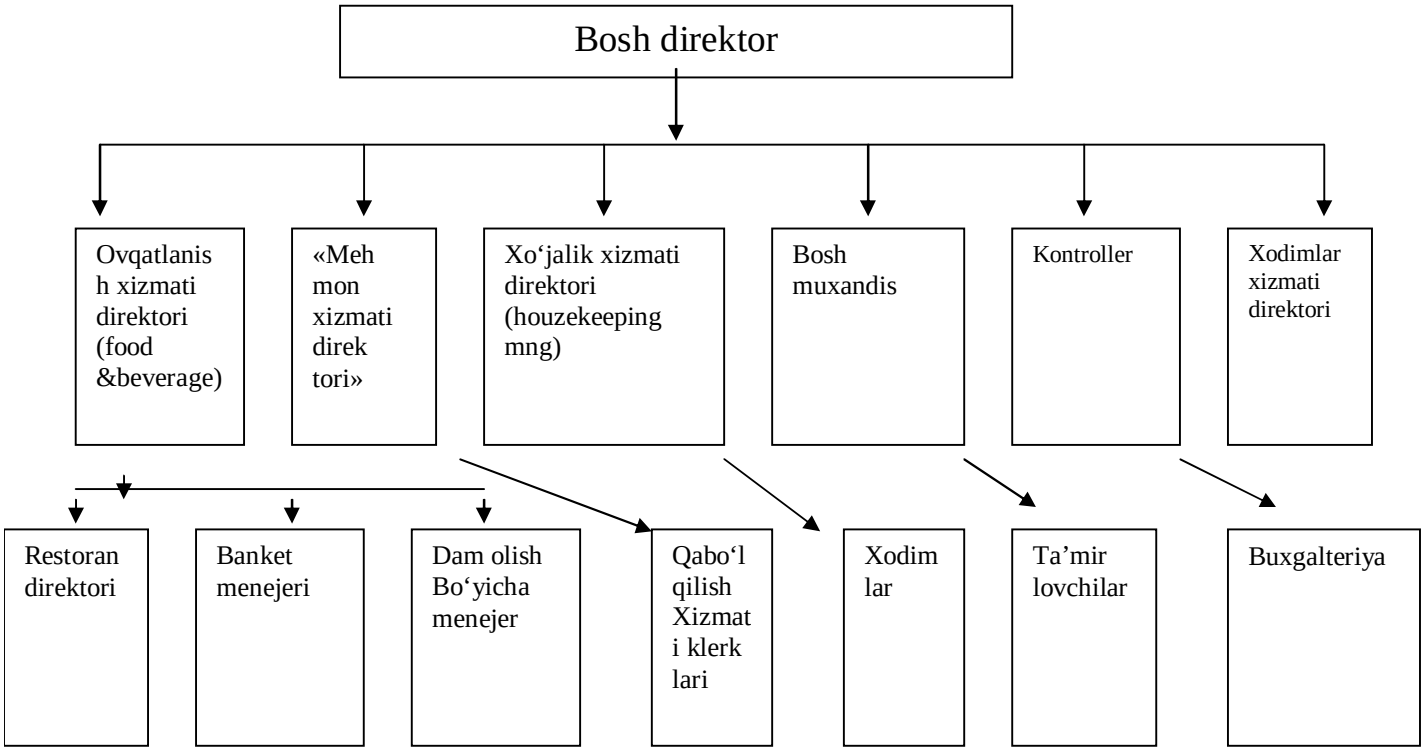
Front of the house ga qabul qilish xizmati, restoran; *back of the house* ga oshxona va buxgalteriya esa kiradi. So‘nggi zikr etilgan gurux

xizmatchilari mijozlar bilan bevosita aloka qilmaydi. Mazkur guruhlarning xodimlari har xil dasturlar bo‘yicha o‘qitiladi, ular xizmat ko‘rsatadigan xonalar aniq ajratiladi. Hatto ularning forma kiyimi ham farq kiladi.

Kichik mexmonxonalar, tabiiyki, ancha sodda boshkaruv tuzilmasiga ega bo‘ladi. Ammo asosiy bo‘limlar o‘ziga xos funksiyalari bilan saqlanib qoladi.

2-rasmda mashxur Holliday Inn mexmonxonalar tarmog‘iga kiruvchi kichik (130 nomerli) mexmonxonani boshkarish tuzilmasi ifodalangan.

2-rasm



3. Bosh ma’mur ofisi

Xizmat ko‘rsatish bo‘limi direktori xizmat ko‘rsatish bo‘limiga samarali raxbarlik qilish va uning ishi uchun boshkaruvchi oldida javob beradi. Direktorning vakolatlariga quyidagilar kiradi:

- bo‘limning moliyaviy operatsiyalari uchun javobgarlik;
- qo‘l ostidagi xodimlarni ta’minlash;
- mehmonxona mijozlarining ehtiyojlarini qondirish;
- xizmatchilar va mehmonlar o‘rtasidagi munosabatlar;
- xavfsizlik;
- sovg‘alar do‘koni.

Xizmat ko‘rsatish bo‘limi tarkibiga quyidagi bo‘linmalar kiradi:

1) bosh ma’mur ofisi;
2) bosh ma’mur stoli;
3) rezervlashtirish stoli;
4) ma’muriy-xo‘jalik bo‘linmasi;
5) konserjlar;
6) xizmat ko‘rsatuvchi xodimlar;
7) aloqa.

Bosh ma’murning vazifasi - mehmonlarning ehtiyojlarini yaxshirok qondirish maksadida xizmatni muttasil takomillashtirish yo‘li bilan *mehmonlarga xizmat ko‘rsatish sifatini yaxshilashdan* iborat. Masalan, ayrim bosh ma’murlar o‘zlarining xizmat ko‘rsatish bo‘yicha yordamchilari zimmasiga mehmonlarni mehmonxona eshigi oldida kutib olish, ularni registraturaga kuzatib qo‘yish, so‘ngra ularga ajratilgan nomergacha shaxsan kuzatib qo‘yish, bundan oldin u yerga bagaj yetkazilishini ta’minlash vazifalarini yuklaydi.

Mehmonxonada ish kuni mobaynida bosh ma’mur quyidagi ishlarni amalga oshirishiga to‘g‘ri keladi:

- navbatchi ma’murning ma’lumotini tekshirish;
- o‘tgan tunda nomerlarning to‘lishiga baho berish;
- o‘tgan tunda har bir nomerdan kelgan o‘rtacha tushumni hisoblash;
- bo‘sh xonalarning mavjudligini tekshirish;
- alohida holatlarga aniqlik kiritish;
- yakin oyga kelgan jamoaviy buyurtmalarga aniklik kiritish;
- shu kuni kelgan va ketayotgan mehmonlarning ro‘yxatini ko‘zdan kechirish;
- muxim mehmonlar ro‘yxatini ko‘zdan kechirish va ruyxatga olish uchun kerakli ish kog‘ozlarini tayyorlash;
- barcha keluvchilarni ro‘yxatga olish uchun ish kog‘ozlarini tayyorlash;
- xizmat ko‘rsatish bo‘limi boshlig‘ining majlislarida va barcha tezkor majlislarda ishtirok etish;
- ertangi kunda keluvchilar va ketuvchilarning ro‘yxatlarini ko‘zdan kechirish;
- keluvchilar va ketuvchilar yuzasidan zarur ko‘rsatmalar berish;
- ish grafigini tekshirish (har xafta);
- mehmonlarga xizmat ko‘rsatish buyicha yordamchilarga yo‘l-yo‘riqlar berish (har kuni).

Ayrim mehmonxonalarda qabul qilingan qoidaga koʻra, joylarni *rezervlashtirish* buyicha menejer va uning yordamchilari sotuvlar buyicha direktor oldida hisobdordir. Bosh buxgalterga esa tungi auditor va uning yordamchilari, shuningdek, kassirlar hisobot beradi.

Bosh ma'murning *mansab majburiyatlari* orasida quyidagi uch vazifa ayniqsa muxim ahamiyatga ega.

1. Nomerlarni sotishga rahbarlik qilish. Mehmonxonaning barcha boʻlimlari bahamjixat va uyushqoqlik bilan ishlashi kerak. Rezervlashtirish stoli nomerlar sotilishi foizini oshiradi. Oldindan buyurtma berish mumkin boʻlgan eng yaqin muddat(!) - moʻljallangan tashrif arafasidagi okshom. Kechkurun soat 6 da rezervlashtirish stoli oʻz ishini toʻxtatadi va bundan keyin kelgan barcha mehmonlar, shuningdek, boʻsh nomerlar navbatchi ma'mur ixtiyoriga topshiriladi. Kechkurun soat 6 dan keyin shaxsan yoki telefon orqali qilingan buyurtmalarni navbatchi ma'mur qabul kiladi. U tabiiyki, nomerlar yuz foiz toʻlishidan manfaatdor boʻladi. Ammo u kechasi yo kunduzi istalgan paytda doimiy mijozlar koʻngʻirok qilib qolishi mumkinligini ham unutmasligi kerak. Bosh ma'mur ofisi nafakat barcha boʻsh nomerlarni sotish, balki *nomer oʻrtacha kunlik qiymatining oqilona darajasiga* erishish hakida ham oʻylashi lozim. Bu rakam kun davomida topshirilgan barcha nomerlarda bir kunlik yashash hakini koʻshish va hosil boʻlgan mikdorni topshirilgan nomerlar soniga boʻlish yoʻli bilan hisoblanadi. Mana, oddiy bir misol:

Jamoaviy bronlashtirish	100 nomer 140$ dan	=14000$
	10 apartament 250$ dan	= 2500
Yakka bronlashtirish	250 nomer 160$ dan	= 40000
Maxsus chegirmali bronlashtirish	50 nomer 125$ dan	= 6250
Jami	410 nomer	62750$

Nomerning oʻrtacha kunlik qiymati (NOʻKK) = 62750$/410= 153$

Nomerning oʻrtacha kunlik qiymatini okilonalashtirishning eng koʻp tarkalgan usullari *taqchillikni sotish* va *foiz tarzidagi foydani boshqarish hisoblanadi.* Birinchi usul (*taqchillikni sotish)* hanuzgacha band qilinmagan nomerning afzal jixatlarini, chunonchi: kengligi, balandrok kavatda joylashgani, derazasidan chiroyli manzara koʻrinishi va x.k.ni namoyishkorona uqtirishdan iborat. Ikkinchi usul *foiz tarzidagi foydani boshkarish* deb nomlangan xavo yoʻllari agentliklarida oʻylab topilgan. Uning mohiyati shundan iboratki, nomerni rezervlashtiradigan va uning uchun oldindan xaq toʻlaydigan mijozlar nomerni ikki-uch kun oldin

buyurtma kiladigan mijozlarga qaraganda imtiyozlirok tariflar buyicha haq to‘lashlari lozim.

Mehmonxonalarning to‘lishiga ta’sir ko‘rsatadigan omillar juda ham ko‘p. Ularning asosiylari *talab* (xona olishni xoxlovchilar soni) va *taklif* (mavjud xonalar soni)dir. Masalan, Nyu-York mehmonxonalarining yillik konferensiyasi va savdo yarmarkasini olaylik. Ushbu anjuman mehmonxona nomerlariga talab ancha katta bo‘lgan shaharda o‘tkaziladi. Savdo yarmarkasiga o‘xshash anjumanlar bu talabni shu darajada oshirib yuboradiki, bu nomer narxiga ta’sir ko‘rsatadi. Foiz tarzidagi foydani boshkarishni biz quyida mufassalrok ko‘rib chikamiz.

2. Mehmonlarning balans schyotlarini yuritish. Ushbu vazifa avans depozitlarini olish, mehmon schyotlarini ochish va turli bo‘limlardan kelgan barcha harajatlarni ruyxatlashdan boshlanadi. Ko‘pgina mehmonxonalar avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlariga va sotuv shoxobchalari terminallariga ega bo‘lib, ulardan ma’lumotlar bosh ma’mur ofisiga uzatiladi. Bu mehmonxonaning turli savdo shaxobchalarida kayd etilgan mehmonlarning harajatlari mehmon schyotlariga to‘g‘ridan-to‘g‘ri kiritilishi va mehmon ketayotganida haq to‘lanishini yoki «shahar grossbuxi»ga kiritilishini (kompaniya kredit ochgan firmalardan kelgan mehmonlar uchun) anglatadi. Bu holda schyotlar bo‘yicha ko‘rsatilgan muddatlarda haq to‘lanadi. Bir paytlar joriy oy oxiridan kechiktirmasdan xaq to‘lash belgilangan edi, keyinchalik bu muddat o‘ttiz kun kilib, imtiyozli muddat esa - 60 kun kilib belgilandi. Shunga karamay, aksariyat kompaniyalar 15-20 kundan kechiktirmasdan schyotlarni to‘lovga takdim etishga harakat kiladi. Bu mehmonxonaga ipoteka kreditlari bo‘yicha o‘z majburiyatlarini bajarish va xizmatchilari mehnatiga xaq to‘lash uchun yetarli nakd pullar kirimiga ega bo‘lish imkonini beradi.

Avtomatlashtirilgan boshkaruv tizimidagi eng so‘nggi yangilik - *schyotni masofadan turib nazorat qilish.* Ushbu tizim mehmonga o‘z schyotini nomerda o‘rnatilgan teleekran orkali nazorat qilish imkonini beradi. Mehmon mazkur tizimni ulaydi, barcha harajatlarini tekshirib ko‘radi va to‘lovga ruxsat beradi. Summa kredit kartochkasiga o‘tkazilishi, schyot nusxasi esa mehmonga yoki mehmonning firmasiga (agar bu firma schyoti bo‘lsa) yuborilishi mumkin. Xali bunday tizimga ega bo‘lmagan mehmonxonalar ba’zan mijoz mehmonxonani tark etishidan bir kun oldin u barcha harajatlarini tekshirib ko‘rishi uchun uning shaxsiy schyotidan ko‘chirma nusxasini eshigi ostiga suqib qo‘yadi. Mehmon bosh ma’mur ofisiga ko‘ngirok kilib, kassirdan schyotni yuborishini iltimos qilishi ham mumkin. Nakd pul kirimi muxim ahamiyatga ega bo‘lgan

bugungi kunda haq to‘lash schyot-faktura olinganidan keyin yoki bundan bir necha kun o‘tgach talab kilinishi mumkin. Kredit kartochkalari ham mehmonxonalar o‘z xizmatlari uchun haq olishini tezlashtirib, mazkur jarayonga imkoniyat yaratadi.

3. Pochta, fakslar, xatlarni yetkazib berish, shuningdek, mahalliy yangiliklar va mehmonxona yangiliklari bilan ta’minlash tarzidagi xizmatlarni taklif qilish, Ma’mur stolini ko‘plab odamlar qurshab, unga minglab savollar bilan murojaat etadi. Mazkur seksiya xodimlari mehmonxonaning turli-tuman xizmatlari ishidan boxabar bo‘lishlari kerak. Stolning katta-kichikligi, shuningdek, xodimlari soni mehmonxonaning katta-kichikligiga bog‘lik bo‘ladi. Markazdagi 800 nomerli gavjum mehmonxona, tabiiyki, qishloq mehmonxonasiga o‘xshamaydi. Bosh ma’mur stoli uch smenada uzzukun ishlaydi. Muayyan smena ishga tushadigan vakt turli mehmonxonalarda har xil bo‘lishi mumkin. Birok, ko‘pincha kunduzgi smena soat ertalab 7.00 dan 15.00 gacha, kechki smena - 15.00 dan 23.00 gacha, tungi smena esa - 23.00 dan 7.00 gacha ishlaydi.

Kunduzgi smenaning asosiy majburiyatlari:

1. Jurnalni va nomerlarning to‘lganligini, chunonchi: oldindan buyurtma kilgan mehmonlar kelgan-kelmaganini tekshirib ko‘rish va tegishli axborotni yuborish.
2. Mavjud bo‘sh nomerlarni hisoblab chiqish va eng so‘nggi prognozni berish (ayrim mehmonxonalarda bu vazifani rezervlashtirish stoli bajaradi).
3. Imkoniyat tug‘ilgani zaxoti nechta va qaysi turdagi nomerlar topshirilishi lozimligini hal qilish (ayrim mehmonxonalarda bu vazifani rezervlashtirish stoli bajaradi).
4. Muhim mehmonlar uchun apartamentlar ajratish, majlislar uchun xonani tayyorlab qo‘yish.
5. Mehmonxonani tark etayotgan mehmonlar haqidagi ma’lumotlarni tekshirib ko‘rish:

1. barcha harajatlar, ayniksa, oxirgi telefon ko‘ng‘iroklari va nonushta schyotga kiritilganmi. (O‘rta va katta mehmonxonalarning aksariyati avtomatik boshkaruv tizimiga ega bo‘lib, u mehmonning barcha harajatlarini avtomatik tarzda ro‘yxatga oladi va uning schyotiga kiritadi. Ilgari ayrim mehmonlar bevosita ketishdan oldin foydalangan xizmatlariga haq to‘lamay, ketib kolar edi);
2. schyotning aniqligini tekshirish, mijoz mehmonxonada yashashi davrida qilgan barcha harajatlarini u bilan birga ko‘rib chikish;

3. to‘langan haqni nakd pulda yoki kredit kartochkasida qabul qilish;
4. favkulodda hollarda (masalan, mehmon uning yashashi uchun firma haq to‘lashini aytgan, ma’muriyat esa bu haqda xech kanday ma’lumot olmagan holda) o‘zini vazmin tutish;
5. agar mehmon uchun mehmonxonada kredit ochilgan firma haq to‘laydigan bo‘lsa, bu haqda buxgalteriyaga xabar berish.
6. Mehmonlarning barcha savollarini dikqat bilan eshitish va ularga xushmuomalalik bilan javob qaytarish.
7. Barcha dikkatga sazovor vokealarni daftarda kayd etib borish.
8. mehmonning talabiga binoan uning xonasida har kanday tozalash ishlarini tashkil etish.
9. Ma’muriy-xo‘jalik bo‘limi xodimlariga muhim mehmonlarning xonalariga gullar qo‘yish va unga boshkacha tarzda hurmat-e’tibor ko‘rsatish xaqida ko‘rsatma berish.
10. Kalitlar to‘g‘ri berilishi va qaytarilishini tekshirish.
11. Ma’mur stolining navbatchisi og‘ir sharoitlarda ishlay olishi lozim. U doim hammaning ko‘z o‘ngida ishlaydi va doim kimdir unga o‘z vazifasini bajarishiga xalaqit beradi. Shu bois u xatto stressli vaziyatda ham o‘zini qo‘lga ola bilishi lozim.

Kechki smenaning asosiy vazifalari:

1. Jurnalda o‘ziga xos ma’lumotlar kayd etilgan-etilmaganini tekshirib ko‘rish (ushbu jurnalda mehmonlar bilan alokalar ruyxatga olinadi, ma’mur yordamchilari mehmonlar o‘zlariga murojaat etgan muxim va o‘ziga xos masalalarni, shuningdek, ularning iltimoslarini, masalan, ulab-uzgichni tuzatish yoki nomerga bolalar karavotini qo‘yish haqidagi iltimoslarini kayd etib boradilar).
2. Nomerlar bilan bog‘lik vaziyatni tekshirib ko‘rish (kancha nomer bush, qanchasi bo‘shash arafasida, rezervlashtirilgan nomerlarning nechtasiga tasdiknoma olinganini) va nomerlar to‘lishini prognoz qilish kartasiga tegishli tuzatishlar kiritish. Ushbu ma’lumotlarga asosan topshirish mumkin bo‘lgan nomerlar soni aniklanadi. Xozirgi vaktda bu hisob-kitoblarning barchasi avtomatlashtirilgan boshkaruv tizimi yordamida amalga oshiriladi.
3. Mehmonlarni qabul qilish bilan shug‘ullanish, ya’ni mehmonlarning barcha o‘ziga xos talablari (masalan, juda novcha mehmon uchun juda uzun karavot kerak, mehmon sigaret tutunini ko‘tara olmaydi va xk.) haqida tegishli xizmatlarga xabar berish.

4. O‘z smenasi davrida, shuningdek, uzokrok muddatlarga (soat 6 dan keyin, rezervlashtirish xizmati o‘z ishini yakunlagach) oldindan buyurtmalar qabo‘l qilish.

4. Tungi auditor

Mehmonxona har ish kunining oxirida o‘z operatsiyalari bo‘yicha balans tuzadigan oz sonli korxonalardan biri. Mehmonxona uzzukun ishlagani uchun kunduzi bitimlar tuzish jarayonini to‘xtatib bo‘lmaydi. Shu bois tungi auditor mehmonxonada harakat to‘xtashini kutadi va (kechasi soat bir atrofida) mehmonlarning kreditorlik qarzlarini tekshirib, hisob-kitob qila boshlaydi. Uning boshka majburiyatlaridan quyidagilarni kayd etish mumkin:

1. Kechki smena yuborishga ulgurmagan harajatlar bo‘yicha ma’lumotlarni yuborish.
2. Aniqlangan barcha tafovutlar haqidagi ma’lumotlarni ertalab smena menejeriga takdim etish. Har bir nomer bo‘yicha kirimni va soliklar buyicha chiqimni tegishli schyotga kiritish va yangibalansni chikarish.
3. Kompyuter tizimi ishdan chiqqan va mehmonxonaga eng so‘nggi ma’lumotlar talab etilgan xolda foydalanish uchun parallel hisobni yuritish.
4. Avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimidan va savdo shoxobchalaridan tushgan mehmonlarning schyotlarini solishtirish. Agar ular mos kelmasa, auditor xatoni topishi va tuzatishi lozim. Buning uchun har bir bo‘lim bo‘yicha harajatlar mehmon schyotida kayd etilganiga ishonch hosil qilish lozim.
5. Bir kunlik hisobotni yakunlash va undan nusxa ko‘paytirish. Mazkur hisobotda o‘tgan kundagi faoliyat mufassallashtiriladi va mehmonxona ishi haqidagi barcha muhim ma’lumotlar aks ettiriladi.
6. Mehmonxonaning o‘g‘irliklar sodir etilishi mumkin bo‘lgan jabhalarini tekshirib ko‘rish.

Bir kunlik hisobotda ayrim muhim operativ ma’lumotlar o‘z aksini topadi: band kilingan nomerlarni mavjud nomerlarga bo‘lish yo‘li bilan aniklanadigan *mehmonxonaning to‘lish foizi.* Agar mehmonxonada mavjud 850 nomer dan 622 tasi band etilgan bo‘lsa, mazkur mehmonxonaning to‘lish foizi: 622 / 850 = 73,17%. Agar ana shu 622 nomerning 375 tasini ikki va undan ortik mehmon egallagan bo‘lsa, mehmonlarning mavjud mikdoridan ular egallagan nomerlar sonini ayirib va hosil bo‘lgan sonni ikki yoki undan ortik mehmon yashaydigan nomerlar mikdoriga bo‘lib,

mehmonxonaning xaiqqiy to‘lish foizini olamiz: 750 - 622 = 128 / 375 = 34,13%. Bu rakamlar, shuningdek, *nomerning o‘rtacha kunlik qiymati* mehmonxona ishining asosiy ko‘rsatkichlari hisoblanadi. Nomerning o‘rtacha kunlik qiymati olingan foydani topshirilgan nomerlar mikdoriga bo‘lish yo‘li bilan hisoblanadi. Agar kunlik foyda 75884$, topshirilgan nomerlar esa 662 ta bo‘lsa, nomerdan olinadigan o‘rtacha kunlik foyda 122$ ni tashkil etadi.

Yakinda mehmonxona ishining yana bir ko‘rsatkichi o‘ylab topildi: *mehmonxona nomerlaridan olinishi mumkin bo‘lgan foyda* foizi - bunda olinishi mumkin bo‘lgan foyda hisoblanadi va amalda olingan foyda olinishi mumkin bo‘lgan foydaga bo‘linadi.

Katta mehmonxonalarda bir nechta tungi auditor ishlaydi. Ammo kichik mehmonxonalarda bunday hisob-kitoblar uchun bitta auditor kifoya kiladi. U hisob-kitoblar qilish bilan birga, ham navbatchi ma’mur, ham tungi qorovul vazifalarini bajarishi mumkin.

5. Ma’muriy-xujalik (kastelyan) xizmati

Ma’muriy-xo‘jalik bo‘limi mehmonxonaning eng yirik (xodimlar soni jixatidan) bo‘limi hisoblanadi. Unda mehmonxona jami xizmatchilarining 50% ga yaqini mehnat kiladi. Bo‘limni ma’muriy-xo‘jalik xizmati direktori yoki ijrochi kastelyan boshkaradi. Bo‘lim boshlig‘i xizmat vazifalarining xususiyati undan tashkilotchilik qobiliyati va talabchanlikni talab kiladi. Ko‘p sonli nomerlarni har kuni lozim darajada batartib saklash juda katta mas’uliyat, aniklik va puxtalikni takozo etadi.

Mehmonlar o‘rtasida o‘tkazilgan barcha so‘rovlar ma’muriy-xo‘jalik xizmatining muhimligini ko‘rsatadi. Tozalik va batartiblik mehmonlarning barcha talablari orasida birinchi o‘rinni egallaydi.

Tajribali kastelyan (xizmat direktori) o‘z ishida kuyidagi o‘n qoidaga amal kiladi.

1. Mehnat resurslaridan samarali foydalanish. Ish o‘z vaktida bajarilishiga erishish uchun topshiriklarni qo‘l ostidagi xodimlar o‘rtasida taksimlab, ularning har biriga muayyan topshirik berib, zimmasiga majburiyat yuklash.
2. Bajarilgan ish to‘g‘risida hisobot berishning okilona usullarini uylab topish. Qo‘l ostidagi xodimlar ishini muttasil nazorat kilish.
3. Og‘ir mehnat talab etadigan ishlarni standartlashtirishga harakat kilish. Qo‘l ostidagi xodimlarga o‘z ishini anik va puxta bajarishiga yordam berish.

4. Vaqti-vaqti bilan inventarizatsiya o‘tkazib turish. Asbob-uskunalar va mavjud materiallarning qiymatini nazorat kilish.
5. Qo‘l ostingdagilarga namuna bo‘lish.
6. Mehmonlar va boshliklar kastelyan xizmati oldiga qo‘yadigan muammolardan buyin tovlamaslik.
7. Rejalashtirish masalalarini hal qilishga xodimlarni jalb etish Ularning ishni tez va sifatli bajarish imkonini beruvchi ratsionalizatorlik takliflarini rag‘batlantirish.
8. Xodimlarning bilim va ko‘nikmalarini oshirib borish. Tegishli malaka oshirish kurslari tashkil etish orkali ularning o‘zi ustida ishlashga intilishini qo‘llab-kuvvatlash.
9. Menejerlar tayyorlash buyicha dasturlar tashkil kilish. Xodimlaring xizmat pillapoyalari bo‘ylab ko‘tarilishiga imkoniyat yaratish.
10. O‘z bo‘limining ishini boshqa bo‘limlar, ayniksa, ma’muriy, muxandislik-foydalanish bo‘limlari va kirxona ishi bilan muvofiklashtirish.

Xizmat direktori majburiyatlari orasida kuyidagilar muximlik jixatidan birinchi o‘rinda turadi:

1. Odamlarni boshkarish, asbob-uskunalarning ishlashini va kerakli mahsulotlar o‘z vaktida yetkazib berilishini kuzatib borish.
2. Nomerlarda va umumiy foydalaniladigan xonalarda tozalik va tartibni saklash.
3. Bosh boshkaruvchining moliyaviy siyosatiga muvofik xizmatga raxbarlik qilish.
4. Hujjatlarni yuritish.

Xizmat direktorining ertalab 7.45 da boshlangan va 18.00 da tugagan odatdagi ish kuniga misol.

- Tungi farroshlar guruxining rahbari bilan birga koridorlar va xollarning tozaligini tekshirish.
- Ma’muriy-xujalik daftaridagi kaydlarni tekshirib ko‘rish.
- Mehmonxona nomerlarining to‘lish prognozini tekshirish va mehmonxonani tark etayotganlar mikdoriga aniklik kiritish.
- O‘tgan kun uchun hisobotlarni tekshirish, yangikelgan mehmonlar soniga aniklik kiritish, tegishli xozirlik ko‘rish uchun «o‘ta muxim mehmonlar» tashrifi kutilayotgan-kutilmayotganini aniklash.
- Ma’muriy-xo‘jalik xizmatining majlisida ishtirok etish.
- Joriy muammolarni xal qilish.
- Yangixodimlarni o‘kitib-o‘rgatishda ishtirok etish.

- Menejerlar va sektorlarning sardorlari bilan majlis o‘tkazish.
- Har xil ishlarni bajarishga naryadlar berish.
- Byudjetni tekshirib ko‘rish.
- Xaridlarga buyurtmalarni ma’kullash„
- Asbob-uskunalar va jixozlarni tekshirib ko‘rish.
- Mehmonlarning xonalaridagi tozalikni tekshirib ko‘rish.
- Ekspluatatsiyachilardan kelgan naryadlarni ko‘zdan kechirish.
- Xizmatga qabo‘l qilishga nomzodlar bilan suxbatlashish.

Kadrlar masalalarini ko‘rib chikish, xizmatni rivojlantirish haqida o‘ylash, maslahatlar berish.

Xizmat direktorining eng og‘ir vazifasi - qoida tarikasida, turli millat vakillari bo‘lgan bo‘lim xodimlarini boshkarish. Mehmonxonaning katta-kichikligiga karab, xizmat direktori bir o‘rinbosarga va bir yoki bir nechta yordamchiga ega bo‘ladi, ular esa, o‘z navbatida, mehmonxonaning turli sektorlari (kavatlar, prolyotlar va hk.) uchun mas’ul bo‘lgan xodimalar ishini yo‘lga soladi (5.9-rasm).

Direktor urinbosari xizmatga muayyan tarzda rahbarlik kiladi, masalan, mehmonxonani sektorlarga ajratadi va xonalarni tozalash grafigini tuzadi.

Mehmonxona nomerlari kavatma-kavat rejalarda ko‘rsatiladi. Agar nomer bo‘sh bo‘lsa, uning karshisida hech kanday belgi bo‘lmaydi, nomer band bo‘lgan xolda XB (xona band) degan belgi kuyiladi. Agar mehmon nomerni tez orada bo‘shatish niyatida bo‘lsa, TB (tezda bo‘shaydi) degan belgi, yashash muddatini uzaytirish niyatida bo‘lsa - YAMU (yashash muddati uzaytiriladi) degan belgi kuyiladi. Avariya xolatidagi bo‘lgani uchun mehmonlar joylashtirilishi mumkin bo‘lmagan xonalar AH (avariya xolatida) degan belgi bilan , «o‘ta muhim mehmon» joylashishi kutilayotgan xonalar esa -VIP belgisi bilan ajratiladi va ayni xolda kanday xozirlik ko‘rilishi lozim ligi haqida anik kursatmalar kayd etiladi.

Agar 258 nomer band va ularning 10 tasi - apartamentlar (bu xolda bir nomer ikkitaga o‘tadi) bo‘lsa, kastelyan xizmati ixtiyoridagi nomerlarning umumiy mikdori 268 ta bo‘ladi. Rezervlashtirgan, lekin kelmagan mehmonlarni ayirib tashlasak, amalda egallangan nomerlar soni hosil bo‘ladi. Bu mikdorni 17ga ***(bir xodimaga to‘g‘ri keladigan normaga)*** bo‘lib, ***shu kuni talab etiladigan xizmatchilar sonini*** olamiz.

Barcha egallangan nomerlar	258
Kushuv 10 (apartamentlar)	10
Jami band kilingan nomerlar	268
Ayiruv 3 (kelmagan mehmonlar)	3

Amalda egallangan nomerlar 265

265 /17= 16 xodima

Mehnat haqi fondini tejash va ishda urnak kursatgan xodimlarni ragbatlantirish maksadida ayrim korporatsiyalarda eng yaxshi xodimalarga muayyan nomerlarni doimiy biriktirish ruxsat etilgan. Bu tekshiruvchilar sonini kamaytirish imkonini beradi. Tozalash sifatining mezonlari gruppaviy intervyu olish usulida surov o‘tkazish yuli bilan aniklanadi. Mehmonlar o‘zlari uchun eng muxim mezonlarni kursatadilar va eng yukrri reyting olgan mezonlar eng muxim deb topiladi.

Xizmat direktorining urinbosari direktorga ayrim vazifalarni bajarishga yordam beradi va ofisga - ma’muriy-xujalik ishining o‘ziga xos shtab-kvartirasiga raxbarlik kiladi. Masalan, Torreys-Payns shaxri (Kaliforniya shtati, AKSH)dagi Sheraton Grand mehmonxonasi ofisining eng muxim funksiyalari kuyidagilardan iborat:

1. Xodimalar topshiriklar oladi va bajarilgan ish haqida
2. hisobot beradi.
3. 2. Sektorlar buyicha ishlarni bajarishga topshiriklar beriladi.
4. Xizmat faoliyatiga doyr telefon so‘zlashuvlari xdm shu yerdan olib boriladi.
5. Bushagan va yangimehmonlarni joylashtirishga tayyorlangan barcha nomerlar haqidagi ma’lumotlarga shu yerda ishlov beriladi.
6. Ma’lum vaktga kadar tozalanmagan nomerlar yuzasidan berilgan tushuntirish xatlari ham shu yerga keladi.
7. Xujalik yuritish jixozlarini berish haqida kursatmalar shu yerda beriladi.
8. Choyshab va yostik jildlari ham shu ofis xodimlari tomonidan tekshiriladi.
9. Dasturxonlar ham.
10. Uniforma va maxsus kiyim beriladi.
11. Xizmat xodimlari haqidagi ma’lumotlar saklanadi.
12. Xizmat doirasida foydalanishga muljallangan barcha kalitlar shu yerda saklanadi.

Mehmonlarning xonalariga kuyilishi lozim bo‘lgan barcha narsalar har kuni kechkurun almashtiriladi va xodimalar tomonidan aravachalarda tashiladi. Mehmonlarga berishga muljallangan narsalar aravachaning kuyi tokchasiga, xonada krlishi lozim bo‘lgan narsalar esa - yukrri tokchaga kuyiladi. Bu ba’zi bir mehmonlarning mehmonxonadan suvenirlar olib ketish odatiga karshi kurashishga ma’lum darajada yordam beradi. Chakiruv buyicha nomerlarga kelish va raxbariyatga nomerlarning xolati haqida axborot berish ofis xodimlari ishining muxim tarkibiy kismidir.

Bosh kastelyan (xizmat direktora)ning navbatchi yordamchisi kechki smenani qabul kiladi va sektorlar bo‘yicha ishlarni taksimlaydi. Sektor sardorining ixtiyorida 63 xona bo‘lib, ularni tozalash va bu haqda hisobot berish talab etiladi. U bosh kastelyan ofisiga barcha nosozliklar haqida axborot beradi. Mazkur axborot o‘z navbatida bosh ma’mur ofisiga o‘zatiladi.

Mehmonxona tu riga karab har bir xodima kuniga 16-20 ta nomerni tartibga keltiradi. Eski mehmonxonalarda xonani tozapash kuprok vaktni egallaydi. Tozalashga sarflanadigan vakt egallangan xonalarga nisbatan bushayotgan xonalarning proporsional nisbatiga ham boglik bo‘ladi, chunki bushatilgan xonalarni tozalash kuprok vaktni egallaydi. Xodimalarning ish vakti ertalab soat 8.00 da boshlanadi. Ular ishni boshlashdan oldin bosh kastelyan yoki uning urinbosari oldidan o‘tishlari lozim. Ularga sektor ajratiladi va tegishli xonalarning kalitlari beriladi. Kalitlarni olganlik haqida xodimalar jurnalga imzo chekadilar va ish kuni oxirida ularni qaytaradilar.

Korporativ va mustakil mehmonxonalarda bosh kastelyanning vazifasi har xil bo‘lishi mumkin, masalan, mebel va jixozlar xarid qilishda. Katta mustakil mehmonxona bosh kastelyanning bilimi va tajribasiga to‘la tayanadi, mehmonxonalar tarmogida esa bu ish bilan xaridlar buyicha korporativ agent shug‘ullanadi va unga dizayner yordam beradi.

Bosh kastelyan juda kup hujjatlar yuritilishi uchun javob beradi. U nafakat bo‘lim xodimlarining ish grafiklarini to‘zadi va ularning mehnatiga baxo beradi, balki nomerlar, xollar va zallardagi mebelning bo‘tligi va lozim kurinishga ega bo‘lishi uchun xdm javobgar bo‘ladi. Kupgina mehmonxonalarda ma’muriy-xujalik va ekspluatatsiya bo‘limlari urtasidagi aloka kompyuter tarmogi orkali amalga oshiriladiki, bu hujjatlarning o‘tish jarayonini ancha tezlashtiradi. Mehmonxonada yashash uchun belgilangan xozirgi narxlar ancha kimmat bo‘lgani uchun mehmonlar o‘z nomerlarida hamma narsa normal ishlashini xoxlaydi. Kastelyan xizmati nafakat choyshab va yostik jildlarini almashtiradi, balki nomerlardagi tozalash va yuvish vositalarini vakti-vakti bilan almashtirib, urnini to‘ldirib turadi,

Mazkur xizmatning ish unumdorligi *xizmat kursatiladigai bir xonaga sarflanadigan inson soatlari mitsdori* bilan ulchanadi. AKD1dagi barcha xizmatlar kursatiladigan mehmonxonada mehnat qiymati bir xona uchun 1,1$ yoki 6,6 mino‘tga baxolanadi. Xodimlarning mehnat haqi - tannarxning muxim kursatkichi. Ma’muriy-xujalik bo‘limida u xonalardan foydalanishdan kelgan tushumning 5,1% ni tashkil etadi. Sovun, shampun,

losonlar, igna va ip, kog‘ozlarga harajatlar *nazorat kilinadigan harajatlar* deb ataladi va har bir xonaga ajratiladi. Bunday harajatlar mehmonxona turiga karab odatda bir nomerga 1,75$ ni, yuvish va tozalash vositalariga - 0,30$ ni, choyshab va yostik jildlariga, kirxona harajatlarini ham qo‘shganda- 0,75$ ni tashkil etadi.

Bosh kastelyanning yana bir muxim vazifasi - baxtsiz xodisalar ro‘y berishining oldini olish. So‘nggi vaktda sug‘urta polislarining narxlari jadal sur’atlarda oshib bormokda, tadbirkorlar o‘z xizmatchilari va mehmonlarning xavfsizligini ta’minlashi esa qiyinlashmokda. Har bir baxtsiz xodisani sinchiklab tekshirishga to‘g‘ri keladi. Ayrim xodimlar uyda qo‘lini kesib olib, ishga kelishlari va buni ishlab chikarish jarohati deb ko‘rsatib, haq to‘lashni talab qilishlari mumkin. Ba’zan mehmonlar ham xollda sirpanib ketib va yiqilib, bunda mehmonxonani ayblaydilar. Bunday hollarda ish ko‘rish uchun umumiy foydalaniladigan xonalarni tozalash daftarini yuritish foydali bo‘ladi. Mazkur daftar ma’muriyat mehmonlar xavfsizligini ta’minlash uchun qo‘lidan kelgan barcha ishlarni kilayotganidan dalolat beradi.

O‘z vaktida AKSH senati xizmatchilarning axborot olish huquqi to‘g‘risidagi qonun nomi bilan mashxur maxsus karor qabul kilgan edi. Ushbu karorda odamlar sog‘ligi uchun xavfli ximikatlarni saklash va ulardan foydalanish uchun javobgarlik haqidagi modda mavjud. Mehmonxonada bu boradagi ishlarning xolati haqida axborot olish imkoniyatiga har bir xizmatchi ega bo‘lishi lozim. Ammo baxtsiz xodisalarning oldini olish uchun fakat ehtiyot chora-tadbirlarining o‘zi kifoya kilmaydi. Faoliyati xavfli ximikatlardan foydalanish bilan boglik bo‘lgan xodimlarni muvofik tarzda ukitib-urgatish zarur.

Bosh kastelyan mehmonxonada o‘g‘rilik xolatlariga yo‘l qo‘ymaslik uchun qo‘lidan kelgan barcha ishlarni qilishi kerak. O‘g‘riliklarning oldini olish uchun qat’iy siyosat olib borish va qattiq choralar ko‘rish lozim. Ayrim mehmonxonalarda xodimalar mehmonlar o‘zi yashaydigan nomerdan boshka bironta ham xonaga kirishiga yul kuymaslik to‘g‘risida tilxat beradilar. Bu koidani bo‘zgan xodima usha zaxoti ishdan bushatiladi. Balki bu juda ogir choradir, ammo u mehmonxonalarda o‘g‘riliklarning oldini olishga yordam beradi.

Tayanch iboralar*:* Yirik mehmonxonalar, kichik mehmonxonalar, asosiy va yordamchi bo‘limlar, bosh ma’mur, tungi auditor,ma’muriy – xo‘jalik xizmati, kastelyan.

Mustaqil nazorat qilish uchun topshiriq va savollar:

1. Yirik mehmonxonalar boshqaruv strukturasi haqida gapirib bering.
2. Kichik mehmonxonalar boshqaruv strukturasi haqida gapirib bering.
3. Mexmonxonaning asosiy va yordamchi bo‘limlari tarkibini tushuntiring.
4. Bosh ma’murning vazifalari haqida nimalar bilasiz?
5. Tungi auditor nima sababdan o‘tkaziladi?
6. Ma’muriy –xo‘jalik xizmatining javobgarliklarini tushuntiring.
7. Tajribali kastelyan (xizmat direktori) o‘z ishida qaysi qoidalarga amal kiladi?

Mavzu 7. Mehmonxonalarda qabul qilish va joylashtirishni tashkil etish

Reja:

1. Qabul qilish va joylashtirish xizmati.
2. Mehmonxonada nomer va joyni bron qilish tartibi.
3. Tashrif buyuradigan mehmonlarni ro‘yxatdan o‘tkazish va joylashtirish.
4. Joylashib bo‘lgan mehmonlar bilan hisob-kitob qilish turlari va ularni kuzatib qo‘yish.

1. Qabul qilish va joylashtirish xizmati.

O‘zbek tilida ***“Front office”*** xizmati qabul qilish va xizmat ko‘rsatish deb tarjima qilingan.Bizningcha bu unchalik to‘g‘ri emas, chunki ingliz tilida bu xizmat ***“Reception”*** deyiladi va Front office ning bir bo‘limi hisoblanadi.Unda konserj, shveysar, yuk tashuvchi, paj(uniformed service), telefon operatori, mehmonlar bilan ishlovchi menejer va ko‘pincha bron xizmatlari kiradi.Bu bo‘lim boshida mehmonxonada joylashtirish bo‘yicha direktor(Front office manajer) turadi va unga yuqorida barcha sanab o‘tilgan bo‘limlar kiradi.

Front office – bu mehmonxonaning komanda punkti, uning nerv markazi, mehmon bilan otel xizmatlari yuzma-yuz uchrashib, xayrlashadigan joyidir. Mehmon uchun Front office – bu otelning yuzi, mehmonning otel bilan munosabati qabul xizmatida turgan xodim suhbati bilan chegaralanishi mumkin.Shuning uchun bu xizmat xodimlarining odamlar bilan muloqot qila olishi ularning muhim fazilatlaridan biriga kiradi.Ushbu xizmat xodimlari “tovar” yani otelni sotishni bilishi, uning imidjini yaratishi, mehmonxona menejmenti vakili bo‘lib, mehmonning muammolarini yechishi va umuman ularning yaxshi do‘sti bo‘lishlari kerak.

Qabul qilish xizmati administratori zo‘r psixolog bo‘lib, mijoz bilan suhbatda to‘g‘ri yo‘l tanlashni va u nimani qadrlaydi darrov anglashi muhim(osoyishtalikni, nomerda qo‘shimcha xizmat).

Qabul qilish xizmati xodimlari otel haqida barcha malumotlarni (nomerlarning yaxshi va yomon taraflari, joylashishi, narxi, boshqa xizmatlar...), shaharning diqqatga sazovor joylarini, manzilini, qanday borish mumkinligini, transport, muzey, teatrlarning ishlash rejimini to‘liq bilishlari shart.

Qabul qilish va joylashtirish bo‘limining asosiy funksiyalari: tashrif buyurgan mehmonlarni ro‘yxatga olish, nomerlarni

taqsimlash,mehmonlarni joylashtirish, ro‘yxatdan chiqarish va boshqa qo‘shimcha xizmatlarni ko‘rsatishdir.

Qabul qilish xizmati otel xollida joylashgan bo‘lishi shart.Iloji bo‘lsa, qabul xizmati klerklari o‘z ish joylaridan liftni ko‘rib turishlari lozim.Bu mijozlar va yuklar ustidan qo‘shimcha nazoratni olib borish imkonini beradi.

Front office kechayu-kunduz uch smenada ishlaydi: Birinchisi-7.00-15.00gacha; ikkinchisi-15.00-23.00 gacha; uchinchisi-23.00-ertalab 7 gacha.Albatta tungi smena qisqartirilgan tarkibda ishlaydi.

Front office da sanab o‘tilgan bo‘limlardan tashqari mehmonxona kassasi ham kiradi va u ikki tomonga, yani qabul bo‘limi va buxgalteriyaga bo‘y sunadi.
Xuddi shunday bron xizmatini Front office manajer va marketing bo‘limi nazorat qiladi.

Front office mijozlar, ularning tabi, qadriyatlari, tug‘ilgan kuni haqida axborot yig‘adi va saqlaydi.Mehmonlar haqidagi axborotlar va VIP mijozlar bilan ishlarni mehmonlar bilan ishlovchi menejer(quest relation manajer), juda muhim mehmonlarni bosh direktorning o‘zi kutib olishi mumkin.

Teatr va muzeylarga chiptaga buyurtma berish, transferni tashkil qilish(aeroportdan otelga yoki teskarisi), avtomobilga buyurtma berish va shu kabilar bilan *konserj* shug‘ullanadi.Malakali konserj Rimda Papa bilan uchrashuv uyushtirishi, Nyu-Yorkdagi eng zamonaviy myuziklda chipta topishi mumkin. Konserj shveysar(doorman),yuk tashuvchi(porter), paj(bellman), va lift xodimlari ishini nazorat qiladi.Bu xizmat ishi oson, lekin muhimdir.

Shveysar mehmonni kutib oladi, eshikni ochadi, taksi chaqiradi, parkovkani boshqaradi, mehmon yuklariga yordam beradi, yukni qo‘riqlab uni yuk tashuvchiga topshiradi, ular esa o‘z navbatida yukni mehmonxonaga olib kirib, nomerlarga taqsimlaydi. Shuningdek, shveysar shaharning barcha diqqatga sazovor joylarini bilishi va kerak bo‘lganda mehmonga yo‘l ko‘rsata olishi zarur.

Paj mehmonni nomerga kuzatadi, yukini olib boradi, nomerni ochadi, uning tayyorligini tekshiradi va korrespondensiyalarni nomerga tarqatadi.Paj direktorning “ko‘zi va qulog‘i”dir, u barcha shubhali hodisalarni “yuqoriga” kerak.

Kiruvchi, chiquvchi telefon qo‘ng‘iroqlari-bu *telefon operatorlarining* xizmat doirasidir, shuningdek, telefon suhbatlarining o‘z vaqtida to‘lanishini nazorat qilishadi, mehmonni uyg‘otish va ularning savollariga

javob berish(yoki axborot olish mumkin bo‘lgag xizmatga ulash) ham ularning vazifasidir.Telefon xizmati xodimlari yoqimli ovozga ega bo‘lishlari kerak

Mehmonxona administratori (porte) quyidagilarni bajara olishi kerak:

- yordam ko‘rsatish;
- hujjatlarni rasmiylashtirish;
- mehmonxona kompleksi obektlariga yo‘nalishlarni bilish;
- “men bilmayman, bu menga malum emas”iboralariga yo‘l qo‘ymaslig;
- kiyimining tozaligiga etibor berish;
- xorijiy tilni bilish;
- mehmonnavozlikka to‘g‘ri keladigan so‘zlardan foydalanish;
- raqobatbardoshlikni saqlash;
- ertangi kunga ish joyini tayyorlash;
- maksimal initsiativada subordinatsiyani saqlash;
- masuliatni o‘z bo‘yniga olish.

Front office tarkibidagi yana boshqa xizmatlar- moliyaviy xizmatlar(valyuta ayriboshlash), pochta xizmati, shahar haqida malumotlar kiradi.

Mehmonxonadagi bu bo‘limning *asosiy vazifasi*: nomerni bron qilish, mijozlarni ro‘yxatga olish, ularni joylashtirish va kuzatib qo‘yishdir.

Front office ning servis bo‘yicha hamkorlari-ekskursiya byurosi, avtomobillarni ijaraga berish tashkiloti, turistik agentliklar bilan aloqa o‘rnatilgan bo‘lishi kerak.

2. Mehmonxonada nomer va joyni bron qilish tartibi

Bron qilish- mehmonxonadagi nomer va joyga oldindan buyurtma berishdir. Shu jarayondan mehmonga xizmat ko‘rsatish boshlanadi. Nomerni bron qilish bilan qabul qilish va joylashtirish xizmati yoki bron bo‘limi menejeri shug‘ullanadi. Aynan shu bo‘limlarga mehmonlardan bron qilish haqida ariza tushadi. Arizalarni rasmiy yig‘ishdan tashqari, bron bo‘limi mehmonxona joylariga bo‘lgan talabni o‘rganib chiqishi shart.Mehmonxonaning ko‘p yillik ish faoliyatini mazkur regionda o‘tkaziladigantadbirlar(festival, karnaval, sport musobaqalari) rejasini hisobga olib, nomerni o‘tgan va kelgusi davrda bandligini tahlil qilgach, bron bo‘limi marketing xizmati bilan birgalikda mehmonxona faoliyatini rejalashtiradi.

Ommaviy tadbirlar o‘tkaziladigan vaqtda mehmonxona joylariga bo‘lgan talab bir necha barobar oshadi. Mehmonxona uchun ko‘p sonli

qatnashuvchilarga ega tadbirlarga joy bron qilish foydaoidir, chunki bunday hollarda buyurtma tadbirdan ancha oldinroq amalga oshiriladi va uni bekor qilish riski katta emas.

Mehmonxona bandligi mavsum, mazkur hududning ishchan faolligi, iqtisodiy, siyosiy vaziyatga bog‘liq. Siyosiy barqarorsizlik ro‘y berayotganda xavfsizlikni taminlash sustlashishi tufayli turistlarning ushbu hududga qiziqishi pasayadi.Mavsum tig‘iz paytida mehmonxona ikkikarrali(dvoynoye) bron qilishni amalga oshiradilar. *Ikkikarrali bron*-bu birdaniga ikki mijozga bir xil sanada kelajakda mehmonxonadan joy berish tasdig‘idir.Bu yo‘lni tanlab mehmonxona juda katta tavvakkal qiladi. Balkim ularning biri keyinchalik buyurtmani bekor qiladi yoki belgilangan kunda kelmas.Unda tavvakkalchilik oqlanadi. Agar o‘sha kuni har ikki mijoz ham kelsa-chi?Albatta, birinchi kelgan mijoz joyni egallaydi. Ikkinchi mijoz ehtiyoji uchun boshqacha yo‘llar mavjud, bu yo‘llarni ikkikarrali bronni amalga oshirayotganda bo‘lim menejeri o‘ylab qo‘yadi.Har ikki mijoz tashrif buyursa, yoki turist ogohlantirmay kelsa, mehmonxonada joy bo‘lmasa, mehmonxona xodimi ularni mehmonxonaga yaqin joylashgan uy- joyni ijaraga beruvchilar, yoki boshqa mehmonxonalarga jo‘natadilar.Bunday paytda mijozdan mehmonxonani o‘zgartirishi haqida ijozat so‘rash zarur.

Mehmonxona uchun ham, mijoz uchun ham nomerlarni oldindan bron qilish qulaydir, qancha barvaqt bo‘lsa, shuncha yaxshi.

“Mehmonxonalarga xizmat ko‘rsatish qoidalari” asosan :”bajaruvchi ikki tomon imzolagan mehmonxonada joyni bron qilish haqidagi shartnoma hujjat tuzish orqali, shuningdek, pochta, telefon orqali bergach, ariza istemolchidan kelayotganligiga ishonch hosil qilinganidan so‘ng bron amalga oshiriladi”.

Agar tashkilot mehmonxona xizmatidan doimiy foydalanayotgan bo‘lsa, unda malum muddatga shartnoma tuzish maqsadga muvofiqdir.Bunda tashkilotga o‘zining tartib raqami beriladi va ushbu tashkilot tomonodan yuboriladigan mijozlarga shartnomaga muvofiq mehmonxonadan jay beriladi.

Hozirda turfirmalar aniq bir mehmonxona bilan shartnoma tuzishga harakat qilmoqdalar. Mehmonxonalar doimiy ravishda mijozlar bilan taminlayotgan turfirmalar uchun chegirmalar belgilaydi.

Mehmonxona va turfirma o‘rtasidagi shartnomalarga quyidagilar ko‘rsatiladi: turistlarni joylashtirish bo‘yicha arizalar qaysi muddatda berilishi shart, to‘lov qachon va qay tarzda amalga oshiriladi.

Ko‘pincha bron ijarani eslatadi, chunki chunki uzoq davrda va bir necha nomerlar va hatto qavatlarga tegishli bo‘lishi mumkin.

Mehmonxona joy yoki nomerini bron qilishning bir necha usullari mavjud:yozma, og‘zaki va kompyuter orqali.

Pochta yoki faks orqali mijoz mehmonxonada xat-ariza jo‘natadi(pismo-zayavka).Xuddi shunday arizani mehmonxona bron bo‘limida rasmiylashtirish mumkin.Arizalar bilan ishlash katta etiborni talab qiladi.Bron qilish yoki bronni bekor qilish to‘g‘risidagi arizalar barchasi ro‘yxatga olinishi shart.

Bron bo‘ytcha menejerlar buyurtmani vaqtida bekor qilmasalar, xato yuzaga chiqmaguncha, nomer sotilmay qolishi mumkin.Faqat firma blankasidagi ariza, buyurtma qilingan nomer to‘langanligini tasdiqlaydi.

Nomerni bron qilayotgan tashkilot arizasida albatta, ushbu tashkilot rekvizitlari ko‘rsatilishi shart(nomi, manzili, bankdagi hisob raqami).Arizada quyidagi malumotlar kiritilishi zarur:

- nomer soni va kategoriyasi;
- mehmonxonada yashash muddati;
- tashrif buyuruvchi f. i. sh;
- to‘lov shakli(naqd pul yoki pul ko‘chirish yo‘li bilan ; to‘lovni amalga oshiruvchi tashkilot rekvizitlari).

So‘ngra arizalar ro‘yxatga olinadi(registratsiya raqami beriladi) va tasdiqlanadi, yoki rad etiladi.

Telefon orqali bron qilish jarayonida mijoz bilan suhbatda etiborli bo‘lish juda muhim, chunki bu suhbatdan mijozning mehmonxona haqidagi taassuroti shakllanadi.Qoida bo‘yicha go‘shakni maksimum 5ta gudokdan so‘ng ko‘tarish kerak va albatta, ushbu xodim mehmonxonaning nomerlari bandlik holati haqida malumotga ega bo‘lishi shart.Nomerlarga buyurtmani telefon orqali qabul qiluvchi mehmonxonalarda maxsus blankalar ishlab chiqilgan.Unda faqat kerakli grafalar belgilanadi, arizani to‘liq yozib olish shart emas.Bunday blankalar bron bo‘limi kompyuterida ham bo‘lishi mumkin.Telefon orqali bron qilishda yozma tasdiqlovchi hujjat talab qilinadi.

Bron qilishning kompyuter usuli mehmonxonalar va mijlzlar uchun keng imkoniyatlar yaratmoqda.Jahon amaliyotida bron qilishning kompyuterli tizimlari mavjud: bron qilishning ***korporativ*** tarmog‘ida zanjirga kiruvchi mehmonxonalar birlashtiriladi, boshqa bron qilish tarmog‘ida esa, zanjirga daxlsiz, mehmonxonalar kiradi.

Tarmoq orqali bron qilishda boshqa shahar va hatto boshqa davlatga joylashgan mehmonxona nomeriga buyurtma berish

mumkin.Avtomatlashtirilgan tarmoqning afzalligi shundaki, bron qilish shu shaharda joylashgan, shu zanjirning xoxlagan boshqa mehmonxonasiga ham manzillashtirilishi mumkin.

Kompyuter tarmog‘i orqali mehmonxonada joy buyurtma berish telefonda ham amalga oshirilishi mumkin. Kompyuter tarmog‘i dispetcheri mehmonxona bilan bog‘lanadi va bron qilish imkoniyatlarini aniqlaydi.Bu usul noqulayroq, chunki bron va joylashtirish shartlarini aniqlashga vaqt ko‘p talab qilinadi.

Kompyuter orqali bron qilishning yana ikki varianti mavjud: Mehmonxona o‘zining Internet sahifasiga ega, yoki mehmonxona Internet bron qilish tizimining azosi(orexca.com,WEB International, Nota Bene).Taklif etiladigan imkoniyatlar kengligi tufayli(kam harajat evaziga)tizimlar hozirda ommalashib bormoqda.Mijozlarni jalb qilishning bunday usuli samaradorligi oshgani sari, qabul qilingan buyurtmaga javob berish vaqti shuncha kamaymoqda.Tasdiqlashni jo‘natish tezligi kelib tushayotgan arizalarni qayta ishlash jarayonini avtomatlashganlik darajasi, mehmonxona va agent o‘zaro hamkorligining aniqligiga bog‘liq.

Bu ikki bo‘g‘in o‘rtasida axborot almashinuvini to‘g‘ri tashkil etish mijozga tasdiq javobini olish vaqtini qisqartiradi(umuman olganda online 7 soniya vaqtni olishi kerak,bizning mamlakatimizda kam uchraydi).

Mehmonxona ABT va Inteonet bron tizimini birlashib, mehmonxona va agent erkin axborot almashishi imkoniyatiga ega bo‘ladilar(bo‘sh nomer fondi, nomer kategoriyalari, xizmatlar, tariflar, mehmonlar uchun maxsus dasturlar...)

Bu tizimda bron quyidagicha amalga oshadi: Mijoz Internet bron tizimining WEB-saytiga kiradi va bron qilish qoidalari bilan tanishadi.So‘ngra mehmonxonani tanlaydi.Bo‘sh nomer mavjudligiga ishonch hosil qilgach, zaruriy axborot maydonchalarini to‘ldiradi, ye-mail orqali buyurtmani tizimga jo‘natadi.

tizim buyurtmani avtomatik tarzda saralaydi va oldindan to‘lov shartlari bilan oldindin tasdiq jo‘natadi, mijoz esa kutish varag‘iga kiritiladi.Mijozdan kerakli olinganidan so‘ng(oldindan to‘lov, kafolat xati),mijoz agentdan so‘nggi bron tasdig‘ini oladi.oxirga tasdiq nusxasi mehmonxonaga jo‘natiladi.Bu yerda bron bandlik(zagruzka) grafasida keyinchalik avtomatik o‘zgarishlar bilan kiritiladi.agar mehmonxona o‘zining saytiga ega bo‘lsa, tushayotgan arizalarga mehmonxonaning o‘z rezerv xizmati javob beradi.

Mijozdan kerakli kafolatlar olinganidan so‘ng mijoz mehmonxonadan bron haqida tasdiq oladi. Bron bandlik grafasida nomer fondi statusining avtomatik o‘zgarishi bilan kiritiladi.

Internet uydan chiqmasdan, vositachilarsiz, mehmonxona haqida axborot olish, nomerlarning jihozlanganligini ko‘rish imkonini beradi.

Telefon yoki kompyuter orqali bronda rezerv qilishning kutilmaganda to‘xtab qolish xavfi mavjud, bunday paytda mijoz tasdiq ololmaydi, mehmonxonaga kelganida esa, bo‘sh nomer bo‘lmasligi mumkin.

Arizalar bo‘yicha bron bo‘limi kelgusida mehmonxonaning to‘lishi rejasini tuzishi mumkin(oylik, kunlik, yillik).

Kichik mehmonxonalarda hanuzgacha qo‘lda bronlash texnikasi qo‘llaniladi. Bunday bronlash jadvallar yordamida amalga oshiriladi. quyida keltirilgan shakl bronlash jadvallarining eng soddasidir (1-jadval).

1-jadval

Xonalar raqami	Oy kunlari						
	1	2	3	4	5	...	31
1		← Abdullayev →					
2	← Ahmedov →						
3							

Yirikroq mehmonxonalarda 2-jadvalda keltirilgan shakl qo‘llaniladi.

2-jadval

Nomerlarning turlari		Oy kunlari						
		1	2	3	4	5	...	31
Bir o‘rinli nomerlar								
NOMERLAR	10	1	1	1				
	9	1	1	1				
	8	1		1				
	7	1		1				
	6			1				
	5			1				
	4			1				
	3							
	2							
	1							
Ikki o‘rinli nomerlar								
15			1					
14			1					
13								
...								

Ushbu jadvalga koʻra, mehmonxona 10 bir oʻrinli va 15 ikki oʻrinli nomerga ega. Buyurtma kelganida klerk tegishli kun katagiga «bir» raqamini qoʻyadi. 6.2-jadvalda oyning 1-kuniga 4 bir oʻrinli nomer bronlashtirilgan (6 nomer boʻsh qolgan), 2-kuniga ikkitadan bir va ikki oʻrinli nomerlar bronlashtirilgan (tegishincha 8 bir oʻrinli va 13 ikki oʻrinli nomerlar boʻsh qolgan). Bunday jadval har bir toifadagi boʻsh nomerlar sonini aniq koʻrish imkonini beradi.

Katta zamonaviy mehmonxonalarda bronlash jarayoni kompyuterlashtirilgan.

Bron boʻlimi qabul va joylashtirish boʻlimlari bilan doimo hamkorlikda ish olib borishi kerak, ular joriy davrda nomer bandligi haqidi axborot beradilar.Agar hisobot notoʻgʻri tuzilgan boʻlsa, menejerlar bandlik prognozlariga tegishli qarorlarni notoʻgʻri chiqarishlari mumkin.Nomer sotilmay qolsa, mehmonxona daromadi kamayadi.

Mijozga joy beruvchi mehmonxona tomonidan maxsus buyruqlar bilan tasdiqlangan bron *tasdiqlangan* hisoblanadi. Mijozga rezerv haqidagi tasdiq pochta yoki faks orqali yetib borishi uchun rezerv qilinganlik haqida tasdiqni olish bir muncha vaqtni talab qiladi.Odatda tasdiq xatiga quyidaga malumotlar kiritiladi: arizani roʻyxatga olish raqami, mehmonning kelib ketish sanasi, buyurtma qilingan nomer turi, mehmonlar soni, kerakli krovatlar soni, shuningdek, mehmonning har xil talablari.Mijoz mehmonxonaga oʻzi bilan bu tasdiqnomani har ehtimolga olib keladi.Bunday tasdiqnoma ham mijoz uchun kafolat boʻla olmaydi, chunki shunday qoida bor: mehmon 18 soatgacha kelmasa, mehmonxona zarurati boʻyicha bronni bekor qiladi.

Bron qilish tizimini rivojlantirishda bir qator muammolar boʻlishi mumkin:

- lazerli printerlardan foydalanishda qimmatbaho elektron uskunalarni sotib olish va oʻrganish;
- bunday uskunalar bilan ishlashni tashkil etish va nazorat qilishda malakali mutaxassislarning kamligi;
- bu darajadagi texnik obetlarni joylashtirishdagi kerakli maydon(joy) muammosi.

Integratsiya rivoji sharoitida born tizimini qoʻllashda talab oshmoqda. Bu tizim mehmonxona xoʻjaligi samaradorligiga erishish yoʻlidagi keng hajmla operatsiyalarni tanlab, turistik biznes, restoranlarni rivojlantirishda ularning imkoniyatlarini kengaytiradi.

Hozirda kafolatlangan va kafolatlanmagan bron turlari keng qo‘llanilmoqda. Bu turlar mazmunini boyitish uchun xizmat ko‘rsatuvchi kadrlar professional malakasini modernizatsiyalashni qo‘llash kerak. Bu yerda xizmatlar assortimenti sifati kashfiyoti amal qilishi lozim. Bu holatlarda mehmonxonalarda joylarni bron qilish turi bog‘liq bo‘ladi

Kafolatlangan bron – bu mijozga buyurtma berilgan nomerni olishini kafolotlovchi, otelning bron haqidagi tasdig‘idir. Bunday hujjat kechikib kelish ehtimoli bo‘lganda zarurdir.Bron qilishda mehmon kredit kartochkasi raqami yozib olinadi, mehmon kechikkanda ham bu nomer to‘langanligi kafolatini beradi. Shu shart bilan mehmon kelgunicha nomer bo‘sh turadi.

Kafolatlangan bron afzalligi shundaki, mehmon buyurtmadan foydalana olmasligini tushunsa, uni bekor qilishi mumkin. Bunday tasdiqnoma yordamida mehmonxona bo‘sh nomerlari haqida aniq malumotga ega bo‘lish mumkin.

Kafolatlangan bron qilishning boshqa turi depozit(avans)to‘lovdir. Bazi holatlarda (m: mavsum tig‘izligida) kutilayotgan mehmon kelmayotganligi sababli nomerning turib qolishini oldini olish maqsadida mehmonxona mijozdan bir kunlik yoki yashash muddati bahosining yarmini to‘lashini so‘rashi mumkin.

Turistik guruhni joylashtirishda ham oldindan to‘lov talab qilinadi. Bu ham kelmay qolish holati bilan kurashishning bir yo‘lidir.

Kafolatli bron qulayligidan tashqari bir qator muammolari ham mavjud: bank o‘tkazmalarini rasmiylashtirishdagi to‘xtab qolishlar; mehmonxona nomerlari narxlarining o‘zgarib turishi; jarimalar(sekuin ishlashi); kafolatga rioya qilishdagi tashkiliy tizimning zaifligi; teskari aloqaning sustligi.

Bron qilishda asosiy etibor kompaniyalar, aksiyadorlik kompaniyalariga qaratiladi, xususiy shaxslar uchun bron tizimi sustroq ishlaydi.

Kafolatlanmagan bron qilish o‘z xususiyatiga ko‘ra mehmonxona imkoniyatlarini kengaytiradi.Malum soatgacha mehmon kelmasa, nomer boshqalarga berilishi mumkin yoki bo‘sh hisoblanadi.

Guruhli bron qilishning (10 tadan ziyod nomerlarni bron qilish) individual bron qilishdan farqi shundaki, bron xizmati menejerlari shartnoma tuzish uchun masul shaxs bilan bevosita o‘zi uchrashishi va guruhga xizmat ko‘rsatish shartlarini kelishib olishi mumkin.

Ertalab qabul xizmati klerki navbatchilikka kirishayotganida mehmonlar bo‘shatgan nomerlar sonini bo‘sh nomerlar soniga jamlaydi,

Chiqqan natijadan bron qilingan nomerlar sonini olib tashlaydi va chetdan kelgan mehmonlarga taklif etishi mumkin bo‘lgan nomerlar soni chiqadi.Bunda qabul xizmati malumotlari xo‘jalik xizmati (houzekeeping) axborotlari bilan solishtiriladi, ko‘pincha tushunmovchiliklar yuzaga keladi. Masalan, xo‘jalik xizmati nomer bo‘shligini ko‘rsatadi, bron xizmati malumotlari bo‘yicha nomer kafolatli to‘lov bilan bron qilingan, mijoz nomerni hali egallamagan.Qabul xizmatida nomer band ko‘rschatilgan, xo‘jalik xizmati esa nomerga yukning yo‘qligi va mijoz tunab qolmaganligini aytadi.

Tayanch iboralar*:* Mehmonxonaning qabul qilish va joylashtirish xizmati. Front office-bo‘limi xizmati. Mehmonxonada nomer va joyni bron qilish tartibi.Kafolatli bron, guruhli bron. Tashrif buyuradigan mehmonlarni ro‘yxatdan o‘tkazish va joylashtirish. Turistik guruhni ro‘yxatga olish xususiyati.Joylashib bo‘lgan mehmonlar bilan hisob-kitob qilish turlari va ularni kuzatib qo‘yish. Qabul qilish xizmatini jihozlash.

Mustaqil nazorat qilish uchun topshiriq va savollar:

1. Mehmonxonaning qabul qilish va joylashtirish xizmati haqida malumot bering.
2. Front office-bo‘limi xizmati nima?
3. Mehmonxonada nomer va joyni bron qilish tartibi haqida malumot bering.
4. Kafolatli bron, guruhli bron tartibi haqida gapiring.
5. Tashrif buyuradigan mehmonlarni ro‘yxatdan o‘tkazish va joylashtirish tartibini tushuntiring.
6. Turistik guruhni ro‘yxatga olish xususiyati.
7. Joylashib bo‘lgan mehmonlar bilan hisob-kitob qilish turlari va ularni kuzatib qo‘yish.
8. Qabul qilish xizmatini jihozlash talablarini tushuntiring.

Mavzu 8. Mehmonxona nomer fondiga xizmat ko‘rsatishni tashkil etish

Reja:

1. Nomer fondini boshqarish xizmatining tashkiliy prinsiplari.
2. Tozalash ishlarini tashkil etish.
3. Nomerni joylashish uchun tayyorlash.
4. Turli tozalash ishlarini bajarish texnologiyasi.

1. Nomer fondini boshqarish xizmatining tashkiliy prinsiplari

Mehmonlarni kutib olish ko‘pgina tushunmovchiliklarni yengib o‘tadi. Bu vazifani ro‘yxatga olish (registratsiya) bo‘limi amalga oshiradi. Ammo, bu yerda ham tashkiliy xatolar bo‘lishi mumkin. Kichik mehmonxonalarda porte ham ro‘yxatga oladi, hujjatlarni rasmiylashtiradi, turistik rasmiyatchilikni tekshiradi va ham nomer fondi xizmati bilan aloqada bo‘ladi. Bunday rasmiyatchiliklar, ko‘p kutishlar turistlar joylashishini uzoqqa cho‘zadi. Amaliyotda shu aniq bo‘lmoqdaki, mehmonxonalarda turistlar soni va mavsumga qarab portelar soni o‘zgarib turishi kerak. Ma’lumki, ro‘yxatga olish stol oldida odamlarning to‘planib qolishi tashkiliy kamchiliklardan biridir. Turfirma tarkibidagi mehmonxonalar kelayotgan mehmonlar va ularning soni haqida to‘liq ma’lumotga ega bo‘lib, kelib chiqishi mumkin bo‘lgan muammolarni oldini olishi zarur. Mehmonxona xo‘jaligi tashkilotchilarning professionalllik darajasi ularning oldindanko‘ra bilashlari, kutilmagan holatlarni minimallashtirish jarayonida bilinadi. Xodimlar yetishmasligidan kelib chiqadigan navbatda turishlar nosog‘lom psixologik muhitni keltirib chiqaradi.

Atrofimizdagi muhit bu ijtimoiy-ruhiy, madaniy-tashkiliy tartiblar kategoriyasida va bu odamdagi shaxsiy baxtni shakllantiradi. Ijtimoiy muhitning buzulishi ruhiy diskomfortga olib keladi. Mehmonxona xo‘jaligi oamlarning xavfsizligi va joylashishi maqsadida tuzilgan tashkilotdir. Mehmonxonada o‘tkazilgan har bir soat, kun ruhiy sokinlik olib kelishi zarur.

Bunday xizmat ko‘rsatish darajasiga erishish nomer fondini boshqarish xizmati bilan bog‘liqdir. Uning tashkiliy pritsipi: *ogohlantirilganlik* va *tezkorlik.* Bu prinsiplarni tahlil qilishda asosiy tushuncha ya’ni “joylashish muddati” muhim ahamiyatga ega. Mazkur me’yoriy kategoriya ijtimoiy madaniy va iqtisodiy planda muhim bo‘g‘in hisoblanadi. Barcha nomerlar band bo‘lgan paytda bu xizmat ,ayniqsa, silliq va bir tartibda ishlash kerak. Kichik bir xato konflikt holatni keltirib chiqarishi mumkin. Bu holatning

iqtisodiy zararli tomoni ham bor. Izmat ko‘rsatuvchi xodimlar ishi ko‘payib, nomerlarni yangituristik guruh uchun tayyorlab qo‘yish, sanitar-gigiyenik uskunalar ekspluatatsiyasi profilaktikasining sifatlari pasayshiga olib keladi. Me’yoriy talablardan kelib chiqqan holda, nomer fondiga xizmat ko‘rsatuvchi va saqlovchi xizmatlari o‘z ishlarida tezkorlikka va axborot bilan ta’minlanganlikka erishmoqchi bo‘lsalar quyidagilarni bilishlari shart:

- sust professional tayyorgarlik tashkiliy-profilaktik xatolarga olib keladi, mehmonxona obro‘siga zarar keltiradi, xizmat ko‘rsatishda xavf darajasini ko‘taradi;
- joylashtirish davriyligi (muddati) haqida ma’lumotlarni sustligi nomerlarni taqsimlashda xatolarga yo‘l qo‘yishga, uskunalarning tez ishdan chiqishiga olib keladi (qulf sinishi, stullarning yetishmasligi, intererning torligi).

Nomer fondi xizmati egiluvchan (gibkiy) ijtimoiy texnologiyalarga ega bo‘lishi kerak. Ushbu xizmat mijoz va mehmonxona xizmati o‘rtasidagi birinchi tashkiliy bo‘g‘imdir. Ular ushbu qavatda har kimga ham qiziq bo‘lmagan kutilmagan holatlarni tezda hal qiladi. (Masalan: mehmon belgilagan vaqtdan barvaqtroq keldi yoki nomer oldindan bron qilingan bo‘sa ham, hali tayyor emas, xona bekasilar ishi ko‘pligi, joyshablarning yetishmasligi). Bunday holatda nomer fondi xizmati psixologik bosimni bartirif qilish uchun rezerv uskunalariga ega bo‘lishi kerak. Ushbu holatlarga befarqlik bilan qarash mijozlarning kayfiyatini yanada ko‘proq tushurishi mumkin. Mijozlarga qisqa muddat ichida mehmonxona haqida yaxshi taasurot qoldirishga harakat qilish zarur. Nomer fondi xizmatining tashkilotchilik malakasi bu boshqaruvning yuzi, asosi hisoblanadi. Bu yerda “imkoniyatimiz boricha” prinsipi to‘g‘ri kelmaydi. Nomer fondi xizmati ob’ekti barcha kutilmagan holatlarni “shu yerda va hozirning o‘zida” prinsipi asosida faoliyat ko‘rsatishdir.

2. Tozalash ishlarini tashkil etish

Mehmonxona – bu uzluksiz xizmat ko‘rsatuvchi tashkilot bo‘lganligi sababli unga yuqori darajali sanitariya-gigiyenik talablar qo‘yilgan.

Mehmonxona qaysi kategoriyaga tegishli bo‘lishidan qatiy nazar hamma vaqt toza saqlanishi (unga tegishli territoriya ham) zarur. Bu mehmonona xodimlaridan territoriyani, nomerlarni, ma’muriy-xo‘jalik inshootlarini toza tutshida har kunli katta tozalik ishlarini olib borishni talab etadi. Shuning uchun mehmonxona xo‘jaligida tozalikni ta’minlash

maqsadida tozalik va obodonlashtirish ishlarini qanday tashkil etish, o‘tkazish kerakligini bilish muhimdir.

Barcha sanitariya- epidemiologiya me’yorlariga rioya qilgan holda yuqori darajali tez tozalash amalga oshirish uchun mehmonxonada:

- yuqori malakali professional tayyorgarlikka ega xodimlar;
- zamonaviy tozalash materiallari va invetarlar;
- zamonaviy tozalash mashina va mexanizmlariga ega bo‘lishi kerak.

Tozalash ishlarini olib borish jarayonida vaqtni to‘g‘ri taqsimlash juda muhimdir. Bu yerda tez va xizmat ko‘rsatuvchi xodimlar tomonidan ko‘p kuch sarflanib bajarilishi shart. Tozalash ishlarini olib borish jarayonida bir nechta muhim prinsiplar mavjud:

- qavat xodimi mehmonning “ko‘ziga kamroq ko‘rinishi”;
- tozalash invertantlari va asboblari umumiy foydalanish joylariga qoldirilmasligi;
- tozalash ishlari vaqtida farroshlar, xona bekasilar shaxsiy ishlariga chalg‘imasliklari kerak.

Ushbu prinsiplarni bajarilishi mazkur mehmonxonada madaniyat darajasini belgilovchi mezondir.

Tozalash ishlarini quyidagi kategoriyalarini ajratish mumkin:

- mehmonxonaga tegishli territoriyani tozalash;
- markaziy kirish joyi va vestibyulni tozalash;
- umumiy foydalanish joylarini tozalash(zina, koridor, xoll, ma’muriy va qo‘shimcha inshootlar);
- nomer fondini tozalash (xona va sanuzel).

Barcha tozalash ishlarini nomer fondiga xizmat ko‘rsatish bo‘limi ishchilari amalga oshiradi. Har xil kategoriya ishchilarini bir-biri bilan almashtirish zarur bo‘lganda, rahbar buyrug‘i asosida amalga oshirish mumkin. Nomer fondiga xizmat ko‘rsatish bo‘limining direktor o‘rinbosari mehmonxonadagi xizmat ko‘rsatuvchi xodimlar ishini tashkillashtirishtiradi.

Tozalash ishlarining olib borish uchun quyidagi xodimlar kategoriyasi mavjud:

- *xona bekasi*-nomerlarni yig‘ishtirib, tozalaydi;
- *farroshlar*- koridor, xoll, zina, vestibyulni tozalaydi;
- ishlab chiqarish bo‘limi, ustaxona va texnik xizmatlar inshootlarini tozalovchi *farroshlar*.

Mehmonxonada olib boriladigan barcha tozalash ishlari turi va mazmuniga qarab farqlash mumkin:

- ichki inshootlar va umumiy foydalanish joylarini tozalash;

- umumiy sanuzellarni tozalash;
- nomerlarni tozalash.

Nomerlarni (joylashish xonalari) tozalashning quyidagi ko‘rinishlari mavjud:

- mehmon ketganidan keyin tozalash;
- har kunlik joriy tozalash;
- umumiy(tubdan) tozalash;
- bron qilingan nomerni tozalash;
- ekspress- tozalash;

Tozalash ishlarini to‘g‘ri tashkillashtirish, xonani va undagi predmetlarni maksimal tozalash uchun minimum kuch va vaqt sarflashga erishish maqsadida quyidagi ketma-ketlikni bajarish zarur:

Ko‘p xonali nomerni tozalashdagi ketma-ketlik:

- yotoqxona;
- mehmonxona;
- oshxona;
- kabinet;
- yo‘lak (prixojka);
- sanuzel.

Amalga oshiriladigan tozalash ishlari turlarining ketma-ketligi:

- bron qilingan nomerlar;
- har kunlik joriy tozalash ;
- mehmon ketganidan keyin tozalash;
- ekspress- tozalash.

Tozalash ishlarini olib borish jarayonida xonadagi biror bir predmetni etiborsiz qoldirmaslik maqsadida soat millariga qarab yoki soat millariga qarshi tozalashni olib borish qilish tavsiya etiladi.

3. Nomerni joylashish uchun tayyorlash

Nomerni joylashish uchun tayyorlash departament va har xil bo‘limlar xizmatini to‘g‘ri tashkil etishni talab qiluvchi masuliyatli bosqichdir. Mehmonlarni aniq va o‘z vaqtida joylashtirish va xizmat ko‘rsatish uchun xodimlarning professional tayyorgarligi va malakasi yuqori darajada bo‘lishi kerak.

Mehmonlarni kutib olish va joylashtirish texnologiyasi quyidagi tadbirlarni ko‘zda tutadi:

1. Kutib olish(qabul qilish) xizmatida barcha kategoriyadagi nomerlar fondi ahvoli, mehmonlarning pasport malumoti, buxgalteriya

malumotlari (mehmon bilan hisob- kitob)haqida ma’lumotlar bazasi joylashgan kompyuterning mavjudligi.Navbatchi administrator kompyuterda malumotlarni kiritadi.

2. Har bir qavatda to‘ldiriladigan axborot qog‘ozlarining (informatsionniy list-shaxmatka) mavjudligi. Ushbu hujjat qavat bo‘yicha navbatchi tomonidan rasmiylashtiriladi.Shaxmatkaga qavatda joylashganlar haqida barcha axborotlar ko‘rsatiladi(umumiy band xonalar soni, har bir xonada yashovchilar soni, kelish va ketish vaqti, bron qilingan nomerlar soni).
3. Mehmonxonada nomer fondi va umumiy foydalanish inshootlarini tozalash tadbirlarini o‘tkazish.katta xona bekasi nomerni joylashishga tayyorlash, mehmonlarning qavatda joylashishi va gornichni tomonidan bajarilgan tozalash ishlari sifatini nazorat qiladi.
4. Mehmonxonaning injener-texnik xizmatiga kelib tushgan tamirlash va nosozliklarni bartaraf etish arizalarini rasmiylashtirish.
5. Malum bir tozalash ishlarini olib borish(tubdan, mehmon ketganidan keyin, bron qilingan nomerni).

4. Turli tozalash ishlarini bajarish texnologiyasi

Tozalash ishlarini bajarishda xizmat ko‘rsatuvchi xodimlar mehmonxona inshootlarini sanitariya talablariga mos ravishda tozalashlari shart.

Har kunlik ***joriy tozalashni*** bajarish ketma-ketligi.

Tozalayotganda eng avvalo nomerni havosini almashtish lozim. uchxonali nomer quyidagi ketma-ketlikda tozalanadi- avval yotoqxona, keyin mehmonxona, kabinet, yo‘lak va sanuzel. Ikkixonalida - avval yotoqxona, keyin mehmonxona va sanuzel.

Birxonali nomerda tozalashni ovqatlanish stolidan boshlash kerak.Stolda ovqat qolgan bo‘lsa, uni muzlatgichga joylashtirish yoki ustini salfetka bilan yopish zarur.Agar ovqat nomerga restorandan keltirilgan bo‘lsa, idishlar ofitsiantga qaytariladi.Mehmonxonaga tegishli bo‘lsa, yuvib, artib, shkafga joylashtiriladi.Ko‘pgina mexmonxonalar stoli yuzasi plastik bilan qoplangan.Uni avval nam keyin quruq latta bilan artish kerak.skatert yozilgan bo‘lsa, qoqib yana solinadi, zarur bo‘lsa almashtiriladi.So‘ngra gornichni yotoqxonada krovatni yig‘ishtirishga tushadi.

Yig‘ishtirishning har xil “rituallari” mavjud.Lekin quyidagi ketma-ketlikda bajarish maqsadga muvofuqdir: yostiq, ustki ko‘rpa (odeyalo) va

joyshab (prostinya) olinib, stulga qo‘yiladi. Perinka shamollatiladi. zarur bo‘lsa, joyshab almashtiriladi.Prostinya uchlari krovat ichki tomoniga shunday qatlanadiki, pastki ko‘rpa (matras) ko‘rinmasin. Keyin ustki ko‘rpa joyshabga solinib ikki tomoni shunday qatlanadiki, joyshabning o‘rta ochiq joyi krovatning markaziy qismiga joylashsin. So‘ngra yostiqlar yaxshilab “uriladi”. Ko‘pgina mehmonxonalarda xona bekasilar krovat ustiga pakrivalani shunday solishadiki, krovat yonlarida o‘tkir burchak hosil bo‘ladi.

Mehmonxona admnistratori nomerlarda qanaqa joyshab ishlatilayotganini doimo kuzatib borishi shart (eski , yirtiq, dog‘i bor joyshablar ishlatilishi mumkin emas).

Joyshablar yaxshilab yuvilib, kraxmallanib, dazmollangan bo‘lishi zarur. Nuqsonlar aniqlanganda joyshab almashtirilib, joyshabxonaga (belevoy) topshiriladi, lekin kir joyshab bilan birgalikda qo‘yish mumkin emas. Agar joyshab mehmon aybi bilan iflos qilingan bo‘lsa, xona bekasi qavat bo‘yicha navbatchi va qavat bo‘yicha mudiriga xabar berishi shart. Ushbu nomerni tozalashni va joyshabni almashtirishni mehmon oldida, konflikt holatni aniqlab, o‘tkazish zarur. Joyshab ta’mir-talab bo‘lsa, uni joyshabxona ishchilari ta’mirlashlari, buzilgan joyshablarni ro‘yxatdan chiqarishlari kerak. Joyshabni almashtirish xona bekasi va katta xona bekasi tomonidan amalga oshiriladi. Buning uchun har bir qavatda qavatning umumiy joylar sonidan 20% joyshab zaxirasi bo‘lishi tavsiya etiladi. Shu tartibga rioya qilinsa xona bekasi istalgan paytda joyshabni almashtirishi mumkin. Almashtirilidagan joyshabni alohida shkafda saqlash zarur. Mablag‘larni tejash maqsadida joyshablarni belgilangan muddatlan oldin almashtirmaslik kerak. Lekin ushbu muddatni uzaytirmaslik ham muhim, bu xizmat darajasini pasaytiradi.

Yana bir muhim qoida, joyshab almashtirishni mehmon oldida bajarmaslik, mehmonga tozalanmagan nomerga narsalarni qo‘yishga ruxsat bermaslik kerak.

Mehmonxona joyshablarini yuvish mehmonxonaning o‘zida yoki shahardagi kir yuvish joylarida amalga oshiriladi. Joyshabxona xodimlari qavatdagi hodimlardan ishlatilgan joyshabni qabul qilib tozasini beradilar. Qavatdan kelgan joyshablar maxsus qoplarda, nomlanib joylashtiriladi va yuvishga nakladnoy asosida yuboriladi. Yuvilgandan so‘ng joyshablar ko‘rib chiqiladi. Agar kir yuvish joyi (prachechnaya) aybi bilan qilingan nuqson topilsa, norozilik xati (isk) beriladi. Boshqa paytlarda nuqsonli joyshab komissiya tomonidan ko‘rib chiqilib, foydalanish mumkinmi yo‘qmi hal etiladi.

Joyshablarga e’tiborli bo‘lish talab etiladi. O‘z vaqtida yuvish, ta’mirlash va ehtiyotkorlik bilan foydalangan joyshab uzoq muddatgacha ishlatilishi mumkin.

Nomerda krovat yig‘ishtirilgandan so‘ng xona bekasi ish stolini yig‘ishtirishni boshlaydi. Stolda teginish va ko‘rib chiqish mumkin bo‘lmagan qo‘lyozmalar, ishchi qog‘ozlar, kitoblar yotgan bo‘lishi mumkin. Agar stol yuzasi plastikdan bo‘lsa, uni nam latta bilan , polirovka bo‘lsa yumshoq vetosh bilan artadi. Ba’zida stollar oynali ham bo‘ladi. Oyna doimo toza va yarqirab turishi kerak. Buning uchun xona bekasi maxsus tozalash vositalaridan foydalanishi zarur. Kuldonni (pepelnitsa) tozalayotganda u yerda begona predmetlar yo‘qligini tekshirish kerak. Keyin nam latta bilan telefon, stol lampasi, quruq latta bilan esa, kitob, jurnallar, televizor artiladi. Stol tortmalarini ham diqqat bilan ko‘zdan kechirib, changdan tozalash lozim. Nuqson topilganda usto chaqiriladi (singan, yaxshi yopilmaydi).So‘ngra xona bekasi gilam, gilamchalar, pardalar, yumshoq mebellarni tozalashga o‘tadi.Pol va devordagi changlarni changyutgich yordamida tozalaydi. Bunda changyutgichning maxsus qurilmalaridan (nasadka) foydalaniladi. Masalan:mebel uchun vorsli shyotka, mebel burchaklari uchun yoriqli (shelevaya) qurilmasidan, dropirovka pol va patalokdagi changlarni tozalash uchun uzun yumshoq vorsli shyotkadan foydalaniladi.

Changyutgichdan foydalanayotganda xona bekasi xavfsizlik qoidalariga rioya qilishi shart. Krovat ostini metal trubali shyotka bilan tozalash tavsiya etilmaydi. Taxtali krovatda nuqson paydo bo‘lishi mumkin. Krovatni devordan siljitib, keyin tozalash ishlarini olib borish ma’qul. Agar mehmonxonada changyutgich bo‘lmasa nam supurgidan foydalaniladi. Suv parketga tegmasligi uchun ehtiyotkorlik bilan supurish kerak. Agar gilam juda ham kir bo‘lsa, issiq suvda sovunli kukun aralashmasini tayyorlash kapron shyotka bilan yuviladi. Bu ish maxsus ajratilgan joylarda bajariladi. Gilam qurigandan so‘ng qayta changyutgich bilan ustidan yurgilizib chiqiladi. Changyutgich bilan ishlayotganda unga begona predmetlar kirib qolmasligi uchun nazorat qilinadi. Keyin gornchni plintus, deraza oldi(podokonnik) va radiator changini artadi.Radiator (parovoy) orasi maxsus ingichka shyotka bilan tozalanadi.Quruqvetosh bilan stol, stul, mebel oyoqchalari artiladi.

Kiyim shkaflarining havosi har kun almashtiriladi va veshelkalar soni kiyimga yetarli ekanligi tekshiriladi.Nomerda hamma vaqt kiyim va poyafzal tozalash uchun maxsus shyotka turishi shart.

Tozalash ishlari tugagandan so‘ng texnik vositalar – rozetka, vilka, telefon, televizor, muzlatgich, radioapparat, lampalar sozligi tekshiriladi.Nosozlik aniqlanganda gornichni darhol katta gornichni yoki qavat bo‘yicha navbatchiga xabar berishi kerak.

Umumiy yashash(obshejitiye) turidagi mehmonxonalarda gornichni nomerni tozalayotganda mehmonlar u yerda chemodanini saqlamayotganliklarini nazorat qilishi kerak.Narsalar saqlash kameralarida saqlanishi lozim.

Tubdan tozalash

Tubdan tozalashdan maqsad:

- tozalash inventarlari, materiallari, mashinalaridan foydalanib, umumiy tozalash ishlarini amalga oshirish;
- har kunlik tozalash jarayonida nomerning tozalanilmaydigan “obektlarini”qamrab olish;
- sanitar –gigiyenik tadbirlarni o‘tkazish;
- nomerda kosmetik tamirlashni (oboyni yelimlash, bo‘yash) amalga oshirish;
- kommunikatsion tizimlarni ko‘zdan kechirib, nomerni joylashishga tayyorligiga ishonch hosil qilish;

Tubdan tozalash ishlari hajmiga quyidagilar kiradi:

- devorni yuvish, qurigunga qadar artish;
- ventilyatsion panjaralarni tozalash;
- matras, drapirovkani tozalash;
- eshik, oynalarni yuvmsh;
- qo‘shimcha ishlar:pol , gilam yo‘lakchalarni yuvish, polni ranglash;
- potolok tozalash;
- deraza ichki ramkalarini yilida ikki marotaba yuvish;
- pardalarni yuvish;
- gardinlarni yuvish;
- yoritgich asboblarini yuvish.

Tubdan tozalash har 7-10-14 kunda bir marotabao‘tkaziladi.Qoidaga binoan har bir gornichni bo‘yniga nomerlar soni biriktirilgan va u belgilangan muddatda tubdan tozalashishlarini olib borishi shart.

Bron qilingan nomerlarni tozalash

Tozalash ishlarini olib borshdan maqsad - nomerni bron qilgan mehmon kelguncha tayyorlash.Tozalash ishlarini olib borish zanjirida bron qilingan nomerni tozalash birinchi navbatda amalga oshiriladi. tozalashning bu turi mehmon kelishi arafasida amalga

oshiriladi(kechqurun, kechasi, keladigan kuni ertalab, har kuni sutkasida bir marotaba). Bron qilingan nomerni tozalash ishlari hajmiga – quruq artish, nam artish , polni nam tozalash kiradi.

Ekspress- tozalash

Tozalashning bu turi mehmon iltimosiga binoan to‘lov evaziga amalga oshiriladi.Ekspress-tozalash ishlari hajmiga:

- nomerdan chiqindini chiqarish;
- idish tavoqlarni yuvish;
- ovqatlanish stolini tozalash;
- joyshab stilini o‘zgartirish;
- joyshabni almashtirish;
- sanuzelni tozalash;
- vannani tayyorlash;
- sochiqlarni almashtirish;
- polni yuvish.

Mehmonxona nomerlarida olib boriladigan barcha tozalash turlariga albatta tozalash inventarlari va materiallaridan foydalanish shart.Bulardan to‘g‘ri foydalanish, ularni saqlash va to‘g‘ri muomilada bo‘lish sanitariya – epidemiologik rejim meyorlariga rioya qilishning muhim tadbirlaridandir.

Umumiy foydalanish inshootlarini tozalash texnologiyasi

Umumiy foydalanish joylariga: vestibyull, xoll, yo‘lak(koridor), kiyim yechish xonasi(garderob), administratsiya, bo‘limlar xonasi, zinalar, dam olish joylari va ommaviy tadbirlarni o‘tkazish joylari kiradi.Bunday inshootlarni tozalashning asosiy xususmyati tashrif buyuruvchilar sonining ko‘pligigadir. Umumiy foydalanish joylarini asosiy tozalash vaqti ertalab barvaqt, kechqurun kechroq yoki kechasi.kun davomida bu joylar faqat ifloslangandagina tozalanadi.

Umumiy foydalanish joylarini tozalash ishlari hajmiga:

- polni yuvish vositalari bilan artish;
- polni mexanik tozalash;
- metall detallar va uskunalarni maxsus vositalar bilan artish;
- oyna, eshik, panjara, deraza osti va ko‘zgularni artish;
- savatlarni chiqindilardan bo‘shatish;
- kuldonni tozalash;
- stol va stoykalar changini artish kiradi.

Umumiy foydalanish joylarini tozalash ketma-ketligi: inshoot havosini almashtirish; kreslo, divan, stol, shamdonlar changini artish;changyutgich yordamida parket pol, xoll va mehmonlar joyini(gostinnaya) tozalash.

Kunora elektroarmatura setdan o‘chirilib, tozalanadi.Oyida bir marotaba eshik, batareya, kartina, yoritgichlar yuviladi.

Har ikki oyda devor, potolok , karnizlar artiladi, pardalar yuviladi.Yilida ikki marotaba barcha oynalar yuvib chiqiladi (bahor va kuzda).Kunduzgi paytda farrosh va shveysarlar vestibyul, kirish eshigi, derazalar, oynalangan joylar tozaligini nazorat qiladilar.Savat va kuldondagi chiqindilarni farroshlar tozalaydilar.

Sanuzelni tozalash (nomer va umumiy foydalanish joyida)

Individual foydalanish sanuzelini tozalash

Nomerda gornichni sanuzelni tozalashni xonalarni tozalagandan so‘ng boshlaydi. Ishni boshlashdan avval maxsus kiyimlar(rezinali fartuk va qo‘lqop , ro‘molcha)kiyishi shart. Sanuzelni tozalashni quyidagi tartibda amlga oshiriladi:

- ko‘zgu, oynali tualet rastachasi va u yerdagi narsalar (sovun,tish pastasi, odekolon);
- umivalnik;
- vanna;
- kafel plitalar;
- unitaz;
- bide;
- pol.

Ko‘zgu avval nam keyin quruq latta bilan artiladi.Rastacha avval sovunli aralashma bilan yuvilib, keyin quruq latta bilan artib olinadi.

Umivalnik oldin tozalash pastasi bilan artiladi, issiq suv bilan yuvilib, dezinfeksiya qilinadi.yana bir marotaba suv bilan chayqalib, qurigunicha artiladi.Xuddi shunday usulda unitaz,bide va vanna tozalanadi.Vanna shlang va kranlari latta bilan artiladi, teshigi tozalanadi.Ushbu jarayonda tuz kislotasidan foydalanish mumkin emas, vanna va rakovina yuzasi qorayadi.

Devordagi kafel plitalar har kunlik joriy tozalashda oq toza latta bilan yaxshilab artib olinadi.Tubdan tozalashda barcha joydagi kafellar yuviladi.Unitaz eng oxirida tozalanada.Bunda gornichni maxsus rezin qo‘lqopdan foydalanadi. Avval issiq suv bilan unitazning ichki devorlari chayqaladi, so‘ng *yorsh* yordamida tozalash pastasi bilan yuviladi.Issiq

suv bilan yana chayqalib , dezinfeksiya qilinadi.Eshik qo‘lchasi, unitaz qopqog‘i, qog‘oz ilgich xlorka aralashmasi bilan artib olinadi.Dushdagi rezina gilamcha avval issiq suvda keyin sovuq suvda chayqalib, xlorka bilan artiladi.

Yuqori kategoriyali nomerlar vannaxonasida yengil dezinfeksiya qoplamali taburetka va poyafzal tozalash uchun podstavka bo‘lishi shart.Bular ham nam latta bilan artilib, dezinfeksiya qilinadi.

Tozalash ishlari tugaganidan so‘ng, qog‘oz va firma sovuni borligini, rozetkalar ishlashini, sochiqlar ahvolini tekshiradi.

Nosozliklar aniqlanganda gornichni katta gornichniga yoki qavat bo‘yicha navbatchiga xabar beradi.

Umumiy foydalanish sanuzelini tozalash

Umumiy foydalanish sanuzelini harkunlik tozalash ishlari tarkiba quyidagilar kiradi:

1. osma oynali rastacha va ko‘zguni artish;
2. umivalnik, unitaz va pissuarni yuvish va dezinfeksiya ishlarini olib borish;
3. kafel plitalarni artish;
4. devor va peregorodkalarni yuvish.

Dushni har kun tozalashda quyidagi tartibga amal qilinadi:

- echinish xonasidagi ko‘zguni artish;
- banketka, veshalkadagi changlarni artish;
- rezina gilamchalar, sovun qo‘ygichlarni yuvish;
- kafel devorlarni artish;
- chiqindi savatini bo‘shatib, yuvish;
- polni yuvish.

Tayanch iboralar: Nomer fondini boshqarish xizmatining tashkiliy prinsiplari.Tozalash ishlarini tashkil etish. Nomerni joylashish uchun tayyorlash.Turli tozalash ishlarini bajarish texnologiyasi. Tubdan tozalash; bron qilingan nomerni tozalash; ekspress tozalash; individual foydalanish sanuzelini tozalash. Umumiy foydalanish sanuzelini tozalash.

Mustaqil nazorat qilish uchun topshiriq va savollar:

1. Nomer fondini boshqarish xizmatining tashkiliy prinsiplari.
2. Tozalash ishlarini tashkil etish.
3. Nomerni joylashish uchun tayyorlash tartibini tushuntiring.
4. Turli tozalash ishlarini bajarish texnologiyasi.
5. Nomerni tubdan tozalash texnologiyasi.
6. Nomerni bron qilingan nomerni tozalash texnologiyasi.
7. Nomerni ekspress tozalash texnologiyasi.

Mavzu 9. Mehmonxonaning yordamchi xizmatlari

Reja:

1. Injenerlik xizmati.
2. Xavfsizlik xizmati.
3. Xarid qilish xizmati.

1. Injenerlik xizmati

Zamonaviy mehmonxona murakkab injenerlik uskunalari bilan jihozlangan (lift, konditsionerlar, issiqlik manbai, suv taminoti, kanalizatsiya, elektr energiya, gaz uskunalari, kabel televideniye, kompyuterlar).Tabiiyki, mehmonxona barcha uskunalarni tamirlash va xizmat ko‘rsatish maqsadida to‘liq shtatda injener-texnik ishchilarni saqlab tura olmaydi.Odatda, ushbu xizmatlarni ko‘rsatuvchi maxsus firmalar bilan shartnoma tuzadi. Injenerlik xizmati unchalik katta bo‘lmagan shtatga ega (iloji boricha universal xodimlar ishlaydilar, yani unchalik qiyin bo‘lmagan santexnik ishlar, elektr uskunalarni sozlash). Injenerlik xizmati o‘z tarkibiga mebel, gilam tamirlovchilar, nomerlarga bo‘yash ishlarini olib boruvchi bo‘yoqchilarga ham ega bo‘lishlari mumkin. Bosh injenerlik xizmati suv, gaz, elektr energiya sarfini ham nazorat qiladilar.Ular bajargan barcha ishlar maxsus ro‘yxatga olish jurnaliga yuritiladi.

Injenerlik xizmatining muhim vazifasi- yong‘in xavfsizligini taminlashdir.Yong‘in mehmonxona biznesida ko‘p tarqalgan hodisadir. Yong‘inning asosiy sabablari- chekuvchi mehmonlar, nosoz oshxona va elektr uskunalari, kaminlar, omborxonadagi ximikatlar, chiqindilarni yoqish va boshqalar bo‘lishi mumkin.

Yong‘in xavfsizligi tizimi mehmonxonadagi barcha inshootlar yong‘in signalizatsiyasi tizimini, yong‘in o‘chirish vositalarini, evakuatsiya vositalarini (yong‘in zinalari) va xodimlarni doimiy o‘qitish tadbirlarini o‘z ichiga oladi. Barcha nomerlarni, yong‘in ro‘y berganda evakuatsiya qilish sxemasi bilan taminlash zarur. Mehmonxonaning barcha xodimlari yong‘in paytida o‘zlarini qanday tutishlarini bilishlari kerak. Yong‘in ro‘y berganda xodimning birinchi vazifasi yong‘in signalizatsiyasi tugmasini bosishdir.Keyinchalik quyidagicha harakatlanadi: biri yong‘inni o‘chiradi, boshqalari mehmonlarni evakuatsiya qilishadi. Nima bo‘lganda ham sarosimaga tushmasdan tinchlikni saqlash zarur. Yugurib borish, liftdan foydalanish mumkin emas.Zinalardan harakatlanish kerak.Evakuatsiya yo‘li yopiq bo‘lsa (yong‘in bilan),eshikni yopib, unga nam odeyalni osib, derazadan yong‘in o‘chirish xodimlariga signal berishi zarur.

2. Xavfsizlik xizmati

Xavfsizlik xizmati—mehmonlar, ularning mulklari, mehmonxona mulklarini kriminal elementlardan himoyalash maqsadida tuziladi.Bu yerda mehmonxona mulki deganda uning obroʻsi ham tushuniladi.

Mehmonxonalarda hamma vaqt boʻmasada, katta jinoyatlar sodir boʻladi. Masalan, 1974 yilda 5 yulduzli motelda mashhur amerika estrada qoʻshiqchisi Koni Frenshizga tajovuz qilishgan. Qoʻshiqchining advokatlari mehmonxonada zaruriy xavfsizlik taminlamaganligi uchun motelga nisbatan 6 mln. dollarlik shikoyat xati(isk)yozadilar. Nizo 1.5 mln dollarga qoʻshiqchi foydasiga hal boʻladi.

Mehmonxonada eng koʻp uchraydigan jinoyat bu oʻgʻrilikdir.Bazida shunday mijozlar uchraydiki, mehmonxonadan ketayotganlarida u yerdan sochiq, joyshablarni ham olishadi, lekin koʻpincha esdalik uchun suvenirlar (kuldon) bilan cheklanadilar.Sochiqlar, xalatlar va shunga oʻxshash narsalarni oʻgʻrilash sodir etilganda, mehmonxona bunday mehmonlarni “qora roʻyxat ”ga , ishonchsiz mijozlar safiga kiritadi. Bu roʻyxatga yana norozilik bildirishga “usta” (jalobshik) mijozlar ham kiritiladi.Ular mehmonxonadan pul undirish maqsadida atayin norozilik uyushtiradilar.

Xavfsizlik xizmatining *asosiy vazifasi* – jinoyatni koʻrib chiqish emas, uni oldini olishdir.Bu ayniqsa muhim, chunki bu xizmat xodimlari militsiya xodimlaridan farqli oʻlaroq soʻroqqa tutish, tintuv oʻtkazish huquqiga ega emaslar.

Xavfsizlik xizmatining muvaffaqiyatli faoliyat koʻrsatishi uning boshqa xizmatlar bilan munosabatiga bogʻliq, ayniqsa, moliya departamenti va kadrlar boʻlimi bilan . Xavfsizlik xizmatining nazorati moliyaviy nazorat bilan uygʻunlashishi, xodimlar boʻlimi bilan esa ishga qabul qilayotganlarni nazoratini hamkorlikda olib borishlari kerak(kriminal oʻtmishli odamlar).

Xavfsizlik xizmati mahalliy militsiya boʻlimi bilan yaxshi munosabatda boʻlishi muhimdir. Militsiyadan shubhali “mehmon”lar , kutilayotgan namoyishlar yoki tartibsizliklar haqida malumot olish mumkin. Bular mehmonxona tinchligini buzadi. Lekin bunday hamkorlik juda ham chuqurlashmasligi kerak(mehmon haqida har xil malumotlarni yetkazmaslik, qonunga koʻrsatilganidan tashqari).Ushbu organlarga maxsus operatsiyalar oʻtkazish uchun joy ajratib berish tavsiya etilmaydi. Bu mehmonxona obroʻsiga zarar yetkazishi mumkin.

Xavfsizlik xizmati –mehmonxona xavfsizligi tizimi loyihasini ishlab chiqadi va ushbu loyiha boshqa xizmatlar rahbariyati muhokamasidan o‘tganidan so‘ng bosh direktor tomonidan tasdiqlanadi. Ushbu hujjat xavfsizlikning barcha tomonlarini qamrab oladi: xavfsizlik xizmatining vazifalari, boshqa xizmatlar bilan o‘zaro munosabati, xavfsizlikni taminlash texnik vositalari tizimi, favqulodda holatlarda xodimlarning harakatlari.

Agar otel yirik mehmonxonalar zanjiriga kirsa, unda xavfsizlik tizimini tashkil etish franshiz kelishuvning bir qismi bo‘ladi: franshiza beruvchi franshiza oluvchini qo‘llanmalar(instruksiya) bilan taminlaydi, kadrlarni o‘qitadi.

Xavfsizlik xizmatining tarkibi unchalik katta emas: 500 nomerli mehmonxonaga 10 kishi to‘g‘ri keladi. Shtatda ayollar ham ishlashi maqsadga muvofiqdir. Jabrlanuvchi mijoz ayol kishi bo‘lsa, unga ayol kishi bilan suhbatlashish osonroq bo‘ladi.

Xavfsizlik xizmatining ideal xodimi – bu bosiq, o‘zini tuta oladigan va ruhan barqaror inson bo‘lishi kerak. Ko‘pincha bu xizmatga sobiq organ xodimlarini olishadi.Lekin har doim ham ular mehmonxona instruksiyalariga rioya qilishmaydi(ayniqsa, mehmonlar bilan munosabatda ularga muloyimlik yetishmaydi). Ular mehmonxonada armiya tartibi yo‘qligiga ko‘nikishlari qiyin bo‘ladi. Bazida xavfsizlik xizmatiga shveysarlar va pajlar ham bo‘ysunadilar. Xavfsizlik xizmati xodimlari ishga qabul qilinayotganda mehmonxonadaning bo‘limlari, huquq va majburiyatlari, tibbiy yordam ko‘rsatish, sodir bo‘lishi mumkin bo‘lgan holatlar bo‘yicha o‘quv kursini o‘taydilar.Shuningdek, tekshiruv hisobotini tuzishni o‘rganadilar. Xavfsizlik xizmati xodimlari mehmonxona faoliyati va ularning ishlariga taaluqli barcha qonunlarni bilishlari shart.

Xavfsizlik xizmati albatta, o‘zining xonasi, alohida yechinish xonasi va hujjatlar saqlash, tekshiruv hisobotini tuzish uchun alohida xonaga ega bo‘lishi kerak.

Xavfsizlik xizmati rahbarining kabineti mijoz ko‘ziga tashlanmasligi, shuning bilan birga zarur bo‘lganda mijoz uni izlab borganda ham oson topishi kerak.

Xavfsizlik xizmati xodimlari ish smenalarini boshqa xodimlar smenasi bilan bir vaqtda almashtirmasliklari kerak. Chunki aynan smena almashayotganda yuqori darajali hushyorlik talab etiladi.

3. Xarid qilish xizmati

Mehmonxona **xarid xizmatining** asosiy vazifasi- kerakli tovarlarni kerakli vaqtda va oqilona narxda sotib olishdir. Mehmonxonadagi zaxira quvvati ham hisobga olinishi zarur, chunki zaxiraga saqlash ham pul turadi va ba’zi tovarlar uzoq saqlanganda buziladi.

Mehmonxona ehtiyojlari uchun xarid qilinadigan zaruriy tovarlar quyidagi guruhlarga bo‘linadi:

1. oziq-ovqatlar(muzlatilgan, konservalangan,quritilgan, ho‘l);
2. ichimliklar;
3. uskunalar va mebel(ishdan chiqishi va eskirishiga qarab), idish-tovoqlar, joyshablar;
4. boshqa materiallar(nomer va jamoat joylarini tozalash uchun kerakli mahsulotlar).

Ta’minotchilarni tanlashda menejerlar quyidagilarga e’tibor berishlari shart:

- Ta’minotchi obro‘si:
- Tovar sifati va narxi;
- Xarid hajmi;
- To‘lov shartlari(oldindan to‘lovsiz (predoplata) kreditga bo‘lsa yaxshiroq);
- Xarid qilingan tovarga servis xizmat(uskunalar uchun);
- Olib kelish bahosi, ta’minotchigacha bo‘lgan masofa.

Xarid qilish bo‘limi ko‘pgina hollarda ta’minotchilar bilan uzoq muddatli shartnomalar tuzishadi(ba’zida tender o‘tkazishadi). Uzoq muddatli shartnomalar chegirmalar olishga , ishning osonlashishiga yordam beradi(zaklyuchil kontrakt na god i spi spokoyno).

Lekin bunday xaridlar usulining kamchiligi ham bor. Ta’minot hajmining davriyligi shartnomaga belgilangan bo‘ladi. Agar mehmonxonaning to‘lish hajmi pasaysa, ushbu tovarlar ortib qoladi va aksincha bo‘lganda tovarlar yetmay qolishi mumkin. Yana yetkazib berilayotgan tovarlarning sifati keyinchalik qoniqtirmasligi mumkin, shartnomani esa buzish jarayoni oson kechmaydi.Yoki bozorda tovar narxi pasayishi, mehmonxona esa shartnomaga belgilangan narxni to‘lashiga to‘g‘ri keladi.

Ko‘pgina xaridlar chakana savdolar orqali amalga oshiriladi. Lekin buning ham o‘ziga xos kamchilaiklari bor, kerakli tovarlar bozorda topilmay qolishi mumkin.Ulgurji savdoda mehmonxona vino, spirtli ichimliklar, pivo, tamaki mahsulotlari va go‘shtni sotib oladi.

Agar otel mehmonxonalar zanjiriga kirsa zaruriy tovarlarning aksariyatini ushbu zanjirning neytrallashgan tizimi orqali oladi. Ushbu tizim ta’minotni amalga oshiradigan markazlashgan omborxonalarga ega. Tizimning malakali xodimlari xarid qilinayotgan tovarlarning sifatli bo‘lishini ta’minlashlari kerak.

Xaridlar quyidagicha *tartibda* amalga oshiriladi:

1. Mehmonxonaning barcha bo‘limi xarid bo‘limiga talabnoma beradi. Uning shakli har xil bo‘lishi mumkin, lekin hammasi ham detallashgan bo‘ladi- tovarning hajmi, og‘irligi, taminotchi davlat,miqdori va eng asosiysi muddati kelishib olinadi.
2. Xaridlar bo‘limi menejeri kelib tushgan talabnomalar xususiyatiga qarab, ta’minotchilar takliflarini ko‘rib chiqib(narx, chegirmalar, to‘lov vositasi va b.), yaxshisini tanlaydi va buyurtmani rasmiylashtiradi.
3. Buyurtmaga asosan yetib kelgan tovarni tekshirishadi, ro‘yxatdan o‘tkazishadi, yaroqsizini qaytarishadi.
4. Ta’minotchilardan kelgan schyot-fakturani tekshirishadi, ro‘yxatga olib, moliya bo‘limiga to‘lov uchun jo‘natishadi.

Tayanch iboralar: Injenerlik xizmati, injenerlik xizmatining vazifasi, xavfsizlik xizmati, xavfsizlik xizmatining tarkibi, mehmonlar xavfsizligini taminlash, mehmonxonaning xarid qilish xizmati.

Mustaqil nazorat qilish uchun topshiriq va savollar:

1. Injenerlik xizmati va uning vazifasi haqida ma’lumot bering.
2. Yong‘in ro‘y berganda mehmonxona xodimlari qanday harakatlarni amalga oshirishlari zarur?
3. Xavfsizlik xizmati va uning tarkibi.
4. Mehmonxonada mehmonlar xavfsizligini taminlash.
5. Xavfsizlik xizmati xodimlari qanday talablarga javob berishlari kerak?
6. Mehmonxonaning xarid qilish bo‘limining asosiy vazifasini tushuntiring.
7. Mehmonxonada xaridlar qanday tartibda amalga oshiriladi?

Mavzu 10. Mehmonxonalarda ovqatlantirish xizmatini tashkil etish

Reja:

1. Mehmonxona restoranining faoliyati.
2. Restoran xodimlari funksiyasi.
3. Restoranda xizmat ko‘rsatish turlari
4. Mehmonxona oshxonasi.
5. “Room Servise”—nomerda xizmat ko‘rsatish.

1. Mehmonxona restoranining faoliyati

Mehmonxona restorani ish faoliyati boshqa oddiy restoranlar ish faoliyatidan biroz farq qiladi. Restoran ish vaqti shunday tashkil etilishi kerakki, ushbu vaqt mehmonxonada joylashgan ko‘pgina mehmonlar ehtiyojini qondirsin, hatto bu restoranga bazi hollarda foyda keltirmasa ham. Mehmonxona mehmonlarining 70% tushlik, 50%ga yaqini kechki ovqatni mehmonxona restoraniga qilmaydilar. Restoran daromadining uchdan ikki qismini chetdan kirgan xo‘randalar olib keladi.Bundan shuni xulosa qilish kerakki, mehmonxona restorani tashqaridan alohida kiradigan eshikka va avtomobillar to‘xtash joyiga ega bo‘lishi kerak.

XX asrning 50 yillarigacha mehmonxona restoraniga ikkinchi darajali foyda keltiruvchi manba deb qaralar edi. Bazida u mehmonxona egasiga ortiqcha yukdek tuyulardi. Restorandan ko‘rilgan zararni nomer fondidan keladigan foyda Bilan qoplash mumkin deb hisoblanardi. Boshqa tarafdan mehmonxona mijozi restorandagi ovqatni sifati past deb hisoblab tashqarida ovqatlanar edi.

Lekin mehmonxonalardagi joylashish darajasi pasayib borgan sari mehmonxona restoranlarining foyda keltiruvchi manba sifatida roli oshib bordi va hatto nomer fondidan oladigan foyda Bilan tenglashdi. Shuning uchun mehmonxonadagi ushbu xizmat- mehmonxona restoraniga bo‘lgan e’tibor tobora oshib, bitta mehmonxonaning o‘zida maxsus restoranlar soni- milliy oshxonalar, barlar, kofeteriyalar ko‘payib bormoqda.Hozirda mehmonxona klassi qanchalik yuqori bo‘lsa, u yerdagi restoranlar shunchalik ahamiyatlidir.

Mehmonxonaning bosh direktori odatda restoran ishini unchalik tushunmaydi, hattoki u har kun oshxonaga kirib ovqatlar tamini tatib ko‘rsa ham, bu u uchun odatiy holdek tuyuladi. Shuning uchun ko‘pgina hollarda mehmonxona restorani malakali restoratorga ijaraga beriladi va ijara shartnomasiga mehmonxona mijozlari ehtiyojini qondiruvchi shartlar kelishiladi. Agar restoran mehmonxona strukturasiga bo‘lsa, u

ovqatlantirish xizmatiga kiradi(Food and Beverage Department, Catering Department) va uni mehmonxona boshqaruvi tarkibiga kiruvchi direktor boshqaradi.

Mehmonxonada umumiy ovqatlantirish mustaqil boshqaruvga ega va uning reklama kampaniyasi mehmonxona reklamasidan alohida olib boriladi.

Ovqatlantirish xizmati direktoriga bevosita shef-povar, ovqatlantirish xizmati kontroleri, metrdotel, banket menedjeri, bosh barmen, styuard bo‘y sunadi. Agar restoran xaridlarni o‘zi amalga oshirsa, uning shtatida Yana oziq – ovqatlar, vino va boshqa ichimliklarni xarid qiluvchi xodimlar ham kiradi. mehmonxonada restoranlar bir nechta bo‘lsa, har qaysisining o‘z direktori (hatto room service yani nomerda ovqat va ichimlik yetkazib beruvchi xizmatning ham) bo‘ladi.mehmonxonada restoranlar bir nechta bo‘lsa, har bir zal aniq imidjga (har xil milliy oshxonalar), zal intererlari menyu va mijozga mos kelishi kerak.

Restorandan tashqari har bir mehmonxona bir necha kichik ovqatlantirish korxonalari- barlar, kofeynyalar, bufetlar va b.ega. Kichik mehmonxonalarda restoran shef-povari menedjerlik funksiyasini ham bajaradi.

Restoran biznesi bu unchalik oson biznes emas, bir qarashda muvaffaqiyat formulasi osondek: mazali ovqat, sifatli servis va oqilona narx siyosatlarining uyg‘unligi.

Ammo bu uyg‘unlikka erishish oson ish emas, chunki Yana boshqa parametrlarga ham e’tibor berish kerak bo‘ladi(ovqatni tayyorlash vaqti, sanitariya me’yorlari,ishlab chiqarish harajatlari, mijozlar xohishi, raqobatchi restoranlar va b.). Yangirestoran ochayotganda boshqaruvchi bir necha omillarga e’tibor berishi kerak.

Restoran joylashuvi

Restoran joylashuvi ko‘p hollarda uning kelajakdagi mijozlari portretini belgilab beradi: shaharning ishchan qismida joylashgan restoran mijozlari u yerda piyoda kelishadi, bu shahar tashqarisida joylashgan restorandan qaysikim faqat mashinada borish mumkin bo‘lgan restorandan farq qiladi. Restoran boshqaruvchisi bu omilni hisobga olib uning intereri, servisi, oshxonasi va menyusi mijozlarga mos kelishiga harakat qilishi kerak.

Restoran dizayni

Restoran dizayni, bino hajmi va shakli, devor va shiftlar rangi, mebel, xullas barcha-barchasi restoran mijozi va menyusiga mos kelishi kerak. Psixologik tadqiqotlar shuni ko‘rsatmoqdaki, agar restoran devorlari qizil-jigarrang rangda bo‘yalganda ovqat ko‘p istemol qilinar ekan.Restoranlar qanchalik ko‘p bo‘lsa ularni jihozlash variantlari ham shunchalik ko‘p. Masalan, restoranda o‘z-o‘ziga xizmat ko‘rsatish bo‘lsa- u yerda katta, yorqin xona va qattiq stullar bo‘ladi(Nechego zasijivatsya!).Agar yuqori darajali restoran bo‘lsa- u yerda nim qorong‘ulik, alohida xonalar, yumshoq mebellar, gullar va devorda rasmlar va b.bo‘ladi.

Yana «muhit» ya’ni «atmosfera» degan murakkab tushuncha mavjudkim, u nafaqat dizayn va dekor balki stollarning joylashuvi, ofitsiantlarning kiyimi, xizmat ko‘rsatish tempi, mijozlar kiyimi, musiqa, shovqin darajasi, bino harorati, tozalik va boshqa omillar yordamida yaratiladi. Hamma narsa restoran mo‘ljal olgan mijozlar tipi, marketologlar tilida aytganda restoran faoliyat ko‘rsatayotgan bozor segmentiga bog‘liq. Faqat haddan tashqari bachkanalikdan qochish lozim- restoranda juda ham tinch yoki shovqin, juda ham yorqin yoki qorong‘u, juda ham tor yoki keng bo‘lmasligi kerak.

Bozor segmenti va mijozlarning har xil o‘zlariga xos xususiyatlarini o‘rganish- bu marketingning vazifasidir. Hozir bir necha mijozlar kategoriyasiga xizmat ko‘rsatish xususiyatini sanab o‘tamiz:

- Bolalar- kichik porsiyalar, baland stullar, ofitsiantning o‘zgacha muomilasi ota-onalar kayfiyatini ko‘taradi;
- Biznesmenlar- ishchan kelishuvlarni olib borish uchun alohida xonalarning mavjudligi;
- Xorijiy turistlar- ofitsiantlarning tilni bilishi yoki so‘zlashish kitobchasining mavjudligi;
- Nogironlar;
- Vegetarianlar- restoran barchani ovqatlantirishi kerak.

2. Restoran xodimlari funksiyasi

Restoran boshida direktor turadi. Unchalik katta bo‘lmagan restoranlarda bu vazifani metrdotel (Director of Service, Host, Maitre) bajaradi. Metrdotel funksiyasi xilma-xil. U stollarda buyurtma olish uchun javob beradi. Buyurtma qabul qilinayotganda quyidagi malumotlarga e’tibor beriladi:

- mijoz familiyasi;
- mijozning kelish vaqti va kuni;

- joylar soni;
- qo‘shimcha istaklar(tort, bolalar, vegetarianlar..
- mijoz telefoni.

Metrdotel har bir buyurtma uchun stol belgilaydi va ofitsiantlarga instruktaj beradi. Metrdotel mehmonlarni kutib olib, stol oldigacha kuzatib boradi, o‘tqizib taomnomani qo‘llariga beradi va ofitsiantni yuboradi.

Metrdotel ofitsiantlar o‘rtasida ishlarni taqsimlaydi, ularning tashqi ko‘rinishi,jihozlarning(idishlar, salfetka)mavjudligini,stoldagi idishlar va dasturxonning tozaligini, mebel, gilam, yorug‘likni tekshiradi. Mijozlar e’tirozini ham u qabul qiladi(sifatsiz ovqat va ichimliklar bepul almashtiriladi).

Restorandagi quyi lavozimga ofitsiantlar yordamchisi(Bus people) kiradi. Ularning vazifasiga stolni bezash, kir idishlarni va binoni yig‘ishtirish kiradi.

Restorandagi asosiy lavozim bu — ofitsiant (Server). Yevropada buj uda hurmatli kasb, ofitsiant bo‘lish uchun kamida ikki yil o‘qish va chet tilini bilish zarur. Lekin, masalan, AKShda ofitsiantlik kasbi obro‘siga ko‘ra 90ta kasblardan 80chi o‘rinda turadi.

Ofitsiantlar funksiyasi restorandagi xizmatlar tipiga bog‘liq, ammo, barcha turdagi servis uchun mos keladigan operatsiyalarni ajratish mumkin.

1. Ofitsiant skatert va idishlarni, unga berkitilgan stolni qabul qiladi, tekshiradi(stol qimirlamasligi kerak).
2. Ovozni pasaytiruvchi maxsus mato ustidan skater to‘shaladi. Stol ustida idishlar, priborlar, bokallar, salfetkalarni artib, joylashtiradi.sanitar meyorlarga muvofiq bokallar chappa qilib qo‘yiladi va mijozlarga xizmat ko‘rsatilayotganda o‘ng qilib qo‘yiladi. Bunda barcha bokallar oyoqchasidan, boshqa priborlar esa qo‘lchasidan olinadi.
3. Mijozlarga bevosita xizmat ko‘rsatish(buyurtma qabul qilish, ovqat va ichimliklarni olib kelish,kesish, ochish, solish, kir idishlarni yig‘ishtirish, mijoz bilan hisob-kitob qilish).

Ofitsiant ish joyi — stoyka (sideboard), u yerdagi yashikda idish-tavoqlar, skatert, salfetka, menyu,go‘girt va boshqa zaruriy anjomlar saqlanadi.Ofitsiantning mohirligi lojka va vilkani bir qo‘lda ushlashi, taomni joylashtirishi, bir qo‘lda uchta tarelkani, podnosni ushlay olishi, baliqni bo‘laklashi va boshqa jaranlarda bilinadi.

Ko‘pgina maalakatlarda toza idishlarni mijozning o‘ng tarafidan, ovqatni tarelkaga chap tarafdan, ichimliklarni(kofeni ham) o‘ng tarafdan xizmat qilishadi. Kir idishlarni esa o‘ng tarafdan olishadi.

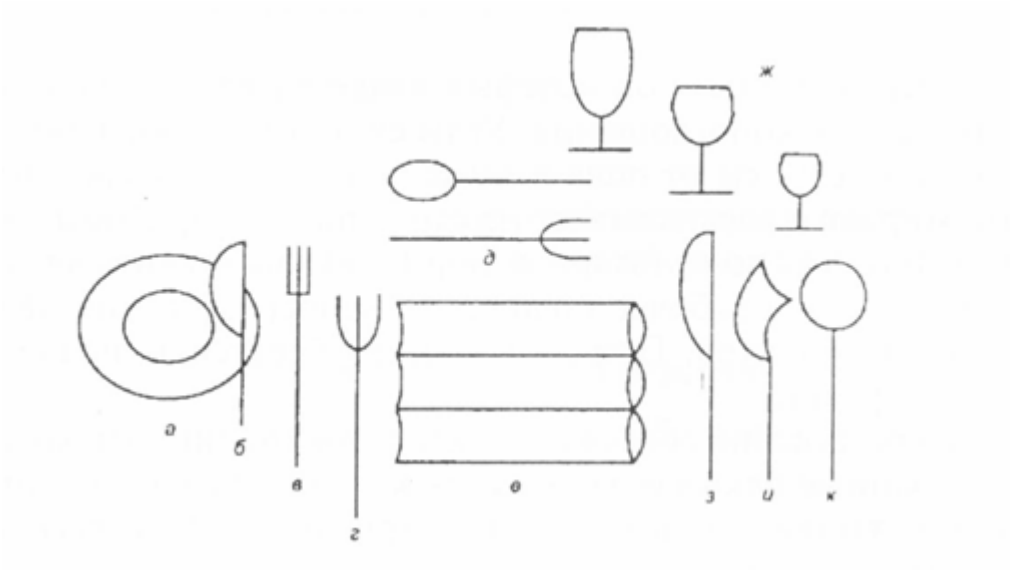
Ofitsiantning standart ish qurollari- shtopor (unda folgani kesish uchun pichoqcha,ochqich butilka va pivo uchun ham bor), avtoruchka, zajigalka (go‘girt),sochiq (salfetka).

Stol servirovkasi. Servirovkaning bir necha variantlari mavjud: nonushta uchun, banketlar, kokteyllar, maxsus taomlar(sir, lobster, ustritsa,dudlangan baliq)va boshqalar.Tushlik uchun servirovka 7-rasmda ko‘rsatilgan.Stol priborlariga kelganda esa ikki xil yondashuv mavjud. Birinchi yondashuvda ikkita lojka, ikkita vilka, sho‘rva lojkasi, desert lojka va vilkasi qo‘yiladi. Ofitsiant esa mijozning buyurtmasiga qarab keraksiz priborlarni olib tashlaydi. Ikkinchi yondashuvda – bita lojka, vilka, pichoq, salfetka va non va yog‘ uchun tarelka qo‘yiladi.ofitsiant esa mijoz buyurtmasiga qarab zaruriy priborlarni qo‘shadi.

Xizmat ko‘rsatish tartibi. Restoranning asosiy qonuni- barcha taomlar issiqligicha taqdim etilishi kerak. Shuning uchun tez, lekin vahimasiz ishlash zarur.

Mijozlarga xizmat ko‘rsatayotganda ofitsiant quyidagi jarayonlarni bajarishi shart:

- Mehmonlarni o‘tqizish, taomnomani berish;
- Suv taklif etish;
- aperitiv/kokteylga buyurtma qabul qilish-buyurtmani olib kelish;
- taomnoma bo‘yicha buyurtmani qabul qilish, vino taklif etish;
- aperitivdan so‘ng idishni yig‘ishtirish;
- gazak olib kelish;
- gazakdan so‘ng idishni yig‘ishtirish;
- birinchi ovqatni olib kelish;
- idishni yig‘ishtirish;
- asosiy ovqat(ikkinchi) (entree)ni olib kelish.Ovqat avval mehmonga ko‘rsatiladi. U buyurtmani tasdiqlashi va uning tashqi ko‘rinishidan mamnun bo‘lishi kerak.
- idishni yig‘ishtirish;
- desert taklif etish;
- idishni yig‘ishtirish;
- kofe, konyak taklif etish;
- hisobni yozib berish(mehmon ko‘z oldida emas), pulni olish, stoldan turishga yordam berish, xayrlashish, choy chaqani mijoz oldiga sanamaslik.
- stolni yig‘ishtirish;



a) non uchun likopcha; b) yoq’ uchun pichoq; v) baliq uchun pichoq; g) desert uchun priborlar; e) salfetka; j) ichimliklar uchun bokallar; z) go’sht uchun pichoq; i) baliq uchun pichoq; k) sho’rva uchun qoshiq.

Ofitsiantga qo‘yilgan talablar:

- belgilangan tashqi ko‘rinish va shaxsiy gigiyenaga rioya qilish(toza va dazmollangan forma, qo‘llar toza, ayollar uchun oddiy kasmetika va minimum taqinchoqlar);
- taomnomani bilishi. Ofitsiant qaysi taom nimadan tayyorlanganligini tushuntira olishi kerak;
- mijoz Bilan muloqot qila olishi(muloyim, sabr-toqat, ovoz toni, tabassum);
- jamoada ishlay olishi.

Umumiy talablardan tashqari ofitsiant Yana quyidagi professional ko‘nikmalarga ega bo‘lishi kerak: vino quyish uchun mehmonnning orqasiga vaqtida kelish; ikkinchi kokteylni taklif etish(birinchisidan ¼ qolgan bo‘lsa); suv quyish; asosiy taomni tayyorlash ushlanayotgan bo‘lsa, gazak taklif etishni bilishi;ovqatni tarelaga chiroyli joylashtirish;bazi ovqatlarga o‘zining salbiy munosabatini bildirmasligi kerak;mijozga o‘z takliflarini shunday bildirishi kerakki natijada rad javobini olmasin.

Choychaqa(Tips- «to insure promptness»so‘zining qisqartmasi)-ofitsiantlar daromadini ancha oshiradi. Umuman olganda choychaqa hajmi xizmat ko‘rsatish sifatiga bog‘liq bo‘ladi.

Mehmonxonada nonushta taklif etishning bir necha xususiyatlarini aytib o‘tish lozim. Gap shundaki mehmonxonadagi mijozlarning deyarli hammasi bir xil vaqtda nrnushta qilishadi. Ko‘plar shoshilishadi va tezkor servisdan umid qilishadi. Bunday paytda «shved stoli» servis tipidan

foydalanish maqsadga muvofiqdir. Uning jozibadorligi esa mehmonxona klassiga bog‘liq bo‘ladi.

Idish-tovoq. Idish-tovoqlar soni o‘rinlar soni, uning aylanishi,servis tipi, menyu, idish-tovoq yuvish mashinasi kuvvatiga bog‘liq. kerakli idish-tovoqlar sonini aniqlash uchun o‘rinlar sonini 3-4 ga ko‘paytirish kerak. Idishlar dizayni restoran faoliyat olib borayotgan bozor segmentiga bog‘liq. tanlangan idishlar zaxirasi ham bo‘lishi kerak. Idishlar sinishi oldini olish uchun ofitsiantlar harakatini ham to‘g‘ri tashkil etish zarur(to‘qnashmasligi uchun). 1.

3. Restoranda xizmat ko‘rsatish turlari

Servis turini tanlashda «qanchalik qimmat bo‘lsa, shunchalik servis ko‘p bo‘lishi kerak» degan prinsipga rioya qilish zarur. Dunyoda restoran servislarining quyidagi turlarini ajratishadi:

- **Buffet (shved stoli)**- mijoz o‘z idishiga o‘zi ovqat soladi. Bunda bir necha variantlar mavjud: taom katta la’lilarda yoki isitiladigan poddonlarga joylashgan; oshpaz mijozga go‘sht kesib beradi; oshpaz turgan stolga mijozlar navbat kutib turibdilar va b.
- **Plate service** (amerikacha ham deyiladi)- ofitsiantlar mijozning chap tomonidan turib uning tarelkasiga taomni qo‘yadilar, bo‘sh tarelkalarni esa mijozning o‘ng tomonidan oladilar.
- **Family service** (oilaviy) —taom stol o‘rtasida turibdi va har bir mijoz o‘z tarelkasiga o‘zi olib soladi; ba’zida stolda faqat garnirlar turadi, go‘sht(baliq) esa ofitsiantlar tomonidan tarelkaga qo‘yiladi. Servisning bu turini inglizcha ham deyishadi.
- **Silver service** —taom ofitsiantlar tomonidan katta idishda stolga qo‘yiladi, ushbu idishdan ofitsiant mehmonlar tarelkasiga chap tomondan porsiyalar qo‘yadi, tarelkalarni esa mehmonning o‘ng tomonidan qo‘yib chiqadi. Restoran servisining ushbu turini AQSH va Germaniyada ruscha, Fransiyada esa fransuzcha deyishadi.
- **Gueridon service** —restoran servisining eng oliy turi bo‘lib, unda ofitsiant taomni maxsus teleshkada mehmon stoli oldida tayyorlaydi.

Ta’kidlash joizki, ofitsiant taomning faqat yakunlovchi bosqichini ko‘rsatadi(spirt alangasida qovurish). Nima qilayotganligini u mehmonlarga tushuntira olishi kerak(agar savollar tug‘ilsa!). Fransiyada servisning bu turini ruscha deb atashadi.

Servisning turiga qarab qancha ofitsiant kerakligini aniqlash mumkin. Masalan, Silver service da bitta ofitsiantga 10 ta mehmon, Plate service da bitta ofitsiantga 18 ta mehmon. Hatto har bir mijoz uchun stolda ajratilgan masofa ham muhim — Silver service da 75sm va Plate service da 60sm.

Menyu

Menyu —restoran ishi muvaffaqiyatining asosiy shartidir.Menyuning har xil ko‘rinishlari mavjud.

Bosh-oshpaz katalogi yoki maxsus(firmenniy) taomlari menyusini taklif etish bu faqatgina qimmat eksklyuziv restoranlarga xos.

«A lya kart» menyusi har qaysisi alohida narxga ega porsiyali taomlarni taklif etadi. Bu menyuni buyurtmali deb atash mumkin(taomlarni erkin tanlash mumkin).

«Tabl d’ot» menyusi har bir taomning bir yoki bir necha variantlarini belgilangan narxlarda taklif etadi. Menyuning bunday turi Yevropa mehmonxonalarining restoranlarida ko‘p qo‘llaniladi. Afzalligi shundaki, mehmonlar uni tejamliroq deb hisoblashadi.

«Dyu jur» menyusi navbatchi taomlarni taklif etadi. Ya’ni odatda tez tayyorlanadigan arzon, mashxur kunduzgi taomlar.

4. Mehmonxona oshxonasi

Oshxonada ikkita asosiy jismoniy jarayon qo‘llaniladi: oziq-ovqatlarni saqlash uchun muzlatish(xolodilnik va morozilniklar) va tayyorlash uchun isitish. Isitish har xil yo‘llar bilan amalga oshiriladi(kerakli uskunalarda):

- qaynatish orqali pishirish-(boiling), ya’ni suvda, sutda va boshqa suyuqliklarda. Bunda harorat - 100 °S, 100 °S dan past haroratda pishirish-(poaching);
- bug‘da pishirish-(steaming);
- dimlash- mahsulot o‘z sokida pishiriladi-(stewing);
- duxovkada issiq havoda yog‘ bilan qovurish-(roasting);
- skorovorodkada yog‘ bilan qovurish-(shallow frying);
- ko‘mirda yoki infraqizil nurlar bilan qovurish-(grilling);
- yog‘da qovurish(frityurnitsada)-(deep frying);
- duxovkada yog‘siz pishirish (vipechka)- (baking).

Istish va sovutish uskunalaridan tashqari oshxonada boshqa elektromexanik apparatlar- aralashtirish, maydalash, bo‘laklash, sokini ezib chikarish moslamalari, kofevarka va boshqa maxsus uskunalar mavjud.

Oshxona binosi yordamchi va asosiy sexga bo‘linadi. Yordamchi sexda mahsulotlarga(go‘sht, baliq, sabzavotlar alohida) dastlabki ishlov beriladi. Asosiy sexda taomlar tayyorlanadi. Asosiy sex bir necha zonalarga ajratilishi mumkin(gazak,salatlar, sho‘rvalar, ikkinchi taomlar, konditer mahsulotlari tayyorlash zonalari).

Oshxona puxta rejalashtirilishi zarur: xodimlar yo‘li bir-biriga to‘qnashmasligi, tayyor taomlar xom mahsulotlarga(baliq, go‘shtga) yaqin turmasligi, yo‘laklar 80sm bo‘lishi, buyurtmalar uchun bir necha peshtaxtalar(stations) mavjud bo‘lishi kerak.

Bosh oshpaz (Shef-povar, Chef de Cuisine))- oshxonani boshqaradi, yakka hokimlikka ega bo‘lib, taomlarning sifati, turli-tumanligi, umuman, restoranning muvaffaqiyati uchun mas’uldir. U menyuni ishlab chiqadi. Bunda nafaqat mijozlar uchun taomlar rang-barangligiga erishish, balki ma’lum darajada foyda keltiradigan, oqilona narxlar ham belgilashi zarurdir(narx past bo‘lsa zarar, yuqori bo‘lsa mijozlar kam bo‘ladi).

Bosh oshpaz xodimlar ishini bir maromdaliligini va bir-birini almashtirib turishlarini ham nazorat qiladi(kasallik paytida, uskunalar buzilganda, mijozlar ko‘payganda va b). Bosh oshpaz kerakli mahsulotlarni xarid qilish, sifatini tekshirish va ushbu narxga sifatning to‘g‘ri kelishi uchun mas’uldir.

Bosh oshpaz odatda o‘z o‘rinbosariga ega (Sous Chef). Bosh oshpaz yo‘qligida barcha ishlarni o‘rinbosar boshqaradi. Birinchi taom, ikkinchi taom, salatlar va boshqa yo‘nalishlar uchun keyingi oshpazlar daraji(Chef de Partie) javob beradi. Katta restoranlarda har bir yo‘nalish bo‘yicha alohida oshpazlar mavjud(dengiz in’omlari bo‘yicha mutaxassis, konditer va b.)

Taomlarni tayyorlashda oshpazlarga bir necha yordamchilar yordam beradi(Commis Chef). Oshxona iyerarxiyasining quyi pog‘onasida idish-tovoq yuvuvchilar, farroshlar joylashgan. Masalan, «Balchug» mehmonxonasi restoranida 72 kishi ishlaydi.

Bosh styuard (Chief Steward)- oshxonaning sanitar holati, idishlarning tozaligi, banket zalida idishlarning tarqatilishi, idishlarni sotib olish va saqlash, banketlarda qo‘shimcha xodimlarni yollash bilan shug‘ullanadi.

5. «Room service» —nomerda xizmat ko‘rsatish

Birinchi darajali mehmonxonalar nomerda xizmat ko‘rsatuvchi «Room service» xizmatiga ega bo‘lishi kerak(hatto foyda keltirmasa ham). Agar ushbu xizmat to‘g‘ri tashkil etilsa, mehmonxona daromadining 15% ni

tashkil etishi mumkin. «Room service»da menyu odatda cheklangan bo‘ladi(ba’zida restoran menyusidan alohida tayyorlanadi), lekin yuqori klassli otellarda ushbu xizmat orqali restoran taomlariga ham buyurtma berish mumkin. Ushbu xizmatda eng asosiysi – yetkazib berish tezligi, shuning uchun maxsus servis lifti bo‘lishi talab etiladi. Taom telejkalarda, taomning zaruriy haroratini ta’minlovchi maxsus konteynerlarda olib kelinadi. Xizmatning asosiy ishi nonushtaga to‘g‘ri keladi (70%gacha). Ertalabki buyurtmaning ¾ qismi bu oddiy «kontinental» nonushtadir.

«Room service» xizmatiga telefon orqali yoki mehmon kechqurun o‘z nomeri eshigining tashqi qo‘lida osib qo‘ygan kartochka orqali buyurtma berishi mumkin(menyu va buyurtma vaqtini kartochkada ko‘rsatadi). Kichik mehmonxonalarda ushbu xizmatlarning ish vaqti chegeralangan. Katta mehmonxonalarda uzluksiz ishlaydi. «Room service»da narxlar restorandan ko‘ra qimmatroq bo‘ladi.

«Nomerlarda xizmat ko‘rsatish» termini avval nomer xonalariga xizmat ko‘rsatish ma’nosida qo‘llanilar edi. Ushbu bo‘limda u tor ma’noda qo‘llaniladi ya’ni- nomerda ovqat va ichimliklar olib kelish.

Mehmonxona oziq-ovqat kompleksining bu xizmati sifatini oshirish uchun quyidagi ikki yo‘nalishda ish olib borish zarur:

- birinchidan, buyurtmani o‘z vaqtida bajarilishini ta’minlash, ayniqsa nonushtalarni, chunki ushbu xizmat mehmonlar orasida eng mashhuri;
- iloji boricha xizmat narxlarini arzonlashtirishga erishish;

Ushbu xizmat faoliyatini rejalashtirish uchun menejer quyidagi harakatlarni amalga oshirishi mumkin.

Zaruriy uskunular masalan, servis aravachasi, la’lilar,kerakli haroratni saqlab turuvchi maxsus qopqoqli tarelkalar va boshqa narsalarni buyurtma berish.

Rejalashtirilgan ish hajmiga qarab menejer kerakli xodimlar sonini belgilaydi va ularning ish grafigini tuzadi (ishsiz ham qolmasin, ishdan charchasmasin).

Menyu tuzilayotganda ayniqsa ehtiyotkor bo‘lish zarur, tayyorlangan taom ham ishtahali va ham sifatini yo‘qotmasligi muhimdir. Nomerda xizmat ko‘rsatish menyusi o‘rta hol mijozlar ta’biga mo‘ljallangan. Hatto besh yulduzli otellarda ham oddiy gamburgerni menyudan olib tashlash kerak emas, chunki uni bolalar yaxshi ko‘radi. Ko‘pincha ortiqcha tashvish orttirmaslik uchun(taomni tayyorlash jarayonida) «Room Service» menyusini restoran menyusidan kelib chiqib tuzadilar.

Alohida taomlarga narx belgilashda haqqoniy yondashish muhim, chunki hatto oqilona narx ham mehmonlar uchun juda ham qimmat tuyulishi mumkin va ular sizning xizmatingizdan voz kechadilar.

Axborotni aniq va tezkor uzatish- nomerlarga sifatli xizmat koʻrsatish garovidir. Aloqa kanalining bir tarafida – buyurtma olish, ikkinchi tarafida minnatdor mijoz turadi. Bu voqealar oʻrtasida – mijozlar, buyurtma oluvchilar, oshpazlar va ofitsiantlar oʻrtasida axborot almashish jarayoni turadi.

Har bir qavatlarda joylashgan bufet-barlar yordamida mehmonxona nomerlarida xizmatni tashkil etish mumkin. Bufet-bar inshooti restoran oshxonasi tarqatish joyi bilan xizmatchi lift, zina va telefonlar bilan bogʻlangan boʻlishi kerak. Buyurtma berish uchun ofitsiantni nomerda chaqirish maxsus signallar orqali ham amalga oshirilishi mumkin. Qavatlarda yordamchi bufetlarni tashkil etish iloji boʻlmaganda bevosita restoranning oʻzidan nomerda ovqatlanishni tashkil etish mumkin. Buning uchun nomerda beriladigan idish-tovoqlar, priborlar rangini, shaklini restoran idishlaridan ajratish kerak.

Nomerlarda xizmat koʻrsatishni ikkita ofitsiantga topshirish maqsadga muvofiqdir.biri buyurtmani tayyorlaydi, ularning vaqtida bajarilishini ta’minlaydi, idishlarni, priborlarni, skatertlarni, ziravorlarni, nonni tanlaydi, ularni aravacha yoki la’liga joylashtiradi, ichimlik va gazaklarni tayyorlaydi, ularni nomerga olib boradi, yangi buyurtmani qabul qiladi.

Ikkinchi ofitsiant asosan mahsulotlarni restorandan yordamchi bufetga olib boradi, boʻsh vaqtida esa birinchi ofitsiantga yordam beradi.

Bir vaqtning oʻzida bir nechta nomerlarga xizmat koʻrsatishda ofitsiant bitta aravachada buyurtmalarni olib keladi, nomerlarga navbat bilan kirib, nima buyurilgan boʻlsa nomerdagi maxsus stolga qoʻyadi. Keyin stolga skatert yoyib, yoki har bir odam uchun ittadan salfetka qoʻyib, servirovka qoidalariga rioya qilgan holda servirovka predmetlarini, buyurtmani, gazak, taom va ichimliklarni joylashtiradi.

Boʻshagan idishlarni bir qancha vaqt oʻtganidan soʻng olib ketadi. Idishlarni olib ketishdan oldin mehmonlardan soʻrash kerak boʻladi. Har bir nomerda ovqatlanish boʻlimining telefon raqami boʻlishi zarur.Mehmon telefon orqali buyurtma beradi(nonushta, tushlik, kechki ovqat, ichimlik). Dispetcher mehmon xonasi raqami, odamlar soni, taom, buyurtma porsiyasi, buyurtmani qabul qilgan vaqt, buyurtmani taqdim etish vaqtini yozib oladi va ijro uchun yuboradi.

Tayanch iboralar: Mehmonxona restorani faoliyati. Restoranning joylashishi. Restoran dizayni. Restoran xodimlari vazifalari. Metrdotel vazifalari. Ofitsiantga qo‘yilgan talablar. Restorandagi xizmatlar turi. Menyu. Mehmonxona oshxonasi. Sanitariya-gigiyenik talablar. Xavfsizlik texnikasi. Banket servis. “Room Servise”— xizmati.

Mustaqil nazorat qilish uchun topshiriq va savollar:

1. Mehmonxona restorani ish faoliyati boshqa restoranlardan nimasi bilan farq qiladi?
2. Mehmonxona restorani tarkibi haqida gapirib bering.
3. Mehmonxona restoranida dizaynning ahamiyati.
4. Restoran xodimlari vazifalarini tushuntiring.
5. Restoran ofitsiantining vazifalari va unga qo‘yilgan talablar.
6. Restoran uskunalari haqida nimalarni bilasiz?
7. Menyu nima?
8. «Room Service» xizmatining ahamiyatini so‘zlab bering.

Mavzu 11. Mehmonxona biznesida sifatning mazmuni va mohiyati

Reja:

1. Xizmatning sifati - boshqarish ob’ekti
2. Xizmatning sifati iste’molchi nuqtai nazarida
3. Mehmonxona xizmatlari sifatini boshqarish tizimi
4. Mehmonxonada xizmat ko‘rsatish sifatini oshirish dasturini ishlab chiqish

1. Xizmatning sifati - boshqarish ob’ekti

«Xizmatning sifati» tushunchasini talqin qilishga nisbatan har xil yondashuvlar mavjud. ISO 8402-94 «Sifatni boshqarish va ta’minlash. Lug‘at» xalqaro standartida berilgan ta’rif ayniqsa ko‘p qo‘llanadi:

«**Xizmatning sifati** – xizmatning belgilangan yoki taxmin qilingan ehtiyojlarni qondirish qobiliyatini ta’minlovchi xususiyatlari majmui».

ISO 8402-94 xalqaro standartida «xizmat ko‘rsatish sifati» atamasi ham qabul qilingan bo‘lib, unga iste’molchining aniqlangan yoki taxmin qilingan ehtiyojlarini qondirish imkonini beruvchi xizmat ko‘rsatish jarayonining o‘ziga xos xususiyatlari va shartlari majmui deb qaraladi.

Xizmatning muayyan ehtiyojlarni qondirish qobiliyatini ta’minlovchi eng muhim ***xususiyatlariga*** quyidagilar kiradi:

- ishonarlilik;
- jonkuyarlik;
- ishonchlilik;
- tezkorlik;
- kommunikativlik;
- seriltifotlik.

Ishonarlilik deganda xodimlarning va’da qilingan xizmatni aniq ko‘rsatish qobiliyati tushuniladi. Sifatli xizmat ko‘rsatish dasturini ishlab chiqish ishonarlilikni ta’minlashdan boshlanishi lozim. Xizmat ko‘rsatuvchi xodimlar kasbiy layoqati darajasining yuqoriligi ishonarlilikni ta’minlash uchun asos bo‘lib xizmat qiladi. Xodimlarning layoqatsizligi natijasida mehmonxona obro‘siga yetgan puturni mehmonxona binosini rekonstruksiya qilish va qayta jihozlashga sarflangan katta harajatlar ham, mijozga do‘stona va xushmuomala munosabat ham silliqlay olmaydi.

Jonkuyarlik - mijozga yordam berish va zudlik bilan xizmat ko‘rsatishga tayyorlik. Xizmat ko‘rsatish vaqtida ko‘pincha favqulodda holatlar ro‘y beradi yoki mijozlar kutilmagan iltimoslar (masalan, nomerga oq royal yoki kattaroq karavot qo‘yish va h.k.) bilan murojaat etadi.

Bunday hollarda korxonaning yuzaga kelgan muammoning oqilona yechimini topish qobiliyatiga baho beriladi. Xizmatlar, xususan, mehmonxona xizmatlari koʻrsatish sohasidagi korxonalar faoliyatining oʻziga xosligi shundan iboratki, bu yerda doim favqulodda holatlar roʻy bergan va roʻy beraveradi. Shu bois bunday muammolarni hal qilish yoʻllarini oldindan rejalashtirish va oʻz ish prinsiplarini ishlab chiqish zarur. Bunday hollarda xodimlar sifatli ishlashlari, yuzaga kelgan muammolarga zudlik bilan e'tibor berishlari, har bir korxonaning talabchan va janjalkash mijozlar bilan ishlash prinsiplariga rioya qilishlari lozim (Pareto qoidasiga binoan, mijozlarning 20% muammolarning 80% ni vujudga keltirishini taxmin qilish mumkin). Mehmonxona korxonalarida oʻtkazilgan tadqiqotlar nizoli vaziyatlarda xizmat koʻrsatuvchi xodimlarning aksariyati oʻzini himoya qilishga, muammoning yuzaga kelishiga sababchi emasligini isbotlashga harakat qilishini koʻrsatadi. Bu holat xizmatchilar rahbariyat mijozlarning talablarini qondirish haqida gʻamxoʻrlik qilishni qoʻllab-quvvatlashiga ishonchi komil emasligidan dalolat beradi. Aks holda ular nizoni yanada kuchaytirish va oʻzining haqligini isbotlash oʻrniga eng avvalo muammoni hal qilishga harakat qilgan boʻlardilar. Mijoz amalda doim ham haq boʻlavermaydi. Biroq, mijozning haq emasligini isbotlash bilan mehmonxona hech qanday naf koʻrmaydi. Aksincha, u mijozni yoʻqotadi, yangimijozni jalb qilish yanada ogʻirlashadi va qimmatlashadi. Mijozlarga xizmat koʻrsatish xalqaro uyushmasi oʻtkazgan tadqiqotlar yangimijozni jalb qilish harajatlari eski mijozni saqlashdan besh baravar qimmatroq ekanligini koʻrsatdi. Texnik yordam koʻrsatish boʻyicha tadqiqot dasturlari instituti oʻtkazgan boshqa bir tadqiqot esa oʻziga koʻrsatilgan xizmatlardan norozi boʻlgan mijozlarning 91% bu korxonaga boshqa hech qachon murojaat etmasligidan va ularning har biri oʻz muammolari haqida boshqa mijozlarning kamida toʻqqiztasi bilan oʻrtoqlashishidan dalolat beradi. Biroq, qilgan shikoyatlari qanoatlantirilgan taqdirda, bunday mijozlarning 54-70% oʻzlarini «xafa qilgan» korxona xizmatlaridan yana foydalanadi. Agar mijozlar yuzaga kelgan muammolar juda tez hal qilinganligini koʻrsalar, bu raqam 95% yetadi.

Ishonchlilik – xodimlarning oʻziga nisbatan ishonch uygʻota olish qobiliyati. Oʻzaro ishonch munosabatlari yuzaga kelishi uchun iste'molchilar koʻproq ishonadigan tashqi belgilarga e'tibor berish juda muhimdir. Mehmonxona xolli, nomerlari, restoranining yaxshi tashkil etilgan intereri, xonalar, yoʻlaklarning tozaligi, seriltifot xizmatchilarning orasta koʻrinishi – bularning barchasi xizmat koʻrsatish sifatining tashqi

mezonlari bo‘lib, mijozlar muayyan korxonada hamma narsa joyidaligi va unga ishonish mumkinligi haqida shularga qarab xulosa chiqaradi.

Tezkorlik – xizmat ko‘rsatuvchi xodimlar bilan aloqa bog‘lashning osonligi. Misol uchun, agar mehmon nomerga choparni chaqirgan bo‘lsa, u bir necha soat ichida emas, balki sanoqli daqiqalarda yetib kelishi lozim.

Kommunikativlik – mijozlarga zarur axborotni o‘z vaqtida va ularning qo‘shimcha talabisiz taqdim etish hisobiga xodimlar bilan mijozlar o‘rtasida anglashilmovchiliklar chiqishini istisno qiladigan xizmat ko‘rsatishni ta’minlash.

Seriltifotlik – mijozga alohida e’tibor berish va unga individual xizmat ko‘rsatish. Har bir mijozning o‘z muayyan ehtiyojlari bo‘ladi. Mijoz korxonaga sodiq qolishini ta’minlash uchun xizmatlar ko‘rsatish chog‘ida muayyan mijoz korxona uchun alohida ahamiyatga ega ekanligi, uning individual ehtiyojlari hisobga olinishini ko‘rsatish lozim.

Xizmatlar sifatini ko‘rib chiqishda «talabga javob beradi – javob bermaydi», «talab darajasidan yuqori – past», «yaxshi – yomon», «talabni qondiradi - qondirmaydi» kabi nostandart ta’riflar ko‘p qo‘llaniladi. Misol uchun: «Mahalliy mehmonxonalarda xizmat ko‘rsatishning sifati xalqaro standartlar talabiga javob bermaydi», «Do‘stlik» mehmonxonasida xizmat ko‘rsatish darajasi uch yulduzli mehmonxonadagi xizmat ko‘rsatish darajasidan past», «Kichik shaharlardagi mehmonxonalarda ko‘rsatiladigan xizmatlar sifatini «qoniqarsiz» deb baholash mumkin». Xizmatlar sifatiga nisbatan nostandart atamalarning keng tarqalganligi o‘rinlidir, chunki bu mehmondo‘stlik korxonalari faoliyati sifat xususiyatlarining rang-barangligini ko‘rsatish imkonini beradi.

2. Xizmatning sifati iste’molchi nuqtai nazaridan

Xizmatlar bozorida sifat deganda mo‘ljal qilingan iste’molchi nimani tushunishi mehmondo‘stlik korxonalari uchun muhim ahamiyatga ega, ya’ni «sifat» tushunchasini muhokama qilishda iste’molchining shaxsiyati diqqat markazida turadi.

Xizmatning sifatiga baho berishda iste’molchi o‘ziga berilgan narsani o‘zi olishni xohlagan narsaga solishtiradi. Muayyan xizmatga berilgan baho iste’molchining shunday xizmatlar ko‘rsatuvchi korxonalarga murojaat etish tajribasiga, xizmat haqidagi bilimlariga, shaxsiy xohish-istaklariga hamda xizmat ko‘rsatuvchi korxonaning imijiga bog‘liq bo‘ladi. Foydalaniluvchi xizmat tanlab qabul qilish, moslashish va taassurotlarni kuchaytirish effektlariga bo‘ysunadi.

Tanlab qabul qilish ayni bir xizmatni turli iste’molchilar har xil qabul qilishini anglatadi. Bu iste’molchilar fe’l-atvori, qiziqishlari, shaxsiy fazilatlari, bilimlari, shuningdek xizmatdan foydalanish holati bilan belgilanadi. Xizmatning sifatini qabul qilishning vaziyatga doir xususiyatlariga xizmat ko‘rsatilgan vaqt (masalan, barcha tafsilotlarni shoshilinchda payqamaslik, xotirjam vaziyatda esa yaxshilab ko‘rib olish mumkin), muayyan sharoit (masalan, yomon ob-havoda kurort mehmonxonalarida dam olayotgan mijozlar nomerdagi mebel va jihozlarga diqqat bilan e’tibor bera boshlaydilar, ularda ovqatlanish sifatiga qiziqish ortadi va h.k.) kiradi.

Sifatni qabul qilish xizmatdan foydalanish chog‘ida kutilgan natijaga *moslashishi* mumkin. Agar qabul qilingan sifat kutilgan natija doirasidan biroz chetga chiqsa, foydalanuvchi uni o‘z mo‘ljaliga moslashtiradi. Biroq, qabul qilingan xizmat kutilgan natijaga mutlaqo mos kelmasa, kontrast effekti vujudga keladi: kutilgan natijaning kattaligi kontrast effektini kuchaytiradi.

Foydalanuvchi birovning – xizmat yoki uning tarkibiy qismlari bilan tanish bo‘lgan do‘stlari, hamkasblari, qo‘shnilari tajribasidan foydalanishga harakat qilgan hollarda *taassurotlarning muttasil kuchayishi* sodir bo‘ladi. Natijada ijobiy taassurotlar mustahkamlanadi, salbiy taassurotlar esa siqib chiqariladi yoki buning teskarisi sodir bo‘ladi.

Foydalanuvchining xizmat sifatini qabul qilishining yuqorida tavsiflangan modeli mazkur tushunchaga quyidagi uch tarkibiy qism birligi deb qarash imkonini beradi:

- asosiy sifat;
- talab etilgan sifat;
- xohlangan sifat.

Asosiy sifat – xizmatning foydalanuvchi bo‘lishi shart deb hisoblagan xossalari yig‘indisi. Mijoz mazkur sifatning mavjudligiga umid qilib, ishlab chiqaruvchi bilan ularni muhokama qilishni lozim topmaydi. Mehmonxona korxonasi xizmatlari uchun asosiy sifatlarga quyidagilar misol bo‘lishi mumkin:

- mehmonxonaga joylashishda toza choyshab, yostiq jildi va sochiqlarning mavjudligi;
- mehmonxona nomerining har kuni tozalanishi;
- televizor hamda nomerda mavjud boshqa apparaturaning buzilmay ishlash kafolati;
- mehmon bilan yakuniy hisob-kitobda xato qilmaslik va h.k.

Xizmatning asosiy sifatini ta’minlash korxonadan bu yo‘nalishda muttasil ish olib borish va harajatlar qilishni taqozo etishi mumkin. Xizmatning asosiy sifatiga lozim darajada e’tibor bermaslik korxona obro‘siga putur yetishi va mijozlar yo‘qolishiga olib keladi.

Talab etilgan (kutilgan) sifat – xizmatning texnik va funksional xususiyatlari yig‘indisi. Ular xizmat ishlab chiqaruvchining rejasiga qay darajada muvofiqligini ko‘rsatadi. Odatda ishlab chiqaruvchi xizmatning talab etilgan xossalarini reklama qiladi va kafolatlaydi. Mehmonxona xizmatlarining talab etilgan texnik xossalariga quyidagilar misol bo‘ladi: nomerlarda kommunal sharoit (vanna, dush, hojatxona), konditsionerlar, konferens-zallar, muzokara xonalari va h.k.ning mavjudligi. Mezmonxona xizmatlarining talab etilgan funksional xossalariga quyidagilar kiradi: nomerlarda va qavatlarda uzzukun xizmat ko‘rsatilishi, yangigazeta va jurnallar har kuni yetkazib berilishi va h.k.

Xohlangan sifat – iste’molchi xizmatning mavjudligi haqida faqat orzu qilishi mumkin bo‘lgan sifati. Sifatning xohlangan ko‘rsatkichlari xususiyati shundaki, ularni iste’molchi o‘zi o‘ylab topmasligi kerak. Iste’molchi, qoida tariqasida, mazkur sifat ko‘rsatkichlarini talab qilmaydi, ammo o‘ziga taklif etilgan xizmat tarkibida ularning mavjudligini yuksak baholaydi. Xohlangan sifatli mehmonxona xizmatlariga quyidagilar misol bo‘ladi: nomerlarda yo‘ldoshli va kabelli televideniyening mavjudligi; mijozga mehmonxonadan xotira sifatida fen, zont, pardoz anjomlari va h.k.ni taklif qilish; kechki ovqatga bepul shampan vinosi taqdim etish va sh.k. Agar xohlangan sifatni o‘z ichiga olgan xizmat yaxshi ko‘rsatilgan bo‘lsa, u mijozning o‘ziga ko‘rsatilgan xizmatlardan qoniqish darajasini oshirishi, ishlab chiqaruvchi uchun bozor sektorini yanada kengaytirishi mumkin.

Mijozlarning ehtiyojlarini qondirish nuqtai nazaridan amerikalik olimlar Kedott va Terjen taklif qilgan ***xizmat ko‘rsatish elementlari tipologiyasi*** diqqatga sazovordir. Mijozlar xizmatlarni xarid qilish to‘g‘risida qaror qabul qilishiga ta’sir ko‘rsatadigan ehtiyojlarni o‘rganish natijasida, ushbu olimlar xizmat ko‘rsatish elementlarining to‘rt guruhini ajratdilar:

- kritik elementlar;
- neytral elementlar;
- qanoatlantiruvchi elementlar;
- ixlosni qoldiruvchi elementlar.

Kritik elementlar mehmondo‘stlik sanoatining mohiyatini tashkil etadi. Ular iste’molchining xulq-atvoriga bevosita ta’sir ko‘rsatuvchi asosiy

omillardir. Mazkur elementlar birinchi navbatda mavjud bo‘lishi kerak, chunki ular iste’molchilar uchun zarur standartlar minimumiga asoslanadi. Agar korxonalar raqobat kurashi sharoitida yashab qolishni istasalar, ular aynan mana shu xizmat ko‘rsatish elementlarini taklif qilish uchun qo‘llaridan kelgancha harakat qilishlari lozim. Mehmonxona nomerlari, jamoat joylarining tozaligi, xavfsizlik, sog‘lom ovqat mana shunday elementlar jumlasidan. Mazkur minimal standartlarga erishilgan-erishilmaganligiga qarab mijozlarda ijobiy yoki salbiy munosabat uyg‘otganligi uchun ushbu elementlar kritik elementlar deb ataladi. Mehmondo‘stlik sanoati korxonalarida mazkur elementlarning mavjud emasligi faqat favqulodda hollarda o‘rinli deb topilishi mumkin.

Neytral elementlar korxona faoliyatiga bevosita ta’sir ko‘rsatmaydi. Mazkur elementlarga xizmat ko‘rsatuvchi xodimlar uniformasining rangi, bino intererining tuzilishi, avtomobillar turar joyining joylashishini kiritish mumkin. Bu elementlar mijozlarning xizmatlardan qanoatlanganlik darajasiga kam ta’sir ko‘rsatadi, shu bois boshqaruv faoliyatida ularga katta e’tibor berish shart emas.

Agar ko‘rsatilgan xizmatlar sifati kutilganidan ham ziyoda bo‘lsa, *qanoatlantiruvchi elementlar* mijozlarda yaxshi taassurotlar qoldirishi mumkin. Ammo mijozning bu umidi oqlangan bo‘lmasa ham salbiy taassurot qolmaydi. Mehmonxonada tunda xizmatlar ko‘rsatish, banketlar chog‘ida direktor nomidan bepul ichimliklar taqdim etish, restoranlarda ayollarga ma’muriyat nomidan gullar berish mana shunday elementlarga kiradi. Tabiiyki, mazkur elementlar korxonaga shu sohadagi boshqa korxonalardan ajralib turish imkonini beradi. Bepul ovqat, gul yoki shokoladdan hech kim bosh tortmaydi. Xuddi shuningdek, bunday «syurpriz»lar bo‘lmagan taqdirda, hech kim bundan shikoyat ham qilmaydi.

To‘g‘ri bajarilmagan va mijozning salbiy munosabatiga sabab bo‘lgan elementlar *ixlosni qoldiruvchi elementlar* hisoblanadi. Biroq, barcha elementlar to‘g‘ri bajarilgan taqdirda, mijozlarda hech qanday norozilik tug‘ilmasligi mumkin. Bunday elementlarga noto‘g‘ri tanlangan yoki tashkil etilgan, mehmonlarni uzoqqa borishga majbur qiluvchi mashinalar turar joyi, keng tarqalgan kredit kartochkalari bo‘yicha haq to‘lashning rad etilishi, xodimlarning iltifotsizligi, kuldonlarning iflosligi va h.k. kiradi.

3. Mehmonxona xizmatlari sifatini boshqarish tizimi

Xizmat koʻrsatish sifatining modeli. Mehmonxona xizmatlari sifatini boshqarish amaliyotida besh bosqichli yoki konseptual model nomi bilan mashhur boʻlgan xizmat koʻrsatish sifati modeli keng qoʻllaniladi (10.5-rasm). U mijoz umidining oqlanishi nuqtai nazaridan xizmat koʻrsatish sifatini belgilaydi. Model mualliflarining soʻzlariga qaraganda, mijoz nimaga umid qilishini va mijozning umidlarini mehmonxona qanday qilib oqlashi mumkinligini bilish xizmat koʻrsatish jarayonining birinchi bosqichidir.

Birinchi bosqich: Iste'molchining umidlari va mehmonxona rahbariyatining munosabati.

Bu bosqichda mehmonxona rahbariyati oʻz mijozlari nimani xohlashini tushunmaydi. U oʻz mijozlarining ehtiyojlarini bilmaydi. Aksariyat mehmonxonalar bozor talabini aniqlash uchun tadqiqotlar oʻtkazadi, biroq keyin rahbariyat firmaning ichki muammolariga chalgʻib, mijozlarning talablari oʻzgarishini yoddan chiqaradi.

Agar mijoz xizmatning muayyan xossasi oʻzgartirilishini xohlasa-yu, u oʻzgartirilmasa, marketing-miks butun bozor uchun oʻz jozibadorligini yoʻqotadi va mijozning umidvorlik darajasi ortadi.

Agar korxona marketing sohasida ish olib bormasa, mijoz uning xizmatlari haqida hech narsa bilmasligi mumkin. Menejerlar puxta oʻylab ish tutishlari va mehmonlar bilan gaplashganda teskari aloqaga kirishishlari lozim. Buning uchun marketing axborot tizimlaridan ham foydalanish zarur.

Misol uchun, qabul qilish va joylashtirish xizmatining rahbari mehmonlarni 15 minut ichida qabul qilish tizimini ishlab chiqdi. Biroq, mehmonlar oradan 10 minut oʻtmasidan bezovta boʻla boshladilar. Mijozlar bilan gaplashgach, menejer ular uchun kutishning kritik vaqti 15 minutni emas, balki 10 minutni tashkil etishini tushundi.

Ikkinchi bosqich: Xizmat koʻrsatish sifati xususiyatining rahbariyat tomonidan qabul qilinishi.

Menejerlar oʻz mijozlari nimani xohlashlarini biladilar, biroq ularni qanoatlantirish imkonini beruvchi tizimlarni rivojlantirishga qodir boʻlmaydilar yoki bunday qilishni istamaydilar. Buning bir necha sabablari mavjud:

- xizmat koʻrsatish sifatiga lozim darajada e'tibor bermaslik;
- sifatni ta'minlash imkoniyatini yaxshi tushunmaslik;
- vazifaning muvofiq tarzda standartlashtirilmaganligi;
- maqsadning yoʻqligi.

Ayrim mehmonxonalar tez daromad olishga harakat qiladilar va oʻz xodimlariga yoki mehmonxonani jihozlashga mablagʻ joylashtirishni istamaydilar. Bunda muqarrar tarzda xizmat koʻrsatishning sifati bilan

bog‘liq muammolar yuzaga keladi. Aylanma kapitalni yetarli darajada ta’minlashdan bosh tortgan mehmonxonalarning rahbarlari 2-bosqichda xatoga yo‘l qo‘yishlari mumkin.

Masalan, xizmat ko‘rsatishni tashkil etish chog‘ida choyshablar, sochiqlar, xalatlar va h.k.ning taqchilligi yuzaga kelishi mumkin. Bu holat ortiqcha muammolar tug‘diradi, xizmat ko‘rsatishdan olingan ijobiy taassurotni kamaytiradi, mehmonxona xizmatchilarining mijoz oldidagi ma’naviy mas’uliyatini susaytiradi.

Ba’zan mehmonxona korxonalarning rahbarlari ayni sharoitda mavjud muammoni hal qilishning iloji yo‘q deb o‘ylaydilar. Misol uchun, mehmonxonalar xizmatidan foydalanuvchi ishbilarmon odamlarning aksariyati undan nonushtadan keyin jo‘nab ketishni xohlaydilar. Mehmonxona rahbarlari har kuni ertalab restorandagi uzun navbat bilan bog‘liq vaziyatni ko‘radilar, lekin muammoni hal qilishga urinmaydilar, chunki bu qizg‘in paytda yordam uchun qo‘shimcha xizmatchilar yollashni xohlamaydilar.

Nihoyat, maqsadlar mehmonxona xodimlari tomonidan qo‘llab-quvvatlanishi lozim. Rahbariyat qo‘l ostidagi xodimlar ishining natijalariga lozim darajada baho berish, ular bilan muttasil aloqa qilish va yaxshi ishlagan xodimlarni rag‘batlantirish yo‘li bilan ularni qo‘llab-quvvatlashlari kerak.

Uchinchi bosqich: Xizmat ko‘rsatish sifatining rahbariyat tomonidan qabul qilinishi.

Mazkur bosqich rahbariyat mijozlarning ehtiyojlarini va ularga xizmat ko‘rsatish sifati darajasini tushungan, ammo xizmatchilar bunday darajada xizmat ko‘rsatishga qodir bo‘lmagan yoki buni istamagan holda yuzaga keladi.

To‘rtinchi bosqich: Xizmatlar ko‘rsatish va majburiyatlar.

Ushbu bosqich mehmonxona o‘z imkoniyati darajasidan ortiq narsalarni va’da qilganida yuzaga keladi. Misol uchun, reklama broshyurasida mehmonxona nomerlari derazasidan dengiz manzarasi ko‘rinishi haqida ma’lumot berilgan edi. Biroq, amalda derazadan faqat shahar manzarasi ko‘rinadi, dengiz esa uzoqda, ufq chizig‘ida ko‘zga tashlanadi. Marketing bo‘yicha mutaxassislar va’da qilgan xizmatlarini amalda ko‘rsata olishlariga ishonch hosil qilishlari kerak.

Beshinchi bosqich: Kutilgan xizmat ko‘rsatish sifati va amalda ko‘rsatilgan xizmatga munosabat.

Bu bosqich oldingi bosqichlardan bevosita kelib chiqadi. Kutilgan sifat mijoz mehmonxonada olishni umid qilgan sifatdir. Ko‘rsatilgan xizmat

deganda mijoz amalda olgan sifat tushuniladi. Agar mehmon o‘zi kutganidan kamroq olgan bo‘lsa, ko‘rsatilgan xizmatlardan qanoatlanmaydi va boshqa hech qachon bu mehmonxonaga qadam bosmaydi.

Xizmat ko‘rsatish sifatini tahlil qilishning besh bosqichli modeli mehmondo‘stlik sanoatida sifatli xizmat ko‘rsatilishini lozim darajada tushunish imkonini beradi. Uni o‘rganish orqali biz sifatli xizmat ko‘rsatishni tashkil etishning potensial muammolarini tushunib yetishimiz mumkin.

Bu bizga ishlab chiqarish va xizmatlar ko‘rsatishning har bir bosqichida yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan har qanday muammolarni hal qilishga yordam beradi.

Sifatni boshqarish tizimi. Sifatni boshqarish mehmonxona korxonasida xizmatlar tashkil etilishi va ko‘rsatilishini nazorat qiluvchi boshqarish tizimlari bo‘lishini nazarda tutadi.

Birinchi tizim xodimlarni tanlab olish va ularni o‘qitib-o‘rgatish bilan shug‘ullanadi. Mehmonxonalar xodimlarni o‘qitib-o‘rgatishga katta mablag‘lar sarflaydi.

Xodimlarning kasbiy layoqati xizmatlar sifatini boshqarishda juda muhim ahamiyatga ega. Mehmonxona ma’muriyati xodimlar yuqori sifatli xizmatlar ko‘rsatish uchun zarur malaka va bilimga ega bo‘lishlari haqida muttasil qayg‘urishi kerak.

Ikkinchi tizim – xodimlarni qo‘llab-quvvatlash va rag‘batlantirish tizimi.

Mehmonxona korxonalarining omilkor rahbarlari iste’molchining mehmonxonaga munosabati xodimlarning kayfiyatiga ko‘p jihatdan bog‘liq deb hisoblaydilar. Ular ichki marketing faoliyatini olib boradilar va yuqori sifatli xizmat ko‘rsatgan xodimlarni rag‘batlantiradilar. Xizmatlarning rahbarlari xodimlarning o‘z ishidan qanoatlanish darajasini muttasil kuzatib borishlari kerak.

Agar mehmonxona rahbariyati xodimlarga hayotiy muammolarini hal qilishga yordam bersa, ularning o‘z ishidan qanoatlanganlik darajasi oshadi.

Uchinchi tizim – mehmonxonada sifat ustidan nazorat va xizmatlar ko‘rsatish jarayonini standartlashtirish tizimi. Odatda mehmonxona ma’muriyati xizmatlar ko‘rsatish taomillari ro‘yxatini sxema ko‘rinishida ishlab chiqadi.

Biroq, ortiqcha standartlashtirish ko‘rsatiladigan xizmatni qashshoqlashtirishini nazarda tutish kerak. Xizmatni konveyerga qo‘yishga

yoki harajatlarni kamaytirishga bo‘lgan urinishlar mehmonxonaning rentabelligini qisqa muddatga oshirishi mumkin. Ayni vaqtda, bunday harakatlar mehmonxonaning uzoq muddatli istiqbolda yangixizmatlarni o‘z faoliyatiga joriy etish, shuningdek xizmatlar ko‘rsatishning yuqori darajasini saqlab qolish, mijozlarning o‘zgaruvchi talablari va istaklariga moslashish qobiliyatini susaytiradi.

To‘rtinchi tizim – mehnat unumdorligini nazorat qilish tizimi.

Mehmonxona rahbariyati kam harajatlar bilan mehnat unumdorligini oshirishga harakat qilishi kerak. Bu maqsadga erishish uchun odatda quyidagi usullar qo‘llanadi:

- Xodimlarning kasbiy tayyorgarligi darajasini oshirish.
- Sifatga ziyon yetkazmasdan, ko‘rsatiladigan xizmatlar hajmini ko‘paytirish.
- Xizmatlar ishlab chiqarish texnik ta’minotini yaxshilash.
- Xizmat ko‘rsatishda inson mehnati harajatlarini kamaytiruvchi yangiishlovlar va ixtirolarni amalga joriy etish.
- Xizmat ko‘rsatishni tabaqalashtirish – mijoz umid qiluvchi asosiy xizmatlar to‘plamiga ikkilamchi (qo‘shimcha) xizmatlar to‘plamini ishlab chiqish.
- Mijozlarni o‘ziga o‘zi xizmat ko‘rsatishga da’vat etish (restoranda shved stoli).
- Mehnat unumdorligining o‘sishiga turtki beruvchi yangitexnologiyalarni qo‘llash.

Beshinchi tizim – shikoyat va takliflarni tahlil qilish, mijozlarni o‘rganish, raqiblarning xizmatlari sifatini o‘z xizmatlari sifatiga solishtirish tizimi yordamida mijozlarning ko‘rsatilgan xizmatlardan qanoatlanganlik darajasini nazorat qilish.

Mijozlarning shikoyatlaridan raqiblar oldida muayyan ustunlikka erishish manbai sifatida foydalanuvchi mehmonxonalar mazkur ustunlikni boy bermaslik uchun shikoyatlarga ishlov berishning oqilona mexanizmini yaratadilar. Shikoyatlar ishni takomillashtirish yo‘llarini ko‘rsatadi, norozi mijozni qanoatlantirish imkonini beradi.

O‘tkazilgan tadqiqotlar namunali mehmonxona strategik rejalashtirish tizimining mavjudligi, rahbariyatning xizmatlar sifatini oshirishga intilishi, xizmat ko‘rsatish standartlarining yuqoriligi, xizmatlar ko‘rsatilishi ustidan nazorat tizimi, iste’molchilarning shikoyatlarini qondirish tizimining mavjudligi bilan tavsiflanishini ko‘rsatdi. Bunda xodimlarga va xaridorlarning qanoatlanganlik darajasiga alohida e’tibor beriladi.

4. Mehmonxonada xizmat koʻrsatish sifatini oshirish dasturini ishlab chiqish

Xizmat koʻrsatish sifatini oshirish dasturi mehmonxonaning barcha boʻlimlari faoliyatini oʻz ichiga oladi. Korxonada sifatni yalpi boshqarishning mufassal taomilini tavsiflash mazkur dasturning vazifasiga kirmaydi. Biroq, mehmonxonada xizmat koʻrsatish sifatini oshirish uchun, ishlab chiqiladigan dastur 10 asosiy prinsipni oʻz ichiga olishi lozim.

1. Oqilona rahbarlik. Mehmonxona rahbariyati korxonaning vazifalari va uning kelgusida rivojlanishi haqida aniq tasavvurga ega boʻlishi kerak. Ammo shuning oʻzi kifoya emas. Rahbarlar bu tasavvurni qoʻl ostidagi xodimlarga yetkazishlari va ularni bunga ishontira olishlari ham kerak. Yaxshi rahbarlar xizmatchilarni ishontirish orqali sifatli xizmat koʻrsatishga erishishni asosiy maqsad deb biladilar.

2. Mehmonxonaning barcha boʻlimlariga marketing yondashuvini joriy etish. Marketing konsepsiyasi uni butun tashkilotga toʻla joriy etishni nazarda tutadi. Mehmonxonada mijozlarga xizmat koʻrsatish boʻyicha marketing funksiyalarini bajarish faqat marketing boʻlimi xodimlarining vazifasi emasligini doim yodda tutish zarur. Mazkur boʻlimdan tashqari, marketing unsurlari mehmonxonadagi har bir boʻlim ishida mavjud boʻlishi kerak.

3. Mijozlarning talab va ehtiyojlarini tushunish. Mijozlar sifatni juda yaxshi his qiladilar. Yuqori sifatli xizmat koʻrsatadigan mehmonxona bozor oʻzidan nimani talab qilishini yaxshi biladi. Mehmonxona taklif qiluvchi xizmat muayyan bozorga moʻljallangan boʻlishi kerak.

4. Mehmonxona biznesining maqsadlari va vazifalarini tushunish. Mijozlarga sifatli xizmat koʻrsatish butun mehmonxona jamoasi uyushqoqlik bilan , bahamjihat ishlashini taqozo etadi. Oʻz ishi butun jamoa faoliyatining natijasiga ta’sir koʻrsatishini har bir boʻlim xizmatchilari yaxshi tushunishlari kerak. Ayrim mehmonxonalarda xodimlarga chaparasta xizmat koʻrsatish oʻrgatiladi, ya’ni xodim har xil ishlarni bajaradi. Bu xodimga turdosh kasblarni oʻzlashtirish va boshqa ixtisosliklar boʻyicha ishlarning mohiyatini tushunib yetish imkonini beradi.

5. Ishda asosiy tashkiliy prinsiplarni qoʻllash. Mehmonxona ishi yaxshi rejalashtirilishi va oqilona boshqarilishi lozim. Bu ish boshqarish konsepsiyasining loyihasini ishlab chiqishdan boshlanadi. Boshqarish shunday tashkil etilishi kerakki, mehmonxonada xizmat koʻrsatish mijoz oʻzi tanlagan mehmonxona segmentida muayyan naf koʻrishini ta’minlasin.

Bunda mehmonxona xodimlarini boshqaruv axboroti bilan ta’minlovchi tizimlar tashkil etilishi lozim. Mazkur tizimlar xodimlarni yollash va ularni o‘qitib-o‘rgatish, xizmatlarni xarid qilish taomillari, boshqaruv axboroti tizimi, nomerlarni bronlashtirish tizimi, mehmonxona uskunalariga texnik xizmat ko‘rsatish tizimi, sifatni nazorat qilish, ta’minot tizimlarini o‘z ichiga oladi. Sifatli xizmat ko‘rsatish ta’minlanuvchi mehmonxonalarda operatsion jarayonlar yaxshi yo‘lga qo‘yilgan bo‘ladi.

6. Erkinlik omillari. To‘rt va besh yulduzli mehmonxonalarda ko‘proq mijozga yo‘naltirilgan xizmatlar ko‘rsatiladi. Xodimlar mijozga uning talab va ehtiyojlariga muvofiq tarzda xizmat ko‘rsatishlari uchun o‘z harakatlarida muayyan darajada erkinlikka ega bo‘lishlari kerak. Ularni qat’iy yo‘riqnomalar va qoidalarga bog‘lab qo‘yish yaramaydi. Bo‘limlarning rahbarlari xodimlar mijozga lozim darajada xizmat ko‘rsatishiga xalaqit beradigan har xil qoidalar va yo‘riqnomalar tarzidagi to‘siqlarni o‘rnatish o‘rniga, xodimlarga to‘g‘ri yo‘l ko‘rsatishlari va ularning ishini qo‘llab-quvvatlashlari kerak.

7. Tegishli texnologiyadan foydalanish. Texnologiyadan marketing muhitining o‘zgarishini nazorat qilish, operatsion tizimlarga yordam berish, mijozlarning ma’lumotlar bazalarini rivojlantirish va ular bilan aloqa qilish usullarini takomillashtirish uchun foydalanilishi lozim. Misol uchun, «mehmon tarixi» kompyuter kichik tizimi mijozga sifatli xizmat ko‘rsatishga monelik qilishi mumkin bo‘lgan muammolarni aniqlash uchun o‘ziga xos ogohlantirish tizimi bo‘lib xizmat qiladi. Boshqa bir tizim - PMS (binoni boshqarish tizimi) esa nomerlarga texnik xizmat ko‘rsatish va ularni profilaktik ta’mirlash sikllari haqida axborot beradi.

8. Kadrlarni oqilona boshqarish. Rahbariyat faoliyati – mehmonxona jamoasi bilan aloqa qilishning birdan-bir yo‘li. Har qanday rahbar o‘zining muayyan vaziyatga munosabatini qo‘l ostidagi xodimlari kuzatib turishlari va uning xulq-atvorini o‘rganishlarini yaxshi tushunishi kerak. Agar mehmonxona direktori yerga tushib ketgan qog‘ozni ko‘tarib olsa, xizmatchilar ham shunday qiladi. Xodimlar bahamjihat ishlashining muhimligini qayd etuvchi menejer ishlab chiqarish intizomini mustahkamlashi va jamoaning ishonchiga umid qilishi mumkin.

9. Standartlar o‘rnatish, ishning bajarilishiga baho berish va stimullar tizimini joriy etish.

Xizmat ko‘rsatish standartlari va maqsadlarini belgilash, so‘ngra bunga boshqaruvchilar va xizmatchilarni o‘rgatish xizmat ko‘rsatish sifatini yaxshilashning eng muhim usulidir. Mazkur standartlar uzluksiz oshirib borilishi, ularga rioya qiluvchi xizmatchilar esa rag‘batlantirilishi lozim.

Sifatni boshqarish dasturi mijozlarga xizmat ko‘rsatish standartlarini va xodimning mehnati bu standartlarga qay darajada muvofiqligini baholash metodlarini ishlab chiqishni o‘z ichiga olishi kerak. Xodimlar bilan munosabatlarni shunday yo‘lga qo‘yish kerakki, ma’muriyat ularning ishiga baho berib tursin.

10. Mehnat natijalariga qarab xizmatchilar bilan teskari aloqa. Mehmonxona ishining natijalari haqida xizmatchilarga ma’lumot berib turilishi lozim. Mehmonxona xodimlari mijozlar nimani yoqtirishi va nimani xush ko‘rmasligini bilishlari kerak. Ular shuningdek qaysi ish sohalari yaxshilanayotgani va qaysilarida o‘zgarish bo‘lmayotgani haqida ham tasavvurga ega bo‘lishlari lozim.

Mehmonxonalarda sifatni yaxshilash dasturlarini o‘rganish natijalar hamma yerda ham bir xil emasligini ko‘rsatdi.

Bir qancha mehmonxonalarda sifatni oshirish bo‘yicha amalga oshirilgan ishlar ijobiy natija bergan, mazkur mehmonxona korxonalarining rentabelligi oshgan. Ammo, ayrim mehmonxonalarda sifat dasturlari ish bermagan. Buning asosiy sabablari quyidagilar bilan bog‘liq:

- sifat muammosiga qiziqishning yo‘qolganligi, boshqaruvning oliy va o‘rta bo‘g‘ini xodimlarida mas’uliyat hissining yetishmasligi;
- sifat uchun javobgar shaxsning yo‘qligi;
- mehmonxona egasining almashishi.

Tayanch iboralar: Xizmat sifati, ishonarlilik, jonkuyarlik, ishonchlilik, kommunikativlik, seriltifotlik , asosiy sifat, talab etilgan sifat, hohlangan sifat, kritik element, neytral element qanoatlantiruvchi element nisbiy sifat, salohiyat sifat, funksional sifat, ijtimoiy sifat, standartlashtirsh; xizmat ko‘rsatish sifatining modeli; sifatni oshirish dasturini ishlab chiqish.

Mustaqil nazorat qilish uchun topshiriq va savollar:

1. «Xizmatning sifati» tushunchasining eng ko‘p qo‘llaniladigan ta’rifini keltiring.
2. Xizmatlarning mijozlar ehtiyojini qondirish qobiliyatini ta’minlovchi xususiyatlarini ayting.
3. Xizmatning sifatiga iste’molchi nuqtai nazaridan tavsif bering.
4. Texnik, funksional va ijtimoiy sifat mehmonxona faoliyati sohasidagi muayyan xizmatning qaysi unsurlarini o‘z ichiga oladi?

5. Xizmat ko‘rsatish sifati besh bosqichli modeli birinchi bosqichining mazmuni nimadan iborat?
6. Xodimlarni qo‘llab-quvvatlash tizimining asosiy tamoyillari nimadan iborat va ular mehmonxonada xizmat ko‘rsatish sifatiga qanday ta’sir ko‘rsatadi?
7. Mehmonxona korxonasida sifatni oshirish dasturini amalga oshirishda rahbar qanday rol o‘ynaydi?
8. Agar siz sifat bo‘yicha boshqaruvchi bo‘lsangiz, korxonada o‘z faoliyatingizni nimadan boshlagan bo‘lardingiz?

Mavzu 12. Mehmonxonada xodimlar bo‘limi

Reja:

1. 1.Mehmonxona sanoatida inson resurslarining roli
2. Xodimlarni tanlash
3. Xodimlarni tanlash mezonlari
4. Ishga qabul qilish

1.Mehmonxona sanoatida inson resurslarining roli

So‘nggi yillarda mehmonxona sanoatida yangi texnologiyalar qo‘llanilishining kengayishi bu yerda ish joylari qisqarishiga olib keldi. Bu esa, o‘z navbatida , mehnatni tashkil etishning muqobil usullari qo‘llanishiga, boshqaruvda ijodiy va novatorcha yondashuvlarning ko‘payishiga sabab bo‘ldi.

Katta mehnat sarfini talab qiladigan mehmonxona sanoatida odamlar kompaniyaning eng muhim aktivi hisoblanadi. Binobarin, xodimlarni boshqarish mazkur qudratli aktivlarni muvofiqlashtirish vazifasini bajaradi va kompaniya menejmenti tizimini va uslubini tarqatish va rivojlantirish ishiga qo‘shilgan katta hissa hisoblanadi.

Xizmatlar ko‘rsatish sohasida mijozlarning talabiga javob beradigan xodimlarni tanlash juda muhim. Ko‘pgina xodimlar mijozlar Bilan bevosita aloqa qiladi va tashkilotning asosiy maqsadlariga erishish jarayoniga o‘z-o‘zidan jalb etiladi, xizmat ko‘rsatish sifati esa nafaqat ularning mahoratiga, balki onglilik darajasiga bog‘liq bo‘ladi. Xizmatlar ko‘rsatish sohasida mijozlarni qanoatlantirishga xodimlarning xushmuomalaligi, jonkuyarligi Bilan ham erishish mumkin.

Mehmonxona sanoatidagi kompaniyalarning aksariyati xodimlarni yordamchi komponenti deb hisoblab, ularni boshqarishda lozim darajada e’tibor berilmaydi. Ammo bu noto‘g‘ri, chunki mehmonxona sanoatida odamlar hech bo‘lmasa korxonaning tarkibiy qismi va pirovard mahsulotning ajralmas tarkibiy qismi hisoblanadi, Buning uchun tashkilotlar mijozlardan haq oladi. Masalan, mehmonxonada mehmon nafaqat yashash, xavfsizlik, tozalik uchun, balki mehmonxona xizmatchilarining e’tibori uchun ham haq to‘laydi.

Mehmonxona sanoatida uzoq muddatli istiqbolda inson resurslaridan biznesning bosh strategiyasi sifatida foydalanishning samaradorligini oshirishda e’tibor kuchayadi. Mijozlarga xizmat ko‘rsatishning sifati menejmentdan inson resurslarini rivojlantirishga ko‘proq e’tiborberishni talab qiladigan xodimlar ta’siri ostida ta’minlanadi. Mehmonxona sanoati

kompaniyalari mijozga yo‘naltirilgan korxonaga aylanishi uchun xodimlar farovonligini oshirish va ularni rivojlantirishgan, ularda tashabbuskorlikni oshirishga ko‘proq mablag‘lar joylashtirish zarurligini anglab yetmoqda.

Mehmonxona sanoatiga big‘ishlangan chet El adabiyotlarida so‘nggi yillarda inson resurslari Bilan bog‘liq jarayonlar, inson resurslari oldida turgan muammolar, ularni faoliyati, huquqlari va kelajagi haqida ko‘p yozilmoqda. Ammo mazkur jarayonlarni boshqaruvchi odamlar haqida esa juda kam gapirilmoqda.

Shunday tadqiqotlardan birida Kanadadagi 83 mehmonxonaning xodimlar bo‘yicha menejerlari so‘rovdan o‘tkazildi. So‘rovdan o‘tkazilganlarning aksariyati, aniqrog‘i, 63%ni 39 yoshdan oshgan ayollar tashkil etgan, 60% esa o‘z lavozimida to‘rt yildan kamroq ishlayotgan bo‘lgan. Garchi so‘ralganlarning yosh doirasi uncha katta bo‘lmasada, so‘rov faqat bir mamlakatda o‘tkazilgan va Ushbu tahlil natijalarini dunyoning boshqa ilg‘or turistik mamlakatlariga tatbiq etish mumkin emas. Biroq axborot shu shu yo‘nalishda amalga oshiriladigan kelgusi tadqiqotlar uchun foydali bo‘lishi mumkin. Tadqiq qilingan menejerlarning 91% o‘z ishidan qoniqishini bildirdi. Va ularning majburiyatlariga asosan vakant o‘rinni reklama qilish, xodimlarni tanlash, ular Bilan suhbatlashish, ular boshqarish va o‘qitib-o‘rgatish kirishini qayd etdi. Yirik mehmonxonalarning xodimlar bo‘yicha menejerlari juda ko‘p masalalarni hal qilishga ko‘proq vaqt sarflashi, oliy rahbariyat kam nazorat qilinishi, bir so‘z Bilan aytganda, kichik korxonalardagi menejerlarga qaraganda ko‘proq narsalar uchun javob berishi aniqlandi.

Inson resurslarini boshqarishning tabiati biznesning samaradorligini ham, uning muayyan a’zolari yutuqlarini ham belgilashi lozim. Ma’naviy muhitni, mehnatdan qanoatlanishni yaxshilash kabi his qilinmaydigan foydani ham hisobga olish kerak. Xodimlar hulq – atvori va malakasiga, mehmondo‘stlik sanoatidagi korxonaning samarali faoliyatiga xodimlarni boshqarish xizmatining oqilona siyosati va samarali faolyati ijobiy ta’sir ko‘rsatishi mumkin.

2. Xodimlarni tanlash

Firmaning ish rejasi tuzilganidan keyin(mehnat resurslari rejasi uning tarkibiy qismi hisoblanadi) menejerning eng muhim ishini bajarish-xodimlarni fursati keladi. Mazkur jarayonning mohiyati shundan iboratki, mavjud bo‘sh o‘ringa nomzodga qo‘yilgan talablarni hisobga olgan holda,

baho berish va ishga qabul qilish uchun mos keladigan malakali xodimlarni jalb qilish.

Xodimlarni tanlash uchun butun javobgarlik xodimlar Bilan ishlash bo‘yicha menejerning zimmasiga tushadi. Kadrlrni tanlash jarayoni boshqaru ishining boshqa jabhalari singari juda murakkabdir. Birinchi bosqichda nomzodga bo‘lg‘usi ish mohiyatini to‘g‘ri va Aniq tushuntirish ayniqsa muhim, aks holda zarur malakaga ega bo‘lmagan kishilarni qabul qilish va ular Bilan suhbatlashishga ko‘p vaqt sarflash mumkin.

Xodimlarni tanlash sohasidagi kadrlar siyosati ishga qabul qilish prinsiplarini, tegishli funksiyalarni sifatli bajarish uchun zarur xodimlar miqdorini, xodimlarning ko‘nikmalarini mustahkamlash va ularni ukasbiy jihatdan o‘stirish metodologiyasini belgilashdan iborat. Kadrlarni tanlashga boshqaruvning shaxsga nisbatan amalga oshiriladigan kichik funksiyasi deb qaraladi. Xodimlarni tanlash jarayoni nomzodlar shaxsi va ishiga baho berish mezonlarini tanlashdan boshlanadi. Mezonlar xulq-atvor qoidalarini va kasbiy ko‘nikmalarining tafsilotlarini o‘z ichiga oladi. Xodimlarni tanlashning navbatdagi bosqichi – nomzodni ekspertbaholash. Ushbu bosqich test o‘tkazish, masalalar yechish va mashqlarni bajarishga asolanadi. Test o‘tkazilgandan keyin kuzatish bosqichi keladi: nomzod suhbatga chaqiriladi. Yuqorida zikr etilgan bosqichlardan o‘tilganidan so‘ng oligan natijalar tavsiflanadi va ular nomzodlarni baholash mezonlariga solishtirib ko‘riladi. Nomzodlarni tanlash jarayoni qaror qabul qilish Bilan yakunlanadi; agar uzul-kesil qaror qabul qilishda ma’lum qiyinchiliklar tug‘ilgan bo‘lsa, qo‘shimcha test o‘tkazilishi mumkin.

Kadrlar tanlash muammosini to‘g‘ri hal qilishning ahamiyati ishchi kuchining ancha qimmatligi Bilan bog‘liq. Shu sababli birinchi navbatda mazkur nomzod firmaga kerak yo kerak emasligini aniqlash lozim. Xato ancha qimmatga tushishi mumkin. Kadrlar tanlashga xatoga yo‘l qo‘ymaslikda har xil axborot manbalari yordam beradi(1-jadval).

1-jadval

Xodimlarni tanlashda axborot manbalari

Manba	**Axborot mazmuni va uning ahamiyati**
Ishga olish to‘g‘risida ariza	Nomzod haqidagi dastlabki umumiy taassurot haqida ma’lumot beradi
Fotosurat	Nomzodning tashqi ko‘rinishi haqida ma’lumot beradi.
Tarjimai hol	Nomzodning shakllanish jarayoni, hayotining tafsilotlari haqida ma’lumot beradi.
Shaxsiy so‘rovnoma	Nomzod haqida eng muhim

	ma’lumotlarni jamlaydi va tizimga soladi.
Yetuklik attestati	Nomzodning maktabdagi davomati haqida m’lumot beradi, uning kasbiy malakasi haqida eng nisbiy ma’lumot beradi.
Mehnat daftarchasi	Oldingi ish joylarini tasdiqlaydi, mehnat faoliyatini yoritadi.
Tavsiyalar	Kasbiy layoqatining barcha jihatlarini yoritadi; qoida tariqasida, faqat qo‘shimcha ko‘chirmalar olinadi.
Nomzod Bilan suhbat	Boshqa manbalardan olingan axborotlardagi bo‘shliq o‘rnini to‘ldirish, Nomzod haqida shaxsan tasavvur hosil qilishimkonini beradi.
Sinov	Nomzod muayyan ishni bajarish qobiliyati tekshirib ko‘riladi.
Tibbiy ko‘rik; psixologik testlar	Qisman nomzodning kasbiy layoqatini tavsiflaydi.

Tashkilot ichida xodimlarni tanlashning ijobiy tomonlari:

- Xizmat pillapoyasi bo‘ylab ko‘tarilish imkoniyati, jamoadagi uyushqoqlik, ishlab chiqarishdagi yaxshi muhit;
- Xodimlarni tanlashda kam harajat qilinishi;
- Xodimning ish jarayonini bilishi;
- Ishdagi rag‘batlantirishlar darajasining saqlanishi;
- Bo‘sh lavozim tez egallanishi; yoshlar uchun bo‘sh o‘rinlar ochilishi.

Tashkilot ichida xodimlarni tanlashning kamchiliklari:

- Tanlash imkoniyatining kamayishi;
- Malaka oshirishga katta harajatlar qilinishi;
- Xodimga o‘z korxonasidagi kamchiliklar ko‘rinmaydi;
- Hamkasabalarning ishdan ixlosi qaytishi;
- Uzoq vaqt ishlagan xodimga «yo‘q» deya olmaslik.

Tashkilotdan tashqarida xodimlarni tanlashning ijobiy tomonlari:

- Tanlash imkoniyatining kengligi;
- Korxonaga «yangi g‘oyalar»ning kirishi;
- Ishga qabul qilish kadrlarga bo‘lgan talabni bevosita qondiradi;
- Chetdan olingan xodim boshqa korxonalar bilimlarini olib keladi;

Tashkilotdan tashqarida xodimlarni tanlashning kamchiliklari:

- Tanlashda katta harajat qilinadi;

- Yangi qabul qilingan xodimlar ulushining ko‘pligi kadrlar qo‘nimsizligiga imkoniyat yaratadi;
- Jamoadagi muhitga salbiy ta’sir ko‘rsatishi mumkin;
- Yangi xodimning bilim va ko‘nikmalari kamligi tufayli sinov muddatiga ko‘p vaqt sarflanadi;
- Ish jarayonini bilmaydi;

3. Xodimlarni tanlash mezonlari

Nomzodlarni baholash standart mezonlarga ko‘ra amalga oshirilishi lozim. Bu baholash mezonlari quyidagilar bo‘lishi mumkin.

Ma’lumoti va ishlab chiqarish sohasidagi tajribasi:

- Mustaqil tarzda, kimningdir rahbarligi ostida ishlash;
- Ishlab chiqarish harajatlari uchun javobgarlik;
- Xodimlarni boshqarish;
- Boshqalar bilan birga ishlash.

Xulq-atvori(o‘zini tutishi):

- Tashqi ko‘rinishi;
- O‘z kuchiga ishonchi;
- Moslashuvchanlik va kirishimlilik;
- Bosiqliq.

Maqsadga intiluvchanligi:

- Xizmat bo‘yicha ko‘tarilish istagi;
- Tashabbuskorligi;
- Topshiriqlarni bajarishga tayyorlik;
- Tirishqoqliq.
- O‘z bilimlari va ma’lumotini oshirish qobiliyati.

Intellektual qobiliyati:

- Zehni;
- Abstrakt fikrlash qobiliyati;
- Menejerning harakatlariga munosabati;
- Fikrlash darajasi;
- Muzokara olib borish qobiliyati.

So‘zlashish uslubi:

- Topqirliq;
- Ko‘p so‘zlilik;
- O‘z fikrini aniq bayon etish.

4. Xodimlarni baholash

Xodimlarni baholash- shaxsning ishbilarmonlik va shaxsiy fazilatlari lavozim yoki ish o‘rni talablariga muvofiqligini aniqlashga yo‘naltirilgan izchil jarayondir.

Xodimlarni baholash metodlarini uch asosiy guruhga birlashtirish mumkin:

1. *prognostik metodlar*. So‘rovnoma ma’lumotlaridan, yozma yoki og‘zaki ta’rifnomalardan, rahbar va hamkasabalarning fikr-mulohazalari va tavsiyanomalaridan, shaxsiy suhbatlar va psixologik testlardan foydalaniladi;
2. *amaliy metodlar*. Xodimning amaliy ish natijalariga asosan uning xizmat vazifalarini bajarishga yaroqliligi tekshiriladi. Buning uchun xodimni muayyan lavozimda sinash usullari va texnikasidan foydalaniladi;
3. *imitatsion metodlar*. Nomzodga muayyan vazifani hal qilish topshiriladi.

Pirovardida shaxsning xususiyatlari va ishchanligi ekspert baholanadi.har bir holatlarda baholash mezonlari to‘plami bo‘lg‘usi ishning mazmuni va sifatiga bog‘liq bo‘ladi. Bunda nomzodning yo kasbiy yo shaxsiy fazilatlari birinchi o‘ringa qo‘yilishi mumkin. Xodimni muayyan lavozimda sinash usullari va texnikasidan foydalanilsa, maqsadga muvofiq bo‘ladi. Bu usullar yordamida nomzod mehnatining samaradorlik darajasi aniqlanadi. Ayni holda ekspertlardan ob’ektiv baho olish ayniqsa mushkuldir. Ekspertiza uchun nomzod mehnatini baholashning quyidagi shakli taklif qilinadi(2-jadval).

2-jadval

Nomzod mehnatini baholash

Sifat mezoni	Mezonning rivojlanish darajasi				
	A	B	C	D	E
Mehnat miqdori					
Mehnat sifati					
Ishga munosabat					
Ishda puxtalik					
Hamkorlikka tayyorlik					

Eslatma. A- mehnat unumdorligi yetarli emas; B- mehnat unumdorligi talab darajasida; C- mehnat unumdorligi talabga to‘liq javb beradi; D- mehnat unumdorligi talab darajasidan ham yuqori; E- mehnat unumdorligi talab darajasidan ancha yuqori.

Mehnat miqdorini baholashda mehnat hajmi, mahsuldorligi, intensivligi, foydalanadigan vaqt aniqlinadi.

Mehnat sifatini baholashda ishda yo‘l qo‘yilgan xatolar ulushi, mehmonxona mahsulining sifati, uning jahon andozalariga muvofiqligi aniqlanadi.

Ishga munosabatni tahlil qilishda xodimning tashabbuskorligi, ishda katta og‘irlikni o‘z zimmasiga olish imkoniyati, turli vaziyatlarga moslashish imkoniyati va b.baholanadi.

Ishda puxtalik ishlab chiqarish vositalariga munosabati, ulardan foydalanishni, xom ashyo va materiallardan oqilona foydalanishni, ish o‘rnida moddiy harajatlarning hisobga olinishi darajasini va b.nazarda tutadi.

Hamkorlikka tayyorlikni bqo‘yilgan vazifalarni birgalikda hal qilishda xodimning ishtiroki, jamoadagi munosabatlar, jamoa ishida qatnashish ko‘nikmalari, chetdan aytilgan fikrga munosabat, boshqa shaxsiy fazilatlar e’tiborga olinadi.

Ushbu mezonlar xodimni baholash negizini tashkil etadi. Ularning har birini miqdoriy ifodalash muhimdir(ballarda).Ballarda baholash mazkur mezonlar muayyan xodimda qay darajada mavjudligini aniqlash imkonini beradi.

4. Ishga qabul qilish

Xodimlarni baholash o‘tkazilgandan keyin, nihoyat, ko‘plab nomzodlar orasidan eng yuqori baho olgan bita talabgor tanlab olinadi. Tarmoq rahbari uni firmaga ishga olishga rozilik berganidan so‘ng yangi xodim Bilan shartnoma tuziladi. Shartnomani muhokama qilish ishga yollash jarayoning tarkibiy qismi ekanligini hisobga olish lozim. Shu sababli suhbatlashish paytida og‘zaki shaklda bo‘lsa ham qilingan takliflar shartnomaning tarkibiy qismi hisoblanadi. Odatda “shartnoma” atamasi ikki taraf o‘rtasida yuridik jihatdan rasmiylashtirilgan bitimni anglatadi. Har qanday shartnoma kimdir taklif qilinishi va kimdir bu taklifni qabul qilishini nazarda tutadi.

Ishga olinayotgan xodimga taqdim etilishi lozim bo‘lgan shartnomaning shartlari va muddatlari haqidagi axborotning minimal hajmiga quyidagi ma’lumotlar kiradi:

- taraflar(ish beruvchi va xodim)nomi;
- ishning nomi;
- ishni boshlash sanasi(shartnoma ma’lum muddatda tuzilayotgan bo‘lsa shartnoma muddati tugaydigan sana);
- mehnat haqining tarif stavkasi yoki hisob-kitob qilish usuli;
- mehnatga haq to‘lashning davriyligi(haftalik, oylik, b.);
- bayram kunlari va ularga haq to‘lash;
- kasallik va baxtsiz tasodif tufayli ta’tillarni rasmiylashtirish va ularga haq to‘lash qoidalari;
- pensiyani hisob-kitob qilish sxemasi va pensiya sug‘urtasi davlat tizimi xodimga nisbatan amal qilish-qilmasligi haqida ma’lumot;
- shikoyatlar berish tartibi;
- shartnoma muddati tugagunga qadar xodim ishni to‘xtatish haqida xabarnoma olishi yoki ariza berishi lozim bo‘lgan muddat.

Mehnat shartnomasida yuqorida zikr etilgan barcha bandlar bo‘lishi lozim.

Tayanch iboralar: Inson resurslari, xodimlarni boshqarish, xodimlarni tanlash, xodimlarni baholash, ishga qabul qilish, shartnoma.

Mustaqil nazorat qilish uchun topshiriq va savollar:

1. Mehmonxona sanoatida inson resurslarining roli.
2. Xodimlarni tanlash jarayonini tushuntiring.
3. Qaysi manbalardan xodim haqida qo‘shimcha ma’lumot olish mumkin?
4. Xodimlarni tanlash mezonlari nimalarga asoslangan?
5. Tashkilot ichida va tashqaridan xodimlarni tanlashning ijobiy va salbiy tomonlarini tushuntiring.
6. Xodimlarni baholash usullarini tavsiflang.
7. Ishga qabul qilish jarayonini tushuntiring.
8. Sharnoma va uning tarkibini izohlang.

Mavzu 13. Mehmonxonalarda avtomatlashtirilgan axborot tizimidan foydalanish

Reja:

1. Avtomatlashtirilgan axborot tizimlari
2. Mehmonxona biznesini kompyuterlashtirish
3. Mehmonxonani boshqarish kompyuter tizimlari
4. Dunyo miqyosidagi rezervlash tizimlari
5. Mehmonxonalarda rezervlash
6. Mehmonxonaning aloqa vositalari

1. Avtomatlashtirilgan axborot tizimlari

Mehmonxonalarda avtomatlashtirilgan axborot tizimlari nomerlarni rezervlash, doimiy mijozlar, mehmonlarning talablari va ular to‘lashi lozim bo‘lgan haq haqidagi ma’lumotlarni kiritish, saqlash va zarur holda tez qidirib topishga yordam beradi. Muayyan sanada tashrif buyurgan mehmonlar ro‘yxatini kompyuter xotirasidan topish hech qanday muammo tug‘dirmaydi. Rezervlash stoli fayllari avtomatlashtirilgan axborot tizimining muhim tarkibiy qismi bo‘lib, ular ushbu ish uchun mas’ul bo‘lgan ma’mur (administrator) yordamchisiga bronlashtirilmagan nomerlar miqdori va ularning tafsilotlari: xonalari soni, derazadan ochiladigan manzara, narxi va h.k. haqida axborot olish imkonini beradi. Avtomatlashtirilgan axborot tizimi mehmonxona faoliyatiga joriy etilgunga qadar rezervlash bilan shug‘ullanuvchi xodim bunday axborotni yig‘ishi va undan foydalanishi ancha og‘ir ish bo‘lib, juda ko‘p vaqtni olar edi.

Avtomatlashtirilgan axborot tizimi kompyuter dasturlari to‘plamidan iborat bo‘lib, ular yordamida boshqarish ofislari va yordamchi bo‘limlar ishi uchun dolzarb ahamiyatga ega bo‘lgan axborotni yig‘ish va undan foydalanish mumkin. Bu to‘plam tarkibida to‘rt dastur ayniqsa muhimdir, chunki ular ma’murlarni quyidagi yo‘nalishlar bo‘yicha kerakli axborot bilan ta’minlaydi:

- rezervlash xizmatini boshqarish;
- mehmonlarga xizmat ko‘rsatishni boshqarish;
- mehmonlar bilan hisob-kitob qilishni boshqarish;
- mehmonxonani boshqarishning umumiy masalalari.

Avtomatlashtirilgan axborot tizimining rezervlash xizmati faoliyatini ta’minlovchi tarkibiy qismi mazkur xizmat xodimlariga rezervlashga so‘rovlarni tez olish, rasmiylashtirilgan bronlarga tasdiqlar olish va mehmonxona nomerlari mijozlar bilan qay darajada to‘liqligi haqida doim

aniq tasavvurga ega bo‘lish imkonini beradi. Avtomatlashtirilgan axborot tizimida bevosita ofisda va telefon orqali rezervlash markazlashtirilgan tizimi orqali amalga oshirilgan bronlash haqidagi barcha axborot jamlanadi. Mehmonxona korporatsiyalarining aksariyati mazkur tizimda o‘z raqamlariga ega bo‘lib, ularning yordamida mijozlar oldindan buyurtma qilish uchun mamlakatning istalgan nuqtasidan, ba’zan hatto chet eldan (bepul) sim qoqishlari mumkin. Transport agentliklari ham ushbu markazlashtirilgan tizimga kompyuter tarmog‘i orqali to‘g‘ridan-to‘g‘ri kirish imkoniyatiga ega. Avtomatlashtirilgan axborot tizimidan surunkali foydalanuvchi mehmonxonaning yuzdan ortiq xizmatchilari istalgan vaqtda quyidagi yo‘nalishlar bo‘yicha axborot olishlari mumkin:

- rezervlash;
- bosh ma’mur ofisi;
- jamoaviy tashriflarni rasimylashtirish;
- doimiy mijozlar haqida ma’lumotlar;
- hisobotlar matn muharriri;
- transport agentliklarining xizmatlari uchun schyotlar;
- turlarni rasmiylashtirish;
- ma’muriy-xo‘jalik masalalari;
- foiz daromadlarini boshqarish;
- kompleks dasturlar tuzish;
- ulgurji savdo;
- kompyuter bo‘yicha hisob-kitoblar uchun interfeys;
- kinofilmlar namoyishini buyurtma qilish uchun interfeys;
- savdo nuqtalari uchun interfeys;
- ekologik nazorat;
- markazlashtirilgan rezervlash;
- shahar grossbuxi;
- kreditorlik qarzlari;
- kondominium egalarining schyotlari;
- uyushmalarni boshqarish;
- nomerlarni uzoq muddatga berganlik uchun ijara haqi;
- taymsherlar uchun ijara haqi.

O‘rta va katta mehmonxonalarda ma’murning ish joyi schyotlar va xaridlarni nazorat qilish va rasmiylashtirish uchun mini-kompyuter bilan jihozlanadi. Mehmonxonada odatda monitorlar bilan jihozlangan yana bir nechta xizmatlar: savdo nuqtalari, ta’minot xizmati, konferens-zal va boshqa xizmatlar ham faoliyat ko‘rsatadi. Kichik mehmonxonalar

so‘rovlarni rasmiylashtirish uchun mini-kompyuterdan alohida foydalanishi yoki uni mahalliy tarmoqqa ulashi mumkin.

2. Mehmonxona biznesini kompyuterlashtirish

Mehmonxonani kompyuterlashtirish:

- boshqaruv tizimining samaradorligini oshirish;
- mehmonlar va ularning shaxsiy mol-mulki, shuningdek mehmonxona mol-mulkining xavfsizligini oshirish;
- mehmonxonaning mijozlari doirasini kengaytirish va bir qancha marketing vazifalarini hal qilish;
- mehmonxona qo‘shimcha xizmatlari taklifining kengayishi bilan bog‘liq daromadlarni ko‘paytirish imkonini beradi.

Yuqorida zikr etilgan vazifalar hozirda har qanday mehmonxona uchun – uning nomerlari miqdori, toifasi va joylashgan yeridan qat’i nazar, dolzarb ahamiyatga ega.

Agar mehmonxonaning nomerlari va xizmat xonalari elektron qulflar bilan jihozlangan bo‘lsa, kompyuter yordamida ularni yagona tarmoqqa birlashtirish mumkin. Bu tarmoq ham bir qancha qo‘shimcha vazifalarni bajaradi:

- markaziy pultdan berilgan komanda bo‘yicha nomerni blokirovka qilish, bir yoki bir nechta nomerni ochish;
- nomerga ruxsatsiz kirishga harakat qilingan taqdirda trevoga signalini olish;
- eshikning holati (ochiq/berk, qaysi kalit bilan) haqida axborot olish;
- nomerda mehmon bor-yo‘qligi haqida axborot olish. Ammo bu funksiya ayrim mamlakatlarda taqiqlangan, chunki mehmonning shaxsiy hayotiga aralashish hisoblanadi.

3. Mehmonxonani boshqarish kompyuter tizimlari

Mehmonxona majmuini markazlashtirilgan tartibda boshqarish kompyuter tizimlari hatto yirik mehmonxona faoliyatini ham ko‘p vaqt va kuch sarflamasdan muvofiqlashtirish imkonini beradi. Tizim quyidagi vazifalarni hal qiladi:

- biznes-jarayonlarni oqilonalashtirish, qog‘ozli hujjat aylanishi hajmini kamaytirish;
- xizmatlar va xodimlar faoliyati ustidan nazoratni kuchaytirish;

- mehmonlarga xizmat ko‘rsatish sifatini yaxshilash;
- operatsion harajatlarni oqilonalashtirish;
- statistik va analitik funksiyalar.

Professional tizimlar zamirida ko‘plab mehmonxonalarning muvaffaqiyatli ish tajribasi yotadi. Bu tajriba yildan yilga oshib bormoqda va yangi professional ishlovlarda takomillashtirilmoqda. Hozirgi vaqtda avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimini tanlashda mehmonxonalar diqqatiga sazovor bo‘lgan bir nechta professional ishlovlar mavjud.

Mehmonxona xo‘jaliklarini avtomatlashtirish kompleks tizimlari ko‘pligiga qaramay, bunday tizimlarni tuzishning asosiy prinsiplari ancha o‘xshash.

Barcha tizimlar mehmonxonaning asosiy xizmatlari, chunonchi: nomerlar fondi, ma’muriy, tijorat, muhandislik, umumiy ovqatlanish xizmatlari faoliyatini avtomatlashtiruvchi dasturlar paketidan tashkil topadi. Dasturlarning o‘zi funksional prinsipga ko‘ra tuzilgan.

Masalan, nomerlar fondini boshqarish xizmati (Front office)ni avtomatlashtirish dasturi nomerlar fondini boshqarish, rezervlash, bronlash, mehmonlarni ro‘yxatga olish, joylashtirish, yashash va ko‘rsatilgan xizmatlar bahosini avtomatik tarzda yozish yo‘li bilan mehmonlarning hisobvaraqlarini yuritishni ta’minlash imkonini beradi.

Restoranlar, barlar hamda umumiy ovqatlanishning boshqa bo‘limlarida mijozlarga xizmatlar ko‘rsatish va ular bilan hisob-kitob qilishni avtomatlashtirishga mo‘ljallangan dastur quyidagi vazifalarni bajaradi: mehmonlarning ovqatlanishi va zallarning yuklanishini boshqarish dasturlarini yuritish, omborda va ishlab chiqarishda oziq-ovqat mahsulotlari mavjudligini kuzatish, oziq-ovqat omboriga talabnomalarni rasmiylashtirish, ishlab chiqarish oziq-ovqat mahsulotlarining harakatini hisobga olish va nazorat qilish, taomlar va menyuni kalkulyatsiya qilish.

Tizimlarning servis modullari hujjatlar va xatlarni tayyorlash va chop etish, operatsion, statistik va moliyaviy hisobotlar tuzishga mo‘ljallangan. Kichik mehmonxonalarda asosan Front offise ni avtomatlashtirish uchun mo‘ljallangan soddalashtirilgan tizimlar qo‘llaniladi. quyida shunday tizimlarning ayrimlarini ko‘rib chiqamiz.

Fidelio tizimi-Mehmonxonalar va restoranlar uchun boshqaruv tizimlari yaratishga ixtisoslashgan dunyodagi eng yirik Micros-Fidelio korporatsiyasining kompleksi eng ko‘p tarqalgan universal mahsul hisoblanadi. Fidelio tizimi 100 dan ortiq yirik mehmonxona tarmoqlari (Sheraton, Hilton, Marriot, Kempinsky, Hyatt va h.k.)da o‘rnatilgan. MDH

va Boltiqbo‘yi mamlakatlari hududidagi 90 dan ortiq mehmonxonalar ham o‘z faoliyatida mana shu texnologiyalardan foydalanadi.

Fidelio tizimi mehmonxona ishining nomerlarni kompyuterda rezervlashtirish, mehmonlarni ro‘yxatga olish, joylashtirish va ro‘yxatdan chiqarishdan nomerlar fondini boshqarish, buxgalteriya va moliya ishlarini yuritishgacha bo‘lgan barcha bosqichlarini qo‘llab-quvvatlaydi. Tizim muomalada juda sodda bo‘lib, biron-bir alohida shaxsiy kompyuterlarni taqozo etmaydi va har qanday kattalikdagi mehmonxonalarda foydalanish uchun mosdir.

Kompleks funksional jihatdan bir nechta modulga ajratilgan: bronlashtirish, nomerlar fondini boshqarish bloki, tariflarni boshqarish (ko‘rib chiqish, o‘zgartirish, oqilonalashtirish), xizmatlarni paketlashtirish (konfiguratsiya, realizatsiya, kuzatish, xizmatlar ko‘rsatish, hisob-kitob qilish va sh.k.), mehmonlarni ro‘yxatga olish va ro‘yxatdan chiqarish, hisobotlar tayyorlash va sh.k.

Bronlashtirish moduli 20 dan ortiq har xil vazifalarni bajarish, chunonchi: xonalarning mavjudligi haqidagi axborotni ko‘zdan kechirish, mijozlarning ma’lumotlar bazasini yuritish, har qanday toifaga mansub mehmonlar uchun nomerlarni bronlashtirish, hisob va statistikani yuritish, avtomatik faks jo‘natish imkonini beradi. Hisobotlar moduli mehmonxona ishida zarur bo‘lgan ma’lumotnomalar, shakllar, statistik materiallarning qayrib 300 turini tayyorlashga yordam beradi. Nomerlar holati, mehmonxonaning to‘lganlik darajasi, unda yashayotgan mehmonlar, joriy moliyaviy holat to‘g‘risidagi hisobotlar shular jumlasidandir.

Fidelio tizimi to‘la rusifikatsiya qilingan va MDH bozori uchun moslashtirilgan. qoida tariqasida, Fidelio tizimini mehmonxonalar restoranlar uchun mo‘ljallangan Micros kassa-hisob-kitob majmui bilan birga o‘rnatadilar. qo‘shimcha tarzda moliya-xo‘jalik faoliyatini avtomatlashtirish dasturi, sotish va marketing bo‘limi ishini tashkil etish dasturi, bosh muhandis dasturi va boshqa dasturlar yetkazib berilishi mumkin.

Barcha dasturlar yagona birlashtirilgan tizim tarzida ishlaydi. Fidelio tizimi DOS operatsion muhitida faoliyat ko‘rsatadi. Fidelio FO tizimini o‘rnatish bahosi har bir buyurtmachi uchun alohida hisoblanadi va birinchi navbatda tizimning komplektlanishi va mehmonxonaning kattaligiga bog‘liq bo‘ladi.

MDH bozorida Micros-Fidelio firmasining eksklyuziv distribyutori sifatida so‘nggi yillarda HRS (Hotel & Restaurant Systems) kompaniyasi ish olib bormoqda. HRS dasturiy ta’minot va apparat vositalarini to‘liq

o‘rnatadi, xodimlarga tizim bilan ishlashni o‘rgatadi va foydalanuvchilarni qo‘llab-quvvatlash bilan shug‘ullanadi.

Lodging Touch tizimi mehmondo‘stlik sanoati uchun dasturlar ishlab chiqish sohasidagi yetakchi tashkilotlardan biri – AqShning MAI Hospitality kompaniyasi tomonidan yaratilgan. Bugungi kunda Lodging Touch tizimi mehmonxona biznesini kompleks avtomatlashtirish dasturiy vositalarining eng zamonaviylaridan biri hisoblanadi. Dastur to‘la rusifikatsiya qilingan va MDH bozori uchun moslashtirilgan. Boshqa shunga o‘xshash tizimlardan farqli o‘laroq, Lodging Touch tizimi Windows NT operatsion muhitida faoliyat ko‘rsatadiki, bu uning faoliyat doirasini ancha kengaytiradi, shuningdek u bilan ishlash usulini oson o‘zlashtirish imkonini beradi.

Tizim mehmonxonaning turli bo‘limlari: porte, restoran xizmati, sotish, banketlar tashkil etish bo‘limini avtomatlashtiruvchi dasturlarning birlashtirilgan paketidan tashkil topgan. Lodging Touch tizimi buxgalteriya dasturlari, mehmonxona daromadini oqilonalashtirish tizimlari, pullik televideniye, telefon, nomerga kirishni nazorat qilish va b. tizimlar bilan bog‘lanishi mumkin.

Lodging Touch-Porte tizimi modul prinsipiga asosan tuzilgan. Operatsion blok tizimning bosh bo‘g‘inini tashkil etadi. U nomerlarni bronlashtirish (bronni rasmiylashtirish va bekor qilish, kutish varaqlarini yuritish, mehmonxona qavatlarini ko‘zdan kechirish), mehmonlarni joylashtirish va ro‘yxatdan chiqarish, to‘lovlarni kiritish va tungi audit taomili funksiyalarini qo‘llab-quvvatlaydi. Shu yerda mehmonxonadagi holat to‘g‘risidagi hisobotni (grafik yoki jadval variantlarida) ko‘zdan kechirish, turli-tuman ma’lumotlar (mehmon kartochkalari, pasport ma’lumotlari va h.k.) olish mumkin.

Lodging Touch tizimining boshqa ayrim dasturiy modullari qatoriga tariflarni boshqarish bloki, nomerlar fondini boshqarish bloki (nomerlarni tozalash va xodimaning ish grafigini tuzish uchun mo‘ljallangan) kiradi. Lodging Touch tizimida turistik agentliklar bilan ishlash dasturiy bloki ham bo‘lib, u agentliklardan olingan buyurtmalarni rasmiylashtirish, vositachilik haqini hisoblash, skidkalar va maxsus takliflarni belgilash, statistika ma’lumotlarini ko‘zdan kechirish imkonini beradi.

Lodging Touch tizimining MDH mamlakatlaridagi rasmiy distribyutori LIBRA Interneshnl kompaniyasidir.

Nimeta tizimi-Bu kichik va o‘rta mehmonxonalar uchun mo‘ljallangan nisbatan yangi mahsuldir. Nimeta tizimi Internet-texnologiyalar vositasida mehmonxonani boshqarish tizimini ijaraga olish

va undan foydalanish imkonini beradi. Bu texnologiyaning ish prinsipi shundan iboratki, mehmonxona haqidagi barcha ma’lumotlar va mehmonxonani boshqarish tizimining dasturi mehmonxonadan tashqarida, buning uchun maxsus ajratilgan serverda joylashgan bo‘ladi. Mazkur server Internet-provayderning jihozlangan servis-markazida bo‘ladi. Shunday qilib, Nimeta tizimini ulash va undan foydalanish uchun kompyuterga ega bo‘lish va Internetga chiqish kifoyadir.

Mehmonxonalarni kompyuterlashtirishning boshqa tizimlari ham juda ko‘p. Amalda barcha tizimlar taxminan bir xil funksiyalar va imkoniyatlar to‘plamiga ega bo‘lib, ular o‘rtasidagi farq juda ahamiyatsizdir.

Masalan, «Edelveys» tizimida bronlash mehmonxona nomerlarining vizual rejasi yordamida amalga oshiriladiki, bu bronlash operatsiyasini ancha yengillashtiradi.

«**AMADEUS**» bronlash bilan shug‘ullanadigan eng mashhur kompyuter tizimidir. U boshqa tizimlarga qaraganda ko‘proq miqdorda xalqaro xizmatlar ko‘rsatishga qodir. «AMADEUS» Hotels tizimi yer yuzidagi 35 000 mehmonxona va boshqa joylashtirish vositalari haqida aniq ma’lumotlarni taklif qiladi. U mehmonxonaning joylashgan manzili, bo‘sh o‘rinlarning mavjudligi, ko‘rsatiladigan xizmatlar to‘plami va narxlar haqida ma’lumotlar beradi.

Mehmonxona xizmatlarini bronlash bo‘limlari Internet tarmog‘ida ham mavjud. Ularning eng mashhuri Travel Web dir. U 1996 yilda AQShning «Pedasus Systems» kompyuter kompaniyasi tomonidan ochilgan. Travel Web jahonning 94 mamlakati, barcha yetakchi mehmonxona tarmoqlari va 200 dan ortiq aviakompaniya haqida axborot beradi. Bronlashdan tashqari, u ma’qul mehmonxonalar va aviareyslarni qidirish tizimiga ham ega.

4. Dunyo miqyosidagi rezervlash tizimlari

Kompaniyalarning turli rezervlash tizimlari bilan ishlash ko‘p yillik tajribasi elektron rezervlash tizimidan foydalanishga o‘tgan o‘rta mehmonxona mazkur tizim orqali har oyda qo‘shimcha tarzda bir necha o‘ntadan bir necha yuztagacha buyurtma olishini ko‘rsatadi.

Tarixan bu tizimlar aviachiptalarni rezervlash tizimi sifatida yaratilgan edi. Hozirda bu funksiyadan tashqari barcha tizimlar mehmonxonalardagi joylarni rezervlashtirish, ijaraga avtomobillar, turli tomoshalarga chiptalar va h.k. buyurtma qilish imkonini beradi.

Bugungi kunda jahonda to‘rtta dunyo miqyosida rezervlash tizimi (Global Distribution Systems – GDS) mavjud. Bular: Amadeus, Galileo,

Sabre va Worldspan. Ular jami mehmonxonalar bozorining 90% dan ko‘prog‘ini qamrab olgan. Ularning terminallari yer yuzidagi 400 mingdan ortiq turistik agentliklarda o‘rnatilgan. Bu tizimlar «oltin to‘rtlik» deb atalishi bejiz emas. Jahon mehmonxona bozorining qolgan bir necha foizi mintaqaviy rezervlash tizimlariga va yuqorida zikr etilgan tizimlarga qo‘shilish arafasida turgan tizimlarga tegishli.

Rezervlash tizimlari bilan ishlashning universal resepti mavjud emas, shu bois har bir muayyan mehmonxona uchun mijozlarning strukturaviy tarkibini, narx-navo siyosatini va h.k.ni mufassal tahlil qilish lozim.

Har bir GDS, dunyo miqyosidagi tizim ekanligiga qaramay, jahonning muayyan qismida amal qiladi. Masalan, Amadeus va Galileo eng avvalo Yevropada, Sabre va Worldspan esa – Amerikada faoliyat ko‘rsatadi. SAHARA tizimi MDH mamlakatlarida hamda Afrika va Yaqin Sharqning ba’zi bir mamlakatlarida tarqalgan.

Inter-Continental, Radisson va boshqa mehmonxona tarmoqlariga kiruvchi mehmonxonalar uchun GDS bilan ishlash markazlashtirilgan tartibda tashkil etiladi va mehmonxona tarmog‘i marketing strategiyasining ajralmas qismi hisoblanadi. Mustaqil mehmonxonalar uchun dunyo miqyosidagi rezervlash tizimlari bilan ishlashning bir variantlari mavjud:

- bir yoki bir nechta bronlash tizimlarining terminallarini o‘zida o‘rnatish va mustaqil ishlash;
- bunday xizmatlar ko‘rsatishga ixtisoslashgan vositachi kompaniya bilan shartnoma tuzish;
- dunyo miqyosidagi rezervlash tizimlari bilan ishlaydigan yirik turoperator bilan shartnoma tuzish.

Mehmonxonada o‘z GDS terminallarini o‘rnatish eng murakkab va qimmat yechimdir. Uni amalga oshirish uchun mehmonxona rezervlash tizimlari bilan shartnomalar tuzishi, aloqa tarmoqlarini o‘tkazishi, kerakli asbob-uskunalarni o‘rnatishi, xodimlarga ularda ishlashni o‘rgatishi va boshqa ko‘plab shunga o‘xshash ishlarni amalga oshirishi lozim. qilingan sarf-harajatlar yaqin kelajakda o‘zini oqlashi uchun GDSdan muttasil ravishda ko‘plab buyurtmalar olish lozim. Binobarin, bunday yondashuv faqat o‘z mehmonxonalar tizimiga ega bo‘lgan mehmonxonalar tarmoqlari uchun o‘rinlidir. Shu bois GDS bilan mustaqil mehmonxonalarning ishlash holatlari deyarli ma’lum emas.

Vositachi kompaniya (provayder) orqali ishlash ancha yengil va arzondir. Bundan tashqari, qoida tariqasida, maxsus asbob-uskunalar o‘rnatish, maxsus ajratilgan aloqa tarmoqlarini o‘tkazish va mehmonxonaga xos bo‘lmagan boshqa funksiyalarni bajarish talab

etilmaydi. Mehmonxonani, uning nomerlarini, narxlarni mufassal tavsiflovchi so‘rovnomani to‘ldirish va bronlashga tasdiqnoma kelishini (odatda faks orqali) kutish kifoyadir.

Provayder xizmatlari haqi bir yilda bir necha yuz dollardan bir necha ming dollarga yetishi mumkin. Har bir sof (ya’ni amalga oshirilgan va bekor qilinmagan) bronlash uchun qayd etilgan haq (taxminan 10 AqSh dollari) olinadi. Vositachi kompaniya funksiyasiga (tegishincha mehmonxona harajatlariga ham) bronlashni amalga oshiruvchi turistik agentlarga vositachilik haqi to‘lash kiradi. Vositachilik haqi miqdorini har bir mehmonxona har xil belgilaydi. Odatda uning miqdori bronlash summasining 10% ni tashkil qiladi.

Texnik nuqtai nazardan olib qaraganda, turoperator orqali ishlash oldingi variant bilan aniq mos keladi. Birdan-bir farq moliyaviy munosabatlarning tashkil etilishidadir. Turoperator uchun GDS orqali mehmonxonani bronlashtirgan har bir mijoz amalda yakka turist hisoblanadi. Uni mehmonxonaga joylashtirishga mehmonxona turoperatorlar uchun belgilagan narxlar amal qiladi. Turoperator skidkasi (komissiyasi)ning miqdori, qoida tariqasida, nomerlar narxiga qarab, 15-30% va undan ko‘proq bo‘ladi. O‘z skidkasidan turoperator agentlik komissiyasini to‘laydi, rezervlash tizimlari, telekommunikatsion kompaniyalarga majburiy to‘lovlarni amalga oshiradi.

Turoperator orqali ishlash barcha jihatlardan ma’qulroqdir, chunki turoperator skidkasi mijozlarning mehmonxonada amalda yashashiga nisbatan amal qiladi, binobarin, turoperator mehmonxonaga mijozlarni jalb qilishdan bevosita manfaatdordir. Mijozlar bo‘lsa – daromad bo‘ladi, mijozlar bo‘lmasa – mehmonxonadan hech qanday to‘lovlar kelmaydi.

Axborot tarqatish muqobil kanallari jadal rivojlanishi natijasida mehmonxonalar sohasida dunyo miqyosida rezervlash tizimlari o‘zining avvalgi mavqeini asta-sekin yo‘qotib bormoqda. Jahon Internet kompyuter tarmog‘i bu «yangi to‘lqin»ning sardoridir. Buni bronlash tizimlarining o‘zi ham e’tirof etmoqda. Bu ularni Internet bilan birlashishga va o‘z Internet-serverlarini tuzishga rag‘batlantirmoqda. Bunda GDSdagi axborotga kirish va mehmonxonalarni bronlashtirish Internet-serverlar orqali ta’minlanadi. Bugungi kunda SAHARA tizimidan tashqari, barcha GDS shunday imkoniyatlarga ega.

Mehmonxonalar uchun Internet tarmog‘ining imkoniyatlari faqat GDS bilan hamkorlikda ishlashdan iborat emas. Internetdan foydalanishda mehmonxonalar erishadigan asosiy ustunlik qamrab olinadigan mijozlar

doirasining kengligi (yer yuzi aholisining 100 mln.dan ko‘prog‘i) va GDSga qaraganda arzonroq ustama harajatlardadir.

Hozirning o‘zidayoq Internet dunyo miqyosidagi rezervlash tizimlarining jiddiy raqibiga aylandi. Internet orqali ishlash dunyo miqyosidagi rezervlash tizimlari ishidan quyidagi jihatlar bilan farq qiladi:

- GDSda mehmonxona faqat bir marta, Internetda esa – istalgan serverlarda istalgan miqdorda ko‘rsatilishi mumkin;
- dunyo miqyosidagi rezervlash tizimlari bilan o‘z ishi uchun mehmonxonalardan vositachilik haqi oladigan professional turagentlar ishlaydi, Internetdan esa arzon mehmonxona topishga harakat qilayotgan jismoniy shaxslar foydalanadi. Bunda hech qanday agentlik komissiyasi to‘lanmaydi.

Internetga kirish imkoniyatiga ega bo‘lish va unda o‘z sahifasini tashkil etish dunyo miqyosidagi rezervlash tizimlaridan foydalanish huquqini qo‘lga kiritishga qaraganda oson va arzonroq bo‘lib, bunga istalgan mehmonxonaning qurbi yetadi. Ammo, Internet - markazlashtirilmagan muhit. Agar Toshkent mehmonxonasi o‘zi haqida axborotni istalgan GDSga kiritsa, uni Toshkent mehmonxonalari ro‘yxatini ko‘zdan kechirgan har bir turagent ko‘radi.

Internetda buning batamom teskarisi: muayyan mehmonxona sahifasi tashkil etilganidan keyin u haqda deyarli hech kim xabar topmaydi. Internetning istalgan foydalanuvchisi o‘ziga mehmonxona tanlamoqchi bo‘lganida yuqorida zikr etilgan mehmonxona sahifasini topishi uchun uni turli axborot qidirish tizimlari, ma’lumotnomalar, kataloglarda ro‘yxatdan o‘tkazish bo‘yicha uzoq va mashaqqatli ish olib borish, bannerli reklamaga katta mablag‘lar sarflash va boshqa shunga o‘xshash sa’y-harakatlar talab etiladi.

Internetdan foydalanishning muhim afzalliklaridan biri shundaki, u xalqaro va shaharlararo so‘zlashuvlarga harajatlarni ancha kamaytirish imkonini beradi.

5. Mehmonxonaning aloqa vositalari

Mehmonxonaning aloqa vositalariga xizmat doirasida foydalanish uchun mo‘ljallangan ichki aloqa, mijozlar bilan aloqa (shu jumladan peyjer aloqasi va radio), ovoz yozib oluvchi javob berish avtomatlari, fakslar, ma’lumotlar berish xizmati va avariya markazi kiradi. Mijozlar mehmonxona bilan ilk aloqani ko‘pincha telefon orqali bog‘laydilar. Bu

barcha telefon qo‘ng‘iroqlariga jiddiy munosabatda bo‘lishning muhimligini ko‘rsatadi.

Aloqa markazi – mehmonxona hayotining muhim tarkibiy qismi. Mehmonxona hayotining osoyishtaligi aloqa markazining normal ishlashiga bog‘liq. Bundan tashqari, aloqa markazi qo‘shimcha daromad manbai hamdir, chunki mehmonxonalar odatda mehmon xonasidan amalga oshirilgan xalqaro so‘zlashuvlar qiymatiga 50% ustama qo‘yadi.

Aloqa markazi uzzukun, bosh ma’mur ofisining grafigi bir xil tartibda – uch smenada ishlaydi. Ushbu xizmat xodimlari har qanday vaziyatda, ayniqsa, favqulodda holatlarda, asabiy muhitga qaramay, xotirjamlikni saqlashlari muhim ahamiyatga ega.

Tayanch iboralar: Rezervlash xizmati, qayta bronlash (Overbooking), guruhiy bronlash, qabul qilish (reseption), VIP –mijozlar, elektron qulf, Fidelio, Lodging Touch, Nimeta tizimlari, Edelveys tizimi, Amadeus Calileo, Sabre va Worldspan.

Mustaqil nazorat qilish uchun topshiriq va savollar:

1. Avtomatlashtirilgan axborot tizimlari qanday ma’lumotlarni o‘z ichiga oladi?
2. Rezervlashning markazlashtirilgan tizimi qaysi tarmoqlar orqali ishlaydi va unda qanday ma’lumotlar beriladi?
3. Bronlash tartibi va mijozdan olinadigan dastlabki ma’lumotlar haqida gapirib bering.
4. Bronlashning qanday tartib qoidalari mavjud?
5. Bronlash xizmati qaysi bo‘limlar bilan aloqada bo‘ladi?
6. Mehmonlarni ro‘yxatga olish xizmati qanday xizmat va u nimalarni o‘z ichiga oladi?
7. Mijozni ro‘yxatdan chiqarish qanday amalga oshiriladi?
8. Qabul qilish xizmatini qanday jihatlari mavjud?
9. Zamonaviy mehmonxona biznesi qanday kompyuterlashtirilgan?
10. Mehmonxonalarda qanday kompyuter tizimlari ishlatiladi?

Foydalanadigan asosiy darsliklar va qo‘llanmalar ro‘yxati

1. Karimov I.A. O‘zbekiston XXI asrga intilmokda T.:O‘zbekiston.1999.
2. Karimov I.A. O‘zbekiston XXI asr bo‘sag‘asida: xavfsizlikka tahdid, barqarorlik shartlari va taraqqiyot kafolatlari. T.O‘zbekiston, 1997 .
3. Karimov I.A. O‘zbekiston iqtisodiy islohatlarni chuqurlashtirish yo‘lida. T.: O‘zbekiston. 1975 .
4. O‘zbekiston Respublikasining «Turizm to‘g‘risida»gi qonun // «Xalq so‘zi» gazetasi, 1999 y 14 sentyabr
5. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «Turizm faoliyatini litsenziyalash to‘g‘risidagi nizomni tasdiqlash haqida»gi Qarori. // «Xalq so‘zi» gazetasi, 2003 y 12 noyabr
6. «2006-2010 yillarda O‘zbekiston Respublikasida xizmatlar sohasi va servisni jadal rivojlantirish xaqida» O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. 2006 y.
7. Aliyeva M.T., Umarjonov A. Turistik mamlakatlar iqtisodiyoti. –T.: -Moliya, 2005,
8. .Aliyeva M, ass. F.Qutlimurotov. «Turizm iqtisodiyotii» fani (Ma’ruza matni). TDIU,2005.
9. Aleksandrova A.Yu. Mejdunarodniy turizm. - M: Aspekt Press, 2004.
10. Balashova Ye «Gostinichniy biznes» M.2005g.
11. Bgatov A.P. Turistskiye formalnosti. «Akademiya». M. 2004.
12. Birjakov M.B. Vvedeniye v turizm. S.Pb.: Izdatelskiy Torgoviy

Dom «Gerda», 2006.

13. Bogdanov Ye.I. Planirovaniye na predpriyatii turizma SPb.: Izd.d. «Biznes- press» 2005

Kamilova F.K. – «Xalkaro turizm bozori»// o'quv kullanma, Toshkent. TDIU-2001

14. Kvartalnov V.A. Menedjment turizma: ekonomika turizma. Uchebnik. 2002
15. Kabushkin.N.N. Menejment turizma. -Mn.: Novoye znaniye 2005 god.
16. Kvartalnov V.A. Inostranniy turizm. M.: 2003.
17. Kvartalnov V.A. Turizm. – M., Finansi i statistika. 2004
18. Medlik S, X.Ingram «Gostinichniy biznes». Izdatelstvo YUNITI-DANA, 2005g.

19. Pardayev M.Q- «Turizm asoslari» (Ma’ruzalar matni) Samarqand 2006
20. . Salimova B.X, Aliyeva M.T., Mexmonxona menejmenti. – T.: Iktisod -Moliya, 2005,
21. Tuxliyev I.S. «Turizm asoslari»Samarkand 2007 y
22. Tuxliyev N., T. Abdullayeva «Menedjment i organizatsiya biznesa v turizme O'zbekistana» T.2006g.
23. Chudnovskiy A.D. Upravleniye industriy turizma.M: KNORUS. 2005.
24. Yakovlev.G.A Ekonomika i statistika turizma. Uchebnoye posobiye. M.: Izd. 2005.
25. Internet saytlar:

www.world-tourism.org-Vsemirnaya turistskaya organizatsiya
www.wttc.org-Vsemirniy Sovet po puteshestviyam i turizmu
www.tag-group.com-Konsultativnaya gruppa po voprosam Turizma
www.ekonomtour.ru-Ekonomicheskiye turi.