

**MEHMONXONA VA RESTORAN BIZNESINING
RAQOBATBARDOSHLIGI VA SIFATNI BAHOLASH**

D.S.Islomova

Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti

Turizm va mehmonxona biznesi kafedrası katta o'qituvchisi

Fayzullayeva Farangiz

Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti Ikkinchi bosqich talabasi

E-mail: farangizfayzullayeva014@gmail.com

Annotatsiya: Mehmonxona va restoran biznesining raqobatbardoshligini oshirish hamda xizmat ko'rsatish sifatini baholash masalalari yoritilgan. Xizmat sifati, narx siyosati, xodimlar malakasi, joylashuv va mijozlarga xizmat ko'rsatish madaniyati kabi asosiy raqobat omillari tahlil qilingan. Sifatni baholashda mijoz fikrlari, xizmat tezligi, qulaylik darajasi va boshqa ko'rsatkichlar asos qilib olingan. Tadqiqotda xizmatlar sifatini oshirish orqali korxonaning bozordagi barqaror o'rnini mustahkamlash mumkinligi asoslab berilgan.

Kalit so'zlar: Mehmonxona biznesi, restoran xizmati, raqobatbardoshlik, xizmat sifati, mijozlar ehtiyoji, sifatni baholash, xizmat ko'rsatish darajasi, marketing strategiyasi, xizmat turlari, mijozlar fikri.

Annotation: The issues of increasing the competitiveness of the hotel and restaurant business and assessing the quality of service are covered. The main competitive factors such as service quality, pricing policy, staff qualifications, location and customer service culture are analyzed. Customer opinions, speed of service, level of comfort and other indicators are taken as the basis for assessing quality. The study substantiates that by improving the quality of services, it is possible to strengthen the stable position of the enterprise in the market.

Keywords: Hotel business, restaurant service, competitiveness, service quality, customer needs, quality assessment, service level, marketing strategy, types of services, customer feedback.

Аннотация: Освещены вопросы повышения конкурентоспособности гостиничного и ресторанного бизнеса и оценки качества обслуживания. Были проанализированы ключевые конкурентные факторы, такие как качество обслуживания, ценовая политика, квалификация персонала, местоположение и культура обслуживания клиентов. Качество оценивается на основе отзывов клиентов, скорости обслуживания, уровня комфорта и других показателей. В исследовании

обосновывается, что повышение качества услуг может укрепить устойчивое положение компании на рынке.

Ключевые слова: *Гостиничный бизнес, ресторанный сервис, конкурентоспособность, качество обслуживания, потребности клиентов, оценка качества, уровень сервиса, маркетинговая стратегия, виды услуг, обратная связь с клиентами.*

Kirish: Zamonaviy davrda turizm sohasining jadal rivojlanishi bilan bir qatorda mehmonxona va restoran biznesi ham global iqtisodiyotning ajralmas bo'g'iniga aylanib bormoqda. Bu soha nafaqat mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotiga hissa qo'shadi, balki uning xalqaro imidjini shakllantirishda ham muhim rol o'ynaydi. Ayniqsa, sifatli xizmat ko'rsatish orqali raqobat muhitida o'z o'rnini mustahkamlash — bugungi kunda har bir xizmat ko'rsatuvchi subyekt oldida turgan asosiy strategik vazifadir.¹⁸⁹

Raqobatbardoshlik tushunchasi endilikda oddiy iqtisodiy ustunlikni emas, balki innovatsion yondashuv, mijoz ehtiyojlariga moslashuvchanlik va xizmat sifati orqali yaratilgan brend qadriyatini anglatadi. Ayniqsa, mehmonxona va restoran biznesida bu omillar yanada yaqqolroq ko'zga tashlanadi, chunki xizmatni to'g'ridan-to'g'ri inson bilan aloqada bo'lib amalga oshiriladi va sifat darajasi bevosita iste'molchi bahosiga bog'liq bo'ladi. Xizmatlar sifatini baholash va uni tizimli tarzda tahlil qilish, nafaqat mavjud holatni aks ettirish, balki kelajakdagi rivojlanish strategiyasini ishlab chiqish uchun ham zarurdir. Bunda sifatni belgilovchi omillar — xodimlar malakasi, servis madaniyati, mijozlar fikrini inobatga olish, narx-navo siyosati va texnologik innovatsiyalar — har bir korxonaning raqobatbardoshligini belgilovchi kalit mezonlarga aylanmoqda.

Mehmonxona va restoran xizmatlarida sifat tushunchasi, uni baholash usullari, raqobatbardoshlik omillari chuqur tahlil qilinadi. Shuningdek, real misollar va zamonaviy yondashuvlar asosida bu sohada muvaffaqiyatga erishish uchun qanday strategiyalar samarali ekani yoritiladi.

Asosiy qism: Raqobatbardoshlik tushunchasi va uning ahamiyati: Mehmonxona va restoran biznesi sohasidagi raqobatbardoshlik — bu tashkilotlarning bozor sharoitlarida samarali faoliyat yuritishi, mijozlar ehtiyojlarini qondirish va ushlab qolish uchun zarur

¹⁸⁹ Mardonova D.Sh. Mamlakatimizda mehmonxona biznesining holati va rivojlanish tendensiyalarining tahlili

Havola: CyberLeninka

Academia.edu maqola:

Mehmonxona biznesini tashkil qilish va rivojlantirishning obyektiv zarurati

Havola: Academia.edu

Porter, M. E.

Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance

(asosiy raqobat nazariyalari uchun asosiy manba)

bo'lgan ko'nikmalarni anglatadi. Ushbu sohada raqobatbardoshlikni ta'minlash uchun bir nechta omillar mavjud. Bular orasida xizmat sifati, innovatsion yondashuv, marketing strategiyalari va xodimlarning professional malakasi muhim ahamiyatga ega.¹⁹⁰

Raqobatbardoshlikni shakllantirishda eng muhim omil sifatni ta'minlashdir. Sifat — bu mijozlarning xizmatdan oladigan umumiy qoniqish darajasi bo'lib, uni xizmatlar turlari, ularning innovatsion jihatlari, ishchi kuchining malakasi va muhitning qulayligi kabi omillar aniqlaydi. Raqobat sharoitida xizmat sifatining yaxshilanishi korxonaning bozordagi o'rnini mustahkamlashga yordam beradi va uzoq muddatli muvaffaqiyatni ta'minlaydi. Xizmat ko'rsatish sifatini baholash metodlari: Xizmat ko'rsatish sifatini baholash — mehmonxona va restoran biznesidagi eng dolzarb masalalardan biridir. Sifatni baholashning samarali metodlari mijozlarning ehtiyojlari va kutgan natijalari bilan xizmatlar ko'rsatishning real holatini taqqoslashga asoslanadi.

Birinchidan, mijozlarning fikr-mulohazalari asosida xizmat sifatini baholash eng keng tarqalgan usuldir. Bu usulda mijozlarning so'rovnomalari, intervyulari va shikoyatlari tahlil qilinadi. Mijozlarning fikrlarini inobatga olish orqali mehmonxona yoki restoran o'z xizmatlarini qanday yaxshilashi kerakligini aniqlaydi.

Ikkinchidan, sifatni baholashda SERVQUAL (SERVice QUALity)¹⁹¹ modeli keng qo'llaniladi. Ushbu model xizmatlarning beshta asosiy elementini o'z ichiga oladi: ishonchlilik, javobgarlik, ta'minlash tezligi, empatiya va tanglik. Har bir element mijozlarning kutgan xizmat darajasi bilan taqqoslanadi va shu asosda xizmat sifati baholanadi.

Raqobatbardosh strategiyalar va marketingning roli: Mehmonxona va restoranlar bozorida muvaffaqiyat qozonish uchun samarali marketing strategiyalari muhim o'rin tutadi. Marketingning asosiy maqsadi — mijozlarni jalb qilish va ularga sifatli xizmat

¹⁹⁰ 1. Mardonova D.Sh.

Mamlakatimizda mehmonxona biznesining holati va rivojlanish tendensiyalarining tahlili, mavjud muammolar va ularning yechimlari

Havola: <https://cyberleninka.ru/article/n/mamlakatimizda-mehmonxona-biznesining-holati-va-rivojlanish-tendensiyalarining-tahlili-mavjud-muammolar-va-ularning-yechimlari>

2. Academia.edu platformasidagi maqola

Mehmonxona biznesini tashkil qilish va rivojlantirishning obyektiv zarurati

Havola:

https://www.academia.edu/114241261/Mehmonxona_Biznesini_Tashkil_Qilish_Va_Rivojlantirishning_Obyektiv_Zarurati

¹⁹¹ "Measuring Dimensions of Service Quality"

Ushbu maqola SERVQUAL modelining beshta asosiy o'lchovi — tangibles (moddiy vositalar), reliability (ishonchlilik), responsiveness (javobgarlik), assurance (kafolat) va empathy (hamdardlik) — ni batafsil tahlil qiladi.

□ Havola: ResearchGate

ko‘rsatish orqali ularni ushlab qolishdir. Ushbu jarayon raqobatbardoshlikni oshirishga yordam beradi. Quyida O‘zbekiston Respublikasidagi mehmonxona va restoranlar sohasiga oid so‘nggi statistik ma‘lumotlar keltirilgan. Mazkur ma‘lumotlar mehmonxona yulduzli toifalari, xizmat ko‘rsatilgan mijozlar soni, restoranlar soni va xizmatlar hajmini qamrab oladi.

Mehmonxonalar soni va yulduzli toifasi:

2023-yil 1-yanvar holatiga ko‘ra, respublikamizda jami 1 088 ta mehmonxona faoliyat yuritgan. Ularning yulduzli toifasi quyidagicha taqsimlangan:¹⁹²

- 5 yulduzli – 5 ta
- 4 yulduzli – 24 ta
- 3 yulduzli – 120 ta
- 2 yulduzli – 36 ta
- 1 yulduzli – 231 ta
- Yulduz toifasiga ega bo‘lmaganlar – 672 ta

Bu esa, faqat 0,5% mehmonxonalar eng yuqori – 5 yulduzli toifaga ega ekanligini ko‘rsatadi.

Mehmonxonalarda xizmat ko‘rsatilgan mijozlar soni: 2023-yil davomida O‘zbekiston mehmonxonalari 2,2 million kishiga xizmat ko‘rsatgan. Bu ko‘rsatkich o‘tgan yilga nisbatan 5,2% ga oshgan.

Restoran va ovqatlanish xizmatlari:¹⁹³ 2024-yil 1-may holatiga ko‘ra, O‘zbekistonda yashash va ovqatlanish xizmatlari ko‘rsatadigan 27 969 ta korxona va tashkilot faoliyat yuritmoqda. Ularning 98,6% kichik biznes subyektlari hisoblanadi. 2024-yil yanvar-aprel oylarida xizmatlar umumiy hajmida ovqatlanish xizmatlarining ulushi 79,5%, yashash xizmatlarining ulushi esa 20,5% bo‘lgan.

Narxlar o‘sishi: 2022-yil noyabr oyida restoran va mehmonxonalar xizmatlari narxlari 2021-yilning noyabriga nisbatan 22,5% ga oshgan. Bu o‘shish boshqa xizmatlar ichida eng yuqori ko‘rsatkichlardan biri hisoblanadi.

Marketing strategiyalari orasida segmentatsiya va pozitsiyalash eng keng qo‘llaniladigan yondashuvlardir. Segmentatsiya — bu mijozlar bazasini turli guruhlariga bo‘lish va har bir guruhga moslashtirilgan xizmatlarni taqdim etishdir. Pozitsiyalash esa, brendni boshqa raqobatchilardan farqlash va uning bozor segmentida mustahkam o‘rnini belgilashga yordam beradi.

Bundan tashqari, mehmonxona va restoranlar uchun onlayn marketing ham juda muhim ahamiyatga ega. Hozirgi kunda mijozlar ko‘plab ma‘lumotlarni internet orqali olishadi,

¹⁹² stat.uz

¹⁹³ stat.uz

shuning uchun raqobatbardosh bo'lish uchun veb-saytlar, ijtimoiy tarmoqlar va onlayn reytinglar orqali marketingni olib borish zarur. Shu bilan birga, SEO (Search Engine Optimization) va SEM (Search Engine Marketing)¹⁹⁴ texnikalari orqali onlayn ko'rinish va mavjudlikni oshirish mehmonxona va restoran bizneslari uchun ustuvor ahamiyatga ega. Mehmonxona va restoran biznesida xodimlarning roli: Mehmonxona va restoranlarda xizmat ko'rsatish sifati va raqobatbardoshlikni oshirishda xodimlarning roli nihoyatda muhimdir. Xodimlar, ayniqsa, xizmat ko'rsatish sohasida muloqot va mijozlar bilan ishlashda bevosita ta'sir ko'rsatadi. Xodimlarning malakasi, kasbiy tayyorgarligi va mijozlarga xizmat ko'rsatish madaniyati biznesning muvaffaqiyatiga ta'sir qiladi.

Xodimlar malakasini oshirish uchun o'quv kurslari va treninglar tashkil etish, ularni xizmat ko'rsatish sohasidagi zamonaviy talablar bilan tanishtirish zarur. Bundan tashqari, xodimlar o'rtasida motivatsiya tizimlarini joriy etish, jamoaning yuqori samaradorligini ta'minlashga yordam beradi. Motivatsiya tizimlari orqali xodimlar o'z ishlariga bo'lgan qiziqish va mas'uliyatni oshiradilar, bu esa o'z navbatida xizmat sifatini yaxshilashga olib keladi. Sifatni baholashning zamonaviy yondashuvlari: Mehmonxona va restoranlarda sifatni baholashda zamonaviy texnologiyalardan foydalanish samaradorlikni oshiradi. Masalan, onlayn baholash tizimlari va reytinglar mehmonxonalarning va restoranlarning xizmat sifatini jadal ravishda baholashga imkon beradi. Mijozlar o'z fikrlarini ijtimoiy tarmoqlar va maxsus platformalarda qoldiradilar, bu esa boshqa potentsial mijozlar uchun foydali ma'lumot manbai bo'lib xizmat qiladi.

Shuningdek, xizmat sifatini baholashda big data va sun'iy intellekt texnologiyalaridan foydalanish imkoniyatlari mavjud. Bu texnologiyalar orqali mijozlarning xatti-harakatlari va afzalliklarini tahlil qilish va ularga mos xizmatlar taklif qilish mumkin. Yaqin kelajakda mehmonxona va restoran biznesida texnologik yangilanishlar va avtomatizatsiyalashuv jarayonlari xizmat sifatini baholashni yanada osonlashtiradi.

Raqobatbardoshlikni ta'minlashda mijozlar ehtiyojlarini chuqur o'rganish va ularga mos xizmatlar taklif etish muhim rol o'ynaydi. Har bir mijoz turli afzalliklarga ega: kimdir qulaylikka, kimdir narxga, boshqasi esa xizmat ko'rsatish madaniyatiga katta e'tibor beradi. Mehmonxona va restoranlar bu ehtiyojlarni aniqlab, individual yondashuv asosida xizmatlarni taklif qilgan taqdirda, mijozlar soni ortadi va ularning sodiqligi mustahkamlanadi. Masalan, oilaviy mehmonlar uchun alohida qulayliklar, biznes mehmonlar uchun ish joylari va tez xizmat, yoshlar uchun esa texnologik xizmatlar taklif

¹⁹⁴ "Measuring Dimensions of Service Quality"

Ushbu maqola SERVQUAL modelining beshta asosiy o'lchovi — tangibles (moddiy vositalar), reliability (ishonchlilik), responsiveness (javobgarlik), assurance (kafolat) va empathy (hamdardlik) — ni batafsil tahlil qiladi.

□ Havola: ResearchGate

qilinishi mumkin. Zamonaviy davrda texnologiyalar mehmonxona va restoran biznesida muhim ahamiyatga ega. Masalan, mobil ilovalar orqali bron qilish, raqamli menyular, QR-kodli to'lov tizimlari, sun'iy intellekt asosidagi xizmatlar — bularning barchasi xizmat sifatini oshiradi va mijozlar uchun qo'shimcha qulaylik yaratadi.

Bundan tashqari, texnologiyalar yordamida mijozlar xatti-harakatlarini tahlil qilish, ularning afzalliklarini aniqlash va shunga mos xizmatlar taklif qilish orqali xizmat sifatini yanada oshirish mumkin.

Mehmonxona va restoran biznesi bo'yicha takliflar jadvali:¹⁹⁵

№	Takliflar mazmuni
1	Milliy xizmat ko'rsatish standartlarini ishlab chiqish va joriy etish
2	Kadrlar tayyorlash tizimini isloh qilish
3	Xodimlar uchun doimiy malaka oshirish kurslarini tashkil etish
4	Raqamli texnologiyalarni joriy etish
5	SEO va SEM strategiyalarini amaliyotga joriy etish
6	Mahalliy xizmat tarmoqlarini xalqaro brendlar bilan integratsiyalash
7	Mijoz fikr-mulohazalarini chuqur o'rganish asosida xizmat turlarini takomillashtirish
8	Brend identifikatsiyasini yaratish va rivojlantirish
9	Xizmat sifatini baholovchi SERVQUAL tizimidan foydalanish
10	Xalqaro tajribani o'rganish va lokal muhitga moslashtirish
11	Mahalliy mahsulotlar va milliy taomlarni xizmatlarda keng targ'ib qilish
12	Mijozlar segmentatsiyasiga asoslangan xizmat turlarini taklif etish
13	Atrof-muhitga zarar yetkazmaydigan, ekologik toza xizmatlarga o'tish
14	Loyallik dasturlarini ishlab chiqish va avtomatlashtirish

¹⁹⁵ Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). Marketing for Hospitality and Tourism. Pearson. CyberLeninka — mehmonxona biznesi bo'yicha o'zbekcha ilmiy maqolalar <https://cyberleninka.ru>

ResearchGate va ScienceDirect — xizmat sifati va marketing bo'yicha maqolalar bazasi

Mazkur jadvalda mehmonxona va restoran biznesining raqobatbardoshligini oshirish va xizmat sifatini yaxshilashga qaratilgan aniq takliflar tizimli ravishda keltirilgan. Har bir taklif real ehtiyoj va muammolardan kelib chiqib shakllantirilgan bo'lib, ularning amaliy ahamiyati yuqori. Takliflar orasida milliy xizmat standartlarini yaratish, malakali kadrlar tayyorlash, raqamli texnologiyalarni joriy etish, SEO/SEM strategiyalarini qo'llash, SERVQUAL modeli asosida sifatni baholash kabi zamonaviy va dolzarb yondashuvlar mavjud. Shuningdek, ekologik toza xizmatlar, mijozlar segmentatsiyasiga mos xizmatlar va sadoqlik dasturlarini ishlab chiqish kabi innovatsion takliflar ham kiritilgan. Texnologiya va sifat boshqaruvi: Zamonaviy mehmonxonalar va restoranlar xizmat sifatini oshirish uchun sun'iy intellekt (AI) va IoT (aqlli qurilmalar) texnologiyalaridan keng foydalanmoqda. Misol uchun, mehmonxonalar, sensorli qurilmalar yordamida mehmonlar uchun xona haroratini avtomatik tarzda sozlashadi. Boshqa bir misol, ba'zi restoranlar robotlar yordamida buyurtmalarni qabul qilib, mijozlar bilan muloqot qilishadi. Bu texnologiyalar xizmatni yanada tez va samarali qilishga yordam beradi, shu bilan birga mijozlar ehtiyojlarini tezda aniqlash va qondirish imkonini yaratadi. Sifatli xizmatning mijoz sadoqatiga ta'siri: Tadqiqotlarga ko'ra, xizmat sifati yuqori bo'lgan mehmonxona va restoranlarda mijozlar 80% hollarda qaytib keladi. Mijozlarning sadoqatini oshirishda eng muhim omil sifatli xizmat bo'lib, bu xususiyat joriy kunning eng zaruriy ehtiyoji sifatida qaraladi. Masalan, restoranlar yoki mehmonxonalar haqida yozilgan sharhlar va reytinglar, Yelp yoki TripAdvisor kabi saytlar orqali xizmat sifatini baholashda muhim rol o'ynaydi. Bunda, xizmatdan qoniqmagan mijozlarning salbiy fikrlari boshqa mijozlarga ta'sir qilishi mumkin.

Xodimlar malakasi va xulq-atvorining o'ri: Sifatni baholashda xodimlarning malakasi va ularning xizmatdagi xulq-atvori muhim ahamiyatga ega. Yaxshi tayyorlangan va yuqori madaniyatga ega xodimlar xizmat sifatini 20% ga yaxshilaydi. Ko'plab mehmonxonalar va restoranlar xodimlar uchun muntazam treninglar o'tkazishadi, bu esa xizmat sifati va mijozlarning qoniqishini oshirishga yordam beradi. Xodimlarning xushmuomalaligi, tezkorligi, va muomala madaniyati mijozlarning tavsiyalariga va qaytib kelishiga ta'sir qiladi.

Gigiyena va sanitariya — pandemiyadan keyingi asosiy mezon:

COVID-19 pandemiyasidan so'ng, mehmonxonalar va restoranlar uchun sanitariya va gigiyenaning yuqori darajasi xizmat sifatining eng muhim mezonlaridan biriga aylandi. Bu jarayonni monitoring qilish uchun ko'plab korxonalar sanitariya sertifikatlarini olishni majburiyatga aylantirdi. Misol uchun, Safe Travels yoki HACCP kabi sertifikatlar mehmonlarga xavfsiz va gigiyenik muhitda xizmat ko'rsatishni ta'minlashda muhim rol

o‘ynaydi. Ushbu yangilanishlar mehmonlar orasida ishonchni oshirishga yordam beradi va korxonalarning obro‘ sini mustahkamlaydi.

Milliy madaniyat va sifat kutishlari: Mehmonxona va restoranlarda xizmat ko‘rsatish jarayonida milliy madaniyat va turli xil mijozlar ehtiyojlarini inobatga olish zarur. Masalan, yapon mehmonlari ko‘pincha mukammal tartib-intizom va minimal isrofgarchilikni kutishadi, shuning uchun ularning talablariga mos xizmatlarni taqdim etish juda muhim. Eron yoki Turkiyadagi mehmonlar esa ko‘proq shaxsiy muomala va erkinlikni afzal ko‘rishadi. Yevropa va Amerikadagi mehmonlar uchun esa tezkor xizmat va moslashuvchanlik eng muhim omillardan biri hisoblanadi. Shunday qilib, mehmonxona va restoranlar turli millatlar vakillari uchun moslashuvchan xizmatlar yaratishlari kerak.

SWOT Tahlili: Mehmonxona va restoranlarda xizmat sifati va amaliy ahamiyati:¹⁹⁶

Kuchli tomonlar (Strengths)	Zaif tomonlar (Weaknesses)
Mehmonxona va restoranlarda milliy qadriyatlarga moslashtirilgan xizmatlar mijozlar uchun qulaylik	Xalqaro standartlarning yetarli darajada joriy etilmaganligi global raqobatga chiqishni qiyinlashtiradi.

¹⁹⁶ **O‘zbekiston Respublikasi Turizmni Rivojlantirish Davlat Qo‘mitasi.** (2023).

O‘zbekiston turizm sanoatining rivojlanishi: Soha tahlili va istiqbollar. O‘zbekiston Respublikasi Turizmni Rivojlantirish Davlat Qo‘mitasi. URL:

<https://www.tourism.uz/>

McKinsey & Company. (2022). *Global Travel & Tourism Report 2022: Insights and Trends.* McKinsey & Company. URL: <https://www.mckinsey.com/>

Yelp. (2023). *Customer Feedback on Hotel and Restaurant Services in Uzbekistan.* Yelp Reviews. URL: <https://www.yelp.com/>

Deloitte. (2021). *Hospitality and Tourism Industry Trends: Challenges and Opportunities in Central Asia.* Deloitte Insights. URL: <https://www2.deloitte.com/>

Shamsiyeva, G. (2021). *Mehmonxona va restoranlar sohasidagi xizmat ko‘rsatish sifatining ta‘siri va muammolar.* O‘zbekiston Milliy Universiteti Ilmiy Jurnali, 12(3), 45-58.

yaratadi.	
Mahalliy bozorda xizmat narxining nisbatan maqbulligi xizmatlar raqobatbardoshligini ta'minlaydi.	Texnologik imkoniyatlarning cheklanganligi mijozlarga qulaylik yaratishda orqada qolishiga sabab bo'ladi.
Xodimlar o'rtasidagi ijtimoiy yaqinlik va barqaror jamoa ruhiyati xizmat sifati oshishiga xizmat qiladi.	Mijozlar fikr-mulohazalarini tizimli ravishda o'rganish va xizmatni takomillashtirish mexanizmlari yetishmaydi.
Hududiy joylashuvning qulayligi va mintaqaviy ehtiyojlarga mos xizmatlar taklifi.	Malakali xodimlarning yetishmasligi xizmat sifatini pasaytirishi mumkin.

Imkoniyatlar (Opportunities)	Tahdidlar (Threats)
Raqamli xizmatlarni joriy etish orqali mijozlar ehtiyojlariga moslashish imkoniyati kengaymoqda.	Xalqaro mehmonxona va restoran tarmoqlarining kirib kelishi ichki bozorda raqobatni keskinlashtiradi.
Davlat tomonidan turizm va xizmatlar sektorini qo'llab-quvvatlash bo'yicha imtiyozlar va grantlar mavjud.	Internetda salbiy fikr-mulohazalarning tez tarqalishi xizmat obro'siga salbiy ta'sir ko'rsatadi.
Ekoturizm, gastronomik turizm kabi yo'nalishlarni rivojlantirish orqali yangi bozor segmentlariga chiqish mumkin.	Importga bog'liq resurslar narxining o'zgaruvchanligi iqtisodiy beqarorlikni kuchaytiradi.
Ijtimoiy tarmoqlar va raqamli marketing orqali yangi mijozlar qatlamini jalb qilish imkoniyati.	Iqlim va mavsumiy omillar xizmat ko'rsatish hajmiga bevosita ta'sir etadi.

Mavzuning dolzarbligi va muammolar tahlili: Bugungi globallashuv jarayonida mehmonxona va restoran biznesi iqtisodiyotni rivojlantiruvchi asosiy tarmoqlardan biri sifatida tobora dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Xizmat ko'rsatish sifati nafaqat mijozlar ehtiyojini qondirishda, balki biznesning raqobatbardoshligini ta'minlashda ham hal qiluvchi rol o'ynaydi. Ayniqsa, turizm salohiyati yildan-yilga ortib borayotgan O'zbekistonda bu sohaning sifat va samaradorlik jihatlariga e'tibor qaratish zamon talabi bo'lib qolmoqda.

Ammo mavjud holat shuni ko'rsatadiki, mehmonxona va restoranlar faoliyatida bir qator tizimli muammolar mavjud. Xizmat sifati bo'yicha yagona milliy standartlarning yo'qligi — bu holat har bir subyektning o'zicha ish yuritishiga, mijozlar tajribasining izchil emasligiga olib kelmoqda.

Malakali mutaxassislar yetishmovchiligi — ayniqsa chet tillarini biluvchi, xalqaro standartlardan xabardor xodimlarga ehtiyoj yuqori, ammo ta'lim tizimi bu ehtiyojni to'liq qoplay olmayapti.

Innovatsion yondashuvlarning kamligi — xizmat ko'rsatishda zamonaviy texnologiyalar, raqamli xizmatlar va mijozga yo'naltirilgan yondashuvlar yetarli darajada joriy qilinmagan.

Mijozlar fikrini tahlil qilish tizimining yetishmasligi — bu xizmatlar sifatining izchil oshirib borilishiga to'sqinlik qiladi.

Xalqaro brendlar bilan raqobat qila olish uchun marketing strategiyalarining sustligi — SEO, SEM kabi raqamli marketing vositalaridan foydalanish darajasi past.

Mazkur muammolarni bartaraf etish orqali nafaqat xizmat sifati, balki butun tarmoqning raqobatbardoshligi oshadi. Shu sababli, bu mavzuni chuqur tahlil qilish va amaliy tavsiyalar ishlab chiqish dolzarb ilmiy-ijtimoiyn ehtiyojdir.

Taklif va tavsiyalar: Mehmonxona va restoranlar faoliyatidagi mavjud muammolarni bartaraf etish hamda xizmat sifati va raqobatbardoshlik darajasini oshirish maqsadida quyidagi taklif va tavsiyalarni ilgari surish maqsadga muvofiqdir:

Milliy xizmat ko'rsatish standartlarini ishlab chiqish va joriy etish – bu orqali barcha mehmonxona va restoran subyektlari uchun yagona sifat mezonlari belgilanadi, xizmatda izchillik va sifat kafolati ta'minlanadi.

Kadrlar tayyorlash tizimini isloh qilish – mehmonxona va restoran sohasiga oid kollej, texnikum va oliy ta'lim muassasalarida amaliyotga yo'naltirilgan, zamonaviy talablarga javob beradigan ta'lim dasturlarini kengaytirish zarur.

Xodimlar uchun doimiy malaka oshirish kurslarini tashkil etish – bu xizmat madaniyatini oshirish va xalqaro tajriba bilan tanishtirishga xizmat qiladi.

Raqamli texnologiyalarni joriy etish – onlayn buyurtmalar, mijozlar fikrini qayta aloqa orqali yig'ish, sun'iy intellekt asosidagi xizmat tahlili kabi vositalar orqali xizmatlar sifatini oshirish mumkin.

SEO va SEM strategiyalarini amaliyotga joriy etish – raqamli marketing yordamida auditoriyani kengaytirish va mijozlar ishonchini mustahkamlash muhim vazifa hisoblanadi.

Mahalliy xizmat tarmoqlarini xalqaro brendlar bilan integratsiyalash – bu nafaqat tajriba almashish, balki raqobatga dosh berish imkoniyatini ham yaratadi.

Mijoz fikr-mulohazalarini chuqur o'rganish asosida xizmat turlarini takomillashtirish – xizmat ko'rsatish sifati bevosita mijoz qoniqishiga bog'liq bo'lgani sababli, ularning fikrini tahlil qilish doimiy amaliyotga aylanishi lozim.

Yuqoridagi takliflar, mehmonxona va restoran biznesining sifat darajasini oshirish bilan birga, ushbu sohaning zamonaviy, raqobatbardosh va innovatsion yondashuvga asoslangan rivojlanishini ta'minlashga xizmat qiladi.

Qo'shimcha takliflar: Brend identifikatsiyasini yaratish va rivojlantirish – har bir mehmonxona yoki restoran o'ziga xos uslub, logo, xizmat yondashuvi orqali mijozlar ongida ijobiy taassurot uyg'otishi lozim. Bu, mijoz sadoqatini shakllantirishda muhim rol o'ynaydi.

Xizmat sifatini baholovchi SERVQUAL tizimidan foydalanish – bu metodika orqali mijozlar ehtiyoji va kutgan natija bilan real tajriba o'rtasidagi farq aniqlanib, xizmatlar doimiy ravishda takomillashtirib boriladi.

Xalqaro tajribani o'rganish va lokal muhitga moslashtirish – Yevropa, Osiyo va AQSHdagi ilg'or mehmonxona va restoranlar tajribasi asosida mahalliy xizmatlarda yangi model va tizimlarni joriy qilish zarur.¹⁹⁷

Mahalliy mahsulotlar va milliy taomlarni xizmatlarda keng targ'ib qilish – bu nafaqat xizmatning o'ziga xosligini oshiradi, balki turizm orqali mahalliy iqtisodiyotga ham ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Mijozlar segmentatsiyasiga asoslangan xizmat turlarini taklif etish – ya'ni yoshlar, oilaviy mehmonlar, xorijiy sayyohlar, biznes delegatsiyalar uchun alohida xizmat paketlari ishlab chiqilishi kerak.

Atrof-muhitga zarar yetkazmaydigan, ekologik toza xizmatlarga o'tish – “yashil xizmat” (green service) kontseptsiyasi doirasida qayta ishlanadigan mahsulotlar, chiqindilarni boshqarish va energiya tejovchi texnologiyalardan foydalanish muhim.

Loyallik dasturlarini ishlab chiqish va avtomatlashtirish – tez-tez keluvchi mijozlarga chegirmalar, bonus tizimlari, shaxsiylashtirilgan xizmatlar ko'rsatish orqali uzoq muddatli aloqalarni mustahkamlash mumkin.

¹⁹⁷ Mardonova D.Sh.

Mamlakatimizda mehmonxona biznesining holati va rivojlanish tendensiyalarining tahlili

Havola: CyberLeninka

Academia.edu maqola:

Mehmonxona biznesini tashkil qilish va rivojlantirishning obyektiv zarurati

Havola: Academia.edu

Porter, M. E.

Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance

(asosiy raqobat nazariyalari uchun asosiy manba)

Xulosa: Mehmonxona va restoran sohalarida sifatning doimiy ravishda oshirilishi, nafaqat mijozlar ehtiyojlarini qondirish, balki korxonalarning raqobatbardoshligini ta'minlash uchun ham muhim ahamiyatga ega. Xizmat sifatining bevosita iqtisodiy samarasi, uning mijozlar sadoqatiga, brendning obro'siga va umumiy rentabellikka ta'siri keng qamrovli tadqiqotlar bilan tasdiqlangan. Bugungi kunda mehmonxona va restoranlarda sifatni boshqarish faqatgina an'anaviy xizmat ko'rsatish uslublari bilan cheklanmay, balki texnologik yangiliklar, masalan, sun'iy intellekt va IoT (aqlli qurilmalar) orqali yangilanmoqda. Ushbu texnologiyalar mijozlarga yanada shaxsiylashtirilgan va samarali xizmatlarni taqdim etishga yordam beradi, shu bilan birga xizmat ko'rsatish jarayonlarini optimallashtiradi.

Bundan tashqari, xizmatning yuqori sifati mijozlar sadoqatini oshirishda muhim rol o'ynaydi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, sifatli xizmat ko'rsatilgan joylarda mijozlar 80% holatlarda qaytib keladilar. Bu esa, korxonalarga uzoq muddatli daromadni ta'minlash imkonini yaratadi. Xizmat sifatining oshishi, xodimlarning malakasi, muomala madaniyati va ularning samarali treninglarga jalb qilinishi bilan bevosita bog'liq. Xodimlarning xushmuomalaligi va tezkorligi mijozlar tomonidan yuqori baholanadi va bu omillar xizmatning umumiy sifatiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Pandemiya davridan so'ng, mehmonxona va restoranlar uchun sanitariya va gigiyena masalalari ustuvor ahamiyat kasb etdi. Bugungi kunda, mijozlar uchun xavfsiz va sanitariya talablari bo'yicha to'liq javob beradigan xizmatlar taqdim etish zarurati kundan-kunga ortib bormoqda. Mehmonxonalarda va restoranlarda sanitariya sertifikatlarini olish, mijozlar uchun ishonch hosil qilishning eng muhim vositalaridan biriga aylangan.

Shuningdek, mehmonxona va restoranlarda sifatning boshqarilishiga qarab, milliy madaniyatlarni hisobga olish zarurligi ham ko'rsatib o'tilgan. Har bir mamlakat va hudud da xizmat sifatiga bo'lgan talablar farq qiladi. Masalan, yapon mehmonlari uchun tartib-intizom va mukammallik muhim, yevropaliklar esa moslashuvchanlik va erkinlikni qadrlashadi. Shuning uchun, mehmonxona va restoranlar global miqyosda turli madaniyatlar ehtiyojlarini qondirish uchun o'z xizmatlarini moslashtirishlari zarur.

Xulosa qilib aytganda, mehmonxona va restoranlar uchun sifatli xizmat ko'rsatish nafaqat iqtisodiy muvaffaqiyatni ta'minlash, balki mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni o'rnatish, brendni mustahkamlash va raqobatbardoshligini oshirishda muhim rol o'ynaydi. Ushbu sohada amalga oshirilgan barcha yangiliklar va o'zgarishlar, mijozlar ehtiyojlari va global tendensiyalar bilan hamohang bo'lishi lozim, chunki faqatgina bunday yondashuv sifatni yanada takomillashtirish va xizmat sohasida yuqori natijalarga erishishga yordam beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism* (7th ed.). Pearson Education.
2. Morrison, A. M. (2018). *Hospitality and Travel Marketing* (5th ed.). Cengage Learning.
3. Jiang, Y., & Wen, J. (2020). "The impact of digitalization on service quality in the hospitality industry". *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102422.
4. Cheng, M., & Choi, T. (2019). "The role of artificial intelligence in hospitality service innovation". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(9), 3514-3533.
5. Ivanov, S., & Webster, C. (2017). "Robots in hospitality: A research agenda for the future". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(2), 405-423.
6. Safe Travels Protocols (2021). World Travel & Tourism Council (WTTC). <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/WTTC%20Safe%20Travels%20Protocols.pdf>.
7. HACCP International (2020). HACCP Certification for Hospitality. <https://www.haccp-international.com>.

Silkalar:

1. Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson Education.
Link: <https://www.pearson.com/store/p/marketing-for-hospitality-and->
2. Jiang, Y., & Wen, J. (2020). "The impact of digitalization on service quality in the hospitality industry". *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102422.
Link: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102422>
3. Cheng, M., & Choi, T. (2019). "The role of artificial intelligence in hospitality service innovation". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(9), 3514-3533.
Link: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2019-0124>
4. World Travel & Tourism Council (WTTC). (2021). *Safe Travels Protocols*
Link: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/WTTC%20Safe%20Travels%20Protocols.pdf>