

MEHMONXONA XIZMATINI SIFATINI BOSHQARISH

Ahmadullayeva Mubinabonu Abdumannob qizi

*Andijon davlat universiteti Huquq-iqtisod fakulteti Turizm va mehmondo'stlik
yo'nalishi 201-guruh talabasi*

Annotatsiya: Ushbu maqola zamonaviy mehmonxona biznesida xizmat sifatini boshqarish bilan bog'liq dolzarb muammolarni tahlil qiladi. Unda mijozlar talablarining o'sishi, kadrlar masalalari, standart va individual yondashuv uyg'unligi, sifatni baholashning murakkabligi, texnologik integratsiya, raqobat va tashqi ta'sirlar kabi dolzarb muammolarga yechim topiladi. Tadqiqotning asosiy maqsadi, ushbu qiyinchiliklarning xizmat ko'rsatishga ta'sirini aniqlash va ularni hal qilish yo'llarini ko'rsatishdir. Umumiy qilib aytganda, maqola mehmonxona boshqaruvchilari va soha vakillari uchun sifatni oshirish strategiyalarini ishlab chiqishda qo'llanma bo'lishi mumkin.

Kalit so'zlar: biznes, texnologik integratsiya, iste'molchi, preferensiya, API

Abstract: This article analyzes current issues related to service quality management in the modern hotel business. It identifies solutions to pressing challenges such as the increasing demands of customers, staffing issues, the balance between standardization and individualization, the complexity of quality assessment, technological integration, competition, and external influences. The main objective of the study is to determine the impact of these challenges on service delivery and to outline ways to address them. Overall, the article can serve as a guide for hotel managers and industry professionals in developing strategies to improve service quality.

Keywords: business, technological integration, consumer, preference, API Next

Аннотация: В данной статье анализируются актуальные проблемы, связанные с управлением качеством обслуживания в современном гостиничном бизнесе. В ней рассматриваются такие важные вопросы, как рост требований клиентов, кадровые проблемы, сочетание стандартного и индивидуального подходов, сложность оценки качества, технологическая интеграция, конкуренция и внешние факторы влияния. Основная цель исследования заключается в определении влияния данных трудностей на процесс обслуживания и разработке путей их решения. В целом статья может служить практическим руководством для руководителей гостиниц и представителей отрасли при разработке стратегий повышения качества обслуживания.

Ключевые слова: бизнес, технологическая интеграция, потребитель, предпочтения, API

Bugungi kunda globallashuv jarayonlari jahon iqtisodiyotining barcha jabhalariga, jumladan, XX asrning ikkinchi yarmidan boshlab sezilarli o'zgarishlarni boshdan kechirgan mehmonxona xizmatlarining jahon bozoriga ham o'z ta'sirini ko'rsatdi va bu ko'p jihatdan mehmonxonalar o'rtasidagi raqobatni ham kuchaytirmoqda. Bunday raqobat muhitida mehmonxona biznesining muvaffaqiyati nafaqat eng qulay joylashuv va eng zamonaviy jihozlarga balki ko'rsatilayotgan xizmatlarning sifatiga ham bevosita bog'liqdir va buning uchun birinchi navbatda "Xizmatning sifati" tushunchasini anglab olishimiz va uni xodimlarga ham tushuntirishimiz kerak. Xizmatning sifati - xizmatning belgilangan yoki taxmin qilingan ehtiyojlarini qondirish qobiliyatini ta'minlovchi xususiyatlari majmui²²⁷. Bundan tashqari, unga iste'molchining aniqlangan ehtiyojlarini o'ziga xos xususiyatlari va shartlari majmui deb ham qaraladi. Mehmonxona xizmatini sifatini boshqarish bugungi kunda har bir muvaffaqiyatli mehmonxona uchun zaruriy shart hisoblanadi. Chunki har qanday ko'rinishdagi mehmonxonalarning muvaffaqiyatiga jiddiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Hozir ularni ko'rib chiqamiz va tahlil qilamiz.

Mijozlar talablarining o'sishi.

Mehmonxona mijozlarining talablarini o'sishi turli xil ko'rinishlarda namoyon bo'lishi mumkin. Bu o'zgarishlar mehmonxona sohasiga bevosita ta'sir ko'rsatadi va ularni doimiy moslashishiga undaydi. Masalan, mijozlar mehmonxona xonalarida zamonaviy texnologiyalar (smart uy tizimlari, yuqori tezlikdagi WI-Fi, virtual yordamchilar, IoT qurilmalari kabi oqim xizmatlari), qulay mebellar, yaxshi yoritish va ovoz izolyatsiyasi kabi ko'proq qulayliklarni kutishadi. Ammo hamma mijozlar har xil narsani hohlaydi. Bunday muammolarning yechimi sifatida, mijozlar fikr-mulohalarini muntazam ravishda tahlil qilish, bozor tendensiyalarini kuzatish va xizmatlarini moslashtirish uchun moslashuvchan tizimini yaratishni afzaldir. Shuningdek, xodimlarni mijozlarga individual yondashishga o'rgatish muhimdir. Buni quyidagi jadval orqali yanda yaxshiroq tushunishingiz mumkin:

Mijoz nimani hohlaydi?	Mijoz nimani hohlamaydi?	Mijozni nima ikkilantiradi?	Mijozni nima qo'rqitadi?
1.	1.	1.	1.
2.	2.	2.	2.
3.	3.	3.	3.
4.	4.	4.	4.
5.	5.	5.	5.
6.	6.	6.	6.

²²⁷ M.T. Aliyeva "Mehmonxona menejmenti" darslik, 218-bet, Toshkent-2010

7.	7.	7.	7.
----	----	----	----

Ushbu jadvalni mijozlaringizdan kelib chiqib, to'ldiring! Ushbu mashqni bajarmay turib, biznes boshlashni hayolingizga ham keltirmang!²²⁸

Kadrlar masalalari.

Mehmonxona xizmatini sifatini boshqarishda hozirgacha hal qilinmagan bir qator muammolar mavjud. Ayniqsa, bu muammolar mijozlar bilan ishlashda yaqqol sezilmoqda. Bu muammolar mehmonxonaning umumiy faoliyati, mijozlar bilan o'zaro munosabatlari va rentabelligiga sezilarli ta'sir ko'rsatishi mumkin. Bu muammolardan eng asosiylari mehmonxona xizmatlarida maxsus bilim va ko'nikmalarga ega xodimlarning tanqisligi, agar bunday xodimlar bo'lgan taqdirda ham ularning qo'nimsizligidir. Hammamizga ma'lumki, mehmonxona xizmatlari turli sohalarini qamrab oladi va undagi har bir soha o'ziga xos bilim va ko'nikmalarni talab qiladi. Aynan shuning uchun ham, bu sohada yetarli darajada tayyorgarlikka ega bo'lgan mutaxasislarni topish qiyin bo'lishi mumkin. Bundan tashqari, malakali kadrlar bo'lgan taqdirda ham ish sharoitining qoniqarsizligi, kam maosh, noqulay ish jadvali tufayli ular o'z sohalaridan ketishiga sabab bo'lmoqda.

Kadrlar masalasini hal qilish uchun, bir necha kompleks chora-tadbirlarni ishlab chiqildi. Bulardan eng yaxshisi, xodimlar uchun yuqori maosh va qo'shimcha ijtimoiy paketlardir. Malakali kadrlarni jalb qilish va saqlab qolish uchun sohadagi o'rtacha ko'rsatkichlardan yuqori maosh taklif qilish, tibbiy sug'urta, dam olish kunlari va boshqa ijtimoiy imtiyozlar taqdim etish muhimdir. Bundan tashqari, ularni malakalarini doimiy oshirib borish maqsadida, ularni haftada bir yoki ikki marta qo'shimcha dars ko'rinishidagi har xil treninglar o'tkazish ish samaradorligiga ijobiy ta'sir qiladi. Bunga misol qilib, Andijon shahridagi "Chinor" mehmonxonasi tizimini olishimiz mumkin. Ular xodimlari uchun haftada uch kun qo'shimcha darslar tashkil qiladi va har doim o'z malaka, ko'nikmalarini oshirishiga e'tibor beradi.

Standart va individual yondashuv uyg'unligi.

Biznesda bu muammo bir necha ko'rinishda bo'ladi. Bu muammolar tajribasiga, xodimlar ishiga va mehmonxonaning umumiy samaradorligiga ta'sir qiladi. Odatda, mehmonxonalarda barcha mijozlarga bir xil yondashuv qo'llaniladi, ularning individual ehtiyojlari va preferensiyalari e'tiborga olinmaydi. Bu ayniqsa, tez-tez keluvchi, maxsus talablarga ega yoki muhim voqeani nishonlayotgan mijozlar uchun norozilikka olib kelishi mumkin. Masalan, bolali oilaga romantik juftlik uchun mo'ljallagan qulaylikni taklif qilish yoki ishbilarmon mehmon uchun dam olishga yo'naltirilgan xizmatlarni tavsiya qilish juda

²²⁸ Shuhrat Suyundiqov "Biznesda intuitsiya" kitobi 46-bet. Zamin nashr nashriyoti Toshkent-2021

yoqimsiz bo'ladi. Buni hal qilish yo'li, moslashuvchan standartlar va shaxsiylashtirilgan tajriba yaratishga qaratilgan kompleks strategiyani amalga oshirishdir, ya'ni, bron qilish, ro'yxatdan o'tish, xizmatlardan foydalanish, qayta aloqa va ijtimoiy tarmoqlardagi faollik kabi turli kanallar orqali mijozlar haqida keng qamrovli ma'lumotlarni to'plash va CRM (Customer Relationship Management) tizimini joriy etish bu jarayonni avtomatlashtiradi va tahlilini osonlashtiradi. Tasavvur qiling, bir oila mehmonxonaga dam olish uchun kelmoqda. Bron qilish jarayonida ular ikki nafar bola bilan kelayotganliklarini va bolalar uchun ko'ngilochar dasturlar bo'lsa yaxshi bo'lishini aytishadi. Mehmonxona bu ma'lumotni CRM tizimiga kiritadi. Ro'yxatdan o'tish vaqtida ularga bolalar uchun mo'ljallangan o'yin xonasi, animatsiya dasturlari haqida ma'lumot beriladi. Xonaga kirishganda esa bolalar uchun kichik sovg'alar va karavotlar tayyorlanganligini ko'rishadi. Ertalabki nonushtada, ofitsiant bolalarning sevimli taomlari haqida so'raydi. Ketishdan oldin esa ularga keying tashriflari uchun bolalar klubiga chegirma taklif etiladi. Natijada, bu oila mehmonxonadan juda mamnun bo'lib qaytadi, ijobiy fikrlar qoldiradi va kelajakda yana shu mehmonxonani tanlaydi. Boshqa tomondan, ishbilarmon mehmon kelganida, unga xonada qulay ish stoli, tezkor internet va ertalabki nonushtaga erta borish imkoniyati taklif etiladi. Bu misollar shuni ko'rsatadiki, individual yondashuv mehmonxona va uning mijozlari uchun qanchalik foydali bo'lishi mumkin.

Sifatni baholashning murakkabligi.

Mehmonxona xizmatlari jismoniy mahsulot emas. Ularni ko'rish, ushlash yoki sinab ko'rish mumkin emas, oldin sotib olinadi va iste'mol qilinadi. Bu sifatni baholashni, mijoz sub'ektiv va individual tajribasiga bog'liq holda qiladi. Bir mehmon uchun a'lo darajadagi xizmat boshqasi uchun oddiy bo'lib ko'rinishi mumkin. Xizmat ko'rsatish jarayoni xodimlar, mijozlar va vaziyatga qarab o'zgaruvchan bo'lishi mumkin. Bir xodimning o'zi ham turli vaqtlarda turlicha xizmat ko'rsatishi mumkin. Bu sifatni standartlashtirish va baholashni qiyinlashtiradi. Mehmonxona xizmati sifatini boshqarishda sifatni baholash murakkabligini bartaraf etish uchun ko'p qirrali va tizimli yondashuv zarur. Bu tizimni yaratishda mijozlar qayta aloqa qilishi uchun turli usullardan foydalanishi va mijoz mehmonxonadan chiqishda yoki elektron pochta orqali har xil anketalarni taqdim qilish va anketalarda ma'lum shkala bo'yicha ochiq savollar yuborish baholashni osonlashtiradi. Masalan, mijoz mehmonxonada bo'lganidan so'ng unga elektron pochta orqali quyidagi savollar bilan anketa keldi:

Savollar	A'lo	Yaxshi	Qoniqarli	Qoniqarsi z
Xonani tozaligini qanday baholaysiz?				
Xizmat ko'rsatuvchi xodimlarning xushmuomaligini qanday baholaysiz?				
Mehmonxonadagi umumiy tajribangizni qanday baholaysiz?				
Xizmatimizdan qanchalik mamnun bo'ldingiz?				

Mijoz bu savollarga javob berib, mehmonxona haqida o'z fikrini bildiradi va agar ko'plab mijozlar yuqori baholar va ijobiy sharhlar qoldirsa, bu mehmonxonaning obro'sini oshiradi va yangi mijozlarni jalb qiladi. Aksincha, past baholar va salbiy sharhlar mehmonxonaning obro'siga putur yetkazishi mumkin.

Texnologik integratsiya.

Mehmonxonalarda ko'pincha turli xil vazifalar uchun alohida-alohida dasturiy ta'minot va tizimlar qo'llaniladi. Masalan, PMS (Property Management Systems), CRM (Customer Relationship Management), bron qilish tizimlari, POS – sotuv nuqtasi tizimlari. Bu tizimlar o'rtasida ma'lumot almashish qiyin yoki umuman mavjud bo'lmasligi mumkin. Integratsiya bo'lmaganda, ma'lumotlar bir necha tizimda qo'lda kiritiladi, bu esa xatolarga, ma'lumotlarning dublikatlanishiga va nomuvofiqligiga olib keladi. Masalan, mijozning aloqa ma'lumotlari PMS va CRMda farq qilishi mumkin. Bundan tashqari, ma'lumotlarni qo'lda uzatish va turli tizimlarda ishlash xodimlarning vaqtini oladi va ish samaradorligini pasaytiradi. Shuning uchun, mehmonxona xizmati sifatini boshqarishda texnologik integratsiya muammosiga aniq va eng samarali yechim yaxshi o'ylangan, bosqichma-bosqich amalga oshiriladigan va barcha manfaatdor tomonlarni qamrab oluvchi strategik yondashuvni qo'llashdir. Bunda hozirda qo'llanilayotgan barcha texnologik tizimlarni (PMS, CRM, POS, kanal menejeri, qayta aloqa platformasi va boshqalar)ni batafsil tahlil qilish lozim. Shu orqali ularning funktsionalligi, cheklovlari va bir-biri bilan aloqa qilish imkoniyatlari aniqlanadi. Bundan tashqari, texnologik integratsiyadan kutilayotgan ochiq maqsadlarni aniq belgilab olish kerak. Bu maqsadlarga biznesda sifat samaradorligini oshirish, xodimlarning ish yukini kamaytirish, olinadigan ma'lumotlardan yaxshiroq

foydalanish kabilarni kiritish mumkin va shu bilan belgilangan maqsadlarga erishish uchun bosqichma-bosqich integratsiya strategiyasini ishlab chiqish kerak. Qaysi tizimlar birinchi navbatda integratsiya qilinishi kerakligi, qanday ma'lumotlar almashinishi kerakligi va qanday texnologiyalar (API – Application programming interface, middle ware) ishlatilishi kerakligini aniqlanishi zarur.

Raqobat va tashqi ta'sirlar.

Mehmonxona bozori juda raqobatdosh bo'lib, mijozlar uchun ko'plab tanlov imkoniyatlari mavjud. Raqobat mehmonxonalarni doimiy ravishda o'z xizmatlarini takomillashtirishga, innovatsiyalar kiritishga va mijozlar ehtiyojlarini qondirishga undaydi. Raqobat sharoitida mehmonxonalar narxlarini pasaytirishga majbur bo'lishi mumkin, bu esa xizmat sifatiga investitsiya qilish imkonini cheklashi mumkin. Bundan tashqari, tashqi omillar, iqtisodiy inqirozlar sayyohlik faolligini pasaytirishi mumkin, bu esa mehmonxonalarning daromadiga va xizmat sifatiga investitsiya qilish imkoniyatiga ta'sir qiladi. Bunga misol qilib, COVID-19 pandemiyasi davrida, ya'ni 2020-yildan 2022-yilgacha bo'lgan davrda O'zbekistonda ham ichki, ayniqsa tashqi turizm sezilarli darajada pasayganini aniq aytish mumkin. Chegaralar yopilishi natijasida, O'zbekistonga keladigan turistlar soni 90%ga va unda ham ko'proqqa pasaygan. Shuning uchun ham ushbu muammolarga samarali yechim topish mehmonxonaning kelajak rivoji va muvaffaqiyati uchun juda muhimdir. Birinchi navbatda, raqobatni yengib chiqish uchun raqobatchilarning kuchli va zaif tomonlarini aniqlash orqali mehmonxonaning ustunliklarini rivojlantirish va kamchiliklarini bartaraf etish lozim. Raqobatchilar taklif qilmayotgan yoki yaxshi bajarmayotgan xizmatlarni aniqlab va shu orqali o'ziga xoslikni yaratish ham mehmonxona sifati va muvaffaqiyatiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Ikkinchisi tashqi ta'sirlar. Buning uchun mamlakat va mintaqa iqtisodiyotining holatini kuzatib borish va narx siyosati, takliflarini shunga moslashtirish bu uchun eng yaxshi yechim. Masalan, Andijon shahrida joylashgan kichik bir oilaviy kafe egasi, uni kafesi asosan mahalliy aholiga xizmat ko'rsatadi va o'rtacha narxlarda taomlar taklif etadi. Birdaniga mamlakat iqtisodiyotida sezilarli o'zgarish yuz berdi. Milliy valyuta qadri tushib ketdi, natijada import qilinadigan mahsulotlar (masalan, ba'zi ziravorlar, qahva, choyning ayrim navlari) narxi keskin oshdi. Shuningdek, mahalliy bozorda ham ayrim oziq-ovqat mahsulotlarining narxi biroz ko'tarildi, chunki ularni yetishtirish jarayonida ham import komponentlari ishlatilishi mumkin. Agar kafe egasi tashqi ta'sirni kuzatmasa, mamlakat iqtisodiyotidagi bu o'zgarishlarni e'tiborga olmasa va o'zining narx siyosatini o'zgartirmasa, u ko'pgina muammolarga (xarajatlarning oshishi, foydaning kamayishi, sifatni pasaytirishga urinish) duch kelishi va oqibatda kafesini yopishga majbur bo'lishi mumkin. Agar kafe egasi mamlakat iqtisodiyotidagi o'zgarishlarni muntazam bilib borsa, import qilinadigan mahsulotlarining narxi oshganini, mahalliy

bozorlarda ham narxlar biroz ko'tarilganin aniqlasa, u endi o'zining narx siyosatini qayta ko'rib chiqadi. Narxlarni biroz oshiradi va menyuni optimallashtiradi, shu orqali u o'z biznesini saqlab qoladi, foydasini minimallashtiradi va mijozlarning sodiqligini ta'minlaydi. Bu misol shuni ko'rsatadiki, har qanday biznes, jumladan kichik kafe ham, o'z faoliyatiga ta'sir ko'rsatadigan tashqi omillarni (mamlakat va mintaqqa iqtisodiyoti, valyuta kurslari, raqobatchilarning harakati va h.k) doimiy ravishda kuzatib borishi va o'z strategiyasini, xususan narx siyosatini shunga moslashtirishi uning muvaffaqiyati uchun juda muhimdir.

Mehmonxona xizmatini sifatini boshqarish sohasida ilgari mavjud bo'lgan bu muammolarga topilgan zamonaviy yechimlar sohaning rivojlanishiga katta hissa qo'shadi. Shaxsiy yondashuv, zamonaviy texnologiyalar, xodimlarni o'qitish, moslashuvchan xizmat ko'rsatish tizimlari va analitik vositalar orqali mijozlar kutuvlariga moslashish, kadrlar bilan bog'liq muammolarni hal etish standartlashtirish va individuallik o'rtasida muvozanatga erishish, sifatni ob'ektiv baholash va texnologiyalarni samarali joriy etish imkoniyati yaratildi. O'ziga xos xizmatlar, mustahkam aloqalar va barqaror strategiyalar raqobatda ustunlikni ta'minlaydi. Xulosa qilib aytganda, topilgan yechimlar mehmonxona sohasining rivojlanishiga, mijozlar qoniqishining oshishiga va raqobatdoshligining mustahkamlanishiga xizmat qiladi. Bu esa doimiy innovatsiyalar orqali kelajakdagi muvaffaqiyatni ta'minlaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. M.T.Aliyeva "Mehmonxona menejmenti" darslik. Toshkent-2010
2. "Talqin va tadqiqotlar" ilmiy-uslubiy jurnali, 25.06.2023
3. Urganch davlat universiteti, "Mehmonxona xo'jaligini boshqarish" fanidan ma'ruzalar to'plami, Urganch-2017
4. B.S.Isomov, N.X.Kuliev, Z.S.Nurov. Mehmonxona xo'jaligi faoliyatini tahlili. Buxoro-2021
5. Urmanova, G., & Yo'ldosheva, D. (2023). TIBBIYOTNING RIVOJLANISHIGA HISSA QO'SHAYOTGAN AYRIM NOYOB USULLARNING KELIB CHIQISH TARIXI. Talqin va tadqiqotlar, 1(8).
6. Urmanova, G. (2025). USE OF PHYSICAL FACTORS IN MEDICINE. Journal of analytical synergy and scientific horizon, 1(1.3 (C series)), 4-10.
7. Urmanova, G. U. (2024). USE OF ULTRASOUND PROPERTIES IN MEDICINE. Web of Medicine: Journal of Medicine, Practice and Nursing, 2(12), 345-349.
8. ТАЪСИРИ, С. (2006). ФОЗАЛОН ИНСЕКТИЦИДИ ВА КАДМИЙ ИОНЛАРИНИНГ ЖИГАР МИТОХОНДРИЯЛАРИ МЕМБРАНАСИ ЎТКАЗУВЧАНЛИГИГА. Доклады Академии наук Республики Узбекистан, (6), 81.
9. Shuhrat Suyundiqov "Biznesda intuitsiya" kitobi. Zamin nashr nashriyoti. Toshkent-2021