



## Conceptual directions of improving the quality of service in hotels and scientific-theoretical and methodological issues of its evaluation

Anvar KHOLIKULOV<sup>1</sup> Nilufar YULDASHEVA<sup>2</sup>

Samarkand Institute of Economics and Service

---

### ARTICLE INFO

**Article history:**

Received February 2021  
Received in revised form  
20 February 2021  
Accepted 15 March 2021  
Available online  
5 April 2021

**Keywords:**

Hotel, service, service,  
quality, quality of service,  
quality of service in hotels, a  
system of indicators  
representing the quality of  
service in hotels.

---

### ABSTRACT

The article describes the conceptual directions of improving the quality of service in hotels and scientific-theoretical and methodological issues of its evaluation. It shows the factors affecting the quality of hotel services, the specifics of hotel services, the system of indicators that reflect the quality of service in hotels, the content and ways to determine them.

2181-1415/© 2021 in Science LLC.

This is an open access article under the Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>)

## Меҳмонхоналарда сервис сифатини оширишнинг концептуал йўналишлари ва уни баҳолашнинг илмий- назарий ва услубий масалалари

---

### АННОТАЦИЯ

**Калит сўзлар:**  
меҳмонхона, сервис,  
хизмат, сифат, сервис  
сифати, меҳмонхоналарда  
сервис сифати,  
меҳмонхоналарда сервис  
сифатини ифодаловчи  
кўрсаткичлар тизими.

Маколада меҳмонхоналарда сервис сифатини оширишнинг концептуал йўналишлари ва уни баҳолашнинг илмий-назарий ва услубий масалалари ёритиб берилган. Унда меҳмонхона хизматлари сифатига таъсир қилувчи омиллар, меҳмонхона хизматларининг ўзига хос хусусиятлари, меҳмонхоналарда сервис сифатини ифодаловчи кўрсаткичлар тизими, мазмuni ва уларни аниқлаш йўллари кўрсатиб берилган.

<sup>1</sup> Ph.D., Associate Professor, Head of the Department of Economic Analysis and Statistics, Samarkand Institute of Economics and Service, Samarkand, Uzbekistan

<sup>2</sup> lecturer of "Economic Analysis and Statistics", Samarkand Institute of Economics and Service, Samarkand, Uzbekistan

# Концептуальные направления повышения качества обслуживания в гостиницах и научно-теоретические и методологические вопросы его оценки

## АННОТАЦИЯ

**Ключевые слова:**

гостиница, сервис, обслуживание, качество, качество обслуживания, качество обслуживания в гостиницах, система показателей, отражающих качество обслуживания в гостиницах.

В статье описаны концептуальные направления повышения качества обслуживания в гостиницах и научно-теоретические и методологические вопросы его оценки. Показаны факторы, влияющие на качество гостиничных услуг, специфика гостиничных услуг, система показателей, отражающих качество обслуживания в гостиницах, содержание и способы их определения.

## КИРИШ

Сервис соҳаси одамлар ҳаётини яхшилашга қаратилган. Одамларнинг ҳаётини яхшилаш эса бениҳоя кенг қамровли жараён. Шу туфайли сервис соҳасининг тармоқлари ва кўлами жуда кенг. Ушбу соҳа одамларга муносиб шароит яратиб бериш билан бирга мамлакат ялпи ички маҳсулотида ҳам ўзининг сезиларли ўрнига эга бўлиб бормоқда.

Мамлакатимизда амалга оширилаётган ислоҳотлар, ислоҳотлар учун эмас, балки инсонлар, уларнинг муносиб турмуш шароитини яхшилашга, ижтимоий ҳимоясини кучайтиришга қаратилганлигини Президентимизнинг ҳалқимиз фаровонлигини ошириш, ишсизликни камайтириш, аҳолини кексалик ёшида пенсия билан таъминлаш, уларни ижтимоий муҳофаза қилиш борасида узлуксиз ғамхўрлик қилиб келаётганлигида кўриш мумкин.

Шуни эътироф этиш керакки, ҳозирги сайёҳлар, ҳатто экстремал туризм ишқибозлари ҳам максимал даражадаги қулайликларни хоҳлашади. Ўзбекистоннинг тарихий, маданий обидалари билан танишиш ёки маҳаллий ишбилармонлар билан ҳамкорлик ўрнатиш учун келадиганлар янада кўпроқ қулайликлар бўлишини талаб қиласди. Германияда муваффақият билан ишлаётган турфирмаларидан бирининг вакилини айтишича: «ғарблиқ туристлар бегоналарнинг ҳаётини кўришни ёқтиришади, лекин ўзларининг одатий ҳаётлари билан яшашни исташади». Кўпгина хорижлик меҳмонлар уларнинг эҳтиёжлари тўлиқ қондирilmайдиган мамлакатга озгина муддатга бўлсада боришни исташмайди. Мехмондўстлик саноатининг, яъни меҳмонхоналарнинг вазифаси Ўзбекистонга келадиган хорижлик меҳмонларга барча қулайликларни яратиб беришга қаратилган сифатли сервис хизматини ташкил қилишдан иборатdir.

## МАВЗУГА ОИД АДАБИЁТЛАР ТАҲЛИЛИ

Ушбу жараённинг назарий масалаларини тадқиқ қилиш «Хизмат (сервис) сифати» нима, деган саволга жавобни топишни тақозо қиласди. Сифат деганда кўрсатилаётган хизматлар кутилаётган ёки белгиланган стандартларга мос келиши тушунилади. Демак, стандартлар, уларнинг реал шакли ва мазмуни хизмат кўрсатиш сифатини баҳолаш кўрсаткичи ҳисобланади. Истеъмолчи учун унга кўрсатилган хизмат сифатини баҳолаш кўрсаткичи - бу унинг кониқканлиги, яъни олинган хизмат сифатининг кутилганига мос келишидир. Мижознинг

кониққанлиги кўрсаткичи унинг яна бир марта қайтиши, ўз дўстлари ва танишларига хизматнинг сифати тўғрисидаги таъсуротлари билан ўртоқлашишидир. Бу сифатдан баҳраманд бўлган кишининг оғзаки рекламасидир. Бу реклама эса ўз навбатида жуда ишончли ва таъсичан бўлади. Энг муҳими энг арzon реклама турига киради.

Хизматлар сифати кўплаб тадқиқотларда ўрганилган бўлиб, адабиётида сифатни талқин этиш бўйича турли нуқтаи назарлар мавжуд. Буларни А.Д.Чудновский тўрт гуруҳга бўлган[1]:

1. Товарнинг истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини қондирувчи хусусиятлари. Бу турдаги сифат харажатларни оширишни тақозо этади. Меҳмонхонада люкс хоналар стандарт хоналарга нисбатан кўпроқ хусусиятларга эга бўлиб, юқори нархни талаб қиласди.

2. Техник сифат. Бунда мижоз хизматчи билан муносабатдан кейин эга бўлган наф техник сифатни ифодалайди. Масалан, меҳмонхонадаги номер, ресторандаги овқат, ижарага олинган автомобиль ва бошқалар.

3. Функционал сифат товар ёки хизматни тақдим этиш жараёни ҳисобланади. Бу жараён давомида истеъмолчилар фирма хизматчилари билан муносабатда бўлиши кўплаб босқичлардан иборат бўлади. Масалан, функционал сифат мижознинг кутишларини тўлиқ оқламаган хона ҳақидаги таъсуротларни яхшилаш мумкин. Лекин агар функционал сифат қониқарсиз бўлса, бошқа ҳеч нарса мижознинг хизматдан қониқиши ҳиссини туғдириши қийин бўлади.

4. Жамоатчилик (ижтимоий) сифат (ахлоқий). Бу сифат ишонч ҳисси билан боғлиқ бўлиб, уни истеъмолчи ҳаридгача, кўп ҳолларда ҳариддан кейин ҳам баҳолай олмасликлари мумкин. Масалан, меҳмонхона ходимларининг ёнгин хавфсизлиги қоидаларини билмаслиги яқин келажакда мижозларнинг эҳтиёжларини қондиришда ўз аксини топмайди. Бундан ташқари, меҳмонхона имиджи ҳам мижозлар томонидан сифатнинг баҳоланишига таъсир этади.

Кўпчилик меҳмонхоналарда сифатнинг стандарт ва меъёрларга мос келиши деб тушунилади. Бу ёндошув хизматлар кўрсатишнинг операцион даражасида, айниқса, меҳмонларнинг талабларини аниқлаш билан боғлиқ муаммолар юзага келиши мумкин бўлган жойларда қўл келади.

Лекин бошқарувнинг юқори бўғинларида стандартларга мос келиш юқори сифатнинг бир шарти ҳисобланади, холос. Сифат - мақсад сингари меҳмонлар эҳтиёжлари ўзгариши билан ўзгариб боради. Хизматлар эҳтиёжларни ҳисобга олган ҳолда доимий такомиллашиб бориши лозим.

К.Гренрус ўз тадқиқотларида[2] сифат бу меҳмонни ҳис қила олиш деб таъкидлайди. Унинг фикрича, меҳмонхона маъмурияти сифатни мижозлар каби тушуна олишлари лозим. К.Гренрус сифатнинг икки жиҳатини ажратиб қўрсатади:

1. Техник жиҳат ишлаб чиқариш маҳсулотларини ифодалайди – меҳмон олаётган ва истеъмол қилаётган барча нарсалар унинг учун муҳим ҳисобланади. Яхши қовурилмаган овқат ёки тартибсиз номер мижозда кўрсатилаётган барча хизматлар сифати ҳақида маълум тасаввурни шакллантиради. Бу сифатни баҳолаш унча мураккаб эмас.

2. Функционал жиҳат меҳмонга хизматлар қайси усулда ва воситаларда етказилишини ифодалайди. Яхши тайёрланган овқатни хўмрайган офицант келтириши натижасида хизмат сифатнинг даражаси сезиларли пасаяди.

Функционал сифат нафақат меҳмон ва персонал ўртасидаги ўзаро муносабатларни ифодалайди, балки бу ерга мижозларга хизмат қўрсатиш жараёни таркиби ҳам киритилади. Хизматларни қўрсатиш даражаси бўйича меҳмоннинг субъектив фикрига асосланганлиги сабабли сифатнинг бу жиҳатини баҳолаш бироз мураккабликни туғдиради.

Юқоридагиларга асосан меҳмонхона индустриясида «сифат» тушунчасини қўйидагича таърифлаш мумкин:

1. Сифат – бу мижозларнинг тўғри аниқланган эҳтиёжлариdir. Бунда меҳмонлар эҳтиёжларига мос келувчи хизматларни қўрсатиш концепцияси асос қилиб олинади. Агар мижозда номердан чиқмасданоқ сафарни режалаштиришга эҳтиёж бўлса, буни таъминлаш керак. Бу ҳолатда сифат рақобатда устунликка эришишга имкон беради.

2. Сифат – бу тўғри қўрсатилган хизматларdir. Бу ерда икки ёндошув уйғунлашади: хизматлар нафақат мижозлар талабларига жавоб бериши (техник жиҳат), балки бутун хизмат қўрсатиш тизими меҳмонларга қулайлик яратиш ва персонал билан шахсларро муносабатларни кўтаринкилик билан таъминлашга қаратилган ҳолда тузилиши лозим. Мазкур маънода сифат – хизматлар ҳақида етарли билимга эгаликни билдиради.

3. Сифат – бу доимийлик. Бунда бир хил даражадаги хизматни миллионлаб марта қўрсатиш зарурияти тушинилади. Беқарорлик – меҳмонхона бизнесининг асосий оғатидир. Жамият кутилмаган ҳолатларни ёқтирмайди. Агар савдо белгиси кутилаётган натижани бермаса, салбий тасаввур юзага келади. Шу сабабли сифатни ходимлар томонидан қўрсатиладиган хизматларни яхши ижро этиш деб қараш мумкин.

Хизматлар сифатини таъминлаш юқоридаги уч ҳолатни хизмат қўрсатишнинг ягона тизимига бирлаштиришдан иборат.

Тадқиқотлар шуни қўрсатадики, мижоз меҳмонхонага яна келиш ёки келмаслиги унга қўрсатилган хизматнинг яхши ёки ёмонлигига, яъни сервиснинг сифатига боғлиқ. Биринчи марта меҳмонни яхши реклама, бой жиҳозлар ёки кенг турдаги таомномалар билан жалб қилиш мумкин. Аммо иккинчи марта меҳмон персоналнинг профессионал ишлаши ва олдин унга қўрсатилган хизмат сифатининг юқорилиги учун келади.

Меҳмонхона маъмурияти, хизматчилари ва мижозлари ўртасидаги ўзаро муносабатларни белгилаб берувчи асосий ҳужжатлардан бири «Меҳмонхона хизматлари қўрсатиш қоидалари» ҳисобланади. Ушбу ҳужжатнинг «Хизмат қўрсатиш тартиби» бўлимида шундай деб қайд этилган: «Кўрсатилаётган хизматлар сифати шартнома талабларига жавоб бериши лозим. Агар шартнома бўлмаса ёки тўлиқ бўлмаса ушбу хизматларга одатда қўйиладиган талабларга жавоб бериши лозим. Меҳмонхонанинг моддий-техник таъминоти, қўрсатилаётган хизматларнинг миқдори ва сифати меҳмонхонага берилган категория талабларига жавоб бериши керак».

## ТАҲЛИЛ ВА НАТИЖАЛАР

Меҳмонхона хизматларининг сифати бир қанча омилларга bogлиқ. Бу омилларга бизнинг фикримизча қўйидагиларни киритиш мумкин:

1. Моддий-техника базасининг ҳолати, яъни: меҳмонхона биноларнинг қулай режалаштирилганлиги ва сифатли жиҳозланганлиги, жамоат ва яшаш хоналарининг қулай мебель ва ускуналар билан жиҳозланганлиги, тўлиқ комплектли юқори сифатли чойшаблар, замонавий ошхона жиҳозлари, қулай лифтлар ва х.к.

2. Хизмат кўрсатишининг илғор технологияси. Бунга: жамоат ва турага хоналарни тозалаш тартиби ва усуллари; мижозларни рўйхатга олиш ва улар билан ҳисоб-китоб қилиш, ресторон ва барларда овқатлар ва ичимликларни тайёрлаш рецепслари, савдо залларида хизмат кўрсатиш шакллари ва бошқалар киради..

3. Хизмат кўрсатувчи персоналнинг юқори даражада професионаллиги, унинг меҳмонга аниқ, тез ва маданиятли хизмат кўрсатишга қодирлиги ва тайёрлиги.

4. Меҳмонхоналарда хизмат кўрсатиш сифатини бошқариш. Бунга сифат стандартларини ишлаб чиқиш ва жорий этиш, персоналнинг малакасини муттасил ошириш, меҳмонхона фаолиятининг барча жабҳаларида хизмат кўрсатишни назорат қилиш, тўғрилаш, такомиллаштириш кабилар киради.

Меҳмонхона хўжаликларида хизмат кўрсатиш сифатига таъсир кўрсатувчи омилларни чуқурроқ ўрганишни талаб қиласди. Чунки ушбу кўрсаткичнинг даражаси бошқа жуда кўп иқтисодий-ижтимоий кўрсаткичларнинг ҳолати боғлиқдир.

Тадқиқотлар кўрсатдики, меҳмонхоналаримиздаги сервис даражаси жаҳон талабларига тўлиқ жавоб бермайди. Вилоятимизда бир неча меҳмонхоналаргина сервис ва хизмат кўрсатиш бўйича халқаро мавқега эга. Ушбу меҳмонхоналар бошқарув усуллари ва хизмат кўрсатиш даражаси професионал даражада ишлаб чиқилган. Хар бир меҳмонхонада мижозларнинг хизматлар сони ва сифатига бўлган талабларининг доимий ўзгариб туришини инобатга олган ҳолда уларнинг барча эҳтиёжларини қондирувчи ва белгиланган стандартларга мос келувчи сифатли хизматлар кўрсатишни таъминлаб бориши, уларнинг муҳим стратегик мақсади ҳисобланади.

Маълумки ҳар қандай ишда инсон меҳнати тадбиркорни фойда билан таъминлайдиган муҳим омил ҳисобланади. Аммо хизмат кўрсатиш соҳасида ушбу кўрсаткичнинг ҳажми бевосита меҳнатнинг миқдори ва сифатига боғлиқ. Кейинги пайтларда меҳмондўстлик саноатида, яъни меҳмонхона-ларда инсон омилига катта эътибор қаратилмоқда.

Самарқанд шаҳрида жойлашган меҳмонхоналарда ўтказилган сўровларда меҳмонхона хўжалигини ривожлантириш учун асосий омил нима, деган саволга биринчи навбатда персоналнинг професионаллиги (57,8%), деб жавоб бердилар. Қолган барча омиллар 42,2 %ни ташкил қиласди. Бундан кўриниб турибдики, меҳмонхонанинг рақобатбардошлиги бевосита унинг ходимларига ва улар томонидан кўрсатилаётган хизматларнинг сифатига боғлиқ экан.

Меҳмонхонада кўрсатиладиган хизматларнинг сифатига, лавозимидан қатъий назар, унда ишлайдиган барча ходимлар масъул бўлишини талаб қиласди. Истеъмолчи катта тоқатсизлик билан яхшироқ хизмат кўрсатилишини кутади. Шу туфайли қайси меҳмонхонада персоналлар яхшироқ хизмат кўрсата олса, шу корхона рақобатчиларга нисбатан қулайроқ имкониятга эга бўлади ва шу субъект рақобатбардош бўлиши тайин.

Иш учун қулай муҳит қўйидагиларда иборат:

- кадрларни танлаш ва жойлаштиришнинг адолатли жараёнини ташкил этиш;

- ҳар бир иш жойида норма ва стандартлар бажарилишини баҳоловчи кўрсаткичлар белгиланган ёзма шаклдаги хизмат мажбуриятлари (мансаб инструкциялари) мавжуд бўлиши;
- хизматчилар малакасини оширишга эҳтиёжларни ва шарт-шароитларни хизмат бўйича кўтарилиш нуқтаи назаридан баҳолаш, иш хақини ошириш (разрядни ошириш);
  - малакани доимий равишда ошириб боришни рағбатлантириш;
  - вақти-вақти билан бутун персонал ишини текшириб туриш;
  - барча даражадаги хизматларни рағбатлантириш дастури ва шартларини ишлаб чиқиши;
  - хизматчиларни хизмат мансабларини кўтаришнинг расмий режаси, кўтарилишнинг шартларининг белгилаб қўйилишини таъминлаш;
  - вақти-вақти билан иш хақини ошириш ва шу орқали мавжуд мансабларнинг рақобатбардошлигини сақлаш;
  - рақобатбардошлигини сақлаш мақсадида имтиёзлар тизимини такомиллаштириб бориш;
  - маъмурият учун мажбурий бўлган меҳнат келишмовчиликларини ҳал қилиш тартибини жорий қилиш.

Яна бир бор таъкидлаш лозимки, персонални танлаш жараёни жуда муҳим ҳисобланади. Бу иш жуда нозик бўлиб, персоналнинг шахсий сифатлари мижозларнинг характеристига мос тушиши лозим. Кадрлар танлаш жараёнини мантиқий кетма-кетлиқда бажариш лозим, яъни бўш жойга шошилинчда кадр тайинлаш жиддий салбий оқибатларни келтириб чиқариши мумкин.

Биринчи усул корхонада ишлайдиганларни олға сурини, иккинчи усул эса четдан одам олишдан иборат. Кишиларни ишга олишда маълум кўрсаткичларни белгилаб олиш зарур. Хизмат кўрсатувчи персонал, раҳбарлар қайси стандартларга жавоб бериши кераклиигини белгилаш керак.

Хизматчилар мансабини кўтариш корхонада профессионал ўсиш мумкинлигини кўрсатади, ҳамда жамоанинг маънавий руҳига ижобий таъсир кўрсатади. Ишга янги кишиларни қабул қилишнинг асосий устунлиги, янги ишчиларнинг юқорироқ малакага эгалигидир. Агар маъмурият янги ғоялар чиқишини, сифатнинг тезда яхшиланишини истаса, бунга ўз ходимлари мансабини кўтариш орқали эришиши ҳам мумкин. Аммо уларнинг малакаси изчиллик билан оширилиб борилиши лозим.

Хизматчи янги мансабга тайинлангач, кадрлар сиёсатининг кейинги босқичига ўтилади. Бу янги хизматчини муҳитга мослаштириш босқичи бўлиб ҳисобланади. Бунда хизматчига алоҳида папка тақдим этилади. Унда қуйидагилар бўлиши лозим: табрик хати, меҳмонхона режаси, меҳмонхона коидалари, мансаб инструкцияси, ташкилий тизимининг схемаси, хизматчи ишлайдиган бўлимнинг қоида ва мажбуриятлари, дам олиш кунлари ва таътилларга чиқишининг қоидалари, хавфсизлик чора тадбирлари. Мослашиш режаси корхонасининг бинолари ва унда ишнинг ташкил этилиши билан танишишдан иборат бўлади. Бунинг бир элементи янги хизматчини жамоанинг барча аъзоларига таништиришдан иборат бўлиши керак. Меҳмонхона фаолиятининг барча жабҳалари билан таништириш жараёнида янги хизматчига ҳар бир бўлим ва ундаги ходимларнинг сервис сифатига масъуллигини ҳамда ҳар бирнинг роли нималардан иборатлигини тушунтириш

лозим бўлади. Шу жараёнда унинг ўзи ҳам нималарга жавоб бериш кераклигини тушуниб боради.

Тадқиқотларимиз кўрсатдики, сервис сифатини таъминлаш учун ходимларни меҳмонхонада юз берган кунлик воқеалардан хабардор қилиб туриш мақсадида ҳар куни кечки пайт қисқа мажлис ўтказиб туриш мақсадга мувофиқ. Унда меҳмонхонада содир бўлган воқеалар таҳлил қилинади ва ундан келиб чиқадиган жорий муаммолар аниқланади. Сервис сифатини таъминлаш учун зарур бўлган муаммолар тезкорлик билан ҳал қилинади, кейинги кунга вазифалар ҳар бир ходим бўйича белгиланади. Меҳмонхонанинг эълонлар тахтасида муҳим вазифалар, ахборотлар осиб қўйилиши лозим.

Меҳмонхонада ҳар бир янги ходим ўзини корхонанинг ажралмас қисми сифатида ҳис қилиши, хўжаликнинг асосий стратегик вазифалари ва молиявий ҳолатини билиши керак. Агар меҳмонхонада юқорироқ сифатли хизмат кўрсатишни таъминловчи тадбирлар аниқ бўлмаса, уни албатта шакллантириш лозим. Шундагина ҳар бир ходим ўзлари бажарадиган вазифаларни бажаришга киришганларида ўз мажбуриятларини чуқур англаши ва ҳис қилиши мумкин.

Ҳозирги пайтда ходимлар малакасини оширишга иложи борича қўпроқ эътибор қаратиш лозим. Чунки, мижозларнинг хизмат сифатига бўлган талаби узлуксиз ошиб бормоқда, сифат стандартлари ўзгармоқда, рақобат кучаймоқда. Бундай шароитда хизмат кўрсатишни юқори даражада сақлаш, янги стандартга тезкорлик билан мослашиш, уни амалга ошириш лозим бўлади. Шу туфайли персонални қайта тайёрлаш, уларнинг малакасини ошириш масаласи меҳмонхонанинг маъмурияти диққат эътиборида ҳамиша бўлиши лозим.

Меҳмонхона хўжаликларида хизмат кўрсатиш сифатига таъсир кўрсатувчи омиллардан бири маркетинг стратегиясини тўғри танлаш ҳисобланади. Бунга эришиш учун меҳмонхона маъмурияти, энг аввало, танламоқчи бўлаётган бозор шароитининг моҳиятини англаб етиши ва бу шароитда корхона қандай ўрин тутишини тўғри англамоғи лозим.

Хизмат кўрсатиш стратегияси бу соҳада ҳар қандай ишбилармонларга З та асосий компонентни ёдда тутиш лозимлигини кўрсатади:

- мижозларнинг эҳтиёjlари;
- бу эҳтиёjlарни қондиришда компаниянинг қобилияtlари;
- компаниянинг узоқ муддат давомида фойдани ушлаб тура олиши лозимлиги.

Меҳмонхоналарнинг вазифаси тармоқ ичидаги эркин рақобат шароитида меҳмонларни ўзига қўпроқ жалб қилиш ва жалб қилинган меҳмонларга сифатли хизмат кўрсатиб, биринчидан уларнинг хизматларга бўлган эҳтиёjини қондириш ва иккинчидан ҳар бир меҳмондан қўпроқ турли сифатли хизматларни кўрсатиш эвазига қўпроқ маблағини меҳмонхонага қолдиришдан иборатdir.

Ҳозирги пайтда ётоқ учун олинадиган маблағларнинг улуши меҳмонхона хўжалигига асосий тушумни ташкил қиласи. Келажакда хизматларнинг турларини қўпайтириш ва сифатини ошириш эвазига ётоқ учун олинадиган маблағларнинг миқдори, яъни қанча тушум бўлса, шунча тушумни қўшимча хизматларни кўрсатиш эвазига олиш лозим. Чунки хорижий мамлакатларнинг қўпчилигига хизматлар учун олинадиган даромад ётоқ учун олинадиган даромадга нисбатан анча кўп миқдорни ташкил қиласи. Бунга эришиш учун оддий меҳмонхона эмас, балки меҳмонларга хизмат кўрсатадиган меҳмонхона комплексларини яратишни тақозо қиласи.

Меҳмонхона хизмати сифатини аниқлашда унинг ўзига хос хусусиятларини инобатга олиш лозим. Чунки, ҳар бир соҳада хизматларнинг турлари ҳам ҳар хил ва шунга боғлиқ равишда уларнинг сифатига бўлган талаблар ҳам турлича. Булар ҳар бир хизмат тури сифатининг ўзига хос хусусиятларини тадқиқ қилишни тақозо қиласди. Ушбу ҳолатни назарий жиҳатдан ёритиб бериш учун меҳмонхона хизматларининг ўзига хос хусусиятларини инобатга олиш лозим.

Бизнинг фикримизча меҳмонхона сервисининг ўзига хос хусусиятлари қуидагилардан иборат:

- бошқа хизматлар сингари меҳмонхоналар хизматлари ҳам номоддий-лиги билан ажralиб туриши;
- меҳмонхона хизматларини ҳам бошқа хизматлар сингари бир жойга тўплаб ёки сақлаб бўлмаслиги;
- меҳмонхона хизматини ташиб ва сақлаш имкониятининг йўқлиги;
- хизмат кўрсатувчининг доимий равишда бир хил хизмат кўрсатиши мумкин бўлмаганлиги;
- хизматни кўрсатиш ва уни истеъмол қилиш жараёнининг бир вақтда содир бўлишилиги;
- меҳмонхоналарда хизматга бўлган талабнинг бир маъромда эмаслиги;
- вақт ўтгандан кейин хизматнинг сифатини назорат қилиш имконияти-нинг етарли эмаслиги;
- хизматга баҳо беришда асосий устуворлик истеъмолчида эканлиги ва уларнинг шу хизматларга бўлган муносабатининг ҳам турли эканлиги;
- меҳмонхона хизматининг нуқсонсизлигини таъминлаш лозимлиги;
- меҳмонларнинг ўз норозилигини ҳамиша ошкор қилмасдан кетиши натижасида меҳмонхона маъмуриятининг мижозлар томонидан хизматга берилган баҳодан ҳамиша воқиф бўлмаслиги кабиларни киритиш мумкин.

Масаланинг бу жиҳати меҳмонхоналарда хизматнинг сифатига баҳо беришни ҳам бироз мураккаблаштириши табиий. Шу туфайли мазкур масалага баҳо беришда аниқ маълумотларни олиш ўта мураккаб, чунки тегишли органларга топшириладиган ҳисботларда хизматнинг сифатини баҳолаш учун тегишли маълумотлар ўз ифодасини топмайди. Шунинг учун уларни турли тадқиқот йўллари билан олинган маълумотлар асосида амалга ошириш лозим бўлади.

Меҳмонхона хизматларининг ўзига хос хусусиятлари меҳмонхона хўжалигида сервис сифатини баҳолашда асосий эътиборни нималарга қаратишга аҳамият бериш учун асос бўлади. Чунки миқдорий ўлчамларда шу мазмун ўз ифодасини топмоғи лозим. Агар шу тушунчадан келиб чиқадиган бўлсақ, меҳмонхона хўжалигида сервис сифатини баҳолаш учун қуидаги кўрсаткичларни тавсия қилиш мумкин:

- кўрсатилаётган хизматларнинг сони;
- меҳмонлар яшаш шароитининг эргономик талабларга жавоб бериш даражаси (иссиқ пайтларда хонанинг салқинлиги ва совуқ пайтларда хонанинг иссиқлиги, ётадиган хонанинг турли шовқинлардан узоқлиги кабилар);
- меҳмонларнинг талаб қилган барча хизматларининг, шу жумладан янги хизматларнинг ҳам қондирилиш даражаси;
- қулай вақт ва шароитда овқатланиш хизматининг ташкил қилиниши;
- овқатларнинг ассортиментининг кенглиги ва сифатининг юқорилиги;

- меҳмонхонадан ташқарида бажариладиган, аммо меҳмонхона ташкил қилиши мумкин бўлган хизматларнинг (транспорт хизмати, сайджлик хизмати, қўшимча хизматлар ва бошқалар) ўз вақтида ва сифатли бажари-лиши кабилар. Ушбу рўйхатни яна давом эттириш мумкин, чунки меҳмон-ларга қулайликни яратиш билан боғлиқ хизматларнинг турлари жуда кўп.

Шуни инобатга олиш лозимки, юқорида келтирилган кўрсаткичларнинг ҳаммаси ҳам ҳисобга олиб борилмайди ва кўпларини ҳисоблашнинг ҳам имкони йўқ. Бундай ҳолатлар ва меҳмонхона хўжалигида сервиснинг ўзига хос хусусиятлари, ундаги кўрсатиладиган хизматлар сифатини баҳолашда ўлчанадиган кўрсаткичлар тизимидан фойдаланиш лозимлигини тақозо қиласди. Бундай кўрсаткичлар тизимида қуидагиларни тавсия қиласиз:

- меҳнатнинг сифат коэффициенти (Кмс);
- истеъмолчилар талабининг қондирилиш даражаси (Итқд);
- сервис сифатига ходимларнинг жавобгарлик даражаси (Мсжд);
- сервис сифатининг кам харажатлар билан таъминланиш даражаси (Кхтд);
- сервис сифати доимий такомиллашиб борадиган жараён сифатида баҳоланиши (Ссд).

Шуни эътироф этиш керакки, меҳмонхоналарда сервис сифатини баҳолашда қўлланиладиган мазкур кўрсаткичлар бўйича на бухгалтерия, на статистикада ҳисоб олиб борилмайди ва мос равишда ушбу кўрсаткичлар бўйича ҳисобот ҳам берилмайди. Бу эса сервис сифатини баҳолашнинг ўта мураккаблигидан далолат беради. Шу туфайли сервисни баҳолашда бевосита кўрсаткичлардан кўра билвосита кўрсаткичлар билан баҳолаш (мантиқий таҳлил, балл бериш, квалиметрия, эксперталар орқали баҳолаш, сифатни диаграммалар орқали баҳолаш кабилар) кўпроқ қўлланилади.

Биз ушбу ишда меҳмонхоналарда сервис сифатини баҳолаш учун фақат рақамларда ифодаланиши мумкин бўлган кўрсаткичларни тавсия қилмоқдамиз (1 жадвал).

**1-жадвал. Меҳмонхоналарда сервис сифатини ифодаловчи кўрсаткичлар тизими, мазмуни ва уларни аниқлаш йўллари**

T/p	Кўрсаткичнинг номи	Мазмуни	Аниқланиш йўллари
1.	Меҳнатнинг сифат коэффициенти (Кмс)	Нуқсонсиз хизмат қилинган туристларнинг (Нхқт) барча хизмат қилинган туристларга (Бт) нисбати	Кмс = Нхқт / Бт ;
2.	Истеъмолчилар талабининг қондирилиш даражаси (Итқд)	Меҳмонхоналарда кўрсатилган хизматлар сонининг (Кхс) шу категорияда қилиниши лозим бўлган хизматлар сонига (Хс) нисбати	Итқд = Кхс / Хс;

3.	Меҳмонхонадаги сервис сифатига ходимларнинг жавобгарлик даражаси (Мсжд)	Сервис сифатига жавоб берадиган ходимлар сонининг (Ссжх) барча ходимлар сонига (Бхс) нисбати	Мсжд = ССжх / Бхс;
4.	Сервис сифатининг кам харажатлар билан таъминланиш даражаси (Кхтд)	Сервис сифатини таъминлашга кетган харажатлар (Ссткх) меъёр доирасида режалаштирилган харажатларга (Рх) нисбати	Кхтд = Ссткх / Рх;
5.	Сервис сифатининг доимий такомиллашиб борадиган жараён сифатида баҳоланиши (Ссд)	Сервис сифатини баҳоловчи ошган кўрсаткичлар сонининг (Ссбо) сервисни баҳоловчи умумий кўрсаткичларга (Сбук) нисбати	Ссд = Сскт / Сбук

Ушбу кўрсаткичлар тизими сервис сифатига берилган таърифнинг барча қирраларини ўзида мужассамлаштирган.

Меҳмонхона сервиси сифатига тўлиқ баҳо бериш учун шу келтирилган кўрсаткичлар тизимидан ягона комплекс кўрсаткични аниқлаш мақсадга мувофиқ бўлади. Чунки, кўрсаткичлар тизимининг камчилиги шундан иборатки, улардан фойдаланиб бир қанча субъектнинг аҳволига бир хилда баҳо бериб бўлмайди. Шунинг учун кўрсаткичлар тизимидан комплекс кўрсаткични аниқлаш тавсия қилинди. Биз бу ерда комплекс кўрсаткични аниқлашнинг оддий усулидан, яъни аддитив методидан[3] фойдаланишни мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблаймиз. Чунки юқорида берилган кўрсаткичларнинг ҳаммаси бир хил ўлчамда, яъни коэффициентда ифодаланади. Бир хил кўрсаткичларни агар улар бир хил ўлчамга эга бўлса қўшиш мумкин. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиласиз:

$$С_{KK} = \sum_{i=1}^n C_i \quad (i \times 1,2,3... n) \quad (2.1)$$

Бунда: *Скк* – сервис сифатининг комплекс кўрсаткичи миқдори;

*C<sub>i</sub>* – сифатни ифодаловчи *i*-кўрсаткичнинг миқдори;

*i* - кўрсаткичларнинг сони;

*n* - кўрсаткичнинг умумий миқдори.

Ушбу формулага юқоридаги маълумотларни қўллайдиган бўлсак, қуйидаги амалий аҳамиятга эга бўлган формулага, яъни комплекс кўрсаткичга эга бўламиш:

$$С_{KK} = Кмс + Итқд + Мсжд + Кхтд + Ссд ; \quad (2.2)$$

Агар ушбу кўрсаткичларнинг ҳаммасини бир хил ишора, яъни “С” билан белгилаб олинса, шу 5 та кўрсаткичдан шаклланган комплекс кўрсаткични аниқлаш мумкин. Натижага аниқлик киритиш учун унинг ўртача миқдорини аниқлашни тақозо қиласи. У ҳолда қуйидаги формулани ҳосил қиласиз:

$$С_{KK} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^5 C_i \quad (i \times 1,2,3,...,5) \quad (2.3)$$

Биз услугий асос сифатида комплекс қўрсаткични 5 та қўрсаткичга асосан аниқланишини кўриб чиқдик. Амалиётда компьютер имкониятларини ишга солган ҳолда чекланмаган меҳмонхоналар бўйича сервис сифатига оид рейтинг қўрсаткичларини аниқлаш мумкин бўлади.

## ХУЛОСА ВА ТАКЛИФЛАР

Меҳмонхоналарда сервис сифати, уни баҳолаш ва оширишнинг асосий концептуал йўналишларини, илмий-назарий ва услугий масалаларини тадқиқ қилиб қўйидаги хулосаларга келинди ва илмий-назарий ва амалий аҳамиятга молик тавсиялар ишлаб чиқилди.

Тадқиқотларимиз қўрсатдики, меҳмонхоналарда сервис сифатини оширишнинг концептуал йўналишлари ва уни баҳолашнинг илмий-назарий ва услугий масалалари, меҳмонхоналарда сервис сифатини оширишда хизмат қўрсатиш маданияти ва уларни такомиллаштиришнинг асосий имкониятлари мамлакатимиз олимлари томонидан кам тадқиқ қилингандан ва мос равища ушбу мавзу бўйича адабиётлар ҳам кам нашр қилингандан. Натижада амалиётда меҳмонхона сервиси сифатини оширишга доир қўргина имкониятлар ишга солинмасдан қолиб кетмоқда. Бу эса, ўз навбатида, меҳмонхоналар самарадорлигини оширишга салбий таъсирини қўрсатмоқда.

Меҳмонхоналарда сервис сифатини ифодаловчи қўрсаткичлар тизими илк бор ишлаб чиқилди, уларнинг мазмуни ва аниқланиш йўллари ҳам қўрсатиб берилди. Бундай қўрсаткичлар тизимиға қўйидагиларни киритиш тавсия қилинди: меҳнатнинг сифат коэффициенти; истеъмолчилар талабининг қондирилиш даражаси; сервис сифатига ходимларнинг жавобгарлик даражаси; сервис сифатининг кам харажатлар билан таъминланиш даражаси; сервис сифати доимий такомиллашиб борадиган жараён сифатида баҳоланиши. Ушбу қўрсаткичлар асосида комплекс қўрсаткични аниқлаш йўллари ҳам ишлаб чиқилди ва амалиётга тавсия этилди.

Агар бизнинг тавсияларимиз амалга ошириладиган бўлса, яъни меҳмонхоналарда сервис сифатини шу усуллар билан баҳолашга ўтилса, ўйлаймизки, мамлакатимиз меҳмонхона хўжалигида яна бир карра юксалиш сари қадам қўйилади. Меҳмонхоналарда сервис сифатининг ошиши эвазига меҳмонларнинг келиши қўпайиши содир бўлади, натижада меҳмонхоналарга валюта тушуми қўпаяди ва уларнинг иқтисодий самарадорлиги ҳам ошади.

## ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ:

1. Чудновский А.Д. Туризм и гостинное хозяйство. - М: ЭКМОС, 2000 - 197 с
2. Gronroos C., Service Management and Marketing, Macmillan/Lexington Books, Ntw York, NY, 1990
3. Пардаев М.Қ.Иқтисодий таҳлил назарияси. Дарслик. Т., Инновацион ривожланиш нашриёт-манбаа уйи, 2020 й. – 359-360 б.
4. [www.stat.uz](http://www.stat.uz)
5. [www.lex.uz](http://www.lex.uz)
6. [www.ziyonet.uz](http://www.ziyonet.uz)