

Mehmonxona xo‘jaligi korxonalarida xizmat ko‘rsatish
Сервис на предприятии гостиничного бизнеса
Service in the hotel business enterprise

Asqarova Lobarhon Usmanjanovna

Андижон қишлоқ хўжалиги ва агротехнологиялар институти,

Аннотация: Ушбу мақолада mehmonxona xo‘jaligi korxonalarida xarajatlar hisobini rivojlantirish muammolarini o‘rganish va bu sharoitda ularni boshqarishning axborot ta‘minotini shakllantirish ,xarajatlarni hisobga olish va mehmonxona xizmatlari tannarxini hisoblash ўрганилган.

Аннотация: В данной статье изучаются проблемы развития учета затрат на гостиничных предприятиях и формирования информационного обеспечения их управления, учета затрат и расчета себестоимости гостиничных услуг.

Annotation: In this article, the study of the problems of development of cost accounting in hotel enterprises and the formation of information support for their management, accounting of costs and calculation of the cost of hotel services are studied.

Qayta qurish jarayonlari O‘zbekistonda mehmonxona biznesining holatiga salbiy ta'sir ko'rsatdi. Aholining turmush darajasining pasayishi va narxlarning oshishi ichki turistik oqimlarning qisqarishiga olib keldi, bu esa o'z navbatida kiruvchi turizmning qisqarishi bilan birga mehmonxona xizmatlariga talabning kamayishiga olib keldi. Buning natijasida mehmonxonalar soni ko‘paymadi, mavjudlari bandligi qisqardi. Mehmonxonalarining asosiy qismi xalqaro standartlarga javob bermagani uchun rekonstruksiya va moddiy-texnik bazasini yangilashga muhtoj edi. Ushbu davrdagi mahalliy mehmonxona biznesining muammolari past darajadagi xizmat ko'rsatish, moddiy-texnik jihozlarning etarli

emasligi, bozor sharoitida ishlashga qodir bo'lgan professional kadrlar, shu jumladan mehmonxona boshqaruvi sohasidagi mutaxassislarining etishmasligi bilan bog'liq edi. 1993 yildan beri monopollashtirilgan mehmonxona tizimi O'zbekistonda mehmonxona xizmatlari bozori bilan almashtirildi. Aksariyat mehmonxonalar davlat mulkidan xususiy mulkka aylandi. O'zbekiston iqtisodiyoti rivojlanishining yangi bosqichi mehmonxona biznesining rivojlanishiga ham ta'sir ko'rsatdi. [O'z DSt 3296:2023](#) “Turistik xizmatlari. Mehmonxonalar tasnifi” mehmonxonalarning jahon standartlariga moslashish istagini rivojlantirishga va ularning samaradorligini oshirishga xizmat qildi. O'z biznesidan foyda olish uchun mulkdorlar unga katta mablag' yo'naltirishdan manfaatdor edilar. Xorijiy mamlakatlar uchun an'anaviy bo'lgan mehmonxona tarmoqlarini shakllantirish tendentsiyalari O'zbekistonda kuzatila boshlandi. 1997 yilda ochilgan International Hotel Tashkent mehmonxonasi O'zbekistondagi birinchi besh yulduzli mehmonxonaga aylandi. Mehmonxona Accor guruhi bilan Mövenpick brendidan foydalanish imkoniyatini o'z ichiga olgan sublitsenziya shartnomasiga ega. O'zbekiston mehmonxonalari ko'pincha taniqli xalqaro mehmonxonalar tarmog'iga kiradi. Ushbu tizimlarning standartlari ular tomonidan mehmonxonalar faoliyati ustidan nazoratni ta'minlaydi. Ko'pgina mehmonxonalar, ayniqsa, eng yuqori hashamatli toifadagi mehmonxonalar xorijiy kompaniyalar tomonidan boshqariladi. Mehmonxonalar samaradorligini oshirish uchun boshqaruv kompaniyalarini jalb qilish dunyoda keng tarqalgan. Mehmonxona biznesi iqtisodiy faoliyat turlaridan biri bo'lib, bevosita yoki bilvosita ish o'rinlari yaratib, g'aznani xorijiy valyuta bilan to'ldirishning muhim vositasi hisoblanadi. Dunyo doimiy ravishda mehmonxona biznesining yangi kontseptsiyalarini o'zlashtirish va eskilarini modernizatsiya qilish jarayonida. Mehmonxona xo'jaligi korxonalarini xizmat ko'rsatish sohasiga tegishli bo'lib, xo'jalik faoliyatini tashkil etishda, iste'molchilar huquqlarini himoya qilish bo'yicha qonun hujjatlari talablariga rioya etishda, buxgalteriya hisobini yuritishda o'ziga xos xususiyatlarga ega. Qonun chiqaruvchi organlarning buxgalteriya hisobi va soliqqa tortishning me'yoriy-huquqiy bazasini

takomillashtirish bo'yicha faol ish olib borishiga qaramay, bugungi kunda buxgalteriya hisobi nazariyasi va amaliyotining ko'plab masalalari mehmonxona biznesi faoliyatini shakllanishini tashkil etish va boshqarishdagi o'zgarishlar bilan bog'liq holda tadqiqotlarni talab qiladi. Zamonaviy sharoitda boshqaruvni yangi axborot bilan ta'minlash zarurdir. Bu mahsulot (ishlar, xizmatlar) tannarxini shakllantirishga taalluqlidir. Rejalashtirish bo'yicha uslubiy tavsiyalar mavjud emas.

Xo'jalik faoliyatining alohida turi sifatida mehmonxonalar uchun xizmatlar narxini hisobga olish va kalkulyatsiya qilish , mehmonxona xo'jaligi korxonalarida xarajatlar hisobini rivojlantirish muammolarini o'rganish va bu sharoitda ularni boshqarishning axborot ta'minotini shakllantirish katta ilmiy-amaliy ahamiyatga ega. mehmonxona xo'jaligi korxonalarida xarajatlar hisobini takomillashtirish va boshqaruvni axborot ta'minotini shakllantirish bo'yicha nazariy qoidalar va amaliy tavsiyalarni ishlab chiqish zarurdir.

Mehmonxona biznesi iqtisodiyotiga oid adabiyotlarning aksariyat mualliflari odatda "Aholiga xizmat ko'rsatish"da berilgan xizmat ta'rifidan foydalanadilar. Shartlar va ta'riflar"; xizmat - bu ijrochi va iste'molchi o'rtasidagi to'g'ridan-to'g'ri o'zaro ta'sir natijasi, shuningdek, iste'molchi ehtiyojlarini qondirish uchun ijrochining o'z faoliyati. Bizning fikrimizcha, xizmatni bevosita o'zaro ta'sir natijasi sifatida belgilash to'g'ri emas. Birinchidan, xizmat nafaqat natija, balki ijrochi iste'molchi uchun biror narsa qiladigan vaqtning "segmenti" hamdir. Ikkinchidan, barcha xizmatlarni ko'rsatish iste'molchining mavjudligini talab qilmaydi. Masalan, xonalarning zarur sanitariya holatini saqlash yoki kir yuvish va kimyoviy tozalash, shaxsiy buyumlarni ta'mirlash va dazmollash xizmatlarini ko'rsatishda iste'molchining umuman bo'lishi shart emas. Bundan tashqari, xonani aholining ishtirokida tozalash mumkin emas. Adabiyotlarni tahlil qilish, xizmat deganda odatda harakat yoki jarayon sifatida tushuniladi, lekin harakatning maqsadi, jarayon sub'ektlari va uning natijalari ko'rsatilmagan degan xulosaga kelishga imkon beradi. Shuning uchun xizmat tushunchasining quyidagi variantini aytishimiz mumkinki bu, xizmat - bu ijrochining iste'molchiga nisbatan

maqsadli harakati bo'lib, uning natijasi ma'lum bir vaqtning o'zida har ikki tomon uchun foydali ta'sirga erishishdir. Xizmatning maqsadga muvofiqligi uning xususiyatlari bilan izohlanadi. Bu ishlab chiqaritmsh va kelajakda sotish uchun saqlanishi mumkin bo'lgan mahsulotlar emas. Pudratchi xizmatni faqat unga bo'lgan talab mavjud bo'lganda taqdim etadi. Xizmat ko'rsatish har ikki tomon uchun ham foydali ta'sir ko'rsatishi kerak. Iste'molchi uchun xizmat ehtiyojni qondirish vositasi bo'lib, uning sifati qanchalik yaxshi bo'lsa, unga yana buyurtma berish ehtimoli shunchalik yuqori bo'ladi. Ijrochi uchun xizmat ko'rsatishning foydali ta'siri daromad miqdori bilan ifodalanadi. Mehmonxona xizmatlarining xilma-xilligi ularni tasniflashni talab qiladi. Mehmonxona biznesining iqtisodiga oid adabiyotlarda barcha mualliflar mehmonxona xizmatlarining oddiy tizimsiz ro'yxati bilan cheklanadi va ular taklif qilayotgan tasniflar tasniflash xususiyatlarini aniqlamasdan tuziladi. Ishdagi ushbu bo'shliqni bartaraf etish uchun mehmonxona xizmatlarining tasniflash tavsiflari ro'yxati to'ldirildi va tizimlashtirildi, bu mehmonxona biznesi korxonalarining rejalashtirish, tashkil etish, boshqarish va buxgalteriya hisobida shakllantirilgan axborot bilan ta'minlash bo'yicha turli xizmatlarini guruhlash uchun yagona bazani yaratishga imkon beradi. Bizning fikrimizcha, bu yo'nalishda ikkita tasnif mezonini - mos ravishda ahamiyatiga ko'ra va xizmatlar uchun to'lovga qarab ajratish maqsadga muvofiqdir. Bundan tashqari, xizmatning ko'rsatilishiga qarab - majburiy va ixtiyoriy xizmatlarni ajratish mumkin. Ahamiyatiga ko'ra Xizmatlar uchun to'lovga qarab, Majburiy taqdim etishga qarab, Ta'minlash tartibiga qarab, Ta'minot joyida, Asosiy qo'shimcha pullik, bepul, Majburiy, ixtiyoriy, 24 soatlik, 24 soat bo'lmagan, ichki tashqi kategoriyalarga ajratish mumkin. Xususan, tez yordam chaqirish, birinchi tibbiy yordam to'plamidan foydalanish, xat olgandan keyin xonaga etkazish, ma'lum bir vaqtda uyg'onish, qaynoq suv bilan ta'minlash, ignalar, iplar, bitta idish-tovoq va vilkalar pichoqlari. Boshqa barcha mehmonxona xizmatlari mehmonxonaga berilgan yulduzlar soniga qarab u yoki bu guruhga bo'linishi mumkin. Masalan, “**” – “*****” toifalaridagi mehmonxonalar uchun oziq-ovqat xizmati (xususan, nonushta berish) majburiy,

“yulduzsiz” va “*” toifalaridagi mehmonxonalar uchun esa ixtiyoriy bo‘ladi. ” toifalari. Masalan, “Avtomobil ijarasi” xizmati faqat “****” va “*****” toifalaridagi mehmonxonalar uchun majburiy, “yulduzsiz” toifadagi mehmonxonalar uchun esa ixtiyoriy bo‘ladi – “** *”. Muayyan mehmonxonalar xizmatlarining majburiy yoki ixtiyoriy xususiyati mehmonxonalar va boshqa joylashtirish vositalarini ixtiyoriy davlat tasniflash tizimida va “Turistik va ekskursiya xizmatlarini ko‘rsatadigan turli toifadagi turar joylarga qo‘yiladigan minimal talablar” bilan belgilanadi. Mehmonxonalar kechayu kunduz ishlaydigan korxonalar toifasiga kiradi. Ammo mehmonxonalar xizmatlarining hammasi ham ketma-ket 24 soat davomida taqdim etilmaydi. Shu munosabat bilan mehmonxonalar xizmatlari uchun yangi tasniflash xususiyatini joriy etish maqsadga muvofiq. Xizmat ko‘rsatish rejimiga qarab. Ushbu mezonga muvofiq, xizmatlar 24 soatlik va 24 soatlik bo‘lmagan xizmatlarga bo‘linadi. Mehmonxonada 24 soatlik xizmatlar, masalan, turar joy, ovqatlanish, transport xizmatlari va boshqalarni o‘z ichiga oladi va 24 soatlik bo‘lmagan xizmatlarga konferentsiya va majlislar xonalarini ijaraga berish, sarteroshlik xizmatlari, go‘zallik, manikiyur va massaj xonalarini va boshqalar kiradi.

Ko‘pgina mualliflarning ta’kidlashicha, mehmonxonaning xizmat ko‘rsatish taklifi uning hududi bilan bog‘liq. Biz bu fikrga qo‘shilishimiz mumkin, chunki mehmonxonalar xizmatlarining bir qismi mehmonxonalar hududida, boshqa xizmatlar esa mehmonxonalar hududidan tashqarida taqdim etiladi. Shu sababli, xizmatlarni taqdim etish joyiga qarab ham tasniflash kerak. Ushbu xususiyatga ko‘ra, xizmatlar ichki va tashqi bo‘linadi. Shunday qilib, mehmonxonalar uchun ichki xizmatlarga turar joy, bufetlarda, restoranlarda, barlarda va xonalarda ovqatlanish, sport va fitnes markazi xizmatlari, tashqi xizmatlarga avtomobil ijarasi, ziyofatlar tashkil etish va ekskursiya xizmatlari kiradi. Xarajatlarni hisobga olish va mehmonxonalar xizmatlari tannarxini hisoblash ob’ektlari Mehmonxonalar faoliyatini o‘rganish va adabiyotlar tahlili natijalari shuni ko‘rsatadiki, xarajatlarni u taqdim etilgan shaklda guruhlash (odatda ikki yo‘nalishda: umuman mehmonxonalar uchun) (oziq-ovqat xizmati bo‘limlari bundan

mustasno) va oziq-ovqat xizmati bo'limlari uchun), har qanday hisob-kitob ob'ektini aniq aniqlashga imkon bermaydi. Shu sababli, mehmonxona xo'jaligi korxonalarining xarajatlarini hisobga olish va xizmatlar narxini hisoblash ob'ektlarini aniqlashtirish kerak. Uy-joy kommunal xizmatlarini rejalashtirish, hisobga olish va xarajatlarini hisoblash metodologiyasiga muvofiq xarajatlarni hisoblash ob'ektlari uy-joy kommunal xo'jaligi faoliyatining har bir turi bo'yicha hisob-kitob birligi mos keladigan hisoblagichlardir mavjudir: mehmonxonalar uchun - bu bir to'shak-kun. Muayyan davr uchun yotoq kunlarining umumiy soni bir martalik quvvat ko'rsatkichini (to'shaklar soni) ushbu davrdagi kalendar kunlar soniga ko'paytirish yo'li bilan aniqlanadi. To'shak - bir kishi foydalanishi uchun mo'ljallangan yotoqli maydon. Bir kunlik to'shakning narxi umumiy xarajatlarni xuddi shu davrdagi yotoq kunlarining umumiy soniga bo'lish yo'li bilan aniqlanadi. Iqtisodiy adabiyotlarda mualliflar bir kunlik yotoq narxi kabi ko'rsatkich mehmonxona xarajatlarini boshqarish uchun foydali ma'lumotlarni o'z ichiga olmaydi, degan fikrni bildiradi. Ular buni xarajatlarni boshqarishni samarali tashkil etish uchun xarajatlar hajmi, tuzilishi va dinamikasi to'g'risidagi ma'lumotlar zarurligi bilan izohlashadi, bu esa ushbu ko'rsatkichdan foydalanganda sodir bo'lmaydi. Shuning uchun uni hisoblash birligi sifatida ishlatish maqsadga muvofiq emas. Mehmonxona - bu turli xil xizmatlarni ko'rsatadigan o'ziga xos korxonalar. Birinchidan, uni faqat X uy-joy kompleksi korxonasi deb hisoblash noto'g'ri. Ikkinchidan, bir kecha-kunduzning narxi kabi ko'rsatkich mehmonxona xarajatlarini boshqarish uchun foydali ma'lumotni faqat turar joy xizmatiga taalluqli qiladi. Shu bilan birga, xonalar toifasiga qarab yotoq-kunni farqlash kerak. Shunday qilib, "Lyuks" xonasida bir kunlik to'shak narxi bir yoki bir kishilik yotoqxonaning bir kunlik narxidan farq qiladi.

Mehmonxona biznesi korxonalarini marketing narxlarini qo'llashda bozorni o'rganish talab etiladi, ya'ni mehmonxona xizmatlari iste'molchisi va uning xizmatlarga bo'lgan munosabati, mehmonxona xizmatlariga bo'lgan talab darajasi, raqobatchilarning narx pozitsiyasi (bozorda shunga o'xshash xizmatlarni taklif qilish darajasi) o'rganiladi. Shu bilan birga, xarajatlarni o'rganish, ularni

rejalashtirish, nazorat qilish va tahlil qilish, mehmonxonaning ularni doimiy ravishda kamaytirishga intilishi uning samarali ishlashi uchun zarur shartlardan biri bo'lib qolmoqda. Bir tomondan, xizmat ko'rsatish har ikki tomon uchun ham foydali ta'sir ko'rsatishi kerak. Iste'molchi uchun xizmat ehtiyojni qondirish vositasi bo'lib, uning sifati qanchalik yaxshi bo'lsa, unga yana buyurtma berish ehtimoli shunchalik yuqori bo'ladi. Ijrochi uchun xizmat ko'rsatishning foydali ta'siri daromad miqdori bilan ifodalanadi. Biroq, ko'rsatilgan xizmat sifatiga mos keladigan daromad olish uchun ushbu sifatga erishish uchun ma'lum xarajatlarni amalga oshirish kerak. Boshqa tomondan, mehmonxona xizmatlariga bo'lgan talab o'zgaruvchan va yilning vaqtiga bog'liq, ya'ni mavsumiy tebranishlarga bog'liq. Ruxsat etilgan xarajatlar xizmat ko'rsatilayotgan mijozlar (mehmonlar) soniga bog'liq emas, bu, masalan, mavsum davomida ko'pincha o'z vaqtida va sifatli xizmat ko'rsatishdan manfaatdor bo'lmagan katta qo'shimcha xodimlarni jalb qilishni talab qiladi. Bundan tashqari, ko'pincha doimiy xarajatlar uchun mablag'larning etishmasligi mehmonxona xizmatlari sifatini pasaytiradi. Shunday qilib, mehmonxona xizmatlarining narxi va sifati o'rtasida aniq bog'liqlik bor degan xulosaga kelishimiz mumkin. Mehmonxona biznesi korxonalar uchun hisob-kitob ob'ekti (xarajat tashuvchisi) sifatida xizmat turidan foydalanish kerak. Mehmonxona turli xizmatlarni taqdim etadi. Shuning uchun nafaqat ma'lum bir xizmatni ko'rsatish bilan bog'liq xarajatlar miqdorini aniqlash uchun, balki mehmonxona tomonidan ko'rsatiladigan xizmatlarning har birining narxini hisoblash kerak. Turlari bo'yicha xizmatlar narxini hisoblash mehmonxonalarga ma'lum xizmatlarni yanada ko'rsatish maqsadga muvofiqligining iqtisodiy oqibatlarini bashorat qilish, xizmatlar uchun maqbul (pasaytirish, oshirish) narxlarini belgilash imkonini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Astakhova, A. A. (2018), —Financial monitoring as a type of financial control, Innovative Science, 2, pp. 65-66.

2. Berdnikova, L. F. and Khokhrina, E. V. (2016), —Methodological aspects of assessing the financial condition of the organization according to the financial statements, Karelian Scientific Journal, 4(17), pp. 74-78.
3. Berezovskaya E. A. and Evstigneeva A. S. (2015), —Models and tools for assessing the probability of bankruptcy of an organization, International Scientific Journal "Symbol of Science", 12, pp. 96-98.
4. Bubnovskaya T. V., Levkina E. V. and Yakimova M. D. (2017), —Analysis of relative indicators of financial stability of the enterprise, Karelian Scientific Journal, 4 (21), pp. 312-314.
5. Erina E. S. (2017), Fundamentals of analysis and diagnostics of the financial condition of the enterprise, MISI-MGSU, 97 p.
6. Zemskov V. V., Solov'ev A. I. and Solov'ev S. A. (2017), —Models for assessing the risk of insolvency (bankruptcy): history and modernity, Economics and Management, 6, pp. 91-100.
7. Kovan S. E. (2019), Prevention of bankruptcy of organizations, INFRAM Research and Publishing Center, 219 p