

MEHMONXONALARDA XIZMATLAR SIFATINI BOSHQARISH MASALALARI

Sattarov Tirkash Eshmurzayevich

“Imona Stroy 777” MCHJ rahbari

sattarovtirkash84@gmail.com

Annotatsiya. Ushbu maqolada mehmonxona sohasida xizmatlar sifatini boshqarish masalalari ko‘rib chiqiladi. Xizmat sifatining mehmonlarning qoniqish darajasiga, biznes raqobatbardoshligiga va brend obro‘sig‘a ta‘siri tahlil qilinadi. Shuningdek, xizmat sifati monitoringi va baholash metodlari, zamonaviy boshqaruv yondashuvlari, xodimlar malakasini oshirish va mijozlar ehtiyojlarini aniqlash vositalari tahlil etiladi. Maqolada xizmatlar sifatini tizimli boshqarish orqali mehmonxonalarning raqobatbardoshligini oshirish imkoniyatlari yoritilgan.

Kalit so‘zlar: Mehmonxona xizmati, xizmatlar sifati, boshqaruv tizimi, mijoz qoniqishi, xizmat monitoringi.

KIRISH

Bugungi globallashuv va raqobat kuchaygan sharoitda xizmatlar sohasi, xususan, mehmonxona biznesi mijozlarga yuqori sifatli xizmat ko‘rsatishni asosiy strategik ustuvorlik sifatida qabul qilmoqda. Mehmonxona xizmatining sifati mijozning umumiy taassurotini, korxonaning bozordagi obro‘cini va qayta sotuv hajmini bevosita belgilab beradi. Shu bois, xizmat sifatini tizimli ravishda boshqarish va doimiy takomillashtirib borish mehmonxona faoliyatining ajralmas qismi hisoblanadi. Ushbu maqolada mehmonxona xizmatlari sifatini boshqarishning dolzarb masalalari, ularning amaliy mexanizmlari va rivojlanish istiqbollari tahlil qilinadi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI VA EMPIRIK TAHLIL

Mehmonxonalarda xizmatlar sifati ko‘plab omillar bilan belgilanadi: xodimlar malakasi, xizmat ko‘rsatish jarayonlarining samaradorligi, binolarning texnik holati, gigiyena va xavfsizlik standartlariga rioya etilishi, mijoz bilan muloqot madaniyati va boshqa ko‘rsatkichlar. Xizmat sifati, odatda, ikki asosiy yo‘nalish bo‘yicha boshqariladi: ichki boshqaruv tizimi orqali va mijozlar fikr-mulohazalarini doimiy ravishda o‘rganish orqali.

Xizmatlar sifatini oshirishda asosiy omillardan biri – xizmat ko‘rsatish standartlarini ishlab chiqish va amaliyotga joriy etishdir. Standartlashtirilgan xizmat jarayonlari xodimlar uchun aniq me‘yor va ko‘rsatmalar belgilaydi, shu orqali xizmat sifati barqarorligini ta‘minlaydi. Misol uchun, bron qilish jarayonidan tortib mehmonni kutib

olish, xonani tayyorlash, xizmat ko'rsatish tezligi va aniqligi kabi jihatlar alohida reglament asosida nazorat qilinadi.

Shu bilan birga, mehmonxonalarda xizmatlar sifatini monitoring qilish tizimi ham joriy qilinmoqda. Monitoring quyidagilarni o'z ichiga oladi: mijozlar so'rovnomalari, yashirin mijoz ("mystery shopper") tadqiqotlari, onlayn sharhlar va reytinglar tahlili, xodimlarning o'zaro baholash tizimi va xizmat ko'rsatish natijalarining ichki auditi. Ushbu monitoring natijalari asosida aniq kuchsiz nuqtalar aniqlanadi va ular ustida tizimli ish olib boriladi [2].

NATIJALAR

Sifatni boshqarishda xodimlar o'qitilishi va motivatsiyasi asosiy rol o'ynaydi. Xodimlar uchun doimiy ravishda treninglar, xizmat ko'rsatish etikasi, mijoz bilan muloqot psixologiyasi va stressni boshqarish kabi yo'nalishlarda kurslar o'tkaziladi. Shu bilan birga, mukofotlash va rag'batlantirish tizimlari orqali xodimlarning xizmat ko'rsatish sifatiga shaxsiy manfaatdorligi oshiriladi [3].

Bugungi kunda raqamli texnologiyalar xizmat sifatini oshirishda kuchli vosita sifatida namoyon bo'lmoqda. Mehmonxonalar mobil ilovalar orqali bron qilish, xonani nazorat qilish, shikoyatlarni tezda hal qilish imkoniyatini beradigan platformalarni joriy qilmoqda. CRM (Customer Relationship Management) tizimlari yordamida mijozlar ehtiyojlari haqida ma'lumotlar yig'iladi va shaxsiylashtirilgan xizmat ko'rsatish amalga oshiriladi.

Shuningdek, xizmatlar sifatini boshqarishda ISO 9001, ISO 14001 kabi xalqaro standartlar va mehmonxona sanoatiga xos sertifikatlar (masalan, Green Key, Star Ratings) asosida sifat tizimlarini joriy etish orqali ham natijadorlik oshirilmoqda. Ushbu standartlar nafaqat sifatni barqarorlashtirish, balki ekologik va ijtimoiy mas'uliyatni oshirish imkonini ham beradi [4].

Mehmonxona xizmatlari sifatini boshqarishda xizmat ko'rsatish madaniyatini shakllantirish va qo'llab-quvvatlash muhim o'rin tutadi. Xizmat madaniyati — bu mehmonxonaning ichki falsafasi bo'lib, unda har bir xodim o'zining harakati, muloqoti va qarori orqali mehmonning ehtiyojlarini qondirishni asosiy maqsad sifatida ko'radi. Xizmat madaniyati yuqori bo'lgan muassasalarda mehmonlar faqat xizmat jarayonidan emas, balki butun muhitdan, insoniy munosabatlardan ham ijobiy taassurot oladilar. Xizmat madaniyatini shakllantirish uchun korxonalar xodimlar o'rtasida qadriyatlar tizimini rivojlantirishi, yetakchilik uslubini zamonaviylashtirishi va doimiy ravishda ichki kommunikatsiya madaniyatini oshirishi zarur.

Xizmat sifatini boshqarishda innovatsion yondashuvlar, xususan, mijoz tajribasini (Customer Experience, CX) chuqur tahlil qilish va boshqarish konsepsiyasi tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. An'anaviy yondashuvlar mijozni faqat xizmat qabul

qiluvchi sifatida ko'rgan bo'lsa, zamonaviy CX strategiyasi mehmonning butun safarini — bron qilishdan tortib chiqib ketishgacha bo'lgan barcha nuqtalarni puxta o'rganadi va har bir bosqichda eng yuqori qoniqish darajasini ta'minlashga intiladi. Buning uchun mijozlar bilan "emosional aloqa" o'rnatish, individual ehtiyojlarini oldindan aniqlash va kutganidan ortiqroq xizmat ko'rsatish muhim hisoblanadi.

XULOSA VA MUNOZARA

Mehmonxona xizmatlari sifatini boshqarish zamonaviy sharoitda raqobatbardoshlik va biznes muvaffaqiyatining muhim omiliga aylangan. Xizmat ko'rsatish standartlarini ishlab chiqish, xizmat monitoringi tizimini joriy etish, xodimlarni muntazam o'qitish va texnologik yechimlardan foydalanish orqali xizmat sifati sezilarli darajada oshirilishi mumkin. Mijozlarning ehtiyoj va kutganlarini chuqur tahlil qilish, individual yondashuvni yo'lga qo'yish va xizmat ko'rsatishda samimiylilik va professionallikni uyg'unlashtirish mehmonxonaning muvaffaqiyat kaliti hisoblanadi. Kelajakda xizmatlar sifatini boshqarish sohasida innovatsion yondashuvlar va ilg'or tajribalarni o'zlashtirish zarur bo'lib qoladi.

ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Чудновский, А. Д. Управление качеством услуг в индустрии гостеприимства. – М.: Юрайт, 2018. – 352 с.
2. Begimkulov, I. B. (2024). THE ROLE OF NATIONAL VALUES IN THE PATRIOTIC EDUCATION OF YOUNG PEOPLE IN THE CONDITION OF GLOBALIZATION. Экономика и социум, (10 (125)), 58-62.
3. Karimov, B. B. (2024). KURSANTLARNI MA'NAVIY-AXLOQIY TARBIYALASH TAMOIYILLARI. INTERNATIONAL SCIENCES, EDUCATION AND NEW LEARNING TECHNOLOGIES, 1(4), 123-128.
4. Karimov, B. K. (2021). Harmony Of Mind And Spirit. The American Journal of Social Science and Education Innovations, 3(05), 230-234.
5. Муминова, Н. А. (2017). Дидактические игры, используемые для повышения эффективности уроков родного языка в 1 классах начального образования. Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов, (4), 39-41.
6. Djabbarov, X. D., & Muminova, N. A. (2021). Роль лексико-семантических средств в интерпретации антропонима тарагай и топонима тарагай. Theoretical & Applied Science, (1), 406-411.

7. Хакимов, М. Ш., Маткулиев, У. И., Ашуров, Ш. Э., & Кодирова, Г. Р. (2022). Новый взгляд на оценку тяжести кровотечения из варикозно расширенных вен пищевода (Doctoral dissertation, Узбекистан).
8. Ашурова, О. Ю., & Кодирова, Г. Р. (2020). ПРИМЕНЕНИЕ ЭНТЕРАЛЬНОЙ ОКСИГЕНОТЕРАПИИ (КИСЛОРОДНОГО КОКТЕЙЛЯ) В КОМПЛЕКСНОМ ВОССТАНОВИТЕЛЬНОМ ЛЕЧЕНИИ ГИПОКСИИ И ХРОНИЧЕСКИХ БОЛЕЗНЕЙ ОРГАНОВ ДЫХАНИЯ. Интернаука, (46-1), 36-37.
9. Latifovna, I. G. (2025). EXAGGERATED REALITIES: THE FUNCTION OF HYPERBOLE IN JEAN RHYS'S "WIDE SARGASSO SEA" AS A REFLECTION OF COLONIAL TENSIONS AND PSYCHOLOGICAL TURMOIL. JOURNAL OF INTERNATIONAL SCIENTIFIC RESEARCH, 2(2), 323-326.
10. Gafurov, B., & Khujand, T. (2024). ON SOME TYPOLOGICAL FEATURES OF GRAMMATICAL SYSTEM OF TAJIK AND UZBEK LANGUAGES. АХБОРИ ДДҲБСТ.
11. Zakirovich, G. B. (2024). Hypertextual Meaning of the Discourse Title in its Function As an Indexer and Tag-Descriptor of the Narrative. Gospodarka i Innowacje, 47, 41-46.
12. Жамолов, А. Ш., & Ахмедова, Н. А. (2022). Psychological aspects of commitment treatment Of patients with rheumatoid arthritis (Doctoral dissertation, Doctoral Dissertation, Ташкент).
13. Sadikov, E. (2024). Innovative ways of teaching speech acts through auditory skills. Science and innovation in the education system, 3(2), 5-8.
14. Tursunovich, S. E. (2021). IMPLEMENTING AND ASSESSING PRAGMATIC SPEECH ACT DIVERGENCES IN THE ESL CLASSROOM. Eurasian Journal of Academic Research, 1(9), 220-223.
15. Tursunovich, S. E. (2021). Speech acts of refusals: Challenging the challenges. ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal, 11(10), 2063-2067.
16. Эгамов, Э. Э. (2022). Вклад Узбекистана в победу над фашизмом во Второй мировой войне. In ВОЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИИ: ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ (pp. 439-447).
17. Котлер, Ф., Боуэн, Дж., Мейкенс, Дж. Маркетинг, гостиничный и туристический бизнес. – СПб.: Питер, 2017. – 608 с.
18. Пенькова, Е. Л. Стандарты качества обслуживания в гостиничном бизнесе. – М.: КноРус, 2016. – 240 с.