

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY VA O‘RTA MAXSUS TA‘LIM VAZIRLIGI

SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI

Qo‘lyozma huquqida
UDK 338.487:339.13

MUQIMOVA O‘G‘ILOY TOJIBOEVNANING

“Restoranlarda ko‘rsatiladigan asosiy va qo‘shimcha xizmatlarni takomillashtirish yo‘li bilan samaradorligini oshirish yo‘llari (Samarqand shahar Sangizar restorani misolida)”

5A610101 – “Xizmatlar sohasi (faoliyat turlari va yo‘nalishlari bo‘yicha)”

Magistr

akademik darajasini olish uchun yozilgan

DISSERTATSIYASI

Ilmiy rahbar:

t.f.n. Shukurov I.X.

SAMARQAND – 2019

“HIMOYAGA RUXSAT ETILADI”

Kafedra mudiri

_____ 2019 yil
« _____ » _____

Magistrlik dissertatsiya ishi “Xizmatlar ko‘rsatish, servis va uni tashkil etish” kafedrasida dastlabki himoyadan o‘tgan.

_____ sonli bayonnoma
« _____ » _____ 2019 yil

Ilmiy rahbar: _____
f.i.sh. imzo sana

Magistr: _____
f.i.sh. imzo sana

MUNDARIJA

KIRISH.....	3
I BOB. O‘ZBEKISTONDA XIZMAT KO‘RSATISH SOHASINING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI.....	
1.1. Xizmatlar ko‘rsatish korxonalarining rivojlanishi va mamlakat yalpi ichki maxsulotida tutgan o‘rni.....	8
1.2. Umumiy ovqatlanish korxonalarining samaradorligini oshirish yo‘llari.....	18
II BOB. RESTORANLARDA KO‘RSATILADIGAN ASOSIY VA QO‘SHIMCHA XIZMATLARNI TAKOMILLASHTIRISHGA TA’SIR ETUVCHI OMILLAR.....	
2.1 Restoran binolarining tarkibiy tuzilmasini SNiP (qurilish me’yorlari va qoidalari) ga mosligini o‘rganish.....	30
2.2 Samarqand shahriga keladigan turistlar oqimini o‘rganish.....	37
2.3 Restoran biznesini rivojlanishida aholi daromadi va boshqa iqtisodiy omillarning ta’siri	46
III BOB. SAMARQAND SHAHRIDAGI “SANGIZAR” RESTORANIDA KO‘RSATILADIGAN ASOSIY VA QO‘SHIMCHA XIZMATLAR TAHLILI VA ULARNI TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI.....	
3.1. “Sangizar”restoranining joylashuvi, uning aholi va turistlar ovqatlanishida tutgan o‘rni.....	58
3.2. “Sangizar”restoranida ko‘rsatiladigan asosiy va qo‘shimcha xizmatlar tahlili va ularning takomillashtirish yo‘llari.....	62
3.3. “Sangizar” restoranida hayot faoliyati xavfsizligi va yong‘in xavfsizligini tashkil etish.....	79
Xulosa va takliflar	82
Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati.....	84

KIRISH

Iqtisodiyotning barqaror rivojlanishini ta'minlash, aholining turmush darajasini oshirish va samarali bandligini ta'minlashda xizmatlar sohasining har tomonlama rivojlanishi muhim masalalardan biri bo'lib hisoblanadi.

Tajriba shuni ko'rsatmoqdaki, hozirgi kunda rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar iqtisodiy o'sishni ta'minlash uchun xizmatlar sohasini jadal rivojlantirishni eng muhim vazifalardan biri sifatida qo'yishmoqda. Mamlakatimizda olib borilayotgan ijtimoiy siyosatning ustuvor yo'nalishlaridan biri, bu kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish hisobiga aholi daromadlarini va ularning turmush darajasini oshirishga erishish hisoblanadi.

Xabaringiz bor mamlakatimizda olib borilayotgan ijtimoiy siyosatning ustuvor yo'nalishlaridan biri, bu kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish hisobiga aholi daromadlarini va ularning turmush darajasini oshirishga erishish hisoblanadi. Bu borada amaliyotda joriy qilinayotgan choralardan ko'rinib turibdiki bugungi kunda kam xarajat qilgan holda ushbu sohada qisqa muddatlarda daromadlar olish mumkin. Xususan bugungi kunda xizmatlar sohasining bir necha yo'nalishlarini shu jumladan, aloqa, moliya, transport, qurilish, turizm xizmatlari va savdo sohalarini misol keltirish mumkin. Bugungi kunda aholining farovon va qulay sharoitda hayot kechirishlari uchun xizmatlar sohasida bir qator qulayliklar ta'minlab berilmoqda. Natijada mamlakatimizning qishloq joylarida servis infratuzilmasining rivojlanishi evaziga qishloq aholisining yashash tarzi shahar aholisining yashash tarziga yaqinlashmoqda.

Bugungi kun zamon talablaridan kelib chiqib, 2016 yil 26 fevralda O'zbekiston Respublikasi Vazirlar maxkamasining "Xizmat sohasini 2016-2020 yillarga mo'ljallangan rivojlantirish dasturi to'g'risida" gi 55-sonli qarori qabul qilindi.

Qarorda xizmat soxasi korxonalarini faoliyatini mutanosib rivojlantirish va diversifikatsiyalash maqsadida, taqdim etilayotgan xizmatlar raqobatbardoshligi va sifatini ta'minlash maqsadida vazirlar maxkamasi tomonidan belgilangan qator chora-tadbirlar o'z aksini topgan.¹

Qaror doirasida 2016-2020 yillarda O'zbekiston Respublikasida xizmatlar soxasini rivojlantirishni ustuvor yo'nalishlari va vazifalari sifatida quyidagilar e'tirof etilgan:

- xizmat sohasini rivojlantirish xisobida yalpi ichki maxsulotni ko'raytirish;
- 2020 yilda qishloq joylarida xizmatlarni 1,8 marotaba oshirish;

¹ 2016 yil 26 fevralda o'zbekiston Respublikasi vazirlar Maxkamasining "Xizmat sohasini 2016-2020 yillarga mo'ljallangan rivojlantirish dasturi to'g'risida" gi 55-sonli qarori.

-muhandislik - kommunikatsiya, yo'l-transport infratuzilmalarini rivojlantirish, informatsiya – kommunikatsiya texnologiyalarini tadbiq etish xisobida xizmat sohasini jadal rivojlantirish, strukturaviy o'zgartirishlar uchun sharoit yaratish;

-raqobat muhitini shakllantirish, kichik va xususiy tadbirkorlik sub'ektlarini rivojlantirishga ko'maklashish;

-turli innovatsion xizmatlarni, yangi aloqa vositalarini kengaytirish;

-qishloq aholisini telekommunikatsiya tarmoqlariga erishish texnik imkoniyatlarini ta'minlash, 2020 yilda aloqa va axborotlashtirish xizmatlari ulushini Respublika iqtisodiyotida 2,5 % gacha etkazish;

-yangi elektron, to'lov texnologiyalarini tadbiq etish orqali moliyaviy xizmatlarni rivojlantirish;

-sog'liqni saqlash sohasida yuqori texnologik xizmatlarni rivojlantirish.

Ushbu qaror bilan xizmat sohasini O'zbekiston Respublikasida 2016-2020 yillarda rivojlantirish dasturi ma'qullandiki, u 2016-2020 yillarda O'zbekiston Respublikasida xizmat sohasini rivojlantirishni maqsadli parametrlarini, xizmat sohasini qishloq joylarida rivojlantirish maqsadli parametrlarini, xizmat sohasini rivojlantirishni kompleks tadbirlarini, shuningdek tijorat banklari tomonidan xizmat sohasini rivojlantirish uchun ajratiladigan kreditlarni prognoz hajmlarini qamraydi.

Qarorda xizmat sohasini 2016-2020 yillarda rivojlantirishni hududiy dasturlarini shaharlar, tumanlar, kesimida ishlab chiqish ham nazarda tutilgan.

Qarorda O'zbekiston Respublikasida 2020 yilda 2015 yilga nisbatan jami xizmatlar hajmini 1,8 marotaba, jumladan yashash va ovqatlanish xizmatlari hajmini 1,8 marotaba va savdo xizmatlari hajmini 1,6 marotaba oshirish nazarda tutilgan.

Qaror doirasida 2020 yilda Respublika regionlarida qo'shimcha ravishda 193 ta yangi parxez oshxonalarini yaratish, 200 ta umumiy ovqatlanish tashkilotlarida taomlarni buyurtma asosida etkazib berish xizmatlari tashkil etiladi.

Shuningdek, qarorda Respublika miqyosida 2020 yilda 2015 yilga nisbatan xizmat sohasini rivojlantirish uchun tijorat banklari tomonidan ajratiladigan kredit xajmlarini 1,6 marotaba ko'paytirish nazarda tutilgan.

Magistrlik dissertatsiyasi mavzusining dolzarbligi. O'zbekiston bugungi kunda jahon hamjamiyatida o'z mavqeiga ega. Respublikamizda yildan-yilga servis xizmat ko'rsatish jarayonlari rivojlanib bormoqda. Rivojlanish asosiy manbalari bular asosiy va qo'shimcha xizmat ko'rsatish turlari hisoblanadi. Tobora rivojlanayotgan, iqtisodiyotimiz o'sib borayotgan bir vaqtda xizmatlar sohasiga katta e'tibor berilmoqda. Bu esa sohani rivojlantirishning yangi yo'llarini topishni taqozo etadi.

Bugungi kunda respublikamiz aholisiga ovqatlanish korxonalarining bir necha turlari, ya'ni restoran, kafe, bar, oshxona, tamaddixona, choyxona va boshqalar

xizmat ko'rsatmoqda. Qayd etilgan ovqatlanish korxonalarida ichida aholi turmush tarzining yuksalishida va ayniqsa, xorijiy mehmonlar ovqatlanish servisini tashkillashtirishda restoranlarning o'rnini beqiyosdir. Restoranlarda ko'rsatilayotgan servis xizmatining yuqoriligi, assortimentlar xilma-xilligi va sonining ko'pligi, murakkab texnologiyaga egaligi, yuqori dizayni, moddiy-texnik ta'minoti, narxning yuqoriligi kabi ko'rsatkichlari bilan boshqa turdagi ovqatlanish korxonalaridan farqlanadi.

Aytish joizki, bugungi kunda restoranlar oldida turgan dolzarb masalalardan biri ko'rsatiladigan xizmatlar sifatini oshirishga qaratilgan.

Mamlakatimizga va restoranlarga tashrif buyurgan har bir turist va mahalliy aholi biz uchun daromad keltiruvchi hisoblanadi va ular buni evaziga bu yerda maroqli dam olishni xohlaydilar va turli xil xizmatlarni xarid qiladilar. Xizmatlar turlari kundan-kunga kengayib bormoqda. O'z navbatida har bir xizmatni sifatli bo'lishi lozim va uni taqdim etuvchilarning malaka, tajriba va dunyoqarashiga shunga yarasha yetuk bo'lishi talab qilinadi. Kadrlar malakasi qanchalik yuqori bo'lsa, xizmat sifati ham shunchalik yuqori bo'ladi.

Taqdim etiladigan mahsulot va ko'rsatiladigan xizmatlar sifatini yaxshilash va samaradorligini oshirish strategik muammolardan biri bo'lib, mamlakatimiz iqtisodiyotining o'sishi bu muammolarni hal etilishiga bog'liq. Bugungi kunda mamlakatimizda 80 ming 400 ta yoki jami xususiy biznes vakillarining 81 foizi xizmatlar sohasida faoliyat ko'rsatmoqda. Xizmat ko'rsatish sohasining qulayligi shundaki, bu sohada qisqa muddatda, kam xarajat qilib, ko'p daromadlar olish mumkin.

Sifatni yaxshilash jarayoni mahsulotni sotish jarayoni yoki xizmatlar ko'rsatishda faqatgina ko'proq foyda olish uchungina emas, balki jamiyat uchun va uning ravnaqi uchun ham muhimdir.

Bugungi kunda yurtimizning har bir hududiga minglab xorijiy turistlar va mahalliy aholi tashrif buyurmoqda. Tabiiyki, ular uchun ovqatlanish zaruriy ehtiyoj hisoblanadi. Bu ehtiyojni qondirish uchun umumiy ovqatlanish korxonalarining o'rnini juda muhim. Xorijiy turistlar va mahalliy aholi ovqatlanishini to'g'ri tashkil etish va ularga yetarlicha xizmat ko'rsatishda esa mutaxassilardan juda kata mahorat talab qiladi. Ushbu magistrlik dissertatsiyasi ham bir umumiy ovqatlanish korxonasi misolida xorijiy turistlarni hamda mahalliy aholini ovqatlanishni va dam olishini tashkil etishda ko'rsatiladigan asosiy va qo'shimcha xizmatlarni takomillashtirish yo'li bilan samaradorligini oshirishga qaratilgan bo'lib, dolzarb muammolarga yechim topishga yo'naltirilgan. Shu sababli tanlangan mavzu dolzarbdir.

Magistrlik dissertatsiyasining obekti. Ushbu magistrlik dissertatsiyasining tadqiqot obekti **OOO "SHASHLIK GURMAN"**ga qarashli **"Sangizar"** restorani hisoblanadi.

Magistrlik dissertatsiyasining predmeti. Tadqiqotning predmeti bo‘lib restoranlarda ko‘rsatiladigan asosiy va qo‘shimcha xizmatlar tahlili va ularning sifatini oshirish yo‘llarini takomillashtirish yo‘li bilan samaradorligini oshirish hisoblanadi.

Magistrlik dissertatsiyasining maqsadi. Dissertatsiyada, Samarqand shahar “Sangizar” restorani misolida Restoranlarda ko‘rsatiladigan asosiy va qo‘shimcha xizmatlarni takomillashtirish yo‘li bilan samaradorligini oshirish yo‘llari va mamlaktimiz rivojiga hissa qo‘shish maqsadida ilmiy izlanishlar olib boriladi.

Magistrlik dissertatsiyasining vazifalari. Restoranlarda ko‘rsatiladigan asosiy va qo‘shimcha xizmatlarni o‘rganish, xorijiy turistlar va mahalliy aholiga asosiy va qo‘shimcha xizmatlarni tashkil etish yo‘llarini topiladi, Samarqand shahridagi “Sangizar” restoranida asosiy va qo‘shimcha xizmatlarni sifati bo‘yicha ma‘lumotlar (so‘rov va aniqlash metodlari orqali) topiladi, restoranning raqobatbardoshligi masalalari ko‘rib chiqiladi va ularni yaxshilash bo‘yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqiladi. Tadqiqotning vazifalari:

- Tanlangan mavzuni nazariy jihatlarini yoritib berish;
- Tadqiqot mavzusiga oid adabiyotlarni va manbalarni o‘rganib chiqish;
- Tadqiqot obyektining hozirgi holatini o‘rganib chiqish va baholash;
- Tadqiqot obyektini milliy ruxda, ya’ni sharqona uslubda interyer va eksteryerini tashkil etish bo‘yicha tavsiyalar ishlab chiqish;
- Tadqiqot obyektidagi asosiy va qo‘shimcha xizmatlarni takomillashtirish bo‘yicha tavsiyalar ishlab chiqish;
- Tadqiqot obyektiga innovatsion go‘yalar joriy etish;
- Innovatsion g‘oyalar avfzalliklarini ko‘rsatib o‘tish;
- Bajarilgan ishlar va keltirilgan nazariy fikrlar bo‘yicha xulosa qilish.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi: Samarqand shahrida xorijiy turistlar va mahalliy aholiga xizmat ko‘rsatuvchi restoran va umumiy ovqatlanish korxonalari ko‘plab uchraydi. Mavjud restoranlar milliy ruxda yoki zamonaviy uslubda xizmat ko‘rsatadi. Mazkur magistrlik dissertatsiyasida restoranlarda asosiy va qo‘shimcha xizmat ko‘rsatish usullarini tahlil qilinib, “Sangizar” restoranida asosiy va qo‘shimcha xizmatlarni takomillashtirish yo‘li orqali samaradorligini oshirish yo‘nalishlari o‘rganilgan.

Magistrlik dissertatsiyasining tarkibiy tuzilishi: Magistrlik dissertatsiyasi-ning tuzilishi: kirish, uchta bob, xulosa va takliflar, foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati va ilovalardan iborat. Magistrlik dissertatsiyasi matni 85 betni tashkil etadi.

I BOB. O'ZBEKISTONDA XIZMATLAR KO'RSATISH SOHASINING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI.

1.1. Xizmatlar sohasi korxonalarining rivojlanishi va mamlakat yalpi ichki mahsulotda tutgan o'rni.

Iqtisodiyotning barqaror rivojlanishini ta'minlash, aholining turmush darajasini oshirish va samarali bandligini ta'minlashda xizmatlar sohasining har tomonlama rivojlanishi muhim masalalardan biri bo'lib hisoblanadi.

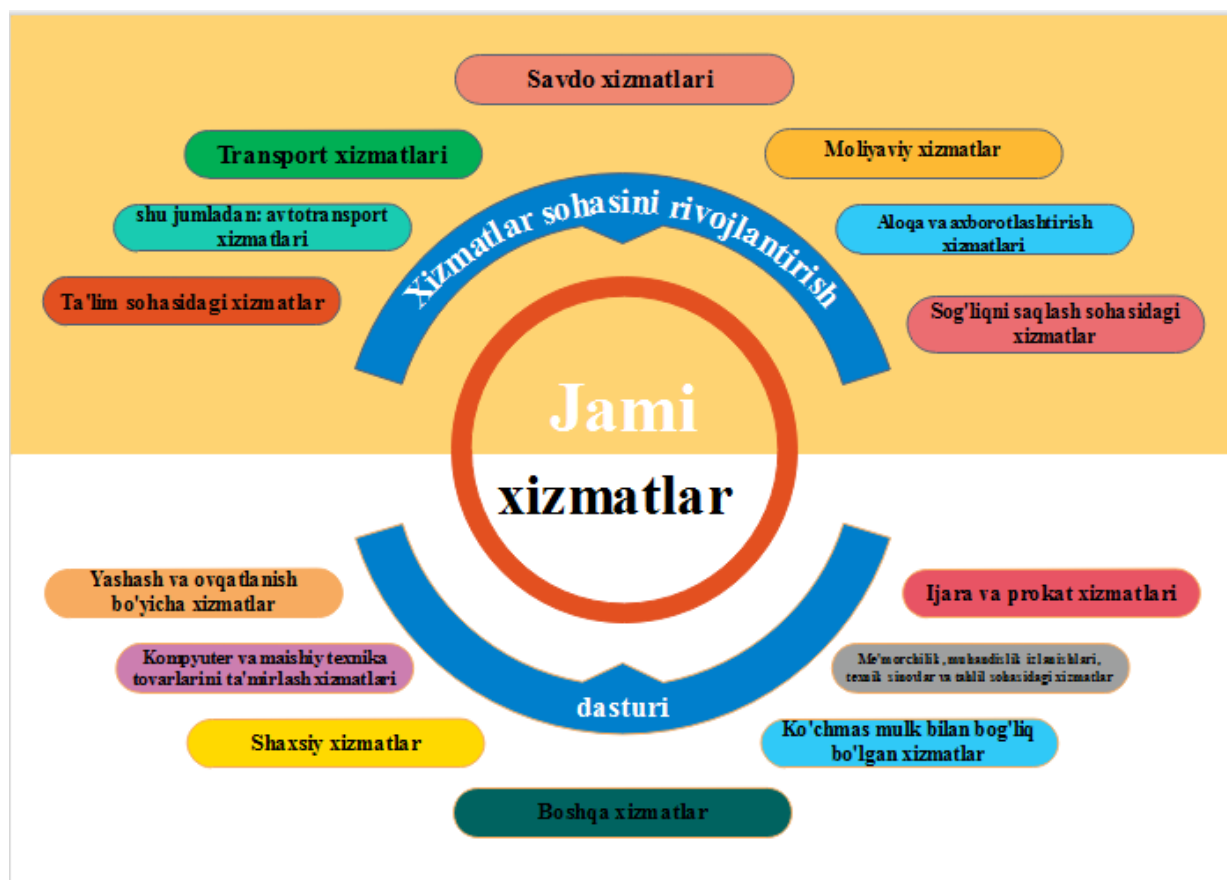
Tajriba shuni ko'rsatmoqdaki, hozirgi kunda rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar iqtisodiy o'sishni ta'minlash uchun xizmatlar sohasini jadal rivojlantirishni eng muhim vazifalardan biri sifatida qo'yishmoqda. Mamlakatimizda olib borilayotgan ijtimoiy siyosatning ustuvor yo'nalishlaridan biri, bu kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish hisobiga aholi daromadlarini va ularning turmush darajasini oshirishga erishish hisoblanadi.

Xabaringiz bor mamlakatimizda olib borilayotgan ijtimoiy siyosatning ustuvor yo'nalishlaridan biri, bu kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish hisobiga aholi daromadlarini va ularning turmush darajasini oshirishga erishish hisoblanadi. Bu borada amaliyotda joriy qilinayotgan choralardan ko'rinib turibdiki bugungi kunda kam xarajat qilgan holda ushbu sohada qisqa muddatlarda daromadlar olish mumkin. Xususan bugungi kunda xizmatlar sohasining bir necha yo'nalishlarini shu jumladan, aloqa, moliya, transport, qurilish, turizm xizmatlari va savdo sohalarini misol keltirish mumkin. Bugungi kunda aholining farovon va qulay sharoitda hayot kechirishlari uchun xizmatlar sohasida bir qator qulayliklar ta'minlab berilmoqda. Natijada mamlakatimizning qishloq joylarida servis infratuzilmasining rivojlanishi evaziga qishloq aholisining yashash tarsi shahar aholisining yashash tarziga yaqinlashmoqda.

Bugungi kun zamon talablaridan kelib chiqib, sohani rivojlantirish maqsadida, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2012-2016 yillarda O'zbekiston Respublikasida xizmat ko'rsatish sohasinirivojlantirish dasturi to'g'risi"gi hamda "2013-2016 yillarda qishloq joylarda xizmat ko'rsatish va servis sohasini jadal rivojlantirish yuzasidan qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi Qarorlari qabul qilindi.

Xizmatlar ko'rsatish va servis sohasini rivojlantirish maqsadida amalga oshirilayotgan dasturlar va chora-tadbirlar natijasida sohaning YAIMdagi ulushi sezilarli darajada o'sdi. Sohada rivojlanishning asosiy yuqori suratlari moliya, qurilish, sog'liqni saqlash, aloqa va axborotlashtirish, kompyuterda dasturlash, qishloq xo'jaligi texnikalariga texnik xizmat ko'rsatish va ta'mirlash hamda maishiy xizmatlarida kuzatiladi. Alohida shuni ta'kidlab o'tish lozim, soha o'sishiga ta'sir

ko'rsatayotgan asosiy omillardan biri bu kichik biznes sohasiga yaratib berilayotgan qulayliklar, imkoniyatlar, qulay investitsion iqlim hamda tijoratbanklari tomonidan ajratilayotgan kredit mablag'lari hisoblanadi.



1.1.1.-rasm Xizmatlar sohasini rivojlantirish dasturi bo'yicha xizmatlarning asosiy turlari

Xizmatlar sohasi aholining barcha qatlamlarini qamrab oladi va jamiyatda sodir bo'layotgan deyarli barcha ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlarga ta'sir ko'rsatadi, bu esa mazkur masalaning qanchalik muhim va ahamiyatli ekanligini ko'rsatib beradi. O'zbekistonda mustaqillik yillarida, iqtisodiyotni diversifikatsiyalash va tarkibiy o'zgartirishlarni chuqurlashtirish, mamlakat aholisining bandligini, daromadlarini va turmush sifatini oshirishning muhim yo'nalishlari va omillaridan biri sifatida xizmatlar sohasi va servisni jadal rivojlantirish bo'yicha tizimli ishlar amalga oshirildi. Bundan tashqari, iqtisodiyotning barqaror o'sishini ta'minlashda mazkur soha muhim o'rinni egallamoqda.

2018 yil yanvar-dekabr oylaridaxizmatlar sohasining rivojlanishi O'zbekistonda ba'zan uchlamchi sektor deb ataluvchi xizmatlar sohasi mamlakat iqtisodiyotining jadalrivojlanayotgan tarmoqlaridan biri hisoblanadi. 2019 yil 1 yanvar holatiga, 323,5 ming faoliyat ko'rsatayotgan tashkilot va korxonalaridan 213 mingga yaqini xizmatlar sohasida faoliyatko'rsatmoqda.

Bugungi kunda xizmatlar sohasi iqtisodiyotning istiqbolli va jadal rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Uning faoliyat doirasi juda xilma-xildir: savdo va transportdan tortib, moliyalashtirish, sug'urta va turli xildagi vositachilikgacha. Mehmonxona va restoranlar, kir yuvish va sartaroshxonalar, ta'lim va sport muassasalari, sayyohlik firmalari, radio va telestansiyalari, konsalting firmalari, tibbiyot muassasalari, muzeylar, teatrlar va kinoteatrlar xizmatlar sohasiga kiradi. Deyarli barcha tashkilotlar u yoki boshqa turdagi xizmatlarni ko'rsatishadi.

2019 yil 1 yanvar holatiga respublikada 323,5 mingga yaqin faoliyat ko'rsatayotgan korxonalar va tashkilotlar qayd etildi. Shundan, xizmatlar sohasida 213 mingdan ortiq korxonalar va tashkilotlar faoliyat ko'rsatmoqda. Ushbu ko'rsatkich o'tgan yilning mos davriga nisbatan 11,4 % ga ko'paydi.

2019 yil 1 yanvar holatiga korxonalar va tashkilotlarning umumiy sonida xizmatlar sohasida faoliyat ko'rsatayotganlarining ulushi, %	
<i>Soha yo'nalishi</i>	<i>% ulushi</i>
<i>Xizmatlar</i>	65.8%
<i>Sanoat</i>	17.6%
<i>Qurilish</i>	9%
<i>O'rmon, qishloq va baliq xo'jaligi</i>	7.6%

2019 yil 1 yanvar holatiga xizmatlar sohasida faoliyat ko'rsatayotgan korxonalar va tashkilotlar tarkibida savdo faoliyati bilan shug'ullanuvchi korxonalar va tashkilotlar ulushi (33,3 %) yuqoridir.

Yaqin va uzoq xorij davlatlari bilan, shuningdek turizm sohasida o'zaro hamkorlikni rivojlantirish yashash va ovqatlanish xizmatlarini ko'rsatuvchi korxonalar va tashkilotlar sonining o'sishiga ta'sir ko'rsatdi. Ularning ulushi 9,3 % ni tashkil etdi.

Axborot faoliyati bilan shug'ullanuvchi va aloqa xizmatlarini ko'rsatuvchi faoliyat ko'rsatayotgan korxonalar va tashkilotlarning ulushi 3,3 % ni tashkil etdi.

2019 yil 1 yanvar holatiga xizmatlar sohasida faoliyat ko'rsatayotgan korxonalar va tashkilotlar tarkibida savdo faoliyati bilan shug'ullanuvchi korxonalar va tashkilotlar ulushi (33,3 %) yuqoridir.

Yaqin va uzoq xorij davlatlari bilan, shuningdek turizm sohasida o'zaro hamkorlikni rivojlantirish yashash va ovqatlanish xizmatlarini ko'rsatuvchi korxonalar va tashkilotlar sonining o'sishiga ta'sir ko'rsatdi. Ularning ulushi 9,3 % ni tashkil etdi.

Tashish va saqlash faoliyati bilan shug'ullanuvchi faoliyat ko'rsatayotgan korxonalar va tashkilotlarning xizmat ko'rsatish sohasidagi korxonalar va tashkilotlar

umumiy sonidagi ulushi 6,2 % ni tashkil etdi.

Axborot faoliyati bilan shug'ullanuvchi va aloqa xizmatlarini ko'rsatuvchi faoliyat ko'rsatayotgan korxonalar va tashkilotlarning ulushi 3,3 % ni tashkil etdi.

2019 yil 1 yanvar holatiga xizmatlar sohasida faoliyat ko'rsatayotgan korxonalar va tashkilotlarning iqtisodiy faoliyat turlari bo'yicha tarkibi, %

xizmatlar sohasida faoliyat ko'rsatayotgan korxonalar va tashkilotlarning soni (213075)		
1	Savdo	33.3%
2	Yashash va ovqatlanish bo'yicha xizmatlar	9.3%
3	Tashish va saqlash	6.2%
4	Axborot va aloqa	3.3%
5	Sog'liqni saqlash va ijtimoiy xizmatlar ko'rsatish	3.2%
6	Boshqa xizmatlar	44.7%

Investitsion faoliyat - mamlakatning iqtisodiy o'sishining muhim elementidir. O'zbekiston Respublikasida qulay investitsiya muhiti uchun barcha sharoitlar yaratilmoqda, xorijiy sarmoyadorlar uchun keng qamrovli huquqiy kafolatlar va imtiyozlar tizimi amal qilmoqda va takomillashtirilmoqda, xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonalar faoliyatini rag'batlantirish bo'yicha kompleks choratadbirlar tizimi ishlab chiqilgan.

2018 yil yanvar-dekabr oylarida xizmatlar sohasiga kiritilgan investitsiyalarning ulushi umumiy investitsiya hajmining 27,9 % ni tashkil etdi.²

Xizmatlar sohasida iqtisodiy faoliyat turlari bo'yicha asosiy kapitalga kiritilgan investitsiyalarning o'zlashtirilishi, mlrd. so'm

(2018 yil yanvar-dekabr oylari uchun)

Xizmatlar sohasida asosiy kapitalga kiritilgan investitsiyalar 29855.5 mlrd. so'm					
1	Tashish va saqlash	7969.5 mlrd so'm	6	Boshqa faoliyat turlari	5598.7 mlrd so'm
2	Savdo	4042.2 mlrd so'm	7	Ta'lim	2772.1 mlrd so'm
3	Sog'liqni saqlash	2720.4 mlrd so'm	8	San'at, ko'ngil ochish va dam olish	2157.3 mlrd so'm
4	Professional, ilmiy va texnik faoliyat	1354.1 mlrd so'm	9	Yashash va ovqatlanish bo'yicha xizmatlar	1296.8 mlrd so'm

² O'zbekiston respublikasining ijtimoiy iqtisodiy holati 2018 yil yanvar-dekabr

5	Moliya va sug'urta faoliyati	1354.3 mlrd so'm	10	Axborot va aloqa	920.1 mlrd so'm
---	------------------------------	------------------	----	------------------	-----------------

Respublikamizda amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlar doirasida chora-tadbirlarning davom ettirilishi xizmatlar sohasini jadal rivojlanishiga yordam berdi. Natijada, 2010-2018 yillarda bozor xizmatlari hajmi 2,6 martaga o'sdi va 118,8 trln.so'mgacha ko'paydi. Shu davrda aholi jon boshiga ko'rsatilgan xizmatlar hajmi 2,3 martaga o'sdi va 3,7 mln.so'mni tashkil etdi . 2018 yil yanvar-dekabr oylarida ko'rsatilgan bozor xizmatlari hajmi o'tgan yilga nisbatan 28,2 trln. so'mga oshdi va 146836,3 mlrd. so'mga teng bo'ldi. 2017 yil yanvar-dekabr oylariga nisbatan o'sish sur'ati 108,4 % ni tashkil etdi.(1-jadval)

1.1.1-jadval

2011-2019 yillarda O'zbekiston Respublikasi bo'yicha xizmatlar sohasi asosiy ko'rsatkichlarining dinamikasi

	2011 y.	2012 y.	2013 y.	2014 y.	2015 y.	2016 y.	2017 y.	2018y.
I.Xizmatlar hajmi, trln. so'm	33,7	42,6	53,7	65,9	75,4	92,5	118,8	147,0
O'tgan yilga nisbatan o'sish, foizda	117,2	114,7	114,4	115,1	114,0	114,5	110,7	108.4
2010 yilga nisbatan o'sish, foizda	136,1	156,1	178,6	2,1 m.	2,3 m.	2,7 m.	2,6 m.	2,9m.
II. Aholi jon boshiga ko'rsatilgan xizmatlar hajmi, ming so'm	1148,7	1429,1	1774,0	2141,9	2407,6	2905,6	3668,3	4455,6

*www.stat.uzsayti ma'lumotlari asosida

Hozirgi vaqtda, respublikada xizmatlar sohasida 16,5 mingdan ortiq yirik tashkilotlar (bozor xizmatlarini ko'rsatuvchi notijorat tashkilotlarini qo'shgan holda) va 126 mingdan ortiq kichik tadbirkorlik sub'ektlari faoliyat ko'rsatmoqda.³

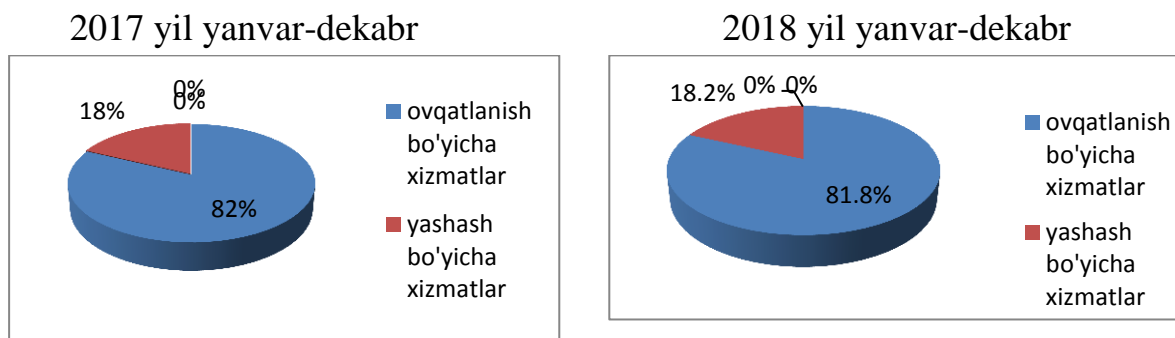
2011-2018 yillarda xizmatlar sohasining rivojlanish dinamikasi deyarli barcha hududlarda ijobiy rivojlanish tendentsiyalarini ko'rsatib turibdi. 2018 yilda Namangan, Qashqadaryo, Jizzax viloyatlari va Toshkent shahri peshqadamlar qatoridan joy egallashgan. Toshkent shahrida yuqori o'sish sur'atlarini ta'minlanishi, avvalo aholi real daromadlarining o'sishi, yakuniy iste'mol

³ O'zbekiston respublikasining ijtimoiy iqtisodiy holati 2018 yil yanvar-dekabr

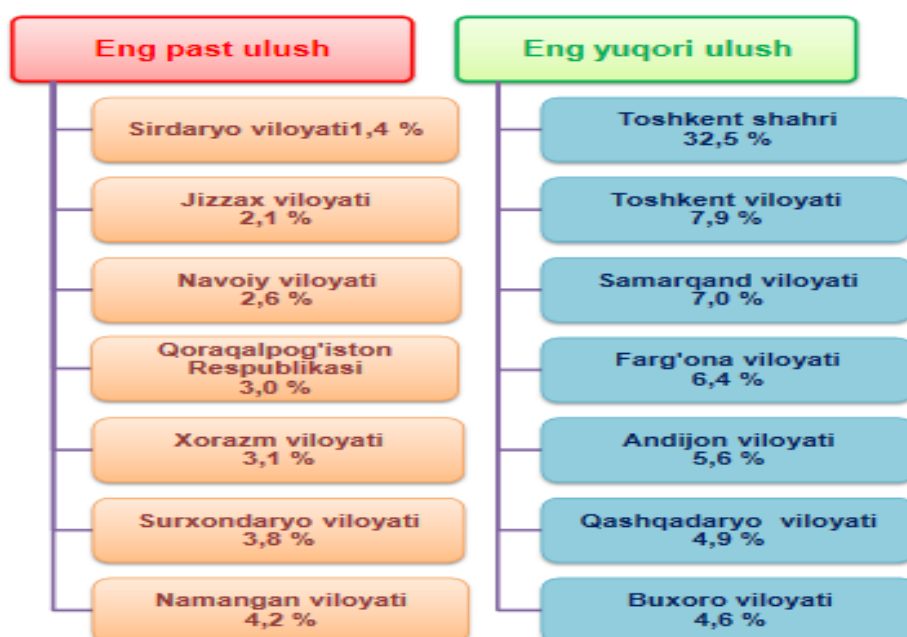
mahsulotlari ishlab chiqarish tarmoqlarining rivojlanishi bilan bog'liq bo'lib, bu har xil turdagi xizmatlarning rivojlanishiga kuchli ta'sir ko'rsatmoqda.

Ushbu davrda yashash va ovqatlanish bo'yicha xizmatlar hajmi 4420,5 mlrd. so'mga etdi. 2017 yil yanvar-dekabr oylariga nisbatan o'sish sur'ati 104,7 % ni tashkil etdi. Ko'rsatilgan bozor xizmatlari umumiy hajmida yashash va ovqatlanish bo'yicha xizmatlarning ulushi 3,0 % ga teng bo'ldi.

Yashash va ovqatlanish bo'yicha xizmatlar tarkibining taqqoslanishi, %



Aholi jon boshiga ko'rsatilgan bozor xizmatlari hajmining har oyda o'sishi qayd etilmoqda. 2018 yil yanvar-noyabr oylariga nisbatan 417,6 ming so'mga hajmi oshib, 4455,6 ming so'mga teng bo'ldi. 2017 yil yanvar-dekabr oylariga nisbatan farq 794,3 ming so'mni tashkil etdi.



1.1.2-rasm 2018 yilda aholi jon boshiga xizmatlar hajmi bo'yicha hududlar reytingi(ming so'm)

Aholi tomonidan har xil turdagi xizmat ko'rsatish turlariga bo'lgan talabning doimiy o'sishi va davlat tomonidan ushbu sohaga aloqador infratuzilmalarni (ijtimoiy, transport-kommunikatsiya, savdo va boshqalar) rivojlantirish bo'yicha

ko`rilayotgan amaliy choralar xizmatlar sohasining barcha tarmoqlarini jadal rivojlanishini ta`minladi.

Masalan, savdo oddiy taqsimlash mexanizmidan iste`molchiga yo`naltirilgan bozor talablarini shakllantirish jarayonlarida faol ishtirokchiga aylandi. Hozirgi vaqtda, savdo xizmatlari iqtisodiyotda ko`rsatilgan jami xizmatlar hajmining sezilarli (27,4 trln.so`m) qismini tashkil etib, 2010-2016 yillarda 3,1 martaga ko`paygan. 2018 yil yanvar-dekabr oylarida savdo xizmatlari hajmi 39445,3 mlrd.so`mga teng bo`ldi. Ko`rsatilgan bozor xizmatlarining umumiy hajmida ulushi 26,9 % ni tashkil etdi.

O`tgan yilning mos davriga nisbatan savdo xizmatlarining hajmi 7439,3 mlrd. so`mga oshdi.

Aloqa va axborotlashtirish xizmatlari jadal rivojlanib, ularning umumiy hajmi 4,6 martaga oshgan. Telekommunikatsiya tarmoqlari, kompyuterlashtirish va axborot texnologiyalarini rivojlantirish va rekonstruksiya qilish milliy dasturlarining amalga oshirilishi, simsiz telefon aloqalarning o`shishiga, uyali aloqa abonentlari va Internet tarmog`iga jamoaviy ulanish joylari sonining ko`payishiga olib kelmoqda. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini rivojlantirish fuqarolik jamiyatida va bozor iqtisodiyotida yuz beradigan jarayonlarga ijobiy ta`sir ko`rsatish uchun zarurdir.

Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasida yuqori texnologiyali xizmatlarni yanada rivojlantirish, yangi turdagi xizmatlar ro`yxatini kengaytirish, shuningdek ko`rsatilgan xizmatlarning sifatini yaxshilash aloqa va axborotlashtirish xizmatlarining o`shishiga ta`sir ko`rsatdi.

2018 yil yanvar-dekabr oylarida aloqa va axborotlashtirish xizmatlarining hajmi 9744,1 mlrd. so`mga teng bo`ldi. Ularning o`sishi 15,6 % ni tashkil etdi.

2017 yil yakunlari bo`yicha, aholining uyali aloqa bilan ta`minlanishi 100 kishi hisobiga 65,3 birlikni tashkil etgan edi. Uyali aloqa va Internet tarmog`i O`zbekiston telekommunikatsiyasining eng jadal rivojlanayotgan tarmoqlari sanaladi. Bugungi kunda bozorda beshta uyali aloqa operatori faoliyat yuritmoqda, 2019 yil 1 yanvar holatiga ular tomonidan 21954,5 mingdan ortiq abonentlarga xizmat ko`rsatildi. Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligining ma`lumotlariga ko`ra, xalqaro kanallarning ma`lumotlarni uzatish qobiliyati 54980 Mbit/s (2010 yilda 2510 Mbit/s.)ni tashkil etgan. Hozirgi vaqtda, raqamli televideniaga to`liq o`tish bo`yicha keng ko`lamli dasturlar amalga oshirilmoqda.

2011-2017 yillarda moliyaviy xizmatlar hajmi 4,2 martaga oshdi. 2018 yil yanvar-dekabr oylarida moliyaviy xizmatlar hajmi 21192,6 mlrd. so`mga teng bo`lib, o`tgan yilning shu davriga nisbatan o`shish sur`ati 125,8 % ni tashkil etdi. Bunday o`shishga, tijorat banklarining, ularni kapitallashtirish va moliyaviy barqarorligini oshirishni o`z ichiga olgan moliyaviy faoliyatlarini takomillashtirish

natijasida erishildi. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub`ektlarini kreditlashning takomillashgan mexanizmi, istiqbolli investitsiya loyihalarini kreditlashni kengaytirish, shuningdek yangi elektron to`lov texnologiyalarini joriy qilgan holda moliyaviy tashkilotlarning hududiy tarmoqlarini kengaytirish moliyaviy xizmatlarning o`shishiga ta`sir ko`rsatgan boshqa omillar bo`ldi .

Hozirgi vaqtda, xizmatlar ishlab chiqarish iste`molchilarning daromadlari darajasi, didi va nimani afzal ko`rishlariga qarab tabaqalanib bormoqda.

Hajmlarning o`shishi bilan birga, bozor xizmatlarining tarkibiy nisbatlari ham o`zgardi. Xizmatlar umumiy hajmida transport xizmatlari qisqarib, yangi bozor xizmatlarining ulushi ko`paydi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub`ektlari tomonidan xizmatlar ishlab chiqarishning kengayishi xizmatlar sohasining jadal rivojlanishini ta`minlamoqda. Xizmatlar sohasini rivojlantirish dasturini amalga oshirish doirasida, tadbirkorlik sub`ektlariga, xizmatlar ko`rsatish bo`yicha yangi tashkil etiladigan korxonalarni texnologik jihozlash uchun katta miqdordagi imtiyozli kreditlar taqdim etildi. Natijada, kichik tadbirkorlikning bozor xizmatlari ishlab chiqarish umumiy hajmidagi ulushi 53,9 foizdan 61,4 foizga ko`paydi. Yangi ish o`rinlarini tashkil etish, investitsiya, soliq, pul-kredit va ilmiy-texnik siyosatni takomillashtirish hamda yangi axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalangan holda kichik biznesni rivojlantirish orqali iqtisodiyotning yanada barqaror o`shishini ta`minlash, bozor xizmatlarining tarmoq tuzilmasida sifatli tarkibiy o`zgarishlar qilish imkonini beradi.

Bu esa, O`zbekistonda xizmatlar ishlab chiqarish va iste`mol qilishning oqilona tuzilmasini shakllantirish hamda aholi turmush darajasi va sifatini yanada oshirilishini ta`minlash imkonini beradi.

Bugungi kunda xizmatlar sohasi iqtisodiyotning istiqbolli va jadal rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Uning faoliyat doirasi juda xilma-xildir: savdo va transportdan tortib, moliyalashtirish, sug`urta va turli xildagi vositachilikgacha. Mehmonxona va restoranlar, kiryuvish va sartaroshxonalar, ta`lim va sport muassasalari, sayyohlik firmalari, radio va telestansiyalari, konsalting firmalari, tibbiyot muassasalari, muzeylar, teatrlar va kinoteatrlar xizmatlar sohasiga kiradi. Deyarli barcha tashkilotlar yoki boshqa turdagi xizmatlarni ko`rsatishadi.

2019 yil 1 yanvar holatiga respublikada 323,5mingga yaqin faoliyat ko`rsatayotgan korxonalar va tashkilotlar qayd etildi. Shundan, xizmatlar sohasida 213 mingdan ortiq korxonalar va tashkilotlar faoliyat ko`rsatmoqda. Ushbu ko`rsatkich o`tgan yilning mos davriga nisbatan 11,4 % ga ko`paydi.

2019 yil 1 yanvar holatiga xizmatlar sohasida faoliyat ko'rsatayotgan korxonalar va tashkilotlar tarkibida savdo faoliyati bilan shug'ullanuvchi korxonalar va tashkilotlar ulushi (33,3 %) yuqoridir.

Yaqin va uzoq xorij davlatlari bilan, shuningdek turizm sohasida o'zaro hamkorlikni rivojlantirish yashash va ovqatlanish xizmatlarini ko'rsatuvchi korxonalar va tashkilotlar sonining o'sishiga ta'sir ko'rsatdi. Ularning ulushi 9,3 % ni tashkil etdi. Tashish va saqlash faoliyati bilan shug'ullanuvchi faoliyat ko'rsatayotgan korxonalar va tashkilotlarning xizmat ko'rsatish sohasidagi korxonalar va tashkilotlar umumiy sonidagi ulushi 6,2 % ni tashkil etdi. Axborot faoliyati bilan shug'ullanuvchi va aloqa xizmatlarini ko'rsatuvchi faoliyat ko'rsatayotgan korxonalar va tashkilotlarning ulushi 3,3 % ni tashkil etdi.

Investitsion faoliyat – mamlakatning iqtisodiy o'sishining muhim elementidir. O'zbekiston Respublikasida qulay investitsiya muhiti uchun barcha sharoitlar yaratilmoqda, xorijiy sarmoyadorlar uchun keng qamrovli huquqiy kafolatlar va imtiyozlar tizimi amal qilmoqda va takomillashtirilmoqda, xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonalar faoliyatini rag'batlantirish bo'yicha kompleks choratadbirlar tizimi ishlab chiqilgan.

2018 yil yanvar-dekabr oylarida xizmatlar sohasiga kiritilgan investitsiyalarning ulushi umumiy investitsiya hajmining 27,9 % ni tashkil etdi.

2018 yil yanvar-dekabr oylarida ko'rsatilgan bozor xizmatlari hajmi o'tgan yilga nisbatan 28,2 trln. so'mga oshdi va 146836,3 mlrd. so'mga teng bo'ldi. 2017 yil yanvar-dekabr oylariga nisbatan o'sish sur'ati 108,4 % ni tashkil etdi (1.1.2-jadval).

1.1.2-jadval

Iqtisodiy faoliyat turlari bo'yicha bozor xizmatlari ishlab chiqarish

(2018 yil yanvar-dekabr oylari uchun)

	<i>Mrld. so'm</i>	<i>O'sish sur'ati, %</i>	<i>Jamiga nisbatan %</i>
Xizmatlar – jami	146836,3	108,4	100,0
<i>Shu jumladan asosiy turlari bo'yicha:</i>			
Aloqa va axborotlashtirish xizmatlari	9744,1	115,6	6,6
Moliyaviy xizmatlar	21192,6	125,8	14,4
Transport xizmatlari	43329,2	103,9	29,5
<i>Shu jumladan: avtotransport xizmatlari</i>	21421,3	102,4	14,6
Yashash va ovqatlanish xizmatlari	4420,5	104,7	3,0
Savdo xizmatlari	39445,3	104,2	26,9
Ko'chmas mulk bilan bog'liq xizmatlar	4689,2	103,3	3,2
Ta'lim sohasidagi xizmatlar	5422,5	110,7	3,7

Sog'liqni saqlash sohasidagi xizmatlar	2053,0	114,9	1,4
Ijara xizmatlari	3129,9	107,6	2,1
Kompyuterlar va maishiy tovarlarni ta'mirlash bo'yicha xizmatlar	2628,0	104,1	1,8
Shaxsiy xizmatlar	3743,6	102,8	2,6
Me'morchilik, muhandislik izlanishlari, texnik sinovlar va tahlil sohasidagi xizmatlar	2306,4	128,9	1,6
Boshqa xizmatlar	4732,0	106,9	3,2

Ko'rsatilgan bozor xizmatlari umumiy hajmida yuqori hajm transport xizmatlari (43329,2 mlrd.so'm), savdo xizmatlari (39445,3 mlrd.so'm), moliyaviy xizmatlar (21192,6 mlrd.so'm) ga to'g'ri keladi. Eng kichik hajm sog'liqni saqlash sohasidagi xizmatlar (2053,0 mlrd. so'm), me'morchilik, muhandislik izlanishlari, texnik sinovlar va tahlil sohasidagi xizmatlar (2306,4 mlrd. so'm), kompyuterlar va maishiy tovarlarni ta'mirlash bo'yicha xizmatlar (2628,0 mlrd. so'm), ijara xizmatlari (3129,9 mlrd. so'm) ga to'g'ri keladi.

Hisobot davrida eng yuqori o'sish sur'atlariga me'morchilik, muhandislik izlanishlari, texnik sinovlar va tahlil sohasidagi xizmatlar - 128,9 %, moliyaviy xizmatlar – 125,8 %, aloqa va axborotlashtirish xizmatlari – 115,6 %, sog'liqni saqlash sohasidagi xizmatlar – 114,9 % bo'yicha erishildi.

Ta'kidlash lozimki, bozor munosabatlarini shakllantirishga mazkur sohalar boshqa tarmoqlarga qaraganda tez vaoson kirishadi. Masalan, xususiylashtirish, nodavlat sektorini kuchaytirish avvalambor aynan ana shu sohalarda boshlandi (bahzan uni «kichik xususiylashtirish», sanoatga tegishlisi esa «katta xususiylashtirish» deb ataladi). Ehtimol, buning sababi aholiga xizmat ko'rsatish sohalari korxonalarining uncha katta emasligi, bu yo'nalishda kachik va o'rta tadbirkorlikning rivojlantirish imkoniyatlarini kengligi bo'lsa kerak. Ijtimoiy xizmat sohalari aholiga qaratilgan, aholi joylashuvi esa ishlab chiqarish tarmoqlariga ko'ra ancha turg'un.qolaversa, bu xizmat sohalari kishilarning kundalik hayoti bilan bog'liq. Binobarin, aholiga xizmat ko'rsatish sohalarini joylashtirish bevosita mahalliy xokimiyat zimmasiga yuklanadi. Chunki, endigi sharoitda qaerda bolalar bog'chasini yoki o'rta maktabni qurish, dorixona yoki kasalxona tashkil etish, sanitariya-gigiena yoki qt o'chirish xizmatini tashkil qilish muammolari va o'okazolar ilgarigidek markazdan turib emas, balki o'z joyida hal etilishi kerak.

Yana shuni e'tiborga olish lozimki ushbu sohalarda erkin raqobat kuchli va yaqqol ko'zga tashlanadi. Chunonchi, kishilarning o'zlariga yoqqan hammomlari, sartaroshxonalari, maishiy xizmat ko'rsatish korxonalari mavjud.Ularning

ko'pchiligi hozirgi davrda xususiylashtirilgan. Masalan, birgina Toshkentda shaxsiy xonadonlarda oshxona yoki qao'vaxonalarni ochish, turargohva guzarlarda shaxsiy do'konlar tashkil etish bugungi kunda odat tusiga kirib qoldi.

Ammo, shu bilan birga, bahzi xizmat ko'rsatish sohaslarini hududiy tashkil qilishda vaziyat ancha o'zgardi. Jumladan, hozirgi davrda yirik, ko'p o'ringa ega bo'lgan kinoteatrlarga eo'tiyoj qolmadi. Televidenie, internet tizimi, telefon, radio, targ'ibot (reklama) va boshqalar ko'pgina xizmat turlarini «uyda» tashkil qilish imkoniyati tug'ildi. hatto yirik magazinlar (Markaziy universal yoki Davlat universal magazinlari) ham endi avvalgidek gavjum emas, vaholanki ilgari ular shahar markazini hosil qiluvchi ob'ektlardan biri edi. Balkim, moddiy ishlab chiqarishda bo'lganidek, aholiga xizmat ko'rsatish sohasida ham yirik korxonalar, mujassamlashuvning yuqoriligi ayniqsa yangi munosabatlarga o'tish davrida uncha maqbul emasdir. Xizmat ko'rsatish sohaslarining asosiy maqsadi aholiga barcha qulayliklarni yaratish, zamonaviy, sifatli xizmatlarni beminnat bajarish, uning dam olishini maroqli va mazmunli o'tkazish, vaqt va masofani tejashdan iboratdir. Ko'rinib turibdiki, bu masalalar o'z mohiyatiga ko'ra tom mahnoda dam olishini maroqli va mazmunli o'tkazish, vaqt va masofani tejashdan iboratdir. Ko'rinib turibdiki, bu masalalar o'z mohiyatiga ko'ra tom mahnoda ijtimoiy xususiyatga ega bo'lsada, ular bevosita va bilvosita iqtisodiyot bilan ham bog'liq. Sababi-qqimishli, sog'lom, kuch-quvvatini tiklagan kishining mehnati ham unumli va samarador bo'ladi.

1.2. Umumiy ovqatlanish korxonalarining samaradorligini oshirish yo'llari.

Prezidentimizning 2017 yil 7 fevraldagi "O'zbekistonni yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi Farmonida hamda mazkur faoliyatga taluqli boshqa me'yoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalar samarasi o'laroq, 2017 yilda yalpi ichki mahsulot hajmi 7,8 foizga, xizmatlar ko'rsatish 12,5 foizga o'sishi ta'minlandi.

Umumiy ovqatlanish korxonalarining moddiy-texnik ta'minlanganligi ushbu sohani jadal rivojlantirishda, ayniqsa, odamlar ehtiyojlarini qondirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Ular o'zaro tiplari, o'lchamlari va ko'rsatayotgan xizmatlari darajasi bilan farqlanadi. Biroq hammasi ham davr talablariga mos kelmaydi. Shuning uchun ham tarmoq korxonalarini texnik-texnologik modernizatsiyalashni takomillashtirish lozim.

Ma'lumki, korxonalarini modernizatsiyalash, eng avvalo, mahsulot sifatini yaxshilashni, assortimentini kengaytirishni, standart talablarni bajarishni, mehnat sharoitini yaxshilashni va xodimlar malakasini oshirishni taqozo qiladi. Buning uchun esa korxonalar moddiy-texnika bazasini izchil mustahkamlab borish, jumladan,

uning poydevori sanalmish texnika va texnologiyalarni vaqti-vaqti bilan iqtisodiy ko'rsatkichlari yuqori bo'lgan zamonaviy turlariga almashtirish kerak. Tabiiyki, bunday vaziyatda "Ularning aynan qay birlarini yangilash zarur?" degan haqli savol tug'iladi. Biz korxonada mavjud texnika-texnologiyalar negizida uning texnikaviy darajasini aniqlashni taklif etamiz. Chunki korxonada moddiy-texnik bazasining asosiy qismini uning assortimentini kengaytiruvchi, standart talablarni qondiruvchi, mehnat sharoitini yaxshilovchi, yuqori malakali ishchilarni talab qiluvchi texnikaviy darajasi tashkil etadi.

Umumiy ovqatlanish sohasidagi xo'jalik yurituvchi sub'ekt bu umumiy ovqatlanish sohasida kulinariya, shuningdek boshqa oziq-ovqat mahsulotlarini tayyorlash, sotish va iste'mol qilishni tashkil etish hamda xizmatlar ko'rsatish bo'yicha funksiyalarni bajaruvchi yuridik shaxsdir.

Umumiy ovqatlanish korxonalarini quyidagi talablar asosida mulkdor deb belgilanadigan quyidagi turlarga bo'linadi: restoran, vagon-restoran, bar, kafe, yozgi kafe, kafeteriy, oshxonasi, choyxonasi, bufet va kichik oshxonasi:

Restoran - o'z nomiga ega bo'lgan, iste'molchilarga murakkab usulda tayyorlanadigan yuqori sifatli kulinariya va qandolatchilik mahsulotlarining keng assortimentini hamda ichimliklarni taqdim etadigan eng qulay umumiy ovqatlanish korxonasi. Restoran taomnomasiga majburiy tartibda portsiyali va firma ovqatlari kiritiladi. Xizmat ko'rsatish dam olish, ovqatlar pishirish va xizmat ko'rsatish bilan uyg'unlashtirilgan holda yuqori malakali oshpazlar va ofitsiantlar tomonidan amalga oshiriladi;

Vagon-restoran - yo'lda yurish davomida temir yo'l transporti yo'lovchilariga va poezd brigadalari xodimlariga nonushtalar, tushliklar, kechki ovqatlar, qandolatchilik mahsulotlari va ichimliklar bilan xizmat ko'rsatish uchun mo'ljallanadi;

Bar - tik turgan holda iste'molchilarga ichimliklar va zakuskalar bilan xizmat ko'rsatishni (stolchalar yonida xizmat ko'rsatish bilan bir qatorda) tashkil qiladi. Sotiladigan ichimliklar va mahsulotlar turlariga ko'ra barlar pivo, vino, kokteyl, sut barlari va boshqa barlarga ixtisoslashgan bo'ladi;

Kafe - iste'molchilarga turli qaynoq va sovuq ichimliklar, qandolatchilik, sut mahsulotlari hamda tayyorlanishi murakkab bo'lmagan kulinariya mahsulotlarini taqdim etadi. Sotiladigan mahsulotlari yoki yo'nalishiga ko'ra kafelar: shirinliklar, muzqaymoq, sut kafesi, bolalar kafesi, yoshlar kafesi va shu kabilarga ixtisoslashgan bo'ladi; ularda o'z o'ziga xizmat ko'rsatish yoki ofitsiantlar tomonidan xizmat ko'rsatish usullari qo'llaniladi; kechki vaqtlarda musiqiy xizmat ko'rsatish tashkil etilishi mumkin;

Yozgi kafe - iste'molchilarga ochiq maydonchada bostirma ostida xizmat ko'rsatadi;

Kafeteriy - bu do'kon huzurida shu joyning o'zida iste'mol qilinadigan issiq ichimliklar, sut, sharbatlar, buterbrodlar, qandolatchilik mahsulotlari va boshqa oziq-ovqat mahsulotlari sotish uchun tashkil etilgan bo'limdir;

Oshxona - bu iste'molchilarni nonushtalar, tushliklar va kechki ovqatlar bilan ta'minlovchi korxonadir. Oshxonalar joylashgan joyiga va xizmat ko'rsatiladigan mijozlariga ko'ra umumiy ravishda foydalaniladigan sanoat korxonalarini, muassasalar, qurilishlar, o'quv yurtlari va shu kabilar huzuridagi oshxonalarga bo'linadi. Ishlab chiqarish korxonalarini, o'quv yurtlari va muassasalar huzuridagi oshxonalarda asosan hafta kunlari bo'yicha turli xil kompleks tushliklar, nonushtalar va kechki ovqatlar tashkil etiladi. Ularda o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish va stollarga kompleks ovqatlarni oldindan qo'yish usullari qo'llaniladi;

Choyxona - bu choynaklarda choy berish xizmat ko'rsatishning asosiy turi hisoblanadigan korxonadir. Bundan tashqari choyxonalarda turli xil obinonlar, milliy shirinliklar, qandolatchilik, bulka mahsulotlari va boshqa bufet mahsulotlari bo'lishi mumkin;

Bufet - bu iste'molchilarga cheklangan turdagi qaynoq va salqin ichimliklar, sovuq taomlar va zakuskalar, non-bulka va qandolatchilik mahsulotlari, shuningdek oson tayyorlanadigan issiq va shirin taomlar bilan jadal xizmat ko'rsatishga mo'ljallangan korxonadir. Unda o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish yoki ofitsiantlar tomonidan xizmat ko'rsatish qo'llaniladi;

Kichik oshxona - bu iste'molchilarga oson tayyorlanadigan taomlar va zakuskalar, qaynoq va salqin ichimliklar bilan jadal xizmat ko'rsatishni tashkil etuvchi korxonadir. Sotiladigan mahsulotlar turiga ko'ra kichik oshxonalar quyidagilarga ixtisoslashgan bo'lishi mumkin: kabobxona, palovxona, somsaxona, sosiskaxona, chuchvaraxona, cheburekxona, pirojkaxona, blinchikxona va shu kabilar.

Savdo, omborxona, ishlab chiqarish va ma'muriy-maishiy binolarga, mahsulot ishlab chiqarish anjomlari va jihozlariga, texnologiya rejimlariga, sotish va iste'mol qilishni tashkil etishga, ko'rsatiladigan xizmatlarga qo'yiladigan talablar va mezonlar amaldagi texnik reglamentlar yoki standartlar, sanitariya normalari, texnika xavfsizligi qoidalari, yong'indan saqlash va boshqa talablarga muvofiq belgilanadi.

Umumiy ovqatlanish sub'ekti mahsulotlar va tovarlarni sotishni, iste'molni va xizmatlar ko'rsatishni tashkil etishni ushbu bobning 6-bandida ko'rsatilgan talablarga rioya qilgan holda ham savdo zallarida, ham ulardan tashqarida amalga oshirishi mumkin.

Tovarlarni saqlash, mahsulotlarni ishlab chiqarish va sotish bilan bog'liq umumiy ovqatlanish korxonasida ishlaydigan xodim maxsus tayyorgalikka ega bo'lishi, quyidagilar:

Ushbu qoidalar;

- sanitariya-normalari va talablari;
- yong'indan saqlash normalari;
- standartlar talablari;
- texnika xafvsizligi qoidalari bilan tanishgan bo'lishi va ularga rioya qilishi kerak.

Xorijiy sayyohlarga xizmat ko'rsatuvchi umumiy ovqatlanish korxonalarini shtatida o'z vazifalarini bajarishi uchun zarur bo'lgan hajmda kamida bitta xorijiy tilni (ingliz, nemis, frantsuz tilini) biladigan xodimlar (metrdotellar, ofitsiantlar) bo'lishi kerak. Ushbu korxonalarda firma jildlarida, davlat tilida va xorijiy tillarda yozilgan taomnoma bo'lishi kerak.

Umumiy ovqatlanish sub'ekti iste'molchilarga o'zining to'liq nomi, ish rejimi, tavsiya etiladigan mahsulotlar, tovarlar va ko'rsatiladigan xizmatlar to'g'risidagi zarur va ishonchli ma'lumotlarni ko'rgazmali va qulay shaklda etkazishi shart, ma'lumotlarda to'g'ri tanlash imkoniyatini ta'minlaydigan kamida quyidagi ma'lumotlar bo'lishi kerak:

mahsulotlar va tovarlar ro'yxati;

umumiy ovqatlanish mahsulotlarining tayyor taomlari portsiyalarining umumiy vazni (hajmi), tavsiya etilayotgan ichimlik butilkasining sig'imi va uning portsiyalari hajmi to'g'risidagi ma'lumotlar;

xizmatlar ro'yxati va ularni ko'rsatish shartlari;

xizmatlar narxi va ularni to'lash shartlari.

Umumiy ovqatlanish korxonalarining ish rejimi, mulkchilik shakllaridan qat'i nazar, mustaqil ravishda, sanoat korxonalarini, muassasalar, o'quv yurtlari huzuridagi umumiy ovqatlanish korxonalarining ish rejimi esa ma'muriyat va kasaba uyushmasi qo'mitasi bilan kelishilgan holda belgilanadi.

Tasdiqlangan ish soatlariga mulkchilikning barcha shakllaridagi korxonalar tomonidan majburiy tartibda rioya qilinishi kerak.

Umumiy ovqatlanish korxonasi (rejali sanitariya tadbirlarini o'tkazish, ta'mirlash va shu kabilar uchun) yopilgan taqdirda korxonada kamida bir hafta oldin tegishli e'lonni osib qo'yishi kerak.

Ofitsiantlar xizmat ko'rsatadigan umumiy ovqatlanish ob'ektlariga mijozlarni kiritishni ularning yopilishidan 30 daqiqa oldin, o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish usuli bo'yicha ishlaydigan umumiy ovqatlanish ob'ektlariga esa - ularning yopilishidan 15 daqiqa oldin to'xtatishga yo'l qo'yiladi.

Umumiy ovqatlanish korxonasi qo'llanishga ruxsat etilgan o'lchash vositalariga ega bo'lishi va ularni soz holatda saqlashi, o'z vaqtida va belgilangan tartibda metrologik tekshirishdan o'tkazishi shart.

Barcha o'lchash vositalari, tortish va o'lchash priborlari, ko'rinib turadigan ishonch tamg'asiga yoki "O'zstandart" agentligi organlarining amal qilish muddati o'tmagan tekshirish guvohnomasi soz holatda, toza, to'g'ri o'rnatilgan bo'lishi, belgilangan maqsadda qo'llanilishi hamda o'lchashlarning yagonaligini va ishonchliligini ta'minlashi va tegishli pasportga ega bo'lishi kerak.

Nosoz va qo'llanishga ruxsat etilmagan o'lchash vositalaridan foydalanish taqiqlanadi.

Iste'molchilar bilan naqd pulli hisob-kitoblar nazorat-kassa mashinalarini qo'llagan holda amalga oshiriladi, O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlarida nazarda tutilgan hollar bundan mustasno. Umumiy ovqatlanish ob'ekti rahbari xodimni nazorat-kassa mashinalarini ishlatish qoidalari bilan tanishtirishi shart.

Umumiy ovqatlanish sohasida faoliyatni amalga oshiruvchi xo'jalik yurituvchi sub'ekt ovqat uchun hisob-kitoblarning oldindan to'lash, taomlar tanlangandan keyin to'lash, ovqatlanib bo'lgandan keyin to'lash, o'zi hisoblash kabi turli usullaridan foydalanishi mumkin. Ovqat uchun hisob-kitoblar shakllari xizmat ko'rsatish metodiga, xizmat ko'rsatiladigan mijoz spetsifikasiga, ob'ekt turiga va uning ixtisoslashganligiga ko'ra belgilanadi.

O'z-o'ziga xizmat ko'rsatish usuli bo'yicha ishlaydigan umumiy ovqatlanish ob'ektlarida va kulinariya do'konlarida (bo'limlarida) hisob-kitob vaqtida iste'molchiga kassa cheki beriladi.

Xizmat ko'rsatish ofitsiantlar tomonidan amalga oshiriladigan barcha umumiy ovqatlanish ob'ektlarida berilgan mahsulot uchun haq to'lash ofitsiant bergan schyot yoki belgilangan namunadagi nazorat-kassa mashinalari cheki bo'yicha amalga oshiriladi.

Barcha umumiy ovqatlanish ob'ektlarida bank plastik kartochkalaridan foydalangan holda to'lovlarni qabul qilish bo'yicha hisob-kitob terminalining mavjudligi ta'minlanishi kerak.

Doimiy mijozlarga (ishchilar, xizmatchilar, talabalar, o'quvchilar va shu kabilarga xizmat ko'rsatadigan oshxonalarda hisob-kitob yakka tartibdagi yoki guruh abonementlari bo'yicha amalga oshirilishi mumkin.

Umumiy ovqatlanish sub'ekti taomlar, mahsulotlar, ichimliklarning assortiment ro'yxatini sanitariya va texnologiya talablariga to'liq rioya qilishni hisobga olgan holda mustaqil ravishda ishlab chiqadi, taomlar retsepturalarini tuzadi va tasdiqlaydi. Kalkulyatsiya kartochkasi mahsulot narxini belgilash uchun asos hisoblanmaydi, u faqat umumiy ovqatlanish ob'ektlari egalari tomonidan ichki foydalanish uchun xizmat qiladi Kalkulyatsiya kartochkasini yuritish shart emas. Mahsulot narxi unga bo'lgan talab va taklifdan kelib chiqqan holda belgilanadi.

Kulinariya va yarim tayyor mahsulotlar do'konlarida, bufetlarda sotiladigan barcha tovarlar va mahsulotlarda tovar va mahsulotning nomi, uning sorti, o'lchovi,

og'irligi yoki upakovkasi birligi narxlari ko'rsatilgan, yagona namunadagi va aniq rasmiylashtirilgan narxnomalar bo'lishi kerak.

Mulkchilik shakllaridan qat'i nazar, umumiy ovqatlanish korxonalari iste'molchiga unga sotilgan taomlar, kulinariya mahsulotlari, tovarlarning o'lchami va og'irligini, shuningdek sotilayotgan mahsulotning (xizmatning) normativ-hujjatlar talablariga muvofiqligini tekshirish imkoniyatini yaratishi kerak. Yakka tartibdagi mehnat faoliyati tartibida umumiy ovqatlanish mahsulotini tayyorlash va sotish bilan shug'ullanuvchi shaxslar iste'molchining iltimosiga ko'ra unga yakka tartibdagi tadbirkorning (yuridik shaxs bo'lmagan dehqon xo'jaligining) davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risidagi guvohnomani ko'rsatishi kerak.

Kulinariya mahsuloti (ko'rsatilayotgan xizmatlar) sifatida kamchiliklar, kam tortishlar yoki hisob-kitobdan urib qolishlar aniqlangan taqdirda umumiy ovqatlanish korxonasi rahbariyati va xodimlari iste'molchining tanlashiga ko'ra:

- belgilangan kamchiliklarni bepul bartaraf etishi;
- kulinariya mahsuloti (xizmatlar) uchun to'lov miqdorini kamaytirishi;
- qo'shimcha haq to'latmasdan xuddi shunday taomni, kulinariya mahsulotini tayyorlashi (xizmatni takroran bajarishi);

iste'molchining sifatiz kulinariya mahsuloti sotib olish (xizmatlarni bajarish) bilan bog'liq xarajatlarini to'liqqaytarishi;

etkazilgan ma'naviy zararni qoplashi shart.

Xizmat ko'rsatishga oldindan berilgan buyurtmani bajarish muddatlari buzilganda, ko'rsatilayotgan xizmatda kamchiliklar aniqlanganda iste'molchi o'z tanloviga ko'ra:

- umumiy ovqatlanish sub'ektiga xizmatlar ko'rsatishni boshlashi va (yoki) tugallashi kerak bo'lgan yangi muddatni tayinlashga va ko'rsatilayotgan xizmat narxini kamaytirishni talab qilishga;

- ko'rsatilayotgan xizmat narxini kamaytirishni talab qilishga;

- iste'molchi tayinlagan maqbul muddatda kamchiliklarni bepul bartaraf etishni yoki zarur sifatdagi ana shunday umumiy ovqatlanish mahsulotini tayyorlashni yoki uni boshqa mahsulotlar bilan almashtirishni talab qilishga;

- ko'rsatiladigan xizmatlardan voz kechishga haqlidir.

Iste'molchi shuningdek xizmatlar ko'rsatishni boshlash va (yoki) tugallash muddatlari buzilishi sababli o'ziga etkazilgan zararining to'liq qoplanishini talab qilishga haqlidir. Yetkazilgan zarar iste'molchining tegishli talablarini qondirish uchun O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlarida belgilangan muddatlarda qoplanadi.

Umumiy ovqatlanish sohasida faoliyatni amalga oshiruvchi xo'jalik yurituvchi sub'ekt xizmat ko'rsatish muddatlarining buzilishi yengib bo'lmaydigan kuchlar

oqibatida yoki iste'molchining aybi bilan sodir bo'lganligini isbotlagan taqdirda iste'molchining talablari qondirilmaydi.

Umumiy ovqatlanish korxonalarida xizmat ko'rsatish jarayonida tayyor mahsulotlar va xarid qilingan tovarlar iste'molchining xohishiga ko'ra tegishli idishda va o'ramda olib chiqib ketilishi mumkin, alkogolli ichimliklar bundan mustasno.

Polimer plyonkali paketlarni bepul berish, ularning qiymatini O'zbekiston Respublikasi hududida sotiladigan tovarlar qiymatiga qo'shish, shuningdek, ularni o'z tannarxidan past narxlarda sotish (tutqichsiz va tovarlarning ajralmas qismi hisoblangan paketlar bundan mustasno) taqiqlanadi.

Alkogolli ichimliklarni olib chiqib ketish uchun sotishga yo'l qo'yilmaydi.

Umumiy ovqatlanish korxonalarini tomonidan alkogolli mahsulotlar Qoraqalpog'iston Respublikasi Vazirlar Kengashi, viloyatlar va Toshkent shahar hokimliklari huzuridagi maxsus komissiyalar tomonidan belgilangan tartibda beriladigan ruxsat guvohnomasi mavjud bo'lganda sotiladi.

Umumiy ovqatlanish korxonalarida alkogolli ichimliklar preyskurantlarida ichimliklar nomi, butilkasining sig'imi, butilka umumiy sig'imining, shuningdek 100 yoki 50 grammining narxi ko'rsatilishi kerak.

Iste'molchi umumiy ovqatlanish sohasida faoliyat ko'rsatuvchi xo'jalik yurituvchi sub'ektga amalda qilingan xarajatlarni to'lagan taqdirda o'zi buyurtma bergan xizmatlardan istalgan vaqtda voz kechishi mumkin.

Ishlab chiqarish jarayonida taomlar ularni sotish sanitariya qoidalarida belgilangan muddatlarga qat'iy muvofiqholda sotish mumkin bo'lgan partiyalarda tayyorlanishi kerak. Oldingi kundan qolgan go'sht, maydalangan baliq mahsulotlari, makaronlar, qayla, yorma mahsulotlardan foydalanish qat'iy taqiqlanadi.

Restoran - xizmat ko'rsatishning eng murakkab turlaridan biri. Menejerdan bu yerda nafaqat tashkiliy ko'nikma, balki yaratilish qobiliyati ham talab etiladi. Mehmonlar uchun yoqimli joylar. Bunday holda, sadoqatning shakllanishi haqida hech qanday gap bo'lishi mumkin emas. Shuning uchun ham, mijozni jalb qilish va ushlab turishga imkon beruvchi "yaxshi" marketing sozlash kerak. Afsuski, restoranlarda hali marketingga yetarli e'tibor berilmayapti.

Restoran bozorining rivojlanmaganligining asosiy sabablari quyidagilardan iborat:

Restoran egalarining iqtisodiy marketing ta'lim darajasi boshqa ko'plab biznes turlari bilan taqqoslaganda ancha past.

Restoran marketingi vazifalari

Restoran marketingining besh asosiy vazifasi quyidagicha:

- Mehmonlarga restoran haqida ma'lumot berish.
- Restoranga tashrif buyuruvchilarning doirasini kengaytirish.

- Mehmonlarning maqsadli guruhini jalb qilish.
- Xaridorni ushlab turish.

Mehmonlarga restoran haqida ma'lumot berish

Birinchidan, bu vazifa restoran faoliyatining dastlabki bosqichi bilan bog'liq, ya'ni ochilganida va potentsial mijozlarga ushbu hodisa haqida xabar berish kerak. Maxsus holatlar restoran konsepsiyasida o'zgarish va boshqa restavrlarni o'zgartirishi mumkin, chunki eski mijozlar oldida uni boshqa restoran deb hisoblash mumkin.

Restoran mehmonlarini kengaytirish

Biz buni ikki yo'l bilan amalga oshirishimiz mumkin.

Birinchisi, ovqatlanish xizmatiga tashrif buyuruvchilarni jalb qilishdir. Albatta, ushbu turdagi mehmonlar restoranning maqsadli auditoriyasi bilan doimo mos kelmaydi, ammo ularni vaqtida tarqatish mumkin. Masalan, dam olish kunlari ko'pgina restoranlarda, shu jumladan, shahar markazida joylashgan restoranlarda xaridorlarning katta etishmasligi (odatdagi kunlarda tashrif buyuradigan va hafta oxirida 10 kishidan kam bo'lgan restoranlar mavjud) bor. Ushbu kunlarda siz banketlar uchun buyurtma berishingiz mumkin. Yoki oilaviy nishonlarni tashkil qiling. Shunga qaramay, bu barcha restoranlar uchun mos emasligi va joy bilan bog'liqligini yodda tutish kerak. Sayyohlar soni bor joyda oilaviy ko'ngilocharlarni o'tkazish yoki Ish joylarida joylashgan restoranlar uchun bu ehtimol salbiy voqea hisoblanishi mumkin.

Ikkinchi usuli - bu bir nechta shakllarda ishlash. Misol uchun, kun davomida ovqat tarqatish liniyasiga muvofiq, kechqurun - xizmat ko'rsatuvchi kafelar shaklida ishlaydi. Buning sababi shundaki, tashkilotga tashrif buyuradigan odamlar kunduzi va kechqurun farq qiladi. Xuddi shu narsa biznes-markazlarda joylashgan kafe uchun ham qo'llaniladi. Odamlar kun davomida ovqat xonasi sifatida foydalanishlari aniq. Va kechqurun - dam olish joyi sifatida.

Mehmonlarning maqsadli guruhini jalb qilish

Mehmonlarning maqsadli guruhini rejalashtirish hatto restoran kontseptsiyasini ishlab chiqish bosqichida ham talab qilinadi. Kontseptsiya maqsadli guruh paydo bo'ladigan marketing tadqiqotlariga asoslangan.

Shuningdek, kontseptsiyani ishlab chiqish bosqichida maqsadli guruhni jalb etadigan va istalmagan jamoatchilikni yo'qotadigan tashkilot parametrlari aniqlanadi. Bu narsalar bir-biriga bog'liqdir - korxonaning aniq joylashuvi ma'lum tashrif buyuruvchilarni jalb qiladi va avtomatik ravishda boshqalarni kesadi. Maqsadli guruhni jalb qilish va kiruvchi jamoatchilikni yo'qotish uchun mo'ljallangan tadbirlar majmuasi quyidagicha ko'rinadi:

- Restoranning obro'sini aniq aks ettiradigan yaxshi rejalashtirilgan reklama kampaniyasi;

- Manzil;
- Restoran ishlaydigan narx kategoriyasi;
- Oshxona;
- Xizmat ko'rsatish;
- Fasadning dizayni, yoritgich, kirish va ichki makon;
- Restoran tomonidan taqdim etilgan xizmatlar.

Restoran xodimlari. Sotish qobiliyati asosan Restoranning o'rtacha xizmat ko'rsatish qobiliyatiga bog'liq. Biroq, ofitsiant va bufetchilarni yaxshi sotuvchilar qilish juda qiyin. Birinchidan, xodimlarni o'qitish kerak. Bu uchun pul sarflanadi, va amaliyot shuni ko'rsatadiki, tashkilot raxbar xodimlarni o'qitishga pul sarflashga tayyor. Ehtimol, restavratorlarning kam qismi o'qish narxini to'laydi. Ikkinchidan, restoran xodimlarining katta aylanmasi o'quv jarayonini doimiy qilishni talab qiladi, bu esa qo'shimcha xarajatlar talab qiladi (bizning taxminlarga ko'ra, restoranlarning 50% dan 100% gacha yiliga 30-100% gacha yangilanadi). Uchinchidan, ofitsiant ishi obro'li emas va kam haq to'laydi. Shu munosabat bilan ularning aksariyati o'z joylarini vaqtinchalik deb hisoblashadi. Talabalar bilan yozgi yarim vaqtda ishlash juda keng tarqalgan. Bundan tashqari, yana bir jiddiy muammo paydo bo'ladi - juda kam aql va kam madaniy darajaga ega bo'lgan ko'plab yoshlar, xizmat ko'rsatish va sotish to'g'risida hatto ibtidoiy bilimlarni ham o'zlashtirishga imkon bermaydigan ofitsiant bo'lib ishlaydi, bu juda muhim. Yaxshi korporativ madaniyat odatda hech qanday muammo emas. To'rtinchidan, korxonaga egalari tomonidan boshqariladigan va marketing ma'lumotlarining past darajasi ko'p hollarda ularni xodimlarni rag'batlantirishning samarali tizimini yaratishga, muvaffaqiyatga qaratilgan jamoani tashkil etishga, savdolarini savodxonligini tashkil qilishga va boshqalarga imkon bermaydi.

Turli xil qo'shimcha takliflar menyusiga kirish (odatdagi menyudan tashqarida). "Chef taklif qiladi" kabi bir narsa. Bu maxsus taklif bo'lgani uchun, uni qimmatroq narxda sotishga harakat qilishingiz mumkin. Lekin yana bir bor, bu asosan xodimlar uni sotishga qodirmi?

Tantanalarni o'tkazish. Misol uchun haftaning ish kunlari. Bu holatda, qo'shimcha menyu deyarli har doim ishlab chiqariladi va yana qimmatroq sotilishi mumkin. Bundan tashqari, restoranning muntazam (nafaqat muntazam) mijozlarini taklif qilishingiz mumkin. Shunga ko'ra, siz bunday mijozlarning ma'lumotlar bazasiga ega bo'lishingiz kerak.

Xaridorni ushlab turish

Oshxona va pishirish sifati. Jiddiy muammo - bu oshpazning g'amxo'rliqi. Bunday holatda, odatda menyuni to'liq takrorlashingiz kerak, chunki tanish taomlarning ta'mi o'zgaradi yoki boshqalariga almashtiriladi.

Zamon bilan ham nafaslik uchun biror narsa yoki yo'nalish tanlash kerak. (oshxonadan yo'nalish, restoran taklif etgan musiqa dasturlari, ya'ni qo'shimcha xizmatlar, va boshqalar).

Ishtirokchilarning munosabati. Iste'molchilar, ayniqsa, ofitsiantning taomlarning tarkibini bilmasliklarini bartaraf etishga qodir xususiyta va e'tiborni qadrlashadi. Bundan tashqari, ayrim restoranlarda (odatda eng yuqori narx kategoriyasi) tashrif buyuruvchilarga bo'lgan munosabat moslashtirilgan deb qabul qilinadi. Ushbu muassasalarda oddiy tashrif buyuruvchilarni ko'rish, ular bilan muloqot qilish, doimiy aloqani saqlab turish keng tarqalgan. Odatda bu vazifa menejer yoki boshqaruvchining yelkasiga tushadi. Ko'pincha, agar kerak bo'lsa, zarur hollarda oshpaz bilan suhbatda qatnashadi.

Turli rag'batlantirish usullari. Umumiy dasturlarda: chegirmali dasturlar (endi ular tobora ko'proq bonus dasturlari bilan almashtiriladi). Shu bilan birga, ko'pgina idoralarda diskont kartalarini sotish amaliyoti amalga oshirildi.

Restoranning boshqa turlarida ommalashgan e-pochta, SMS va boshqalar bilan tug'ilgan kunini tabriklaydi, restoranlarda bu usuldan faol ravishda foydalanilmoqda.

Shuni ta'kidlash kerakki: mijozni o'zining tug'ilgan kuni yoki yangi yil bilan tabriklash uchun siz ushbu mijoz haqida ma'lumotga ega bo'lishingiz kerak. Boshqacha aytganda, restoran muntazam tashrif buyuruvchilarning ma'lumotlar bazasini yig'ishi kerak. Ko'pincha bunday ma'lumotlar diskont kartasini (yoki bonusli kartani) berish paytida to'planadi - mijozdan so'rovnomani to'ldirish so'raladi. Amaliyot shuni ko'rsatadiki, ko'plab mijozlar so'rovnomani to'ldirishga tayyor va kartani olishni istashmasa ham.

Korxonani modernizatsiyalash, birinchi navbatda, uning ishlab chiqarishiga innovatsion, ya'ni yangi texnikalarni joriy qilish demakdir. Ayni kezlarda yurtimizdagi umumiy ovqatlanish korxonalarida turli-tuman texnikalar va jihozlardan foydalanilmoqda. Bu shoxobchalarni texnik-texnologik jihatdan modernizatsiyalash orqali rivojlantirish yo'nalishlarini ilmiy-nazariy va uslubiy jihatdan belgilash muhim ahamiyatga ega. Binobarin, ushbu masala o'rganilishi shart bo'lgan dolzarb muammolardandir.

Hozirgi me'yoriy hujjatlar (GOST, OST, GOST 15467-79)da texnikaviy daraja mahsulotning asosiy texnikaviy-iqtisodiy ko'rsatkichlarini o'zaro taqqoslash orqali aniqlanishi ko'rsatilgan. Ayni holat zarur tushunchalar nazariyada qat'iy ifodalanmaganidan dalolat beradi va bunday yondashuv ko'pincha mahsulotlarni chet elda ishlab chiqarilgan namunalari bilan taqqoslash imkonini bermaydi.

Texnikaviy daraja mahsulotning iqtisodiy ko'rsatkichlariga befarq ravishda takomillashganini tavsiflasa, texnikaviy-iqtisodiy daraja esa iqtisodiy ko'rsatkichlarga bog'liq holda texnikaviy takomillashganini anglatadi. Unda

mahsulotlar texnikaviy darajasini xorijiy namunalari bilan to'laqonli taqqoslash mumkin bo'ladi.

Korxonaning texnikaviy va texnikaviy-iqtisodiy darajasini hisoblash borasida ham turli fikrlar shakllangan. Ularni belgilashda keng tarqalgan quyidagi fikrlar e'tiborga loyiq:

- texnikaviy va iqtisodiy ko'rsatkichlarni oydinlashtirishda ekspertlar yordamida yoki boshqa yo'l bilan ularning salmoqlilik koeffitsientini aniqlash zarur;

- hisoblashda asosiy parametrlarni tanlash, masalan, natural ko'rsatkichlar (solishtirma material sig'imi, solishtirma energiya sig'imi va qiymatli solishtirma bahosi, solishtirma joriy sarf-xarajat). Texnikaviy-iqtisodiy daraja ko'rsatkichlarining umumiy ko'rsatkichi sifatida ish unumdorligidagi sarf-xarajadni olish taklifi;

- GOST 15467-70 bo'yicha texnikaviy-iqtisodiy daraja ko'rsatkichlari integral va kompleks sifat ko'rsatkichlariga mos tushadi;

- yangi mashina samaradorligining yillar o'tishi bilan soha o'rtacha darajasidan orqada qolishi texnikaviy daraja deb tushuniladi ;

- texnikaviy-iqtisodiy darajani aniqlashda mahsulotning iste'mol qiymati va mehnat sarfining mosligini aniqlash;

- texnikaviy darajani aniqlash jahon bo'yicha eng ilg'or ishlab chiqarish jihozlariga taqqoslash orqali amalga oshiriladi.

Yuqorida turli sohalarda qo'llaniladigan texnikalar (asbob-uskunalar, jihozlar, mahsulotlar va hokazolar)ni yangilash niyatida olib boriladigan hisoblash metodlarini qisqacha tahlil qildik. Natijalar shuni ko'rsatdiki, bunday hisoblash usuli yakka yoki o'xshash guruh uchun mo'ljallangan. Lekin korxonalar jihozlari miqyosida uning moddiy-texnik bazasi kompleks innovatsion yangilanishi uchun bu usulni qo'llash samarasiz va murakkab hisoblarga olib keladi. Shunga ko'ra, yuqorida keltirilganlarga asosan, sanoat hisoblash metodlaridan foydalanib xizmat ko'rsatish, servis korxonalarining texnikaviy-iqtisodiy darajasini hisoblash metodini taklif etdik.

Ilg'or innovatsion texnika va texnologiyalarning umumiy ovqatlanish korxonasi ishlab chiqarishiga tatbiq etilishi uning iqtisodiy samaradorligiga qanchalik ta'sir ko'rsatishini o'rganish muhim vazifa hisoblanadi.

Umumiy ovqatlanish korxonalarini ishlab chiqarishida zamonaviy innovatsion texnika va texnologiya tatbig'ining korxonalar iqtisodiy samaradorligiga nechog'li ta'sirini oldindan bilish ham muhim hisoblanadi.

Umumiy ovqatlanish korxonalarining iqtisodiy samaradorligi biznes samaradorligining turlaridan biri bo'lib, natijaning sarflangan moddiy va moliyaviy resurslarga nisbati hisoblanadi. Bunday samaradorlik, asosan, barcha turdagi resurslarning o'z tuzilmalari bilan oqilona foydalanishiga bog'liq. Ushbu stavkalar,

asosan, ishlab chiqarishning o'ziga xos xususiyatlari, texnik jihozlari, texnologiyalarni rivojlantirish darajasi, mehnatni tashkil etish va jadal ishlab chiqarishning keng omillariga bog'liq. Strukturaning holati tashqi omillar, masalan, resurs bozori, muayyan turdagi resurslarga bo'lgan talab va taklif, resurslar uchun narx va boshqalar ta'sirida kuchli ta'sir ko'rsatmoqda.

Umumiy ovqatlanish korxonalarining iqtisodiy samaradorligi ishlab chiqarish va xo'jalik faoliyati samaradorligini oshirish bo'yicha tadbirlar va tadbirlar majmuasi korxonada faoliyati samaradorligini oshirish yo'llarini anglatadi. Ishlab chiqarish faoliyatining samaradorligini oshirishning asosiy yo'llari mehnatga qobiliyatlilik ko'rsatkichini kamaytirish va mehnat unumdorligi ko'rsatkichini oshirishdan iborat. Shuningdek, asosiy yo'nalishlar orasida resurslar va xom ashyolardan oqilona va iqtisodiy foydalanish, kapitalning intensivligini pasaytirish va kompaniyaning investitsiya faoliyatini takomillashtirish kiradi.

Umumiy ovqatlanish korxonalarining iqtisodiy samaradorligini samaradorligini oshirish yo'llaridan biri sifatida korxonada ilmiy va texnologik yutuqlarni joriy etishni, shu jumladan texnologiya va texnika sohasidagi eng so'nggi ilmiy yutuqlar asosida ishlab chiqarish aktivlarini inqilobiy qayta jihozlashni o'z ichiga olishni misol qilish mumkin. Texnologiyadagi bunday radikal o'zgarishlar, texnik, tashkiliy, ijtimoiy va iqtisodiy omillarni safarbar etish samaradorlik ko'rsatkichini sezilarli darajada oshiradi. Bundan tashqari iqtisodiy rejimdan foydalanishda yoqilg'i, xom ashyo, materiallar va energiyaga bo'lgan ehtiyojni qondirish uchun resurslarni tejoychi omillar hal qiluvchi rol o'ynashi kerak. Bundan tashqari, korxonaning samaradorligini oshirish yo'llari tashkilotning asosiy resurslari va mablag'larini yanada yaxshiroq taqsimlash va ulardan foydalanish choralari o'z ichiga oladi. Korxonaning ishlab chiqarish salohiyatidan yanada tezroq foydalanish, ishlab chiqarish ritmini kuzatib borish va ishlab chiqarish uskunalari yukni maksimal darajada kengaytirish juda muhimdir. Ushbu faoliyat natijasida qo'shimcha investitsiyalar va investitsiyalarsiz tayyor mahsulotlarning tez sur'atlarda o'sishiga erishiladi.

Umumiy ovqatlanish korxonalarining iqtisodiy samaradorligini oshirishning muhim o'rni tashkiliy va iqtisodiy omillar bilan bog'liq. Shuningdek, ijtimoiy infratuzilmani va boshqaruv usullarini rivojlantirish ham zarur. Boshqarish usullari va shakllarini takomillashtirish, rejalashtirish usullari, rag'batlantirish, rag'batlantirish zarur. Resurs mablag'lari ulushini qisqartirish va tashkilotning butun iqtisodiyotini jadallashtirish uchun maxsus mahsulot sotish uchun ishlab chiqarilgan mahsulot sifatini yaxshilashga qaratilgan chora-tadbirlarga to'g'ri keladi. Mahsulot sifati darajasi yaqin monitoringni talab qiluvchi asosiy omil bo'lishi kerak.

II BOB. RESTORANLARDA KO'RSATILADIGAN ASOSIY VA QO'SHIMCHA XIZMATLARNI TAKOMILLASHTIRISHGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR.

2.1. Restoran binolarining tarkibiy tuzilmasini SNIP(Qurilish me'yorlari va qoidalari)ga mos kelishini o'rganish.

Umumiy ovaqatlanish korxonalarining asosiy vazifasi oziq-ovqat mahsulotlaridan taom tayyorlash, savdoni tashkil etish, tayyorlangan taomlarni realizatsiya qilib, iste'molchilarga xizmat qilishdir. Shu bilan bir qatorda ularning ayrim turlariga qo'shimcha talablar qo'yiladi.

Restoranlarni talab darajasida xizmat ko'rsatishi uchun "Qurilish me'yor va qoidalari "(QMQ)ga amal qilinishi ham talab etiladi. Restoranning poydevoridan tortib tomigacha maxsus reja asosida tuzilgan qat'iy qoidalarga amal qilish zarur. Restoran binosini qurish uchun tanlangan maydonchada ichimlik suvi, ishlab chiqarish va atmosfera suvlarini chiqarib ketish quvurlari (kanalizatsiya) bo'lishi shart. Shaharlarda va shahar tipidagi qishloqlarda joylashtiriladigan katta ishlab chiqarish quvvatiga ega bo'lgan yarim tayyor, tayyor mahsulot va taomlar ishlab chiqaradigan ovqatlanish korxonalarini qurish uchun tanlangan maydonchalar aholi yashaydigan uylardan kamida 50-100m uzoqlikda joylashgan bo'lishlari kerak.

Restoranning joylashuvi ham katta ahamiyatga omil hisoblanadi. Shahar markazlari, aholi zich mavzelar, diqqatga sazovor joylar yaqinlari restoranlar uchun qulay joylar hisoblanadi.

Tanlangan qurilish maydonchasi shartli ravishda quyidagi ikki qismga bo'linadi:

- qurilish qilinadigan maydon
- obodonlashtiriladigan maydon

Qurilish qilinadigan maydon yuzasi umumiy qurilish maydonining 20 –30%ni tashkil qilishi kerak. Qolgan qismi esa ko'kalamzorlashtirish va transport yo'llarini yasash uchun ajratiladi. Sanitariya talablariga ko'ra, umumiy maydonchanning 50% gacha qismini ko'kalamzorlashtirish lozim, chunki o'simliklar havodagi odam organizmi uchun zararli moddalarning aksariyatini ushlab qoladi va bundan tashqari havo haroratini pasaytirish hamda kislorod ajratib chiqarish hisobidan korxonahavlisida qulay mikroiklimni yuzaga keltiradi. Tanlangan maydoncha sanitariya –gigiena va yong'irga qarshi talablarga to'liq javob berishi kerak.

Yong'ir, qor suvlari va yaqin atrofda joylashgan sanoat korxonalarida ishlatilgan suvlar hamda boshqa iflosliklar tanlangan maydonchaga kelib tushmasligi va undan bemalol oqib chiqib ketishi uchun u balandroq va quruq joydan tanlanishi lozim. Bundan tashqari erosti suvlarining sathi bino yerto'la qavatining poydevoridan eng

kamida 0,5 – 1m pastda bo‘lishi shart. Yana shuni ta’kidlash kerakki, binosi ikki va undan oshiq qavatli ovqatlanish korxonalarini uchun qurilish maydonchalarini tuproq solingan yoki qumli joylardan tanlash tavsiya qilinmaydi.

Ovqatlanish korxonalarining sex va xonalarini joylashtirishda sanitariya va gigiena talablaridan tashqari iqtisodiyot va mehnat gigienasi talablari ham qo‘yiladi.

Arxitektura nuqtai nazaridan hozirgi restoranlar uchta hududni o‘z ichiga oladi:

- taomlar tayyorlaydigan bo‘lim;
- taomlar tarqatiladigan zallar;
- dam olish xonalari.

Arxitektura-qurilish shakllari xilma - xil bo‘lishiga qaramay, restoranlarni rejalashtirish asosiga umumiy kompozitsion tamoyillar qo‘yilgan. Bular binoning hamma xonalaridan unumli foydalanishni asos qilib olinishidir.

Qurilish loyihasi me‘yor va qoidalariga muvofiq restoranning mijozlariga ovqatlanish zallari, dahlizi (garderob, yuvinish va xojatxonasi), katta zal, bar, kokteyl-holl, bufetlar, chekish xonalari xizmat qiladi. Katta zallarda raqs maydonchalari, estrada va san’atkorlar chiqishi uchun joy ajratiladi. Ba’zi restoranlarda shaharni tomosha qilishga mo‘ljallangan balkonlar, qavatlarda maydonchalar bo‘ladi. Maydoniga qarab daxlizlar kichik, katta va zalpeshlarga bo‘linadi. Bular zaldan alohida bo‘ladi, xizmatlar haqida restoran axboroti va yo‘l ko‘rsatkichlar osib qo‘yish tavsiya etiladi.

Restoran qurishni rejalashtirganda ikkita zal nazarda tutiladi. Restoranning birinchi qavatida – zal va raqs tushish maydonchasi bo‘ladi, aylanma qurilgan balkonlar ham zal xizmatini o‘taydi. Asosiy katta zal arxitektura rejalashtirishda muhim rol o‘ynaydi. U atrofdagi zallar, xonalar bilan garmonik kompozitsiyada moslangan bo‘lishi kerak. Atrofdagi hamma elementlar hisobga olinishi shart. Bular jumlasiga: stol ustida dasturxon bezatish, taomlarga shakl berib chiroyli qilish, kompozitsiya, zal yuzini rang barang bezatish, oynadan qaralganda go‘zal manzara ko‘rinishi zalning eni bo‘yicha munosib bo‘lishi zarur. Restoran 50 o‘rinli bo‘lsa, dahliz maydoni 50 m² gacha, 400–600 o‘rinli bo‘lsa, 100 m² va undan ortiq bo‘ladi. Ba’zi restoran dahlizlarida gazeta, sigaret, sovg‘alar sotish uyushtiriladi.

Restoranning yoritilishi me‘yor darajasida bo‘lishi zarur. Zal shipining baland-pastligiga qarab qandillar o‘rnatiladi. Shiplardan ham xuddi kunduz kungi yorug‘lik bo‘lganidek elektr nurlari beriladi.

Restoranlarni yoritishning bir necha usullari bor:

Umumiy yoritish – hamma xonalar barobar yoritiladi.

Mahalliy yoritish – ayrim stellar, zalning bir qismi, ayrim zallar alohida yoritiladi. Estradaga, raqs tushuvchilarga maxsus yorug‘lik beriladi.

Aralash yoritish - yuqoridagi har ikki yoritishning birgalikda olinishi. Yori-

tishda lyuminissent va cho‘g‘lanma lampalardan foydalaniladi.

Iste‘molchilar va xodimlar uchun garderoqlar, dush qabul qilish xonalari, nooziq – ovqat tovarlarini saqlash xonalari hamda hojatxonalarining quyosh nuri bilan yoritilishining hojati yo‘q. Dahlizga oynalar, yengil-yumshoq mebellar, kreslo, yumshoq kursilar, jurnal stollari qo‘yiladi. Restoran, qahvaxonalarda sovg‘alar sotish uchun vitrinalar, avtomat-telefonlar o‘rnatiladi.

Yoritish me‘yorlari

2.1.1-jadval

Xonalar	Minimal yoritish, m ²		Yoritilishi lozim bo‘lgan maydon me‘yori
	Luminissent lampalar	Cho‘g‘lanma lampalar	
Restoran zali	300	100	Poldan 0,8 m
Qahvaxona, bar zali	200	75	Poldan 0,8 m
Xodimlar uchun xona	100	30	Poldan 0,8 m
Idish yuvish va saqlash xonasi	200	75	Poldan 0,8 m
Dahliz, garderoq, sanitariya bo‘limi	100	50	Polda
Bosh zinapoya	100	30	Zinalarda

Umumiy ovqatlanish korxonalarida xizmat zallari bir o‘ringa mo‘ljallangan maydon me‘yorlari quyidagi sath(m²)larda bo‘lishi lozim:

Bir o‘ringa mo‘ljallangan maydon me‘yorlari

2.1.2-jadval

№	Umumiy ovqatlanish korxonasi turi	Bir kishiga to‘g‘ri keladigan maydon, m ²
1	Oshxonalar	1,7 – 1,8
2	Qahvaxonalar	1,2 – 1,7
3	Restoranlar	1,7 – 1,8
4	Umumiy turdagi tamaddixonalar	1,6
5	Somsa, sosiska, chuchvaraxonalar	1,4 – 1,6
6	Pivo barlari	1,4

Garderoq – restoranga keluvchilarning ust kiyimlari qabul qilish va saqlash joyi. Garderobda ikki tomonlama kiyim ilgichlar ularni ushlab turish uchun qulay qilib yasalgan bo‘lishi kerak. Balandligi 1,5 m. Ilgichlarning miqdori zaldagi o‘rinlarga qaraganda 10% ortiq, bo‘lishi lozim. Ilgichlar va nomerlar alohida buyurtma asosida tayyorlanadi. Ilgichlar oralig‘idagi yo‘lak 70 sm.dan kam bo‘lmasligi kerak.

Sumkalar, portfellar va boshqa qo‘shimcha buyumlar shkafchalarga qo‘yiladi. Ilgichlarning pastki qismida oyoq kiyimlari uchun ham shkafchalar bo‘ladi.

Garderoblar korxonalar binosiga kirgan joyda tashkil qilinadi. Unga eshikdan kiradigan shamol to‘g‘ridan – to‘g‘ri kirmasligi kerak. Garderobga yaqin joyda iste‘molchilar uchun hojatxonalar joylashtiriladi. Hojatxonalar, shu jumladan xodimlar uchun, binoning yerto‘lasi bo‘lmagan hollarda ham aksariyatda yer ostida tashkil qilinadi. Shuni alohida ta‘kidlash kerakki, xodimlar va meijozlar uchun hojatxonalar alohida bo‘lishi zarur.

Chekish xonasi. Bu xonaga yumshoq mebel, kuldon qo‘yiladi. Tutun tortish mo‘rilar moslanadi.

Kutish zali (avanzal) – asosiy zalga kirish oldida joylashgan kichik zal. Restoranga avvalroq kelib qolganlar yoki banketlarni kutuvchilar shu erda to‘planadi va keyin zalga kiradi. Asosiy zalga munosib ravishda kutish zali jihozlanadi. Bu yerga eng zarur mebellar o‘rnatiladi: bir necha kreslo, divan, jurnal stollari. Kutish zaliga qo‘yiladigan kreslolar hordiq chiqarishga moslangan bo‘lishi lozim, suyanadigan, yonboshida tirsaklarni tiraydigan bo‘lishi, asosiy, zaldagilarga qaraganda bo‘yi pastroq bo‘lishi maqsadga muvofiqdir. Ba‘zan aylanadigan kreslolar qo‘yiladi. Divanlar o‘tiradigan alohida seksiyalardan iborat bo‘lishi mumkin.

Restoran zali. Bu mijozlarga xizmat ko‘rsatiladigan asosiy joy. Restoran zali arxitektura va manzarali elementlari bezagi bilan dam olishga moslashgan, bu yerga keluvchilarning ruhiyatini ko‘taradigan bo‘lishi kerak. Devorlar, shit, polga ishlov berilgan ranglar, mebellarning shakl va ko‘rinishlari, yoritish usulining originalligi – zalning hamma-hamma holatlari mijozlarda yana shu yerga kelish tuyg‘usini uyg‘otishi kerak.

Bundan tashqari zal taom tarqatish bo‘limi, idish-tovoqdar turadigan joy, ularni yuvadigan xona va bufet bilan yaqin bog‘langan bo‘lishi kerak. Bino ichining tuzilishi yaxshi bo‘lsa, mijozlarga xizmat ko‘rsatish tezlashadi, taom sifati, shuningdek restoranning ishlab chiqarish unumdorligi oshadi.

Zalning katta-kichikligidan qat’iy nazar bu yerga kelganlar erkin nafas olishlari, xushchaqchaq, bo‘lib ketishlari kerak. Har bir mijoz stoli yaxshi bo‘lishini, «eng yaxshi bo‘lishini xoxlaydi». Aholi yashaydigan massivlarda joylashgan restoranlarga keluvchilar bu yerni xuddi o‘zini kidek tasavvur qiladi va eng yaxshi stolni tanlaydi. Qahvaxona, tamaddixonalarda bu narsaga e‘tibor yo‘qdeq ko‘rinadi, ammo bari bir, mijozlar yaxshi joy tanlaydi, xolisroq, devor yoniga, burchakroq, stolga o‘tiradi.

Raqs maydonchasi. Raqs uchun maydoncha zalning xajmi va kompozitsiyasidan kelib chiqqan holda tanlanadi. Raqs maydoni zalning markazida bo‘lishi maqsadga muvofiqdir, chunki raqsqa tushmaydiganlarning ham e‘tibori

markazga tez va oson qaratiladi. Raqs maydoni restoranning boshqa qismlarida ham bo‘lishi mumkin, ammo bunda hamma ham raqsqa tusha olmaydi va ko‘pchilik tomosha qilishdan chetda qoladi. Restoranda raqs va estrada maydoni har bir o‘ringa $0,15\text{m}^2$ to‘g‘ri kelishi kerak. Estrada o‘rni 3 dan 8 m gacha ichkariga kirgan bo‘lishi mumkin.

Restoran turlariga va ishlab chiqarish quvvatiga qarab alohida binoda, ma‘muriy va uy – joy binolarida hamda mavjud boshqa binolarda joylashtiriladi. Alohida tashkil qilinadigan korxonaning binosini qurish uchun avval qurilish maydonchasi tanlanadi.

Ishlab chiqarish sexlarida va yordamchi xonalarda mahsulotlarga ishlov berish va qozon – tovoqlarni yuvish bilan bog‘lik texnologik operatsiyalar bajariladi. Ularning sifati nafaqat tayyor mahsulot sifatiga, uning sanitariya holatiga ham katta ta‘sir ko‘rsatadi. Shuning uchun ham ishlab chiqarish sexlari binolarning quyosh nuri tushadigan sharq va janub tomonlarida joylashtiriladi. Bundan tashqari ularni joylashtirishda texnologik operatsiyalarning ketma – ket bajarilishini hisobga olish lozim.

Korxonaning binosining necha qavat bo‘lishidan qat‘iy nazar xom ashyolarga birlamchi ishlov berish sexlari birinchi qavatda joylashtiriladi. Issiqlik sexi va uning idishlarini yuvish xonasi birinchi qavatdan tashqari ikkinchi yoki uchinchi qavatlarda joylashtirilishi mumkin.

Barcha birlamchi ishlov berish sexlari bitta blokda, xom ashyolarni saqlash xonalariga yaqin joyda joylashtiriladi. Sanitariya talablariga ko‘ra sabzavotlarga birlamchi ishlov berish sexi xom ashyo omborxonalariga nisbatan birinchi bo‘lib joylashtiriladi. Agar korxonaning binosi bir qavatdan iborat bo‘lsa, issiqlik sexi ham birlamchi ishlov berish sexlari qatorida joylashtirilishi lozim. Bu sex bir tomondan birlamchi ishlov berish sexlariga, ikkinchi tomondan esa taomlar iste‘mol qilish zallariga yaqin bo‘lishi kerak. Sanitariya talablariga ko‘ra taom tayyorlash idishlarini yuvish bo‘yicha yordamchi xona issiqlik sexining yonida loyihalanishi kerak. Agar issiqlik sexi ikkinchi yoki uchinchi qavatda joylashadigan bo‘lsa, xom ashyolarga birlamchi ishlov berish sexlari birinchi yoki ikkinchi qavatda joylashtiriladi.

Birlamchi ishlov beruvchi va issiqlik sexlari har xil qavatlarda joylashtirilganda birlamchi ishlov berish sexlarida tayyorlangan yarim tayyor mahsulotlar issiqlik sexiga lift yordamida uzatiladi. Birlamchi va issiqlik ta‘sirida ishlov berish sexlarini joylashtirishda quyidagi sanitariya talablariga rioya qilinishi shart: xom ashyo va yarim tayyor mahsulotlarni olib kelish – ketish marshrutlari hamda yarim tayyor va tayyor taomlar marshrutlari bir – birlari bilan kesilmasligi kerak.

Taom iste‘mol qilish zallari ham, binoning qaysi qavatida joylashtirilishidan qat‘iy nazar, binoning quyosh tushadigan tomonlarida loyihalanadi. Taom iste‘mol

qilish zallari bir tomondan issiqlik sexiga, ikkinchi tomondan esa taom iste'mol qilish idish – tovoqlarini va instrumentlarini yuvish xonasiga yaqin joyda joylashtirilishi lozim.

Taom iste'mol qilish zallarini issiq sexga (yoki taomlarni suzib uzatish xonasiga) va idish tovoqlarni yuvish xonasiga nisbatan joylashtirishda quyidagi sanitariya qoidalariga rioya qilish shart:

- birinchidan, tayyor taomlarni olib borish marshruti foydalanilgan taom iste'mol qilish idishlarini yuvish xonasiga olib kelish marshruti bilan kesishmasligi kerak;
- ikkinchidan, xuddi shuningdek, ovqatlanish zallaridan foydalanilgan idish va instrumentlarni yuvish xonasiga olib kelish marshruti ham yuvilgan idishlarni olib ketish marshruti bilan kesishmasligi lozim;
- uchinchidan, taom tayyorlash va taom iste'mol qilish idishlarini yuvish bir xonada tashkil qilinganda ular uchun yuvish va saqlash joylari a'lohida tashkil etiladi;
- to'rtinchidan, yuvish xonalaridan oziqa chiqindilarini olib chiqish marshruti ham tayyor taom, toza idish-tovoqlar marshrutlari bilan kesishmasligi shart.

Ko'rsatilganlardan tashqari ovqatlanish zallarida stollar o'rtasida qoldiriladigan asosiy o'tish yo'llarining kengligi 1, 2m dan kam bo'lmasligi kerak.

Korxonra rahbarining yoki sohibining xonasi iste'molchilar kiradigan asosiy eshikka yaqin joyda joylashtiriladi, chunki unga asosan iste'molchilar murojaat qilishadi. Xonaga quyosh nuri tushadigan bo'lishi shart.

Xodimlarning ovqatlanish va dam olish xonalari issiqlik sexi joylashtirilgan qavatda binoning quyosh nuri tushadigan tomonida joylashtiriladi.

Texnik xonalarga boyler va ventilyasiya xonalari kiradi. Ventilyasiya xonasi, katta shovqin – suron chiqarishi sababli binoning odamlar ishlamaydigan chekkasida joylashtiriladi va tovush o'tkazmaydigan materiallar bilan izolyasiya qilinadi. Boyler xonalari binoning ichiga issiq va sovuq quvurlari kirgan joyda joylashtiriladi.

Xodimlar uchun dush qabul qilish xonalari hojatxonalar joylashgan qavatlarda va ustki kiyimlarini saqlash xonasining yonida tashkil qilinadi, chunki ular bitta ichki kanalizatsiya quvuriga ulanadi.

Restoran – taom iste'mol qilib, tezda chiqib ketadigan joy emas. Bu yerda mijozlar taom iste'mol qilishlari bilan bir qatorda maroqli dam olishni maqsad qilishadi. Ularning qaysi restoranni tanlashlari kayfiyatlariga bog'liq. Restoranlar uchun mijozlarni jalb qilishda taomlar, interyer, yoritilish darajasi, tashqi ko'rinish va xizmat ko'rsatish darajasi katta ahamiyatga ega hisoblanadi.

Ofitsiantlar xarakatida bir-birlariga to'qnash kelib qolmasligi uchun restoran taom tarqatish joyidan xar ikki tomonga harakat qilish mumkin bo'lsin. Ofitsiantlar bir tomondan taom olish uchun kirishlari, ikkinchi tomondan taomlar ko'tarib

chiqishlari mumkin. Bunda ular bir-birlariga xalaqit berishmaydi.

Restoran zalini arxitektura-rejalashtirishda ob-havo va havo namligiga ham e'tibor beriladi. Havo harorati 16-18°S, havo namligi 60-65 % bo'lishi nazarda tutiladi. Ishlab chiqarish sexidan, ayniqsa, issiq sexdan bug' aralash issiq havoning zalga o'tmasligi choralari ko'riladi. Restoran ichida havo harorati va havo almashinishining mutanosibligi quyidagi jadvalga mos kelishi kerak:

Restoran ichida havo harorati va havo almashinishining mutanosibligi

2.1.3-jadval

Bino ichkarisi	Havo harorati, °C	Havo almashinish mutanosibligi	
		kirish	tortilishi
Dahliz, kirish zali	16	2	–
Yarim tayyor mahsulotlar, kulinar mahsulotlar, tushlik, qandolat sotiladigan xonalar, sochiq, salfetka, xona mahsulotlari	16	2	2
Zal, ovqat tarqatish, bufet	16	Hisob bo'yicha	Hisob bo'yicha

Yoz oylari O'zbekistonda ob-havo isib ketadi, tashqaridagi xarorat 40 va undan oshgan paytlar quyosh xona ichini ham qizitadi. Restoran derazalarining quyoshga qaragan ko'cha tomonlarida soyabonlar o'rnatiladi va issiq havoni qaytaruvchi moslamalar qo'yiladi. Rahbarlar restoran ichi isib ketmasligi choralarini ko'radi.

Restoran binosi qurilib bo'lgandan keyin uni mebellar bilan jihozlash talab qilinadi. Qanday mebel tanlanishi esa korxonahabari, dizaynerlarga bog'liq hisoblanadi. Ammo mebellar soni va o'lchamlari bo'yicha maxsus talab ko'rsatkichlari mavjud. Quyidagi jadvalda restoranlarning mebel bilan ta'minlanish me'yori keltirilgan:

Restoranlarning mebel bilan ta'minlanish me'yori

2.1.4-jadval

Mebel	Zal sig'imi,(o'rinlar soni) Mebellar soni, (dona),			
	75	100	150	200
1	2	3	4	5
Harakatlanuvchi restoran stoli	5	8	12	16
To'rt o'rinli muqim turuvchi restoran stoli	10	12	19	25
Ikki o'rinli stol	8	10	15	20

Yarim yumshoq stol	86	116	173	286
Yordamchi stol	6	6	8	10
Servant(ofitsiantlar shkafi)	–	–	–	–
Bar stoli	–	–	1	1
Bar stoliga kursi	–	–	10	15
Jurnal stoli	–	–	2	2
Kreslo	–	–	6	6

Sig'imi katta bo'lgan restoranlar jadval asosida o'rinlar soniga nisbatan mebellar sonini belgilaydilar.

Restoran stollari o'lchamlari boshqa stollar o'lchamlaridan farq qiladi. Restoranda har bir o'ringa 0,25 – 0,29m² joy bo'lishi mo'ljallanadi. Amalda restoran stolining eni 800 – 900 mm bo'ladi. Kvadrat stellar bilan birga to'rtburchak stollar ham bo'lib, ularning eni 600 – 900 mm va uzunligi 600 – 2200 mm, shuningdek, dumaloq stollar diametri 600 – 1300 mm, balandligi 690– 750 mm bo'ladi.

2.1.5-jadval

Restoran stollarining o'lchami, mm

Eni	Uzunligi				Bo'yi
	Ikki o'rinli	To'rt o'rinli		Olti o'rinli	
		Kvadrat	To'rtburchak		
800	625	800	1250	1875	740 – 750
850	650	850	1300	1950	740 – 750
900	700	900	1400	2100	740 – 750
Dumaloq					
Diametri	700 – 1100	900 – 1100	900 – 1100	1300	740 – 750

Hozirgi paytda keng qo'llaniladigan stollarning o'lchamlari: eni 850 mm, bo'yi 720 mm. Bular jumlasiga: ikki kishilik (850x700mm), to'rt kishilik kvadrat (850x850mm), harakatlanuvchi to'g'ri to'rtburchakli (800x1200x2040mm) stollar kiradi. Kresloning enini hisobga olib (550x630mm), to'g'ri to'rtburchakli stollarni bir kishiga 670-700mm me'yorda loyihalashtirish nazarda tutiladi.

2.2 Samarqand shahriga keladigan turistlar oqimini o'rganish.

O'zbekiston Respublikasida so'nggi yillarda sayyohlik sohasini rivojlantirishga katta e'tibor qaratilmoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 3 fevraldagi "O'zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratish bo'yicha qo'shimcha tashkiliy chora-tadbirlar

to'g'risida"gi 5326-sonli farmoni imzolandi. Hujjatda ko'ra Isroil, Indoneziya, Koreya Respublikasi, Malayziya, Singapur, Turkiya va Yaponiyalik fuqarolar uchun 30 kunlik muddatga viza rejimini joriy etish nazarda tutilgan. Bugungi kunda to'qqiz mamlakat fuqarolari vizasiz rejimdan foydalanadilar: Ozarbayjon, Armaniston, Belarus, Gruziya, Qozog'iston, Moldova, Rossiya, Ukraina va Qirg'iziston (60 kungacha).

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 6 fevraldagi "Kirish turizmini rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi 3509-sonli qarori, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2018 yil 15 noyabrdagi "2018 yil 19 - 21 noyabrda Toshkent shahrida bo'lib o'tadigan Turizm sohasidagi birinchi xalqaro investitsiya forumini samarali tashkil etish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi 931-sonli qarori, shuningdek Hindiston Respublikasi (01.10.2018 yildan) va Misr Arab Respublikasi (05.09.2018 yildan) hukumatlari bilan sayyohlik sohasidagi hamkorlik to'g'risida kelishuvlar imzolandi.

Bugungi kunda turizm jahon iqtisodiyotining etakchi tarmoqlaridan biriga aylandi. Shu munosabat bilan O'zbekiston sayyohlik sohasini modernizatsiyalash, sohani barqaror rivojlantirish uchun me'yoriy-huquqiy hujjatlar bazasini rivojlantirish va takomillashtirishga, xorijiy mehmonlarga xalqaro standartlarga muvofiq xizmatlar ko'rsatishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Bundan maqsad, O'zbekistonda turizm sohasini jadal rivojlantirish, jumladan, tarixiy va madaniy merosga hurmat, xalqaro standartlarga to'liq javob beradigan infratuzilmani yaratish, xalqaro munosabatlarni mustahkamlash, davlatimizni eng ko'p sayyohlar tashrif buyuradigan mamlakatlardan biriga aylantirish.

Olingan ma'lumotlarga ko'ra Samarqandga tashrif buyurgan sayyohlarning aksariyat qismi viloyatlardan kelgan mehmonlar tashkil qiladi. Chet davlatlardan kelgan turistlarning ko'pchiligini qo'shni mamlakatlar: Qozog'iston, Qirg'iziston, Tojikiston, Turkmaniston Respublikalari fuqarolari tashkil etadi. Rus, ingliz, bolgar, nemis, xitoy, koreys, yapon, ispan, fransuz millatiga mansub shaxslar Samarqandga ko'p keluvchi sayohatchilar hisoblanadi.

Samarqand shahrida 2020-yilgacha Samarkand city turizm zonasi, Samarqand tumanida esa eshkak eshish kanali hududida sport-sog'lomlashtirish va turistik-rekreasion majmuasi barpo etiladi. Bu O'zbekiston hukumatining "2017-2019 yillarda Samarqand viloyatining turizm salohiyatini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarorida ko'zda tutilgan.

Mazkur qaror bilan tasdiqlangan 2017-2019 yillarda Samarqand shahri va Samarqand viloyatining turizm salohiyatini jadal rivojlantirish tadbirlari Dasturida quyidagi ustuvor yo'nalishlar belgilab berilgan:

Yangi mehmonxonalar, madaniy-sogʻlomlashtirish va savdo-koʻngilochar markazlar, turistik-rekreasion hududlarni barpo etish hamda turizm infratuzilmasining boshqa obyektlarini qurish;

Umumiy ovqatlanish tizimini takomillashtirish va turistlarning kechki boʻsh vaqtini mazmunli oʻtkazishlari uchun sharoitlar yaratish, jumladan, zamonaviy restoranlar qurish, nurli va musiqiy shou dasturlarini tashkil etish, oʻzbek milliy musiqasining teatrlashtirilgan konsert dasturlarini tashkil etish, madaniy meros obyektlari hududida milliy urf-odat va anʼanalarni namoyish etish;

Aviareyslar va tezyurar “Afrosiyob” elektropoyezdi qatnovlari sonini koʻpaytirish, Samarqand shahrining tarixiy hududida sayyohlarga xizmat koʻrsatuvchi ixtisoslashtirilgan tashkilot tashkil etish, turistik namoyish obyektlariga olib boradigan avtomobil yoʻllarini qurish va rekonstruksiya qilish yoʻli bilan transport xizmatini yaxshilash, avia va temiryoʻl infratuzilmasini yanada rivojlantirish;

Turizm infratuzilmasi obyektlarida bankomat va terminallar oʻrnatgan holda maxsus esdalik sovgʻalari shoxobchalarini shahar koʻchalari boʻylab taqsimlash, internet tarmogʻidan foydalanishga keng imkoniyat yaratgan holda turistlar gavjum joylarda Wi-Fi hududlarini tashkil etishni nazarda tutgan holda Samarqand shahri hududini obodonlashtirish;

“Samarqand nonlari”, “Samarqand hunarmandlari”, “Milliy taomlar”, “Sharq shirinliklari” kabi har yilgi mavzuli festivallarni tashkil etish va oʻtkazish, xorijiy turoperatorlar va OAV vakillari uchun axborot turlarini tashkil etish, ommabop xorijiy telekanallarda Samarqandning turizm salohiyatini targʻib qilish, Samarqand shahri brendini targʻib etish;

Yangi turizm yoʻnalishlarini tashkil etish va turizmning yangi turlarini rivojlantirish, shu jumladan “Zarafshon” davlat qoʻriqxonasi hududini va u yerda saqlanayotgan Buxoro bugʻusining (xongulning) turistlar tomonidan keng qamrovli kuzatilishi uchun ilmiy-rekreasion hududlarni tashkil etish, turizm infratuzilmasi obyektlarini barpo qilish sharti bilan hududda turizm majmuasi va ekoturizm zonalarini tashkil qilish;

2017-2021-yillar mobaynida turizm xizmatlari eksporti hajmini 2,2 turistlar sonini 2 barobarga oshirishni taʼminlash uchun zarur shart-sharoitlar yaratish.

Samarkand city turizm zonasida Samarqand shahrida turistlar kechayu-kunduz boʻsh vaqtlarini maroqli oʻtkazishi uchun qulay shart-sharoitlar va turli xizmatlarning koʻrsatilishini taʼminlovchi zamonaviy mehmonxonalar, kottejlar, madaniy-sogʻlomlashtirish va koʻngilochar-savdo maskanlarining qurilishi nazarda tutilmoqda.

Samarqand tumanidagi eshkak eshish kanali hududida yil davomida oʻquv-mashgʻulot yigʻinlarini oʻtkazish imkonini beruvchi zamonaviy sportzal, sport

maydonchalari, usti ochiq va yopiq basseynlar, oilalar uchun mehmonxona majmualari va kottejlar, suv attraksionlarini o'z ichiga olgan sport-sog'lomlashtirish va turistik-rekreatsion majmuasi barpo etiladi.

Samarkand city turizm zonasini qurish loyihasi amalga oshirilishini moliyalashtiruvchi, investorlar, jumladan xorijiy investorlar bilan to'g'ridan-to'g'ri sarmoya kiritish shaklida birgalikda moliyalashtiruvchi bosh tashkilot etib Milliy bank, "Eshkak eshish kanali hududida sport-sog'lomlashtirish va turistik-rekreatsion hududini barpo etish" loyihasi bo'yicha esa "O'zsanoatqurilishbank" belgilandi.

MDH davlatlaridan O'zbekiston Respublikasiga kelgan chet el fuqarolari 6015,9 ming kishini tashkil etgan bo'lib, bu jami tashrif buyurganlarning 93,5 % tashkil etadi, uzoq xorijiy davlatlardan esa 417,1 ming kishi (yoki 6,5 %) tashrif buyurgan.

Xorij davlatlaridan O'zbekiston Respublikasiga kelgan fuqarolar sonini tahlilidan ko'rinadiki, oxirgi ikki yilda tashrif buyurgan chet el fuqarolarining soni 2,3martaga ortgan. Masalan, 2017 yilda bu ko'rsatkich 2,8 million kishini tashkil etgan bo'lsa, 2018 yilda esa 6,4 million kishini tashkil etgan.

Oxirgi ikki yilda chet elga tashrif buyurgan O'zbekiston Respublikasi fuqarolarining soni sezilarli darajada ortdi. Masalan, 2017 yilda bu ko'rsatkich 6,8 million kishini tashkil etgan bo'lsa, 2018 yilda esa 13,8 million kishini tashkil etdi.

2018 yilda O'zbekiston Respublikasiga kelgan chet el fuqarolarining 53,1 % (3413,3 ming kishi) erkaklar, 46,9 % (3019,6 ming kishi) ayollarni tashkil etadi.

O'zbekiston Respublikasiga kelgan chet el fuqarolarining asosiy qismi Qozog'iston Respublikasidan 2456,9 ming kishi (38,2 %), Tojikistondan 1700,7 ming kishi (26,4 %), Qirg'izistondan 1101,5 ming kishi (17,1 %), Rossiyadan 460,2 ming kishi (7,2 %). Uzoq xorijiy davlatlardan esa Turkiyadan 74,8 ming kishi (1,2 %), Xitoydan 37,1 ming kishi (0,6 %), Janubiy Koreyadan 32,7 ming kishi (0,5 %), Xindistondan 22,2 ming kishi (0,3 %), Germaniyadan 19,1 ming kishi (0,3 %), Yaponiyadan 17,2 ming kishi (0,3 %) tashrif buyurgan.

O'zbekiston Respublikasiga kelgan chet el fuqarolarininga sosiy safar maqsadlari bu qarindoshlarni yo'qlash (73,2 %). Keyingi o'rinlarda tranzit - 9,1 %, sayyohlik maqsadida - 7,1 %, doimiy yashash uchun 1,2 %, xizmat yuzasidan - 0,9 %, davolanish maqsadida - 0,8 %, tijorat - 0,8 %, ish - 0,6 %, o'qish maqsadida - 0,2 % va boshqa maqsadlarda 6,1 %. O'zbekiston Respublikasiga kelgan chet el fuqarolarining 53,1 % erkaklar, - 46,9 % ayollarni tashkil etadi.

2018 yilda O'zbekiston Respublikasiga kelgan chet el fuqarolarining safar maqsadlari bo'yicha taqsimlanishidan ko'rish mumkinki, ularning 14,6 ming nafari (41,1 % erkaklar, 58,9 % ayollar) o'qish maqsadida, 50,9 ming nafari (82,3 % erkaklar, 17,7 % ayollar) tijorat maqsadida, 52,5 ming nafari (38,5 % erkaklar, 61,5 % ayollar) davolanish maqsadida, 39,7 ming nafari (69,6 % erkaklar, 30,4 %

ayollar) ishlash maqsadida, 56,5 ming nafari (82,5 % erkaklar, 17,5 % ayollar) xizmat yuzasidan, 458,1 ming nafari (52,9 % erkaklar, 47,1 % ayollar) sayyohlik maqsadida, 4713,5 ming nafari (45,8 % erkaklar, 54,2 % ayollar) qarindoshlarni yo'qlash maqsadida kelgan.

2018 yilda O'zbekiston Respublikasiga kelgan chet el fuqarolarining yoshi bo'yicha taxlilidan ko'rish mumkinki, asosiy ulushni 31-55 yoshlilar 53,1 %, 19-30 yoshlilar 21,8 %, 56 yosh va undan kattalar 17,3 % ni tashkil etadi.

Sayyohlik maqsadida tashrif buyurganlarning 49,8 % 31-55 yoshlilar, 24,7% 56 yosh va undan kattalar tashkil etadi.

2018 yil O'zbekistonda turizm sohasida juda ko'p yangiliklar kuzatildi: turizmni rivojlantirishga yo'naltirilgan yangi farmon va qarorlar, xalqaro va mahalliy tadbirlar, yangi ta'lim muassasalari faoliyatining yo'lga qo'yilishi, sayyohlar oqimining oshishi, yangi turistik mahsulotlar, yangicha yo'nalishlarni rivojlantirish, infratuzilmani takomillashtirishga oid sa'y-harakatlar, xorijiy investorlarni jalb qilish, OAV vakillarining tashrifi hamda O'zbekistonning ko'plab xalqaro reytinglarda yuqorilashi va h.k.

2018 yilda O'zbekiston Prezidenti Shavkat Mirziyoyev tomonidan mamlakatda turizmni rivojlantirishga yo'naltirilgan 11 hujjat, Vazirlar Mahkamasi tomonidan esa 25 normativ-huquqiy hujjat imzolandi.

Ko'pchilik orasida bahs-munozaralarga sabab bo'lgan sayyohlik oqimi ko'rsatkichlari haqida so'z yuritar ekanmiz, eng avvalo O'zbekiston sayyohlarni hisoblashda turizm sohasidagi yetakchi tashkilot hisoblangan UNWTO metodologiyasini qo'llashini ta'kidlash joiz. Jahonning 167 davlati mazkur hisoblash usulidan foydalanadi. Unga ko'ra, biror mamlakatga ishga joylashishdan boshqa har qanday maqsadda tashrif buyurgan hamda u yerda bir sutka va undan ortiq vaqt o'tkazuvchi shaxs sayyoh yoki mehmon hisoblanadi.

Ma'lumot uchun: UNWTO (United Nations World Tourism Organization - Butunjahon turizm tashkiloti) - BMT tizimining ixtisoslashgan hukumatlararo muassasasi. U 158 mamlakat, 6 hudud, kuzatuvchi maqomidagi 2 hudud va 500 dan ortiq affil tashkilotlarni o'zida birlashtiradi. Shtab-kvartirasi Madrid shahrida joylashgan.

Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasining yakuniy hisobotiga ko'ra, 2018 yilda O'zbekistonga 5,3 mln nafar sayyoh tashrif buyurgan. 2017 yilda ularning soni 2,69 mln nafarni qayd etgan, ya'ni sayyohlar soni bir yilda 97 foizlik o'sishni ko'rsatib, ikki baravarga oshgan. 2016 yilda esa ularning soni 2,07 million nafarni qayd etgan.

2018 yilda O'zbekistonga tashrif buyurgan 5 346 219 nafar sayyohdan 5 020 392 nafari MDH mamlakatlaridan kelgan, uzoq xorijiy mamlakatlardan tashrif buyurganlar soni esa 325 827 nafarni tashkil qildi. O'zbekistonga kelgan sayyohlar

orasida eng katta ko'rsatkich qo'shni Qozog'iston fuqarolari tomonidan qayd etilgan: 2 293 077 nafar. Undan keyingi o'rinda 1 095 505 fuqarosi bilan Tojikiston va 1 055 688 fuqarosi bilan Qirg'iziston kelgan. Uzoq xorijiy mamlakatlardan tashrif buyurganlar orasida esa Turkiya fuqarolari yetakchilik qilmoqda: 41 299 nafar. Keyingi o'rinlarda 32 444 kishi bilan Xitoy va 27 269 sayyoh bilan Janubiy Koreya qayd etilgan.

O'tgan yil davomida 9 mamlakat uchun vizasiz rejim e'lon qilindi. Fuqarolari uchun soddalashtirilgan viza rejimi qo'llanuvchi mamlakatlar soni esa 12 tadan 50 taga oshdi. 2018 yilning 15 iyulidan va'da qilinganidek elektron kirish vizalarini rasmiylashtirish va berish tizimi ishlay boshladi. Xorijiy fuqarolarni vaqtinchalik ro'yxatga qo'yish to'liq elektron formatdagi E-MEHMON tizimiga o'tkazildi. O'zbekistondan tranzit orqali o'tuvchi 101 davlat fuqarolari uchun mamlakatda vaqtinchalik vizasiz bo'lish tartibi kiritildi.

2018 yilda O'zbekistonda sertifikatsiyaga ega bo'lgan gidlar soni 660 nafarga yetdi. 2017 yilda ularning soni 369 nafarni tashkil etgan.

O'tgan yil davomida mamlakatda transport infratuzilmasini rivojlantirish yo'lida qator ishlar amalga oshirildi. Jumladan, turistik avtobuslar xavfsizlik talablariga javob bergan taqdirda kuzatuv majburiyatidan ozod qilindi. Tungi vaqtda turistik avtobus harakatlanishiga nisbatan belgilangan taqiqlov bekor qilindi. Shu bilan birga, mahalliy sayyohlik guruhlarini tashishdan oldin ichki ishlar organlarining hududiy bo'linmalari tomonidan amalga oshirilgan transport vositasini texnik tekshiruvdan o'tkazish majburiyati bekor qilindi. O'zbekistonga 8 va undan ortiq kishini tashishga mo'ljallangan turistik toifa avtotransport vositalarini sertifikatsiyalash jarayoni soddalashtirildi.

2018 yilda turistik toifadagi avtotransportlar soni 133 taga yetdi. Bulardan 48 tasi - avtobus, 85 tasi - mikroavtobus.

Prezidentning 2018 yil 3 fevraldagi «O'zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratish bo'yicha qo'shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to'g'risida»gi 5326-sonli farmonida internet tarmog'iga simsiz bepul ulanish hududlarini tashkil qiluvchi xo'jalik yurituvchi sub'yektlarga imtiyoz berildi. Yaratilgan imtiyozlarga muvofiq O'zbekistondagi bepul Wi-Fi zonalari soni bir yil ichida 38 tadan (2017 y.) 230 taga (2018 y.) oshdi.

Yo'l ko'rsatkichlari bilan bog'liq kamchiliklarni bartaraf etish maqsadida 2018 yilda ularning respublika bo'ylab ko'rsatkichi 416 taga yetkazilgan. 2017 yilda ularning soni atigi 43 ta bo'lgan.

O'zbekiston Prezidentining 2018 yil 28 iyunidagi 3815-sonli qaroriga muvofiq Samarqand shahrida "Ipak yo'li" xalqaro turizm universiteti faoliyati tashkil qilindi. 25 iyulda kirish testlari o'tkazilib, qabul kvotalari asosida 137 nafar

talaba tanlab olindi.⁴ Oliy ta'lim muassasasi (OTM) UNWTO logotipidan foydalanish huquqiga ega bo'ldi. Xalqaro turizm universiteti Fransiya, Ispaniya, Turkiya, Indoneziya, Xitoy, Koreya Respublikasi, Rossiya, Belarus kabi 16 xorijiy davlat OTM bilan rasmiy hamkorlik aloqalarini yo'lga qo'ydi. Bosh vazir o'rinbosari, "Ta'lim, sog'liqni saqlash, jismoniy tarbiya, sport va turizm masalalari kompleksi" rahbari Aziz Abduhakimov "Ipak yo'li" universitetining ilk rektori etib tayinlandi.

O'zbekistonga boshqa mamlakatlardan tashrif buyurgan sayyohlarning mamlakatdagi o'rtacha xarajati bo'yicha 2018 yildagi holat quyidagicha:

Qozog'iston - 158,3 dollar;

Qirg'iziston - 99,3 dollar;

Tojikiston - 60,4 dollar;

Turkmaniston - 104,6 dollar;

Boshqa MDH mamlakatlari - 635,6 dollar;

Uzoq xorijiy mamlakatlar - 709,4 dollar.

2018 yilda O'zbekistonda turizmni rivojlantirishga yo'naltirilgan ikki yirik tadbir bo'lib o'tdi. Bular:

1. "Ipak yo'lida turizm" Toshkent xalqaro turizm yarmarkasi (3-5 oktabr). Yarmarka "O'zekspomarkaz"da ikki ko'rgazma paviloni va uning atrofidagi hududda o'tkazildi. Ko'rgazma maydoni 10 ming kvadrat metrni tashkil qildi. Jami pavilonlardagi ko'rgazma stendlarida 940 kompaniya ishtirok etdi, ulardan 140 tasi xorijiy va 800 tasi – mahalliy. Uch kun mobaynida yarmarkaga 56 mingdan ziyod kishi tashrif buyurdi. Faol ishtirokchilar maxsus mukofotlar bilan taqdirlandi.

2. Turizm sohasidagi I xalqaro investitsiya forumi (19-21 noyabr). Forumda 48 davlatdan 300 dan ortiq ishroki qatnashdi. Ular investorlar, turizm sohasida faoliyat olib boruvchi tashkilotlar va moliyaviy institut vakillari hamda yirik mahalliy va chet el kompaniya boshqaruvchilaridan iborat bo'ldi. Shuningdek tadbirda 15 davlatdan 30 dan ortiq xorijiy va mahalliy OAV vakillari ishtirok etdi. Forum davomida 400 dan ortiq investitsion loyiha taqdim qilindi va mahalliy investorlar bilan 37 ta shartnoma hamda memorandumlar, xorijiy AQSh dollarida 86 ta investitsiya kelishuvi imzolandi.

Ta'kidlash joizki, o'tgan davrda turizmni rivojlantirishga katta e'tibor qaratilishi natijasida O'zbekiston turli nufuzli xalqaro reytinglarda yuqoriladi, jahon ommaviy axborot vositalarida mamlakat nomi tez-tez qayd etilishi kuzatildi. Bu O'zbekistonning ijobiy imidjini mustahkamlash, turistik salohiyat targ'ibotini kuchaytirish yo'lida xizmat qiladi.

⁴ O'zbekiston Prezidentining 2018 yil 28 iyunidagi 3815-sonli qarori

O‘zbekiston Prezidenti Shavkat Mirziyoyev 5 yanvar kuni Turizmni tezkor rivojlantirishga doir chora-tadbirlar rejasi to‘g‘risidagi farmonini hamda tegishli qarorni imzoladi. Hujjatga ko‘ra, 2019 yilning 1 fevralidan O‘zbekistonda yana 45 davlat fuqarolari uchun 30 kunlik muddatga vizasiz rejim joriy qilinadi.

Ta'kidlash joizki, 2018 yilning fevralida 7 mamlakat — Isroil, Indoneziya, Janubiy Koreya, Malayziya, Singapur, Turkiya va Yaponiya fuqarolari uchun 30 kunlik vizasiz tartibni joriy etish haqidagi farmonni imzolagan edi. Ushbu ro‘yxatga mart oyida Tojikiston, oktyabrda Fransiya, 15 yanvardan esa Germaniya qo‘shildi (shu bilan ro‘yxatdagi mamlakatlar soni 19 taga yetardi, yangi farmon bilan esa bunday mamlakatlar soni 64 tani tashkil etadigan bo‘ldi).

Shuningdek ayni vaqtda 39 mamlakat fuqarolari uchun sayyohlik vizalarini olishning soddalashtirish tartibi amal qila boshladi (hozir bunday mamlakatlar soni — 51ta).Iyul oyidan elektron vizalar, 16 yoshgacha bo‘lgan chet elliklar uchun vizasiz tartib va 101 mamlakatdan kelayotgan tranzit aviayo‘lovchilar uchun besh kunlik vizasiz tartib yo‘lga qo‘yildi.

2019 yilning 1 fevralidan fuqarolari elektron kirish vizalarini olish huquqiga ega mamlakatlar ro‘yxatiga 76 davlat qo‘shiladi. Bundan tashqari, 15 martdan e‘tiboran amal qilish muddati 30 kun bo‘lgan ikki martalik va ko‘p martalik elektron kirish vizalari joriy etiladi. Shuningdek, chet el fuqarolarining alohida guruhlar uchun Vatandosh visa, Student visa, Academic visa, Medical visa va Pilgrim visa kabi yangi viza kategoriyalari yo‘lga qo‘yiladi.

109 davlat fuqarolari O‘zbekistonda uy sotib olish va yashash huquqiga ega bo‘lishlari mumkinligi haqida xabar berildi.

Bundan tashqari, Prezidentning turizmni tezkor rivojlantirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar rejasiga ko‘ra, 2019 yilning 1 martidan e‘tiboran taqiqlov belgisi bo‘lmagan barcha hududlarda foto va video olish mumkin bo‘ladi. Hujjatga ko‘ra, Ichki ishlar vazirligi Mudofaa vazirligi, O‘zbekiston Respublikasi Davlat xavfsizlik xizmatining Chegara qo‘shinlari, manfaatdor vazirlik va idoralar bilan birgalikda 2019 yilning 1 fevraligacha bo‘lgan muddatda foto va video s‘yomka qilish uchun taqiqlanuvchi obektlar, jamoatchilik joylari va hududlar ro‘yxatini tasdiqlaydi.

«Turizmni tezkor rivojlantirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar rejasi to‘g‘risida»gi Prezident farmoni bilan 2019-2025 yillar uchun Turizmni rivojlantirish konsepsiyasi tasdiqlanadi.

Bosh vazir o‘rinbosari Aziz Abduhakimovning ma'lum qilishicha," 2019-2025 yillar uchun Turizmni rivojlantirish konsepsiyasi" bo‘yicha olti yil ichida turizmning O‘zbekiston yalpi ichki mahsulotidagi ulushini - 2,3 foizdan (2017 y.) 5 foizga, xorijlik sayyohlar sonini esa 9-10 million nafarga, jumladan uzoq xorijiy mamlakatlardan keluvchi turistlar sonini 2 milliongacha oshirish ko‘zda tutilgan.

Shuningdek, turizm eksporti hajmini 950 million dollardan 2,2 milliard dollargacha oshirish kutilmoqda. Joylashuv vositalari sonini esa 850 tadan 3000 tagacha chiqarish rejalashtirilgan. Turoperatorlar soni ham 860 tadan deyarli ikki baravarga oshishi koʻzda tutilgan.

«Hujjatdan shuningdek qulay logistikani oʻz ichiga olgan zamonaviy transport infratuzilmasini yoʻlga qoʻyishga doir ishlar ham oʻrin olgan. Bu havo, temir yoʻl, avtomobil va suv transporti. Markaziy Osiyoda chegaralarni kesib oʻtishda qulay sharoitlar yaratishga alohida eʼtibor qaratilmoqda. Mazkur yoʻnalishda qoʻshni Qozogʻiston bilan viza rejimlarini unifikatsiya qilish ustidagi ishlarni davom ettiryapmiz. Bu taklif qilinayotgan turistik mahsulotlar koʻlamini kengaytirish va ularni diversifikatsiyalashni nazarda tutadi. Birinchi navbatda bu yoʻnalishda ziyorat turizmi, ekoturizm, agroturizm, etnoturizm, sport turizmi, MICE-turizmga eʼtibor qaratiladi.

Bundan tashqari, xorijiy turistlarning Oʻzbekistonda boʻlish oʻrtacha vaqtini kamida 8 sutkaga yetkazishni maqsad qilganmiz, yaʼni har bir shaharda - kamida 3 sutkadan, hozir ular har bir shaharda koʻpi bilan 1,5-2 sutka qolishadi», - deydi Abduhakimov.

Shuningdek, maʼlum qilinishicha, «Oʻzbekiston boʻylab sayohat qil» nomli ichki turizmni rivojlantirishga yoʻnaltirilgan dastur doirasida mahalliy sayyohlar sonini ham deyarli ikki baravarga - 14 milliondan 25 milliongacha oshirish koʻzda tutilmoqda.

Prezident 17 mart kuni Samarqandda oʻtkazilgan yigʻilish vaqtida Turizmni rivojlantirish davlat qoʻmitasi rahbari Aziz Abduhakimovga Samarqandda turizmni rivojlantirish boʻyicha zarur ishlarni amalga oshirish, viloyatga keladigan turistlar sonini 2018 yilda 350 ming nafarga yetkazish (2017 yilgiga nisbatan ikki baravar koʻp), 2019 yilda esa 500 ming nafarga yetkazish uchun kompleks chora-tadbirlarni toʻliq amalga oshirish boʻyicha koʻrsatmalar berdi. Turistlar oqimi keskin oshishi tufayli 2018-2019 yillarda Botir Zokirov (Davlat arxitektura va qurilish qoʻmitasi raisi), Aziz Abduhakimov va viloyat hokimi hamkorlikda Samarqandda qoʻshimcha 25 ta 3, 4 va 5 yulduzli mehmonxonalar qurilishi ustida ish olib borishi kerakligi belgilandi. Shuningdek, «Afrosiyob Palas» mehmonxonasi kapital taʼmirdan chiqariladi, «Inturist» mehmonxonasi oʻrnida 5 yulduzli mehmonxona quriladi.

«Samarqand City» qurilishini ham nazoratga oling. Kechagi pullar bekorga berilgani yoʻq, hamma qarorga qoʻl qoʻydim. «Samarqand City»ni qilishimiz shart. Keladigan odamlar tariximizga qiziqqani yaxshi, lekin ularga yaxshi sharoit ham qilib berishimiz kerak, odamlar rozi boʻlishi kerak. Samarqand ham zamonaviy shahar boʻlishi kerak. Bironta zamonaviy choyxonamiz yoʻq. Yoʻq, Samarqandda. Faqat maqtanamiz Samarqand bilan. Yigirmata choyxona ochish kerak. Agar turistlar sonini 3 millionga koʻtarmoqchi boʻlsak. Koʻtarmasak byudjetga pul

tushmaydi. Agar bu pullar bo'lsa, xalqimiz farovon yashaydi», deya ta'kidlagan edi prezidentimiz.

Barcha sohalarda bo'lgani kabi turizmda ham hal qilinishi kerak bo'lgan qator muammo va kamchiliklar mavjud, albatta. Logistika, infratuzilma, mehmonxona va tezyurar poyezdlarda joy yetishmasligi, axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish, turizm tarmog'i kadrlari salohiyatini oshirish bilan bog'liq qator muammolar yechimi izlanmoqda. Bular haqida ba'zi mahalliy hamda xorijiy mutaxassislarning fikrlari ham taqdim etildi.

Samarqand dunyo ahlini qiziqishlariga sabab bo'layotgan shahar! Bugungi kunda ko'plab sayohatchilar tashrif buyurayotgan va kundan-kunga chiroy ochayotgan bu shahar yigirma yillar oldin umuman boshqa holatda edi.

O'zbekiston Respublikasining birinchi Prezidenti I.A.Karimov tashabbusi, hukumat qarorlari natijasida tubdan isloh qilindi. Tor ko'chalar kengaytirilib, tarixiy va muqaddas qadamjolar ta'mirlandi, obod qilindi. Dunyo ahlini qiziqishini uyg'ota oladigan shahrga aylantirildi. Bugun esa O'zbekiston Prezidenti Shavkat Mirziyoyev tomonidan Samarqand shahrida tubdan islohot va o'zgarishlar amalga oshirilmoqda.

Asosiysi, bugun muammolar inkor etilmayapti, ularning yechimi izlanyapti, qolganini esa vaqt ko'rsatadi.

2.3. Restoran biznesini rivojlanishiga aholi daromadlari va boshqa iqtisodiy omillar ta'siri.

Restoran - o'z nomiga ega bo'lgan, iste'molchilarga murakkab usulda tayyorlanadigan yuqori sifatli kulinariya va qandolatchilik mahsulotlarining keng assortimentini hamda ichimliklarni taqdim etadigan eng qulay umumiy ovqatlanish korxonasi. Restoran taomnomasiga majburiy tartibda portsiyali va firma ovqatlari kiritiladi. Xizmat ko'rsatish dam olish, ovqatlar pishirish va xizmat ko'rsatish bilan uyg'unlashtirilgan holda yuqori malakali oshpazlar va ofitsiantlar tomonidan amalga oshiriladi.

Taomlar va ichimliklarni oliy darajadagi pazandalar tayyorlaydi. Restoranda xizmat qiluvchi xodimlar bir xil kiyimlarda bo'ladi, ularning poyafzallari yagona namunaga ega bo'lishi shart. Xorijiy turistlarga xizmat qiladigan restoran ofitsiantlari birona chet tilini bilishi va mehmonlar bilan gaplasha olishi lozim. Restoranlar ayrim mijozlargagina xizmat qilish bilan cheklanmaydi. Davlat miqyosidagi katta anjumanlar, majlislar, konferentsiya, seminar, rasmiy kechalar, qabul marosimlari, to'ylar, oila tantanalari, banket, tematik kechalar va boshqalarga xizmat qiladi.

Restoranlarda mijozlarga asosan tushlik va kechki ovqat beriladi, katta yig'inlar, kengashlar, konferentsiya qatnashchilariga taomning to'la ratsioni beriladi. Oliy toifa restoranida banket zali, bar, kakteyl-xol bo'ladi. Restoranlar markaziy, odamlar gavjum ko'chalarda, temir yo'l, avtomobil vokzallarida, aeroportlar, kemalar to'xtash joylarida, teploxod, dengiz kemalarida, suzuvchi dam olish uylarida, shuningdek, stadion, shaharlararo xududlarda, ma'muriy, tomosha maskanlari majmualarida, tarixiy va arxitektura yodgorliklari joylashgan yerlarda, O'zbekiston sharoitida katta bozorlar, o'yingohlar yaqinida ochiladi.

Restoran biznesini rivojlanishiga aholi daromadlari va bir qancha iqtisodiy omillar ta'sir ko'rsatadi.

Bozor iqtisodiyotiga o'tish sharoitida aholiga xizmat ko'rsatuvchi sohalarning ahamiyati va roli kundan-kunga ortib bormoqda. Bu esa o'z navbatida iqtisodiyotda faoliyat ko'rsatayotgan barcha tarmoqlarni, shaxslarni bu jarayonda u yoki bu darajada qatnashishini toqazo etadi. Aholiga xizmat ko'rsatuvchi tarmoqlar muhim ahamiyat kasb etib, boshqa sohalarni rivojlanishida sezilarli ahamiyatga egadir. Savdo, umumiy ovqatlanish va ularda amalga oshiriladigan turli xildagi xizmatlar iqtisodiyotni boshqa sohalarda sodir bo'ladigan jarayonlarni oson va tez bajarilishiga sababchi bo'ladi. Ma'lumki, bozor iqtisodiyoti uchta asosiy elementdan iborat bo'lib, bular - talab, taklif va narx-navoning erkin shakillanishidir. Mana shu uch tarkibiy qism bozor iqtisodiyotini boshqa funksiyalarini aniqlab berishda ishtirok etishi, shu jumladan har bir tarmoqda ularning qo'llanishi umumiy ovqatlanishga ham taalluqlidir. Umumiy ovqatlanishning bozor iqtisodiyotida tutgan o'rnini shundan iboratki, bu sohadan foydalanish uchun talab ortib boradi, shunga qarab taklif ham javob bera olishi kerak.

Umumiy ovqatlanishning o'rnini yana shu narsada namoyon bo'ladiki, u uy sharoitida ovqat tayyorlashdan va shu asosda umumiy ovqatlanishdan foydalanuvchilarni vaqtini tejash va bu vaqtni madaniy, maishiy ishlarga sarflash, malakasini oshirish, kitob o'qish, fikr doirasini kengaytirish uchun yo'naltirishi mumkin. Umumiy ovqatlanish shahar sharoitida sezilarli darajada rivojlangan bo'ladi. Bu albatga shahar hayotini ko'p qirraliligi, turli toifadagi mehmonlarni shaharga tashrif buyurishi va ularni umumiy ovqatlanish korxonasiidan foydalanishi bilan bog'liqdir. Umumiy ovqatlanish bozor iqtisodiyoti sharoitida yanada rivojlanadi. Chunki bu sohani rivojlanishi uchun O'zbekiston sharoitida yetarli shart-sharoit va imkoniyatlar yaratilgan va ayniqsa aholining o'zida uning xizmatidan foydalanish uchun zaruriyat bor.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida aholiga pullik xizmat ko'rsatish sohalari yanada kuchayadi. Buning asosiy sababi pullik xizmat ko'rsatuvchi firmalar va shaxslar faoliyati raqobatga chidash bera olish doirasida o'zining faoliyatini yanada

tezlashtiradi. Pullik xizmatni rivojlanishi aholining talabidan kelib chiqadi. Fan va texnika rivojlanishi, aholining daromadini oshib borishi, bir mamlakatdan ikkinchi mamlakatga keladigan turistlar sonini ko'payishi pullik xizmatga bo'lgan talabni kuchaytiradi. Savdo, umumiy ovqatlanish, maishiy xizmat va boshqa sohalarda pullik xizmatni tashkil qilish, uning iqtisodiyoti samaradorligini oshirish hozirgi kunning eng muhim vazifalaridan biridir.

Pullik xizmat doirasi juda ham keng bo'lib u aholiga xizmat ko'rsatuvchi tarmoqlarda juda keng qo'llaniladi. Jumladan, umumiy ovqatlanish sohasida pullik xizmatni qo'llanilishi xizmat ko'rsatish doirasini kengayishi, xizmat ko'rsatayotganlarni pul daromadini yanada ortishi uchun imkoniyat tug'diradi. Pullik xizmatda iste'molchilarga servis xizmati ko'rsatilib, ular uchun eng maqbul shart-sharoitlarni yaratib berish va shu asosda pullik xizmat bilan shug'ullanayotgan sub'ektlarni daromadini oshirish imkoni tug'iladi. Bu yerda pullik xizmatni asosiy hissasi xaridorlarga to'g'ri keladi. Asosiy xizmatdan tashqari bo'lgan qo'shimcha ishlarni bajarish bilan bog'liq turlari, masalan: mehmonlar jamoasiga turli xildagi ovqatlar, ichimliklar va shu kabi narsalarni yetkazish, plyajlarda, dam olish joylarida turli yeyish va ichish taomlarini yetkazib berish restoranlarda sigareta, qo'shimcha ichimliklarni pullik xizmatlar asosida tashkil qilish shular jumlasiga kiradi. Restoran xo'jaligida pullik xizmat turli xilligi bilan ajralib turadi. Bu yerda iste'molchilar uchun xizmat ko'rsatish yakka shaxs tomonidan yoki jamoa tomonidan ko'rsatilishi mumkin. Shuning uchun ham ayrim joylarda ko'rsatilayotgan xizmatlarning barchasi hisobotda to'liq aks etmaydi. Buning natijasida pullik xizmatning hajmi kamayadi. Restoran xo'jaligida har qanday vaziyatda pullik xizmat ko'rsatishga intilishi, xaridorlarni talab ehtiyojini to'liq qondirgan holda daromad olishga muqarrar bo'lishi bilan belgilanadi. Restoran xo'jaligida ofitsiantlar, shveysarlar o'zlarining asosiy ish faoliyatlaridan tashqari ularga xizmat ko'rsatib pullik xizmat doirasini kengaytirishi mumkin. Iqtisodiyotni rivojlanishi faqat ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish, yirik sanoatni qurish hisobiga emas, balki aholini va subektlarni turli tuman talablarini qondirish uchun xizmat qiladigan sohalarni ham mavjudligiga bog'liq. Rivojlangan kapitalistik mamlakatlarda pullik xizmatni yanada kuchayishi xizmat qiladigan sohalarni ham yetarlicha mavjudligi bilan bog'liqdir.

Shuning uchun xam iste'molchilarni restorandan foydalanishi, ayniqsa O'zbekistonga tashrif buyurgan mexmonlarni yuqori servis asosida kutib olish g'oyat muhim masaladir. Chunki o'lkamizga tashrif buyuruvchi har bir sayyoh o'zining ma'lum bir valyutasini ovqatlanish uchun sarflaydi va uning evaziga yuqori darajada servisdan moddiy va ma'naviy ehtiyojini qondirishi kerak. Bu esa o'z navbatida restoran faoliyatini yanada rivojlantirish va uni ijtimoy-iqtisodiy ahamiyatini ortib borishini ko'rsatadi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida rejalashtirish va agar u, mumkin bo'lsa, qanday tartibda amalga oshirilishi juda muhimdir. Yuqoridagi fikrlarimizda bayon qilganimizdek, bozor iqtisodiyotining asosiy prinsiplaridan biri bu ko'p mulkchilik sharoitida tadbirkorlikni rivojlantirishdir. Tadbirkorlik esa har bir mulk egasining o'z ixtiyori, hohishiga ko'ra amalga oshiriladi. Bu ishni amalga oshirish uchun tadbirkor o'z ish rejasiga ega bo'lishi kerak. Bunday rejalar umumiy ovqatlanish faoliyati bilan shug'ullanayotgan tadbirkorlarda ham bo'lishi kerak. Demak jamiyat miqyosida ovqatlanish bo'yicha uning iqtisodiy va moliyaviy ko'rsatkichlarni rejalashtirish imkoni bo'lmasa ham, ammo har bir mulk egasining ixtiyoridagi restoran korxonasida rejalashtirish amalga oshiriladi. Bu reja marketing-reja, biznes-reja deb yuritiladi. O'zbekiston sharoitida bunday rejalarni tuzish uchun endi xarakat qilinyapti, chunki uning uslubiyatini, usullarini ishlab chiqish asta-sekinlik bilan yo'lga qo'yilmoqda. Mana shunday rejalarni tuzilishi va uni amalda qo'llanilishi bozor iqtisodiyoti prinsiplariga javob beradi.

Restoran xo'jaligi korxonalarida rejalashtirish prinsiplari bozor iqtisodiyoti prinsiplaridan kelib chiqadi. Bu prinsiplar restoranni hozirgi zamon talablari asosida har bir sub'ektni daromad ko'rishi, talab ixtiyorini qondirish asosida tuzilganidir. Restoran xo'jaligida qo'llaniladigan rejalashtirish prinsiplar quyidagilardan iboratdir:

1. Restoranni rivojlantirishda aholining zichligi yoki xarakati hisobga olinishi.
2. Aholining restoranga bo'lgan talabini yoki extiyojini hisobga olinishi.
3. Raqobatning mavjudligi va unda g'olib chiqish imkoni.
4. Iqtisodiy ko'rsatkichlarni, jumladan moliyaviy ko'rsatkichni samaradorligiga erishish.

Har qanday restoran korxonasida iqtisodiy ishlar yo'lga qo'yiladi va ular puxta tuziladi. Aks holda korxonaning ishiga zarar etishi mumkin. Iqtisodiy ishlar quyidagilarni o'z ichiga oladi:

1. Chuqur muloxazali iqtisodiy taxlil.
2. Marketing-reja, biznes-rejalarni amalga oshirish bo'limlari.
3. Moliyaviy ko'rsatkichlarni o'rganish va ularni samaradorligini oshirish, shu jumladan buxgalteriya hisoblari.

Bu iqtisodiy ishlarni tashkil qilish bo'yicha har xil bo'limlar mavjud bo'lib, ularning vazifasi umumiy restoran iqtisodiyotini mukammal har tomonlama o'rganishdir. Agar iqtisodiy ishlar yaxshi yo'lga qo'yilmagan bo'lsa, u holda korxonani rentabelligi past bo'ladi yoki inqirozga uchraydi, shuning uchun ham restoranda quyidagi iqtisodiy ko'rsatkichlarni bo'lishiga va ularni talab darajasida ham korxonaga egasini, ham iste'molchini qanoatlantiradigan bo'lishi kerak. Bular:

1. Tovar oborot ko'rsatkichi, shu jumladan o'zlari tayyorlagan mahsulot tovar oboroti. Bu ko'rsatkich muqim bo'lib, uning asosiy maqsadi iste'molchilarga tayyor issiq ovqat va boshqa yarim fabrikatlar umumiy ovqatlanish korxonasi uchun asosiy maqsadi hisoblanadi. Buning miqdori qancha ko'p bo'lsa, undan keladigan samara shuncha yuqori bo'ladi.

2. Umumiy ovqatlanishda tayyorlangan ovqatlar assortimenti.

3. Yalpi daromad, bu ishlab chiqarish va muomala xarajatlarni qoplashi va oxirgi natijada korxonani foydasini aniqlash uchun kerak.

4. Ishlab chiqarish va muomala xarajatlari. Har qanday ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish xarajatlardan iboratdir. Korxonada har doim bu xarajatlarning kamroq bo'lishiga erishishi darkor. Shuningdek ishlab chiqarish va muomala xarajatlarning darajasi ham muhimdir.

Ko'rilgan masalalarga yakun yasab shuni ta'kidlaymizki, har bir tuzumda, sharoitda xo'jalik mexanizmi takomillashib borish xususiyatiga ega. Bu holat bozor iqtisodiyoti qaror topayotgan sharoitda restoran faoliyati uchun ham tegishlidir. Restoranda xo'jalik mexanizmini yangi shakllarini qo'llash, undan samarali foydalanish hozirgi kun talablaridan kelib chiqadi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida rejalashtirish masalalariga ham e'tiborni qaratish muhimdir. Ayniqsa aholiga xizmat ko'rsatuvchi tarmoqlarda kichik xajmda rejalashtirish korxonaning moliyaviy muvoffaqligini ta'minlashi shubhasizdir.

Oxirgi 10 yillikda dunyo miqyosida restoran zanjirlarining miqdori va o'lchami sezilarli darajada o'sdi. Bu borada shubhasiz AQShni liderlik qilmoqda deyish mumkin, uning restoran zanjirlari mamlakat tashqarisida ham faol kengaytirilgan siyosat o'tkazmoqda. Ularning erishgan yutuqlari ko'p jihatdan boshqa davlatlarda yashayotgan amerikalik turistlar va amerika fuqarolari, shuningdek AQShda turli mavsumlarda ishlaydigan va o'qiydigan juda ko'p xorij fuqarolari bilan bog'liq. Restoran zanjirida asosiy mahsulot hisoblangan gamburger va pitssa tarmoqlari tez o'sib bormoqda. Restoran zanjiridagi savdoning 40% dan ortiqrog'ini sandvichlar tashkil qiladi.

Turistlarni ovqat bilan ta'minlash tizimi turning shakliga, turistlarning kategoriyasiga, binolarning qurilish joylariga yaqin yoki uzoqligiga va boshqa faktorlarga bog'liq. Ovqat bilan ta'minlash tartibi yo'llanma, shartnoma, Vaucherda ko'rsatiladi. Qoidaga ko'ra, nonushta turistlarga "shved stoli" tizimi shaklida beriladi bu o'z-o'ziga xizmat qilish va assortimentda mavjud bo'lganlari o'zlarining xohishlariga binoan amalga oshiriladi. Mehmonxonalarda ko'pchilik nonushtalar kafeda-bufetda, restoranda yoki xonaga buyurtma berish orqali bo'ladi. Minibar va oshxonasi bor nomerlarda nonushtalar mustaqil tayyorlanadi. Ovqatlanishning "yarimpansion" shakliga ko'ra turistlarga umumiy tushlik ovqat yoki kechlik belgilangan vaqtda beriladi. "To'liq pansion"da esa ovqatlanish 3-4 marta bo'ladi.

Tabiiyki sport, ovchilik, alpinistik va boshqa turdagi yakka tartibdagi turlarning ovqatlanish shakli (mustaqil) maxsus yarimfabrikat va konsenrantlardan mustaqil toam tayyorlashga asoslangan.

Ohirgi 50 yilda mehmonxonalardagi kuzatilgan muammolar restoranlarda kuzatilmadi. Chunki restoranlar mehmonxona bo'limlari ichida quyi bo'lim sifatida o'z faoliyatini yurgazadilar. Faqat oxirgi yillarda katta restoranlarning va zanjir shirkatlarning rivojlanishi bilan birga bu bo'limlarda tashkil qilish funktsiyasi katta bir ahamiyat kasb etdi. Katta restoranlarda boshqaruvchi 2 ta yo'nalish bo'yicha javobgar bo'ladi. Nazoratchi (kassir va xodimlardan javobgardir) va boshqaruvchining yordamchisi bo'limlarda ishlab chiqarish, sotib olish va ichimlik ishlab chiqarish restorandan hosil bo'ladi. Tashkiliy (organizatsion) jadvallarning 2 ta ahamiyatli omili mavjuddir:

1. Restoranlarning ko'lamiga ko'ra qilinadigan asosiy ishlarda unchalik farqli ahamiyatli emasdir.
2. Ovqat servisining muvaffaqiyatli bo'lishi uchun personallar o'rtasida ta'sirchanlik va muvofiqlashtirish juda ahamiyatlidir. Shuni esdan chiqarmaslik kerak bo'lgan boshqa bir xususda ovqat servisi shaxsiy munosabatlarga bog'liq bir industriyadir.

Amerikada 1 yilda ishlab chiqarilgan oziq-ovqat va ichimlikning to'rttdan bir qismi turar joylaridan tashqarida mehmonxona va restoranlarda iste'mol qilinmoqda. Davlatning chakana savdosida to'rtinchi o'rinni egallamoqda.

Mehmonxonalarda ovqat va ichimlik sotish daromadi xona sotish daromadiga teng, hattoki ko'proq bo'lib daromadning 50% ga yaqinini tashkil qilmoqda. Restoran bo'limi xizmatlarining juda ko'p kuch, turli xil va yuqori darajada javobgarlikli ishlar bo'lganligi qabul qilinsa ham, hammasi tekshirilganida, jami kompleks ishlarning ovqat-ichimlik bo'limining yaxshi tashkil qilinishi orqali juda oddiylashtirilishi va yaxshi tarbiya ko'rgan, yetarli tajribaga ega bo'lgan boshqaruvchi tomonidan qulaylik bilan boshqarilishi aniqdir. Mehmonxonalarda ovqat servisi juda yaxshi yo'lga qo'yilganligi va xususiyatli inson kuchi manbai bilan qo'llab quvvatlanganligi taqdirda foydali biror muassasa bo'ladi. Aks holda katta talofatlarga sabab bo'lgan bir mehmonxona bo'limi holiga keladi. Rivojlangan bir mehmonxonaning ovqatlanish servisida 5 ta asosiy quyi birlik bordir. Ovqatlanish va ichimlik bo'limining eng ahamiyatli vazifalaridan biri ovqat va ichimlik tannarxini nazorat qilishdir. Chunki, tayyorlangan porselarning vaqtida sotilishi, omborga va oshxonaga keltirilgan bir necha kunlik moddalarni tez buzilmasligi kabi vaziyatlar tannarxlarni oshiradi. Yaxshi natijaga erishish uchun sotib olishdan sotishgacha bo'lgan oziq-ovqat va ichimlikning har bir vaqtini alohida tushunish kerak bo'ladi. Ovqat va ichimlik bo'limi boshqaruvchilarining bu omillarni doimo ko'z ostida tutishlari va faoliyatlarning salbiy ta'sir

ko'rsatkichlariga imkon bermaslik majburiyati bordir. Shuni unutmaslik lozimki, mehmonxonaning xo'jalik-chiqimi bo'lib, ovqat va ichimlik xarajatlariga ketmoqdadir.

1950-yilning boshlariga e'tiboran mehmonxona xo'jaliklarida tatbiq qilina boshlangan faol nazorat tizimlari ovqat va ichimlik tannarxlarining pasayishiga imkon bergan, ishchilar maoshlaridagi ahamiyatli ko'payishiga nisbatan ko'payish ko'rsatmoqda. Ovqat tannarxi nazoratining 2 ta ahamiyatli uslubi mavjud.

1. Xorvat va Xorvat ovqat tannarx tizimi. Bu tizim menyu haqidagi har bir narsa tannarxining sotishlar bilan aloqasiga tayanadi.

2. Tannarxlarni proporsiyalashga tayangan nazorat uslubi. Bu uslub tannarxlarning va ovqat sotilishdan keyingisini emas, oldingi daromadlarning nazorati uchun qabul qilingan 2-3 kunlik vaqtdagi jami foyda va tannarxni taxminan ko'rsatadi. Bu tizim 2 ta asosiy guruhda jamlanadi.

1. Sotishlarning oldindan taxminiy hisoblanishi.

2. Tannarxlarning oldindan taxminiy hisoblanishi.

Taxminiy sotishlarning hisoblanishi uchun hamisha qayd qilinishi kerak bo'lgan narsalar quyidagilar: Ertalabki nonushta, tushlik va kechki ovqatdagi ish hajmi. Tablodan, maxsus ovqatlardan va menyudan sotilgan hajm miqdori. Tarix, kun va qaysi salonlarning qo'llanilgani, maxsus voqealar va doimiy mijozlar miqdori.

Ovqat tannarxini oldindan nazorat qilish uchun; Menyudagi hamma narsaning ma'lum jinsi, miqdori, sifati ko'rsatilib standart buyurtmalar yuzaga keltiriladi. Har bir menyu uchun standart reseptlar qilinadi. Standart oshpazlik va muomala usullari qo'llaniladi. Ovqat va ichimlik nazorat byurosi nomini olgan va boshqaruvni ovqat va ichimlik nazoratchisi tomonidan olib borilgan bir javobgar tomonidan qilinadi. Nazoratchi bevosita oziq-ovqat direktoriga bo'ysunadi. Vazifasi, har xil bo'limlardan kelgan ma'lumotlarni jamlash, bu ma'lumotlardan va oldingi davrlardagi hisob daftaridan foydalanib, kelgusi davrlar uchun taxmin qilish va taxminlar bo'yicha ro'yobga chiqqan natijalarni solishtirib natijalarini bo'limlarga yetkazishdir. Ovqat va ichimlik nazoratida eng ahamiyatli muammo kelgusi qisqa davrlarda korxonaning turli servis joylarida qancha kishiga servis ko'rsatilishini taxmin qilishdir.

Ovqat va ichimlik nazoratchisi taxminlarning (servis hisobi, sotish daromadi, ovqat tannarxi, tannarx foizi) yonida taxmin qilingan davrning ro'yobga chiqqan hisob natijalarining kuniga bog'liq, bo'limlardan hosil qilib, taxminlar bilan ro'yobga chiqqan sonlarni qiyoslaydi va kelgusi davr uchun yangidan taxmin qiladi.

Ko'pgina restoranlarda bayram kuni oldidan, shanba va yakshanba kunlari milliy taomlar ta'mini aniqlash (degustatsiya) tadbiri o'tkaziladi. Ba'zi restoranlar faoliyatida oilaviy ovqatlanish tajribasi amalga

oshirilmoqda. Xizmatning bu turida maxsus taomnoma tuziladi, bunda yosh bolalar hisobga olinadi, ammo oziq-ovqat uncha qimmat bo'lmashligi kerak. Lyuks toifadagi restoranda buyurtma va firma taomlaridan tashqari taomnomada yozilmagan taomlarning buyurtmasini ham qabul qilish mumkin. Restoranda mahsulotlar assortimentida shokolad, konfetlar, xo'l mevalar va boshqalar bo'lishi kerak. Lyuks va oliy toifadagi restoran vitrinalari turli manzarali badiiy materiallar, optik yoritkichlar, rangli diapozitivlar, fotosuratlar bilan bezatiladi. Vitrinalar shunday yasatiladiki, unda korxonaning xususiyatlari yaqqol ko'rinadi, oshxonaning o'ziga xos xususiyati, mijozlarga ko'rsatiladigan xizmat majmui aks etadi.

Dastlabki davrda restoran biznesi hali uncha taraqqiy etmagan, asosan monopol shakldagi korxonalar majmuidan iborat bir toifadagi xizmat va mahsulotlarni ishlab chiqaruvchilardan tashkil topgan bozor edi. O'sha davrda (1992 – 1993 yillar), jumladan, Toshkent shahrida mavjud bo'lgan yigirmaga yaqin restoranlarning aksariyat qismi yirik mehmonxonalar huzurida faoliyat yuritgan. Ularning asosiy iste'molchilarini xorijiy mamlakatlardan kelgan sayyohlar va viloyatlardan kelgan shahrimiz mehmonlari tashkil qilgan. Restoranlar taklif etgan taomlar turi cheklangan, xizmatlar turi ko'p bo'lmagan va narxlari bir-biridan keskin farq qilmagan taomlar va xizmatlardan iborat bo'lgan. Restoran xizmatlari taklifi unga bo'lgan talabdan juda kam bo'lgan. Raqobat muhitining yo'qligi xizmat turlari va taomlar sifati yuqori bo'lishi uchun rag'batlantiruvchi omillar yaratmagan. Xususiylashtirish jarayoni kichik korxonalar, jumladan, savdo korxonalari, xizmat ko'rsatish shahobchalaridan boshlanganligi Toshkent shahrida xususiy ovqatlanish shahobchalari, restoranlar, kafe, barlar, choyxonalar ochilishiga imkon yaratdi va natijada restoran xizmatlari bozorida yangi muhit vujudga keldi.

Toshkent shahrida 1996 yilga kelib, ovqatlanish korxonalarining soni 690 taga etdi. Ularning 34 tasi restoranlar edi. Boshqacha qilib aytganda, Toshkent shahrida restoranlarning monopol hukmdorligiga barham berildi. Yirik restoranlar bilan bir qatorda raqobat qila oladigan o'rta toifadagi ovqatlanish shahobchalari ham bozorga kirib keldi.

Raqobat muhitining vujudga kelishi restoranlarda mahsulot va xizmatlar turini tabaqalashtirish (differentsiatsiyalash), xarajatlarni nazorat qilish va pasaytirish kabi muammolarini dolzarb qilib qo'ymoqda. Bundan tashqari, bugungi bozorning belgilaridan biri restoranlar asosan narxdan tashqari boshqa qator omillar bo'yicha raqobat qilayotganligi, mahsulotlari turli-tumanligiga etibor berayotganligi, bozor konsentratsiyasi koeffitsienti qiymati nisbatan pastligidir.

Iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish sharoitida muhim ustuvor yo'nalishlardan biri respublikamiz aholisining moddiy farovonligini oshirish hisoblanadi. Aholi moddiy farovonligi murakkab va serqirra ko'rsatkich bo'lib, u bir necha shart-sharoitlar va omillarga, jumladan, aholi pul daromadlari oshishiga va xizmat

ko'rsatish tarmoqlarining xizmat turlari va sifatiga ham bog'liq. Ta'kidlash zarurki, respublikamizda amalga oshirilgan davlat mulkini xususiylashtirish jarayoni natijasida tadbirkorlikning har xil turlari vujudga kelmoqda va ularning aksariyat qismi xizmatlar ko'rsatish sohasida faoliyat ko'rsatmoqda.

Shu munosabat bilan bugungi kunda murakkab va dinamik rivojlanishda bo'lgan xizmatlar sektorini, ayniqsa, keng tarmoqli restoran xizmatlari sohasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish omillari hamda marketing jihatlarini tadqiq etish muhim ahamiyatga ega.

Restoran biznesi ilk bor bozor iqtisodiyoti sharoitida shakllanib va tez taraqqiy etib boruvchi yuqori daromadli soha. Bugungi kunda restoran biznesi tez va barqaror taraqqiy etayotgan, demak, investitsiyalar uchun jozibador va tadbirkorlar uchun qulay xizmatlar bozorining segmentidir.

Restoran biznesi shakllanishini baholashda bir necha omillarga e'tibor qaratish lozim. Bu omillar ularning foydasi miqdoriga ta'sir etadi. Tadqiqot natijalari shundan dalolat beradiki, restoran faoliyati natijasi uning qulay hududda, mavzeda joylashishiga ham bog'liq. Odatda, shahar markazidagi restoranlar ilgarida gavjum bo'lgan. Ammo bozor iqtisodi sharoitida boshqa hududlarda ham biznesning taraqqiy etishi aholi restoran xizmatlaridan keng foydalanishiga olib keldi. Quyidagi omillar restoranlarning rivojlanishi va iste'molchilarni jalb qilishga ta'sir ko'rsatadi:

1. Asosiy piyoda yo'nalishiga yaqin joylashganligi.
2. Metro yo'nalishlari yaqinligi.
3. Avtomobil to'xtov joylari mavjudligi.
4. Taomlarning sifatlik darajasi yuqoriligi.
5. Taomlar turlarining ko'pligi.
6. Taomlar narxi.
7. Xizmat ko'rsatish sifati.
8. Tashrif buyuruvchilar tarkibi (kontingenti).
9. Restoran intereri.
10. Restoran maydonining katta-kichikligi.
11. Xona haroratini ta'minlovchi jihozlar mavjudligi.
12. Shovqinlik darajasi, zalning akustika darajasi.
13. Restoran nufuzi va obro'liligi.

Yuqoridagi omillarning iste'molchilar tashrifiga ta'sirini o'rganishda ularning restoranga qaysi maqsadda kelishiga bog'liq ekanligi va shunga qarab o'zgarishi aniqlanishi mumkin. Jumladan, restoranga iste'molchilar oilaviy dam olish va ovqatlanish, biznes uchrashuvini o'tkazish, do'stlar davrasidan bahramand bo'lish, romantik hordiq chiqarish, banket ziyofatlarini va to'y marosimlarini o'tkazish uchun tashrif buyurishlari mumkin.⁹

Samarqand shahridagi restoran biznesidagi muammolar quyidagilar:

1. Sifat ko'rsatkichi darajasining pastligi:

- a) menejerlar o'z faoliyatlari ko'lamini aniq anglab etmasligi;
- b) personalga xizmat ko'rsatish texnologiyasi o'rgatilmaganligi;
- v) personal mijozlar uchun kerakli muhit yarata olish bo'yicha tayyorgarlik ko'rmaganligi;
- g) mijozlarga buyurtmalari uzoq vaqt davomida tayyorlab etkazib berilishi yoki tezkorlik etishmasligi.

Ularni bartaraf qilish yo'llari:

- menejer restorandagi texnologik jarayonlar o'zaro uzviy bog'liq bo'lishini ta'minlashi kerak. Bu degani xom ashyo sotib olinish jarayonidan toki haridorlarning fikr-mulohazalarini o'rganish jarayonigacha bo'lgan davr qamrab olinishi lozim, demakdir;

- ofitsiantlik bu talabalar uchun vaqtincha daromad topish joyi emas, balki alohida olingan jiddiy tayyorgarlikni talab etadigan e'tiborli kasb ekanligi anglanishi kerak. Restoran menejerlari katta mablag'larni qurilish, interer dizayni, texnik ta'mirlanishga va boshqa kerakli jihozlarga sarf qilishar ekan, albatta, restoranda xizmat ko'rsatuvchi personal ham yuqori darajada tayyorlangan, bilimli, bir necha tilni mukammal egallagan, kasbiy tayyorlangan bo'lishi maqsadga muvofiqdir;

- restoran menejerlari ko'proq o'zlari mijozlar bilan muloqotga kirishishlari maqsadga muvofiqdir, chunki har bir iste'molchi o'ziga nisbatan hurmat va xush muomila ko'rsatilishini xohlaydi. Bunday munosabat shaxsan menejer tomonidan ko'rsatilishi, o'z navbatida, mijozlar orasida restoran reytingi o'sishiga olib keladi.

Agar restoran xizmatlari bozoridagi talab va taklif muvozanati xususida so'z yuritilsa, o'tgan asrning to'qsoninchi yillari o'rtalarida taklif va talab o'rtasidagi farq ancha kamaydi, restoranlar taomnomasidagi narxlar farqi qisqardi hamda haridorni jalb qilish uchun raqobat ko'rashi boshlandi. Bu fenomen restoranlar uchun marketing va menejment saboqlarini o'rganish muhim ekanligini ko'rsatdi va ularning yutuqlarini amaliyotda qo'llashga zarurat uyg'otdi.

O'zbekiston Respublikasi xukumati tomonidan tadbirkorlik va xususiy biznesni qo'llab-quvvatlash bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar qabul qilinganligi, iqtisodiyotdagi barqarorlik inflyatsiya darajasi pasayishi, aholi turmush darajasini oshishiga va harid qobiliyati yaxshilanishiga olib keldi. Natijada Toshkent shahrida yangi turdagi, serqirra xizmat ko'rsatadigan zamonaviy restoranlar qurilishi uchun imkoniyat yaratildi.

Restoran biznesidagi muhim muammolardan yana biri uning kapitalga talabgorligi va qiymatidir. Chunki bozor iqtisodi sharoitida tadbirkor biznes yuritishning transaksion xarajatlari va muqobil xarajatlari darajasini, albatta, inobatga olmog'i lozim. Keling, ana shu masalani qisqacha ko'rib chiqamiz.

Restoranning bozor qiymatini o'lchash ikki xil usulda olib boriladi. Birinchisi, sotilgan restoranlar bahosini qiyosiy taqqoslash natijasida. Ikkinchisi, restoran xizmatlaridan tushadigan daromadni qiyosiy taqqoslash va uni davr bo'yicha kapitalizatsiya qilish natijasida: Ta'kidlanib o'tilgan uslublardan har biri o'ziga xos ustunlik va nozik jihatlarga ega.

Masalan, birinchi uslubda restoranning bozor qiymatini ifodalash uchun sotilgan restoranlar va ularning sotilgan baholari haqida axborot bo'lishini taqozo etiladi. Birinchidan, bunday restoranlar soni ko'p bo'lmog'i, ikkinchidan, ularning sotilgan narxlarini bilish zarur. Bu axborot, odatda sir saqlanadi. Shu tufayli birinchi usulni amaliyotda qo'llash murakkab. Ikkinchi usulda restoranning bozor bahosi kutilayotgan daromadlar miqdori va uni kapitalizatsiya qilish orqali topiladi. Buning uchun restoranning foyda miqdori aniqlanadi va so'ngra kapital qaytimi muddati belgilanadi. Ikkinchi usul ovqatlanish korxonalarining bozor qiymatini ifodalashda keng qo'llaniladi. Bizning sharoitda bu ko'rsatkich 2– 2,5 yilni tashkil etadi. Ammo, raqobat muhiti shakllanishi natijasida bu ko'rsatkich kelgusida oshishi mumkin.

Restoran biznesi va restoran xizmatlari bozorini tadqiq etganda uning foydalilik darajasi va undagi muqobil xarajatlar darajasini aniqlash maqsadga muvofiqdir.

Restoran biznesining foyda keltirish imkoniyati ko'pgina omillarga bog'liq. Jumladan, potentsial foyda olish darajasi restoranning loyihalashtirilishi va joylashtiriladigan o'rniga bog'liq.

Muayyan bir restoran misolida menejerlar mehnati quyidagi bir qator masalalarni echishga qaratilgan bo'ladi:

- ishlab chiqarish maydoni va jixozlardan unumli foydalanish, ishlab chiqarishni takomillashtirish bilan bog'lik bo'lgan texnik maqsadlar;
- loyihalash, nazorat qilish va texnologik jarayonlarni takomil-lashtirish bilan bog'liq bo'lgan texnologik masalalar;
- restoran ichki va tashqi iqtisodiy faoliyatini mukammallashtirish va muntazam olib borish bilan bog'lik iqtisodiy masalalar;
- tashkilot boshqaruv tizimini takomillashtirish, ishlab chiqarish va mehnatning tashkil etilishi bilan bog'liq bo'lgan tashkiliy masalalar;
- ijtimoiy munosabatlarni muntazam yo'lga qo'yish va takomillash-tirish bilan bog'liq bo'lgan ijtimoiy masalalar.

Boshqaruvni tashkil etish bo'yicha katta dasturlarni amalga oshirish moddiy ta'minotga, tuzilmalarni o'zgartirish, xodimlarni qayta tayyorlash va ba'zan o'zgartirishni ham talab etadi. Qarorni bajarishning yana bir an'anasi shundan iboratki, unga asosan nazoratning mavjud usullarini joriy etish orqali samarali nazoratni tashkil etishga erishishdir. Bunday nazorat mahsulot turlarini va maqsadlarni aniq belgilab olish, bajarish jarayonlarini, kompyuter yordamida nazorat qilish mexanizmlari yaratilishini talab qiladi.

Respublikamizda amalga oshirilayotgan xususiylashtirish va kichik biznesni qo'llab-quvvatlash siyosati natijasida mulkchilikning turli shakllari va bozorning xilma-xil tashkiliy tuzilmalari namoyon bo'lmoqda. Shuni ta'kidlash joizki, mustaqillik yillarida xususiy tadbirkorlikka katta e'tibor qaratilganligi va mulkchilikning bu shakli dahldorligi tamoyili natijasida restoran xizmatlari bozori tashkiliy tuzilmasi tubdan o'zgardi.

Sayyohlikda restoran xo'jaligi muammolari eng kam o'rganilgan yo'nalish bo'lib, bu sohaning qaysi turlariga e'tibor berish, sayohat qiluvchilarning xoxish-irodasini bilish, ularni eng foydali va qulay oshxonalariga chorlash, ularning xavfsizligini ta'minlash, ularning talabini qondirish va yana boshqa ko'plab turlarini bilish servis xizmati funksiyasiga kiradi. O'zbekistonda restoran xo'jaligini o'rganish, undan jahon bozorlari uchun yo'l topish juda muhimdir. Tarixiy shaharlarimiz - Samarqand, Buxoro, Xiva, Toshkent va boshqa ko'plab tarixiy obidalarimiz xalqaro sayyohlarni bu yerlarga jalb etadi va shu orqali ularni ovqatlantirish va servis xizmatini rivojlantirish keng imkoniyatlarni yuzaga keltiradi.

III BOB. SAMARQAND SHAHRIDAGI “SANGIZAR” RESTORANIDA KO’RSATILADIGAN ASOSIY VA QO’SHIMCHA XIZMATLAR TAHLILI VA ULARNI TAKOMILLASHTIRISH YO’LLARI

3.1 “Sangizar” restoranining joylashuvi, aholi va turistlar ovqatlanishida tutgan o’rni

Samarqand shahridagi ovqatlanish korxonalari ichida, o‘zining ko‘rkamligi va joylashgan joyining qulayligi bilan ajralib turadigan ovqatlanish korxonalaridan biri “Sangizar ” restorani hisoblanadi.

“Sangizar ” restorani Samarqand shahrinig markaziy ko‘chalaridan biri hisoblangan “Buyuk ipak yo‘li” shox ko‘chasining turli ijtimoiy va sanoat korxonalari (“AGRO BRAVO”MCHJ, “Ucell” kompaniyasi ofisi, viloyat issiqlik manbai boshqarmasi hamda turli savdo rastalari) gavjum bo‘lgan qismida joylashgan. (3.1.1-3.1.2-rasm.)



3.1.1-rasm. “Sangizar ” restoranining umumiy ko‘rinishi



3.1.2-rasm. “ Sangizor ” restoranining kirish qismi

“ Sangizor ” restorani Samarqand shahar hokimligining qaroriga ko‘ra 2002-yildan buyon faoliyat yuritib kelayotgan bo‘lib, uning kirish qismida insonga zavq bag‘shlaydigan favvora, uning atrofida esa 600 o‘ringa mo‘ljallangan restoranning yozgi maydonchasi, birinchi qavatda esa 600 kishiga mo‘ljallangan banket zali va uning podval qismida esa 300 o‘ringa mo‘ljallangan bar joylashgan. (3.1.3-3.1.5-rasmlar)



3.1.3-rasm. Restoran hovlisidagi favvora



3.1.4-rasm. “Sangizar” restoranining banquet zali



3.1.5-rasm. “Sangizar” restoranining 300 o‘rinli bari

Restoran zali asosan Evropa uslubida bezatilgan bo‘lib, zamonaviy texnologik jihozlar bilan jihozlangan. Restoran zallarida mikroiklim sharoiti avtomatik boshqariladigan jihozlar yordamida doimo bir xilda saqlanib turadi. Restoran tashqi hovlisining asosiy qismi ko‘kalamzorlashtirilganligi tufayli uning havosi mijozlarga o‘zgacha zavq bag‘ishlaydi. Restoran hovlisida manzarali daraxtlar va gullar ekilgan. SHuningdek, restoran hovlisining bir qismi avtomashinalar to‘xtash joyiga ajratilgan. Restoranning asosiy mijozlari shahrimizga mehmon bo‘lib kelgan turistlar va shaxar aholisi hisoblanadi. Restoranda yuqori malakali pazanda oshpazlar faoliyat yuritadi. SHuning uchun buyurtmachilar taklifiga ko‘ra restoranda tayyorlanadigan taomlar assortimenti keng ko‘lamli bo‘lib, ular Evropa va milliy taomlarni qamrab oladi.

Restoran shahar markazidan biroz chetda va turistlar uchun biroz noqulay joyda joylashgan bo‘lsada, turistlar bu yerga tez-tez tashrif buyuradilar. Ular asosan bu restoranni internet orqali reklamadan topib keladilar, tanish bilishlari va biznes hamkorlari, shahardagi qarindoshlari bilan bu yerda mehmon bo‘ladilar. Ochiq ko‘ngil, samimiy va malakali xodimlar taqdim etayotgan xizmatlar tufayli restoran o‘zining doimiy mijozlari e’tiborini qozongan.

Hukumatimiz chiqargan qarorlar asosida yurtimizga vizasiz kirishning joriy qilinishi, qo‘shni mamlakatlar uchun chegaralarning ochiqligi, “O‘zbekiston bo‘ylab sayohat qil!” va “Samarqand bo‘ylab sayohat!” dasturlari tufayli bugungi kunda restoranga ko‘plab xorijiy turistlar tashrifi ko‘paydi. Ruslar, tojiklar, qozoqlar, turkmanlar, bolgarlar, ingliz, nemis, fransuz, qozoq va shu kabi ko‘plab xorijlik turistlar bugungi kunda restoran mijozlari hisoblanadi.

Qo‘shni davlatlardan kelgan mehmonlar turistlar bu yerga qarindoshlari, do‘stlari va biznes hamkorlari hamrohligida kelishadi. Samarqandga tez-tez xizmat safari bilan keluvchi tadbirkorlar ham ko‘p holatlarda aynan mana shu restoranni afzal ko‘rishadi.

Restoran ilk ochilgan kunlaridan boshlab turistik firmalar bilan aloqalar o‘rnatgan. O‘sha vaqtlarda turistlar uchun shahrimizda sanoqligina talabga javob bera oladigan restoranlar mavjud bo‘lgan. Ana shunday bir vaqtda restoranning faoliyat yuritishi azim Samarqandda sayyohlarni ovqatlanishi uchun bo‘lgan sharoitni yaratib bergan. Qaysidir ma’noda, “Sangizar” restorani Samarqandda turizmni rivojlanishi uchun qisqa bo‘lsada o‘z hissasini qo‘shgan. Hozirgi vaqatda “Sangizar” restorani aholi va turistlarga xizmat ko‘rsatish bo‘yicha eng nufuzli restoranlardan biriga aylangan.

Restoranda yevropa va o‘zbek milliy taomlari tayyorlanadi. Oshpazlar shuning bilan cheklanib qolmay, boshqa xorijiy mamlakatlar milliy taomlarini tayyorlashni ham o‘rganishgan. Buyurtma berilgan holatda hech bir qiyinchiliksiz tayyorlab berishadi. Restoranda tabldot menudan foydalaniladi. Menu o‘z ichiga

firma gazaklari, taomlari va ichimliklarni, sovuq taom va gazaklarni, issiq gazaklarini, suyuq taomlarni, ikkinchi taomlarni, shirin taom, issiq ichimliklar, sovuq ichimlik va sharbatlar, non turlari, qandolat mahsulotlarini, spirtli ichimliklarni jamlagan. Menuda har bir taom va ichimlik, gazaklar va salatlarining narxlari keltirilib o'tilgan. Menu mavsum va iqlimga, mijozlar fikriga ko'ra yangilanib turiladi.

Restoran Samarqand shahrida o'z nufuziga ega restoranlardan biri. Shu sababli bu yerda to'rt faslda ham mijozlar oqimi susaymaydi. Mavsum va bayram arafalarida o'tkaziladigan aksiyalar natijasida mahalliy va xorijiy turistlar uchun ham qator qulayliklar yaratiladi. Narxlarning qulayligi, taomlar assortimenti, bayram sovg'alari, bayram shoulari mijozlar e'tiborini tortmasdan qo'ymaydi.

"Sangizar" restoraniga fevral va mart oylarida kuniga o'rtacha olti nafardan xorijiy turist tashrif buyurdi. Turistik mavsum bo'lmagan bir vaqtda bu nisbiy yaxshi ko'rsatkich hisoblanadi. Turistik mavsumda esa bu ko'rsatkichlar oshishishi kutiladi. Aprel oyida kuniga kamida o'n besh nafar turist kelishi mo'ljallangan. Buning uchun tashkiliy ishlar amalga oshirilmoqda.

Aprel oyining ikkinchi yarmidan boshlab yozgi zal o'z faoliyatini boshlaydi. Restoran hovlisidagi baland daraxtlar yozning issiq kunlarida restoran hududida salqin harorat bo'lishini ta'minlaydi. Restoran mijozlari va mehmonlari yaxshi biladiki, yoz oylarida ham restoranda bahor va kuz oylaridagi salqin harorat ufarib turadi.

Restoranda kechki vaqtda jonli musiqa va ko'ngilochar shoular uyushtiriladi. Mahoratli akrobatlar tomonidan ko'rsatiladigan akrobatik chiqishlar, jahon musiqa durdonalariga tushiladigan raqslar, bayramlar arafasidagi shoular kattalar va bolalarni diqqat e'tibori markazida bo'ladi.

3.2 "Sangizar" restoranida ko'rsatiladigan xizmatlarning tahlili va ularni takomillashtirish yo'llari

Bugungi kunda respublikamiz aholisiga ovqatlanish korxonalarining bir necha turlari, ya'ni restoran, kafe, bar, oshxona, tamaddixon, choyxona va boshqalar xizmat ko'rsatmoqda. Qayd etilgan ovqatlanish korxonalarida ichida aholi turmush tarzining yuksalishida va ayniqsa, xorijiy mehmonlar ovqatlanish servisini tashkillashtirishda restoranlarning o'zni beqiyosdir. Restoranlarda ko'rsatilayotgan servis xizmatining yuqoriligi, assortimentlar xilma-xilligi va sonining ko'pligi, murakkab texnologiyaga egaligi, yuqori dizayni, moddiy-texnik ta'minoti, narxning yuqoriligi kabi ko'rsatkichlari bilan boshqa turdagi ovqatlanish korxonalaridan farqlanadi.

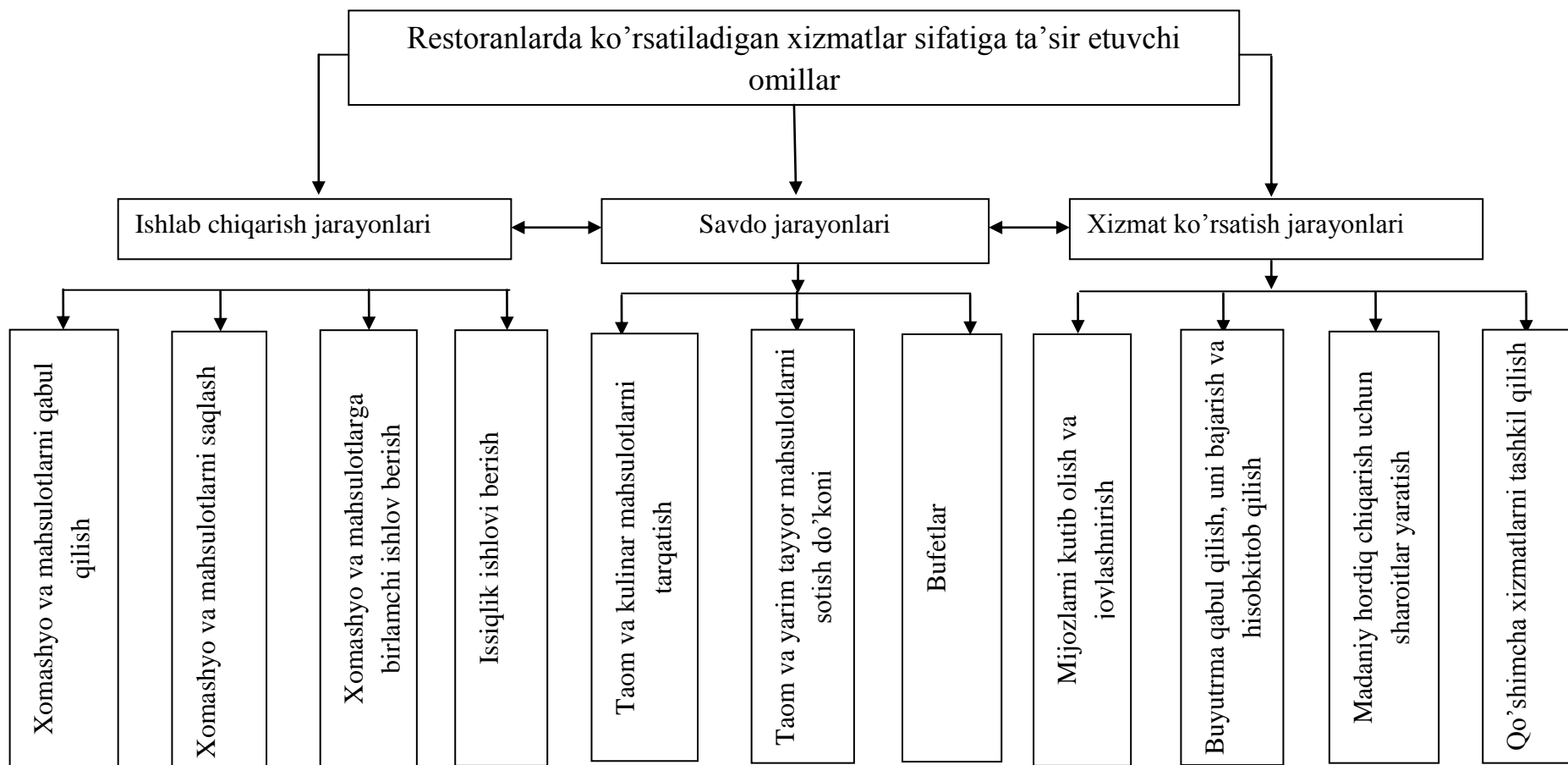
Aytish joizki, bugungi kunda restoranlar oldida turgan dolzarb masalalardan biri ko'rsatiladigan xizmatlar sifatini oshirishga qaratilgan. Holbuki, restoranlar xizmatlari sifati – ularda amalga oshirilayotgan bosqichma-bosqich texnologik operatsiyalarning qay darajada bajarilayotganligi bilan bog'liq omillar sifati bilan ifodalanadi. Shu bois quyida restoranlar faoliyati bilan bog'liq bo'lgan ayrim jihatlarga to'xtalib o'tish maqsadga muvofiq.

Ma'lumki, restoranlar iqtisodiyotning boshqa turdagi korxonalaridan farqli o'laroq, o'z faoliyati davomida 3 ta asosiy funksiyasini, ya'ni:

- ishlab chiqarish
- savdo
- xizmat ko'rsatish jarayonlarini amalga oshiradi.

Ushbu funksional vazifalarni bajarish jarayoni bevosita xizmat sifatiga ta'sir ko'rsatadi.

Restoranlarda ko'rsatiladigan xizmatlar sifatiga ta'sir etuvchi omillar quyidagi 1-sxemada keltirilgan.



3.2.1-sxema. Restoranlarda ko'rsatiladigan xizmatlar sifatiga ta'sir etuvchi omillar

Yuqorida keltirilgan strukturaga ko'ra restoranda ko'rsatiladigan xizmatlar sifatiga ta'sir etuvchi omillardan biri xom-ashyo va mahsulotlarni qabul qilish bosqichi hisoblanadi. Ushbu operatsiyani amalga oshirishda belgilangan talab va me'yorlarga amal qilish, ya'ni ish dasturida taom va kulinar mahsulotlarni tayyorlash uchun zarur bo'lgan xom-ashyolar muvofiqlik sertifikatiga ega bo'lishi yoki sifati buzilmaganligi to'g'risida tegishli tashkilotlar (SEM, veterinariya idorasi) tamonidan berilgan ruxsatnomalarga asoslangan bo'lishi lozim. Shuningdek, harid qilingan xom ashyo va mahsulotlarni tashib keltirishda ham ularning sifatini buzilishiga yo'l qo'ymaslik uchun belgilangan sanitariya va gigiyena talablariga amal qilinishi talab etiladi.

Restoranga keltirilgan xom ashyolar ma'lum muddatga saqlashga yo'naltiriladi. Xom ashyo va mahsulotlarni saqlash jarayoni restoran faoliyatida eng muhim jarayonlardan biri hisoblanadi. Buning uchun restoran binosi saqlanadigan mahsulotlarning xususiyatlaridan kelib chiqqan holda sovitiladigan va sovutilmaydigan omborxonalariga ega bo'lishi zarur. Bunda, barcha turdagi saqlash omborxonalari kerakli bo'lgan zamonaviy texnologik jihozlar bilan ta'minlangan bo'lishi kerak. Shuningdek, mahsulotlarni saqlashda zarur bo'lgan texnologik parametrlar, ya'ni xonadagi harorat, nisbiy namlik va xonani shamollatish darajalariga e'tibor berilishi lozim. Bunda saqlanayotgan mahsulotlar guruhlariga qarab optimal bo'lgan maqbul sharoit yaratish talab etiladi. Bundan tashqari, mahsulotlarni saqlash jarayonida ularni yonma-yon saqlash qoidalariga (ba'zibir mahsulotlar yonma-yon saqlanganda birining hidi ikkinchisiga o'tadi va uning sifatini buzadi) rioya qilish zarur.

Restoranda ko'rsatiladigan xizmatlar sifatiga ta'sir etuvchi omillardan biri xom ashyo va mahsulotlarga birlamchi ishlov berish jarayoni hisoblanadi. Ushbu jarayonni tashkil qilishda, avvalambor ishlab chiqarish sexlari joylashuvining ketma-ketligiga, barcha sexlarning zarur jihozlar bilan to'liq ta'minlanganlik darajasiga, ishchilar soni va malakasining yetarligiga hamda sexlardagi mikroiklim sharoitlari holatiga e'tibor qaratilishi lozim. Shuningdek, bu bosqichda barcha birlamchi ishlov berish sexlarida bajariladigan texnologik ishlar ishchilarning malakasiga (razryadi) qarab taqsimlanishi zarur.

Restoranlar faoliyatidagi asosiy bosqichidan yana biri mahsulotlarga issiqlik ishlovi berish jarayoni hisoblanadi. Bu jarayonda faoliyat yuritayotgan xizmatchilar yuqori malakali bo'lishi bilan birga mas'uliyatli bo'lishlari talab etiladi. Shuningdek, issiqlik ishlovi berish sexi zamonaviy texnologik jihozlar, shu jumladan shamollatish tizimi bilan ta'minlangan bo'lishi maqsadga muvofiqdir. Bu jarayonda faoliyat yuritadigan xizmatchilardan sanitariya va gigiyena qoidalariga rioya etish ish kuni tartibining asosiy masalasiga aylanishi lozim.

Xuddi shuningdek, restoran xizmatlarining sifati unda ko'rsatiladigan savdo jarayonlari xizmatlari sifatiga ham bog'liq. Restoran faoliyatidagi savdo jarayonlari "taom va kulinar mahsulotlarni tarqatish" bo'limida, "do'kon"da va "bufet"larda amalga

oshiriladi. “Savdo qoidalari va me’yorlari”ga ko‘ra bu bo‘limlar savdo jixozlari (marmitlar, sovitish vitrinalari, mikroto‘lqinli pechlar, maxsus stollar va boshqalar) bilan ta’minlangan bo‘lishi lozim. Bu jarayonda xizmat ko‘rsatadigan xodimlar taom va kulinar mahsulotlarning saqlash muddatlari, uzatish haroratlari, porsiyalash va rasmiylashtirish qoidalari, organoleptik xususiyatlari va etiket qoidalarini mukammal o‘zlashtirgan bo‘lishlari maqsadga muvofiqdir.

Restoranlarda ko‘rsatiladigan xizmatlar sifatining bevasita ko‘zga tashlanadigan bosqichi – bu mijozlarga xizmat ko‘rsatish jarayonidir. Xizmat ko‘rsatish jarayoni mijozlarni kutib olishdan boshlanadi. Bunda xizmat ko‘rsatish sifatiga ta’sir etuvchi omillar sirasida restoran hovlisi kirish qismining landshaft dizayni, ekster’eri, inter’eri, sanitariya-gigiyenik holati kabilarni aytish o‘rinli bo‘ladi. Mijozlarni qabul qilish jarayonini yuqori darajada bo‘lishi uchun ovqatlanish zalidagi o‘rindiqlar soniga mos keladigan garderobning kerakli vositalar bilan ta’minlangan holatda bo‘lishi, yetarli yacheykalarga ega bo‘lgan sanuzellarning mavjudligi, avanzallarning mavjud bo‘lishi katta ahamiyat kasb etadi. Shuningdek mijozlarni kutish hududi ovqatlanish zali bilan o‘zaro bog‘liq bo‘lishi, hamda yuqori malakaga ega bo‘lgan xodimlarga (shvesar, gardirobchi va boshqalar) biriktirilgan bo‘lishi kerak.

Kutib olingan mijozlar metrdotel (bosh ofitsiant) tomonidan joylashtiriladi. Mijozlarni joylashtirish mas’ul xodimdan katta mahorat talab qiladi, ya’ni bunda ular tashrif buyurgan mijozlarning yoshi, jinsi, mijozlar tarkibi, ularning hohish-istaklari kabi me’zonlarni inobatga olishi kerak bo‘ladi. Mijozlarga ovqatlanish zalida xizmat ko‘rsatadigan ofitsiantlar tomonidan taomnoma taqdim etilib, buyurtma qabul qilinadi. Buyurtma qabul qilishda ofitsiant taomnomani taqdim etish va buyurtma qabul qilish qoidalariga rioya etishi zarur. Buning uchun ovqatlanish zalida faoliyat olib boradigan xodimlar o‘rtasida ularning malakasiga qarab vazifalar to‘g‘ri taqsimlanishi lozim.

Aytish joizki, ovqatlanish korxonalarining ayniqsa, restoranlarning taomnomalarini tuzishda maxsus qoida va me’yoriy hujjatlarga tayanilgan bo‘lishi lozim. Afsuski, bugungi kunda faoliyat yuritayotgan ko‘pchilik restoranlar taomnomalarida taomnoma tuzish qoidalariga rioya qilinmaslik xolatlari ko‘zga tashlanmoqda. Bu esa o‘z navbatida xizmat ko‘rsatish sifatiga ta’sir ko‘rsatmasdan qolmaydi.

Restoranlar uchun taomnoma tuzishda, taomnoma tuzish qoidalariga ko‘ra amalda bo‘lgan “Taom va kulinar mahsulotlar assortiment minimumi” me’yoriy hujjatiga amal qilinishi lozim. Barcha ovqatlanish korxonalari, shu jumladan barcha toifadagi restoranlar uchun alohida yuqorida qayd etilgan me’yoriy hujjat ishlab chiqilgan bo‘lib, unda taomnomada qayd etilishi lozim bo‘lgan toamlar assortimentining ketma-ketligi hamda ularning minimal soni ko‘rsatilgan.

Restoranlar uchun ishlab chiqilgan “Taom va kulinar mahsulotlar assortimentlari minimumi”dagi ma’lumotlar quyidagi 1-jadvalda keltirilgan:

Restoranlar uchun taom va kulinar mahsulotlar assortimentlari minimumi.

№	Taomlar guruxi	Restoran toifalari bo'yicha taom va kulinar mahsulotlar soni
		1-toifa
1	Sovuq taom va gazaklar	12
1.1	Shu jumladan issiq gazaklar	2
2	Suyuq taomlar	4
3	Ikkinchi taomlar	11
4	Shirin taomlar	5
5	Konditer mahsulotlari	5
6	Ichimliklar	5

Restoranlar taomnomasini tuzishda yuqoridagi jadvalda keltirilgan ko'rsatkichlarga tayanilganda bir qator sifat o'zgarishlariga, ya'ni restoranda tayyorlanadigan taomlar xilma-xilligiga va shu orqali mijozlar tanlashi imkoniyatining oshishiga erishiladi. Bu esa o'z navbatida inson organizmining ozuqaviy va biologik faol moddalarga bo'lgan ehtiyojini qondirish uchun imkoniyat yaratadi. Shu bois restoran taomnomalarini yuqoridagi me'yor asosida tuzilishi restoran xizmatlari sifatining oshishi uchun asosiy omillardan biri bo'lib xizmat qiladi.

Shuningdek, mijozlarga xizmat ko'rsatish jarayonida ofitsiantlar xizmat ko'rsatish madaniyatiga, ya'ni buyurtmani bajarish davomida taomlar va ichimliklarni uzatish qoidalariga, ular orasidagi vaqt me'yorlariga va etiket qoidalariga rioya qilishi lozim. Shu bilan birga taom va ichimliklarning texnologiyasi va xususiyatlarini, hisob-kitob qilish qoidalarini bilishi va ularga amal qilishi shart.

Restoran faoliyatining boshqa turdagi ovqatlanish korxonalaridan farqlovchi jihatlaridan biri mijozlarni ma'daniy xordiq chiqarishlarini ta'minlash uchun ko'rsatiladigan xizmatlardir. Restorandagi bunday xizmatlar turli xildagi shou dasturlari, musiqiy chiqishlar va boshqa madaniy dasturlar ko'rinishida bo'lishi mumkin bo'lib, bu xizmatlarni amalga oshirishda ham tegishli me'yorlardan chekinmaslik maqsadlidir.

Keyingi paytlarda restoranlar xizmatlaridan foydalanayotgan mijozlar sonining ortib borishi restoranlarda ko'rsatiladigan qo'shimcha xizmatlar (uyga buyurtma olish, taksiga buyurtma olish, suratga tushirish va boshqalar)ning ko'payishiga olib kelmoqda. Bu esa o'z navbatida restoran nufuzining yanada ortishini ta'minlaydi.

Xulosa qilib aytganda, yuqorida qayd etilgan barcha omillar restoran faoliyati jarayonlari tizimining elementlari hisoblanadi. Ushbu omillarning o'z vaqtida va

belgilangan me'yorlarda bajarilishi ovqatlantirish xizmatlarining sifatini, shu jumladan restoranlarda ko'rsatiladigan xizmatlarning sifatini belgilaydi.

Shu bois, "Sangizar" restoranida ko'rsatiladigan asosiy va qo'shimcha xizmatlarni tizimli tahlil qilish maqsadida, restoranda ko'rsatiladigan xizmatlar sifatiga ta'sir etuvchi asosiy omillarni belgilab oldik va uning matematik ifodasini ishlab chiqdik.

$$S(X) = X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_n = \sum_{i=1}^n X_i$$

bu yerda:

X_i – restoranda ko'rsatiladigan tizimli xizmatlar sifatiga ta'sir etuvchi omillar bo'lib, ularning sonini amaliyot davridagi kuzatuvlarimiz natijasida quyidagi ko'rsatkichlar bo'yicha amalga oshirdik.

X_1 – restoran binosining SNIП (СНП)ga mosligi;

X_2 – xomashyo va mahsulotlarning saqlanish holati;

X_3 - xomashyo va mahsulotlarga birlamchi ishlov berish talablarining ta'minlanishi;

X_4 – ofitsiantlar xizmatini tashkil etishga qo'yiladigan talablar;

X_5 – texnologik jarayon va jixozlarni ratsional joylashtirish darajasi;

X_6 – taomlar assortimentining minimum talablariga mosligi;

X_7 – sanitariya va gigiyena talablariga mosligi;

X_8 – qo'shimcha xizmatlar turlari va boshqalar.

Yuqoridagi har bir ko'rsatkich bo'yicha "Sangizar" restorani faoliyatidagi ko'rsatkichlarni o'rganib chiqib, tahlil qildik.

Restoran binosining SNIП ga mosligi. Ma'lumki, "Qurilish me'yorlari va qoidalariga" ko'ra ovqatlanish koxonalarining yuqori toifasi hisoblangan restoranlarda talab etilgan barcha xonalarning bo'lishi qat'iy belgilab qo'yilgan bo'lib, ular o'z navbatida restoranda ko'rsatiladigan xizmat ko'rsatish madaniyatining yuqori bo'lishini ta'minlaydi. SHunday ekan, " Sangizar " restoranining faoliyati o'rganilganda, ular zallarining kirish qismlarida SNIП da ko'rsatilgan xizmat ko'rsatish xonalari ya'ni gardirob, xar 60 kishiga bitta yacheyka to'g'ri keladigan hojatxona ko'zda tutilmagan bo'lib, ular o'rnida boshqa xizmat ko'rsatish sohalarining joylashganinig shoxidi bo'ldik.

SHuningdek, restoran faoliyatining asosiy tarkibiy qismi hisoblangan avanzal ya'ni kutish zali va bufet ham mavjud emas. Yuqorida qayd etilgan xizmat ko'rsatish bo'g'inlarining yo'qligi esa restoranda ko'rsatiladigan xizmat ko'rsatish madaniyatiga salbiy ta'sir ko'rsatmasdan qolmaydi. Aytish joizki, restoranda yo'l qo'yilgan kamchiliklarni bartaraf etish imkoniyatlari mavjud. Buning uchun esa restoran rahbariyatining hoxishi bo'lishi etarlidir.

Xomashyo va mahsulotlarning saqlanish holati. Restoran uchun keltirilgan xomashyo va mahsulotlar uning yerto'la qismida joylashgan omborxonalarda saqlanadi. Omborxonalar sovutiladigan va sovutilmaydigan bloklardan iborat bo'lib, sovutish va omborxonalar jihozlari bilan ta'minlangan. Xomashyo va mahsulotlar zaruratga qarab, har kuni keltirilishi bois zaxira mahsulotlarini saqlash uchun zarurat yo'q. Lekin, omborxonalar xonalarining joylashuvi va jixozlanishida SNIIP me'yorlari bo'yicha chetlanishlarni ko'rish mumkin. Masalan, mahsulotlarni saqlashda tovarlar qo'shnichiligiga yetarli darajada e'tibor berilmaydi.

Xomashyo va mahsulotlarga birlamchi ishlov berish talablarining ta'minlanishi. "Sangizar" restoranidagi xomashyo va mahsulotlarga birlamchi ishlov berish sexlarining tarkibi, joylashuv ketma-ketligi, zamonaviy texnologik jihozlalar bilan ta'minlanganligi, ishchi o'rinlarning tashkil etilishi, savdo zallari va ularning ishlov berish sexlari bilan aloqadorligi "Qurilish me'yorlari va qoidalari" talablariga mos keladi. Xullas aytganda, restoranning ishlab chiqarish bilan bog'liq jarayonlar bloki va unda bajariladigan xizmatlar belgilangan me'yorlarga to'liq javob beradi. Lekin, ba'zi bir ishlov berish sexlarida ("Go'sht va baliqqa ishlov berish sexi", "Idish va xo'rak asboblarini yuvish sexi") texnologik jihozlarning joylashtirishda ratsional joylashtirish prinsipiga yetarlicha amal qilinmagan, ya'ni bajariladigan texnologik operatsiyalar ketma-ketligi buzilgan. Bu esa o'z navbatida korxonalar faoliyatining samaradorligiga ta'sir ko'rsatmasdan qolmaydi. Shuning uchun restoran rahbariyati kelgusida shu kamchiliklarni bartaraf etsalar yanada yaxshiroq bo'lar edi.

Ofitsiantlar xizmatini tashkil etishga qo'yiladigan talablar. "Sangizar" restorani faoliyatida ofitsiantlar xizmat ko'rsatmada, lekin ular xizmat ko'rsatishning yakka tartibdagi usulidan foydalanishadi. Bizga ma'lumki bu usuldan foydalanish yuqori malakaga ega bo'lgan, o'ta tajribali ofitsiantlarga qo'l keladi. Chunki ular barcha operatsiyalarni mukammal bilishadi. Lekin restoranda faoliyat yurituvchi ofitsiantlarning ko'pchiligi etarlicha malakaviy tajribalarga ega bo'lmaganligi sababli, xizmat ko'rsatish jarayonida ba'zi bir texnologik uzulishlarning vujudga kelishi va natijada mijozlarning xaqli ravishda noroziliklarini paydo bo'lishiga sabab bo'lmoqda.

Shu bois, restoran faoliyatidagi ofitsiantlar xizmatini yaxshilash maqsadida xizmat ko'rsatishning progressiv usullaridan biri bo'lgan zveno yoki brigada usulini joriy etish lozim deb hisoblaymiz. Xizmat ko'rsatish jarayoniga brigada usulining joriy etilishi o'z navbatida ofitsiantlar o'rtasida ko'zga tashlanadigan ba'zi bir kamchiliklarning bartaraf etilishiga va xizmat ko'rsatish sifatining oshishiga olib keladi.

Bu usulda xizmat ko'rsatilganda, amalga oshiriladigan servis operatsiyalari ofitsiantlar o'rtasida ularning malakaviy mahoratlarini hisobga olgan holda taqsimlanadi va shu tariqa yuqoridagi kamchiliklar bartaraf etiladi. Mijozlarga xizmat ko'rsatishda servis operatsiyalarining tezkorligi juda muhim ko'rsatgich hisoblanadi.

Xalqaro me'yorlarga ko'ra, restoranlarda va ovqatlanish zallarida mijozlarga xizmat ko'rsatishning vaqti belgilangan bo'lib, bu ko'rsatkich qo'yidagi jadvalda keltirilgan.

3.2.2 – jadval

Mehmonxona restoranida ofsiantlarning mijozlarga xizmat qilish vaqti

T.r	Xizmat operatsiyalari	Xizmat ko'rsatish vaqti, min
1.	Birinchi kelish	3 – 5
2.	Buyurtma bilan taom berish	8 – 10
3.	Buyurtma bilan gazak berish	10 – 12
4.	Gazak va asosiy taom berish	20 – 25
5.	Buyurtma bilan disert berish	6 – 8
6.	Schyot berish (hisob – kitob)	6 – 8

Xizmat ko'rsatish ofitsiantlar tomonidan amalga oshirilayotganda yuqoridagi vaqt me'yorlariga rioya qilishlari zarur. Xizmat ko'rsatish madaniyatining navbatdagi elementlaridan biri ofitsiantlar tomonidan ko'rsatilayotgan servis xizmatlarning qay darajada bajarilayotganliklari hisoblanadi. Buning uchun ofitsiantlar etarli malaka va ko'nikmaga ega bo'lishlari talab etiladi.

Ovqatlanish zallarida xizmat ko'rsatish sifati standartlariga ko'ra ofitsiantlar qo'yidagi qoida va me'yorlarga amalga qilishlari talab qilinadi.

Buyurtma qabul qilish. Bunday vaziyatda bosh aofitsiant banket tashkilotchilaridan buyurtma qabul qilib olar ekan, eng avval tantananing sanasi, vaqti soatini aniqlaydi, mehmonlar miqdori, tizimi (jinsi, yoshi, millati, kasbi) ni biladi, tantananing maqsadi, umumiy sarf qilinadigan pul summasi, har bir kishiga hisoblangan chiqim, pul to'lash shakli, taklif qilingan hurmatli mehmonlar ro'yxati aniqlanadi. So'ngra bosh ofitsiant buyurtmachini zal bilan tanishtiradi, banket o'tkaziladigan joyni ko'rsatadi, stollarning qo'yishi tartibi, smehmonlarni o'tkazish rejalari kelishib olinadi. YAna u xizmat qilish jarayonida kim bilan munosabatda bo'lishi zarurligini aniqlaydi. Bosh ofitsiant vazifasiga yana qo'yidagilarni aniqlash kiradi:

1. Xorijiy davlatlarning turli elchixonalaridan mehmonlar keladigan bo'lsa, o'sha mamlakatlar bayroqlarini osib qo'yish;
2. Hurmatli mehmonlarni restoranga taklif qilish;
3. Stollarda mikrofonlar bo'lishini ta'minlash;
4. Orkestr kerak bo'lsa, uning dasturini aniqlash va yozuv uchun magnitafon;
5. Banket qanashchilari uchun shaharlararo va xalqaro telefon bo'yicha gaplashish, rasmga tushish pianino va royalda chalish imkoniyati tug'diriladi;
6. Mehmonlar tarqalish oldidan mashinalar chaqirish;

Buyurtmachi bilan taomnoma muhokama qilinadi, taomlarni berish vaqti va navbati kelishib olinadi. Banket taomnomasi tuzganda milliy taomlar ham qo‘shilishi zarur. Banketda qatnashayotgan xorijiy mehmonlar uchun taomnoma ularning tillarida yoziladi. Bu xususiy taomnoma har bir mehmon oldida stolida bo‘ladi, mehmonlarning har biri uchun yana maxsus kartochka bo‘ladi, unda ularning ismi – sharifi, unvoni, lavozimi ko‘rsatiladi. Bular kichik tarelkalar yoniga qo‘yiladi.

Ofitsiantlarni xizmatga tayyorlash. Bosh ofitsiant xizmat qilish, dasturxonni tuzash, yasatish, kofe stollarini tayyorlash, bufet mahsulotlarini olish va tayyorlash bo‘yicha ofitsiantlarni tayyorlaydi. Bosh ofitsiant mehnat taqsimoti tamoyili asosida rahbarlik qiladi. 2 – 4 mehmonga bitta ofitsiant xizmat qiladi yoki bir ofitsiant taom keltirsa, ikinchisi ichimlik olib keladi.

Tajriba yana shuni ko‘rsatadiki, banket 50 – 60 daqiqa davom etadigan bo‘lsa, xizmatni qo‘yidagicha tashkil qilish mumkin. 12 – 16 mehmonga 3 – ta ofitsiant xizmat qiladi, ikkitasi taomlar, bittasi ichimlik keltiradi. Ba’zi hollarda tegishli miqdordagi mehmonlarga birgina ofitsiant xizmat qiladi, ham ovqat, ham ichimliklar bilan o‘zi ta’minlaydi.

Bosh ofitsiantning vazifasi banket kim va nima munosabat bilan o‘tkazilayotganini ofitsiantlarga tushuntirish, banket boshlanadigan kun, bosh ofitsiant hamma ofitsiantlarni yig‘ib, banket qachon boshlanishi, mehmonlar soni, tarkibi haqida ma’lumot beradi. Mehmonlarni qabul qilib olish, joy – joyiga o‘tkazish rejalari bilan tanishtiradi, taom, ichimliklar taomnomasi, banket stollarini yasatish xususiyatlari haqida ko‘rsatma beradi.

Mebellarni joylashtirish. Banket o‘tkazishda mebellar qo‘yidagicha o‘rnatiladi. Stollar, stullar, kreslo, yarimkreslolar, ofitsiant uchun yordamchi stollar qo‘yiladi. Agar buyurtma berilishida aytilgan bo‘lsa, kofe uchun alohida zal tayyorlanadi va shunga moslangan stol, stul, kreslo, yarimkreslo, divan qo‘yiladi. Restoranda hamma vaqt ham tegishli banket stollari bo‘lavermaydi. Bular odatdagi kvadrat stollar bilan almashtirilishi mumkin, chunki bunday stollarda hohlagan banket stollarini yasash imkoni bor.

Agarda banket qatnashchilari uncha ko‘p bo‘lmasa, dumaloq stol atrofiga o‘tqazish lozim, bunday o‘rin ancha qulay, hamma qatnashchilar bir – birini ko‘rib turadilar va bunday stollarga 8 – dan 25 – kishigacha joylashtirish mumkin. Banket stollarini joylashtirishda zalning maydoni hisobiga olinadi, uning sig‘imi, banket ishtirokchilarining miqdori, oyna – eshiklar joylashuvi, ustunlar mavjudligi nazarda tutiladi. Stollarni bir qator, ya’ni bir – biriga parallel qilib qo‘yish mumkin. Bunda hurmatli mehmonlar uchun alohida joy ajratiladi. Eng muhimi shundaki, zaldagilarning birontasi hurmatli mehmonlarga orqa tomoni bilan o‘tirmasligi zarur. Ayniqsa, xorijiy mehmonlar, turistlar ziyofatida o‘sha mamlakatlarga xos udumlar qo‘llanilishi maqsadga muvofiqdir.

Hurmatli mehmonlar o'tiradigan stollarga ehtiyoj bo'lishi kerak. Mehmon stoli bilan ko'ndalang qo'yilgan asosiy stollar orasida 1 – 2 metrli yo'lak bo'lishi zarur. Hurmatli mehmonlar uchun stol faqat bir tomondan yasatiladi, uning eni ensizroq bo'ladi, 70 sm dan kam bo'lmasligi kerak.

Banket zalidagi stollar joylashtirilgandan so'ng, ofitsiantlar stollar atrofiga stullarni qo'yib chiqadi. Stullar mijozlarning stol tomon o'tishida halaqit bermasligi kerak. So'ngra ofitsiantlar stol – stullarni to'g'rilaydi va dasturxon yozadi. Stollarga dasturxon yozilishi, avvalo stollar ustiga qalinroq yumshoq mato solinadi, so'ngra dasturxon yoziladi. Ustiga idishlar qo'yilganda taqir – tuqur ovoz chiqmaydi, chinni, shisha va boshqa xil idishlar sinmaydi, idish tubi stolda tekis turadi, to'kilgan suyo'qlik namni o'ziga toradi.

Restorandagi banket stollari ustiga yoziladigan dasturxonlar ularga mos kelishi zarur. Bir dasturxonni bitta stolga solish mumkin, uning chetlari stol chetidan 20 – 30 sm osilib turishi kerak. Agar bundan uzun bo'lsa, osilib qoladi yoki kalta bo'lsa, xunuk ko'rinadi. SHuning uchun ham stollarga dasturxon yozilganda e'tibor berish zarur.

Stollarni yasatish. Banket stoliga idishlar, qadah, fujer, ryumka va boshqa anjomlar qo'yilishi restoran taomnomasiga va gazak, taom ichimliklar berilishiga bog'liq.

Banket stoliga oldin mayda oshxona tarelkalari qo'yiladi, bular ustiga gazak va boshqa chuqur tarelkalar qo'yiladi. Tarelkalarni qo'yish tartibdi qo'yidagicha ofitsiant mo'ljal bilan stol markazini aniqlaydi va uni o'rtadan bo'ladi. Bir tomoniga markaziy tarelkani qo'yadi, uning o'ng va sul tomonlariga boshqa tarelkalarni qo'yib chiqadi. Har bir kishiga 0,8 – 1 metr joy mo'jallanadi. mehmonlar soniga qarab tarelkalar teriladi.

Banket stoliga tarelkalar terish qo'yidagicha bo'ladi:

1. Tarelkaning cheti stol chetidan 1 – 2 sm ichkarida bo'ladi;
2. Tarelkaning restoran emblemasi yoki belgichi tushirilgan tomoni mehmonga yuzlanishi kerak;
3. Mehmonlar o'tiradigan joylardagi dasturxon maxsus usulda yasatiladi, tarelkalar orqali yoki oralig'i boshqalarga qaraganda kengroq qoldiriladi;
4. Tarelkalarni stol oyoqlari tepasiga qo'yilmaydi. Oshxona anjomlari qo'yilganda shu narsaga e'tibor berish kerakki, tarelkaning o'ng tomoniga oshxona pichog'i o'tkir tomoni tarelkaga qaratilgan qo'yiladi, sal o'ngroqda baliq uchun pichoq yana o'ngroqda suyo'q ovqat ichish uchun qoshiq ich tomoni tepaga qaratib qo'yiladi, yana o'ngroqda gazak pichog'i o'tkir tarfi tarelkaga qaratib qo'yiladi;

Oshxona tarelkasining chap tomoniga tishlarini yuqoriga qaratib vilka qo'yiladi. CHaproqda osh qoshiq yonida baliq uchun vilka turadi, uning yonida gazak vilkasi tishlari yuqoriga qaratilgan holda qo'yiladi. Hamma anjomlar sonlari bir chiziqda bo'ladi, qoshiq va pichoqlar soni o'ngga, vilka soni chapga qaratiladi. Banketlarda stol

yasatishning o'ziga xos xususiyati yana shundan iboratki, pichoq va vilka dasturxon ustiga emas, balki gazak tarelkasiga qo'yiladi va usti salfetka bilan yopiladi.

Banket stoliga fujeerlar qo'yilganda ofitsiant shu narsaga e'tibor berishi kerakki, fujeerlar tarelka chekkasida 3 – 5 sm oraliqda tursin. Stolning chiroyli chiqishi ko'p hollarda fujeerlarning did bilan terilishiga bog'liq. Fujeerlardan o'ng tomonda stol chetiga parallel qilib ryumkalar teriladi. Fujeer va ryumkalar orasiga shampan qadahlarini qo'yiladi. Konyak yoki likyor uchun ryumkalar, bu ichimliklar keltirilganda olib kelinadi. Agar taomnomada quvvatli vinolar belgilangan bo'lsa, vino uchun ryumkalar aroq va vino ryumkalari orasiga qo'yiladi. SHarbat ichish uchun stakan ikkinchi qatorga vino ryumkalaridan chap tomonga qo'yiladi.

Banket stoli bezaklaridan ajralmas bir qismi sochiq va salfetkalaridir. Ular chiroyli taxlanganva gazak tarelkalariga solingan bo'ladi.

Yangi uzilgan gullar suvli vazaga qo'yiladi. Gul qo'yilgan vazalar uncha baland bo'lmasligi kerak, chunki gullar baland bo'lsa, stolning ikki tomonidan o'tiruvchi mehmonlarning o'zaro suhbatiga halaqit beradi. Gult vazalarini odatda stol markaziga bir qator qilib qo'yiladi, ular orasida bir xil uzunlikda bo'lishi, gullar bir tekis turishi lozim.

Yasatilgan banket stolida ortiqcha hech narsa bo'lmasligi, u o'ziga xos badiiy ko'rinishli bo'lishi kerak. Ziravorlar solingan idishlar juft – juft qo'yiladi.. tuz chap tomonda, garimdori o'ng tomonda bo'ladi. Usti ochiq ziravorlarga kichkina qoshiqcha qo'yiladi. Buxanka nonlar, bulochkalar kesilib beriladi. Tandirda yopilgan non butunligicha yoki kesilib qo'yiladi. Banket boshlanishidan 15 – daqiqa oldin bosh ofitsiant ichimlik suvlarini olib kirishi haqida buyruq beradi. Ofitsiant shu narsaga e'tibor berishi lozimki, suv shishalari toza bo'lsin, shisha og'izlari tozalab artilsin. Ichimliklar ofitsiantning xizmat stoliga etiketkasi zalga qaratilgan holda qo'yiladi. Shishalar usti sochiq va salfetkalar bilan yopiladi.

Banket boshlanishidan oldin ichimliklar tarqatish nazarda tutilgan bo'lsa, restoranning zalpeshida banket boshlanishiga 15 – 20 daqiqa qolganda bu tadbir boshlanadi. Alkogolsiz ichimliklar, musallas, sharbatlar tavsiya etiladi. Issiq paytlarda meva va madanli suvlar beriladi. Kuldon gugurtlar qo'yiladi. Ryumkalarga, fyujeerlarga qo'yilgan ichimliklarni ofitsiantlar patnislarda mehmonlarga tavsiya etib yuradi. Ichimliklar qo'yilgan ryumkalar to'la bo'lmasligi kerak. Banketda uncha ko'p odam qatnashmaydigan bo'lsa, zal – peshida bufet – bar tashkil qilish ham mumkin. Mehmonlar hojxlagan ichimliklarini olib ichishlari mumkin. Mehmonlar chetroqda suhbat bilan band bo'lsalar, ofitsiant bardan olgan ichimliklarni ularga tavsiya qilishi mumkin. Ofitsiantlar bo'shagan idishlarni yig'ishtirib olishlari, kuldonlarni alashtirib, tozalab turishlari zarur.

Rasmiy qabul – banketlarda mehmonlarni stol atrofiga joylashtirishda qo'yidagi qoidalarga rioya qilishi nazarda tutiladi:

1. Eshikdan kirish qarshisida mehmonlar uchun o‘rin belgilanadi, agar eshik yon boshda bo‘lsa, hurmatli mehmon o‘rni ko‘cha tomondagi derazalar qarshisidan belgilanadi;
2. Qabul – banket ayol sardoning o‘ng tomonidagi o‘rin hurmatli joy hisoblanadi, xujayinning o‘ng tomoni – ikkinchi joy bo‘ladi;
3. Ayollar bo‘lmasa, hurmatli o‘rinlar qabul – banket sardoridan o‘ng tomondagi va undan chapdagi – ikkinchi o‘rin hisoblanadi.
4. Aziz mehmon banket sardori ro‘parasida o‘tiradi. Bunda sardordan chap tomondagi joy ikkinchi o‘rin bo‘ladi;
5. Agar qabul – banket sardori ayoli yo‘q bo‘lsa, uning roziligi bilan mehmonlardan biron ayol bu joyni egallashi mumkin;

Odob – ahloq qoidalariga binoan banketda ayollarga birinchi navbatda xizmat qilinadi. Hurmat nuqtai nazaridan ba‘zan banket sardori – ayol roziligi bilan hurmatli mehmonlarga oldin xizmat ko‘rsatiladi.

Banket stollari bezatilib bo‘lgandan so‘ng, bosh ofitsiant banket xizmatining xususiyatlari haqida ofitsiantlarga tushuntiradi, ularni sektorlarga, stollarga biriktiradi. Har bir ofitsiantga vino va taomlar berish, sektorlar xizmatida navbat qoidalariga rioya qilish haqida tushuntiriladi. Mehmon kutishning eng murakkab tomoni – mehmonlar soni ko‘p bo‘lgan banketlarda xizmat qilishdir. Xizmat qilish qulay bo‘lsin deb sektorlardagi hamma stollarga raqamlar qo‘yib chiqiladi. Odatda raqam qo‘yish qo‘yidagi, ya’ni turga qo‘yilgan stollardan boshlanadi.

Oldindan har bir ofitsiant uchun yordamchi stol belgilanadi, bosh ofitsiant rahbarligida ofitsiantlar ulardan foydalanadi. Har bir ofitsiant guruhi uchun bosh ofitsiant xizmat sohasini rejalashtiradi, taom, ichimlik va boshqa narsalarni kim, qachon olib kelishini buyuradi va nazorat qilib turadi. Har qaysi ofitsiant bu vazifani bajarishini o‘zi xizmat boshlamasdan bilish kerak. Banket muvaffaqiyatli o‘tishida ko‘p narsa bosh ofitsiantga bog‘liq.

Banketlarga xizmat qilishda ayniqsa ofitsiantning kasb mahorati kerak. U xushmuomala, e‘tiborli, xushchaq–chaq, zukko bo‘lishi talab qilinadi. Bu xizmat qilishning yuksak madaniy darajasini vujudga keltiradi va mehmonlarda yaxshi kayfiyat o‘yg‘otadi. Banket o‘tkazishdagi yana bir muhim shart shundan iboratki, ofitsiant nafaqat bosh ofitsiant bilan, balki boshqa hamma ofitsiantlar bilan ham yaxshi muomalada bo‘lishi kerak. Ofitsiant yonlaridagi sektorlarda kim xizmat qilishini yaxshi bilishi kerak. Taom va ichimliklar berilganda ofitsiant xushyor bo‘lishi, belgilangan taomni o‘z egasiga yanglishmasdan etkazishi kerak. Biroq mehmonlarning bironta iltimosi yoki taklifi e‘tiborsiz qolmasligi kerak. Bajarish imkoni bo‘lmasa, mehmonga tushuntirish va kechirim so‘rashi lozim. Banketga xizmat qilish vaqtida ofitsiantning umumiy ish tartibi qo‘yidagicha bo‘lishi kerak:

1. Rasmiy banketlarda ofitsiantlar yupqa oq qulqop bilan ishlaydi;

2. Taom olish uchun ovqat tarqatish joyiga borishda ofitsiantning choy bilagida sochiqcha, zarur bo'lsa patnis va anjomlar bo'lishi kerak;
3. Ovqat tarqatish joyida. Taomlarga yaxshi shakl berilishiga e'tibor qilish kerak;
4. Garnir, sous alohida beriladigan bo'lsa, asosiy taom bilan birga olinsin;
5. Taomlar olingandan so'ng ofitsiantlar zalga belgilangan raqam navbati bilan kiradi;

Taomlar tarqatishning estetik xususiyati shundan iboratki, zalda harakat qilayotgan hamma ofitsiantlar bir tartibda taomlarni chap qo'lda yoki patnisda olib kelishlari lozim, idishlar balandligi tirsak barobarida bo'lishi kerak. Zalda faqat bosh ofitsiant ko'rsatgan yo'nalishlar bo'yicha harakat qilish lozim. Zalda harakat qilganda tez va mayda qadam tashlab yurish tavsiya qilinadi.

Xorijiy mehmonlarga xizmat qilganda ularning milliy an'analarini hisobga olib, kofe bilan spirtli ichimliklar ham beriladi. SHuning uchun ofitsiant stol yasatganda faqat kofe ichadigan idish bilan cheklanib qolmay, kon'yak ryumkalarini ham qo'yishi kerak. Kofe chashkalari chap tomonga, stol chetidan 5 – 10 sm ichkariga qo'yiladi. Kofe qoshig'ini o'ng tomonga, kofe idishi ichiga qo'yiladi. Kon'yak ryumkalari chashkalar yoniga alohida – alohida yoki 3 – 4 donasi birga bir joyga qo'yiladi. Xorijiy mehmonlar kon'yak sifatiga ishonch hosil qilishlari uchun kon'eklar stolga shishasi bilan qo'yiladi. Odatda likyor ryumkalari stolga qo'yilmaydi. Ular yordamchi stollarda turadi. Agar mehmonlar likyor ichish istagini bildirsa, ryumkalar keltiriladi.

Texnologik jarayon va jixozlarni ratsional joylashtirish darajasi. Ma'lumki, texnologik jarayon va jihozlarni to'g'ri joylashtirish, ishlab chiqarish sexlari va ovqatlanish zallaridagi tirbandlikning oldini olib, xizmat ko'rsatuvchi xodim va mijozlarning erkin harakatlanishini ta'minlaydi. Bu esa o'z navbatida ovqatlanish servisining yanada yuqori bo'lishiga sabab bo'ladi.

Shuning uchun, ovqatlanish korxonalarining ishlab chiqarish va ovqatlanish zallarida jihozlarni joylashtirishda qo'yidagi tamoyillarga amal qilish lozim;

1. Ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish jarayonlarini ilg'or texnologiyalar asosida tashkil etish;
2. Yong'inga qarshi nazoratni ta'minlash, sanitariya va mehnat muhofazasi talabalariga rioya qilish;
3. Omborxonalar, ishlab chiqarish sexlari va xo'randalar uchun savdo zallaridan samarali foydalanish;

Ishlab chiqarish sexlarida texnologik jarayon va jihozlar ba'zi mahsulotlarga ishlov berishning texnologik sxemasi yoki taomlar tayyorlanishiga muvofiq joylashtirilish kerak. Ovqatlanish korxonalarida jihozlarni joylashtirishning turlicha usullari mavjud bo'lib, ulardan keng tarqalgani devorga nisbatan joylashtirishdir. Jihozlarni joylashtirishning qaysi usulini qo'llash, ishlab chiqarishning xarakterli va sexning ishlab chiqarish quvvatiga bog'liq bo'ladi. Masalan, yirik ovqatlanish

korxonalarida pishiruv qozonlarining oshxona o'rtasida ikki qator qilib o'rnatish tavsiya qilinadi, chunki bunda har tomondan ishlash qo'layligi ta'minlanishi lozim. Uncha yirik bo'lmagan ovqatlanish korxonalaridagi pishiruv sexlarida esa qozonlarni devor yonida joylashtirish maqsadga muvofiq.

Keyingi yillarda seksion modulli jihozlardan foydalanish va ularni chiziqli tamoyil asosida joylashtirish keng qo'llanilmoqda. Bunday jihozlardan foydalanishning qo'yidagi afzalliklari mavjud:

1. Seksion modulli jihozlardan foydalanish sexning ishlab chiqarish maydonlarini qisqartirish va undan ratsional foydalanish imkoniyatini beradi;
2. Xom – ashyo va yarim tayyor masalliqnlarni issiqlik ishlovi berish apparatiga uzatish imkoniyatini yaratadi va tayyor taomlarni tarqatish bo'limiga uzatishni ta'minlaydi;
3. Pazandalik mahsulotlarini oqimli ishlab chiqarish uchun sharoit yaratadi;
4. Jihozlardagi detall va ehtiyot qismlarini unifikatsiya qilish, ta'mirlash va o'rnatish vaqtini tejaydi;
5. Texnik estetika talablariga muvofiq jihozlarning tashqi bir xil bezatilishini ta'minlaydi;

Aytish joizki, texnologik liniyalarini joylashtirishda nafaqat ishlov berish operatsiyalarini bajarilish ketma – ketligi hisobga olinadi, balki texnologik jarayonni bajarilish yo'nalishi ham nazarda tutilishi lozim. Bunda texnologik jarayonlarni o'ngdan chapga qarab harakatlanuvchi texnologik liniyani joylashtirish eng ratsional bo'lib hisoblanadi. Yakuniy pazandalik ishlovi beradigan sehlari va boshqa xonalar, ya'ni yarim tayyor mahsulotlarini ishlab chiqarish sehlari, idish – tovoq yuvish xonalari, taom tarqatish xonalari bilan o'zaro yaqin joylashgan bo'lishi shart. Agar ovqatlanish zallari bir necha qavatda joylashtirilsa, u holda yakuniy pazandalik ishlovi beriladigan seh ko'p o'rindiqli zal bilan bir qavatda joylashtirilishi kerak.

Shuningdek, texnologik liniyalarni joylashtirishda jihozlar o'rtasidagi masofa yoki jihoz bilan devor o'rtasidagi masofalarni inobatga olish zarur. Holbuki, bunda jihozlarni o'rnatish, ta'mirlash, foydalanish uchun qurilish me'yorlari va qoidalarida belgilangan qo'yidagi ko'rsatkichlarga rioya qilish lozim;

1. Mexanik jihozlar va devor orasidagi masofa – 0,4 m
2. Ba'zi bir mexanik jihozlar o'rtasidagi masofa – 0,7 m
3. Parallel joylashtirilgan kartoshka tozalagichlar orasidagi masofa – 0,8 m
4. Idish – tovoq yuvish mashinalari va devor orasidagi masofa – 1,0 m
5. Konditer shkaflar orasidagi masofa – 0,6 m
6. Maxsus qovurish apparatlari orasidagi masofa – 0,5 m
7. Elektr qozonlari markazlari o'rtasidagi masofa – 1,5 m
8. Marmitlar, ish stollari va devor orasidagi masofa – 0,9 m
9. Parallel joylashtirilgan marmitlar orasidagi masofa – 1,8 m

10. Nomexanik jihozlar orasidagi masofa – 0,1 m
11. Issiqlik va nomexanik jihozlar orasidagi ish o‘rni masofasi –1,3 m
12. Pishiruv qozonlari seksiyasi orasidagi masofa – 1,5 m
13. Issiqlik jihozlari va tarqatish liniyasi orasidagi masofa – 1,5 metr;
14. Devor va plita orasidagi masofa –1,25 m
15. Plita va elektr qozonlari orasidagi masofa – 2.5 m

Yuqorida qayd etilgan ko‘rsatkichlarga rioya qilish o‘z navbatida ishlab chiqarish sexlarida faoliyat ko‘rsatayotgan xodimlarning erkin harakatlanishi uchun etarli bo‘lgan kenglikni ta‘minlaydi.

Ovqatlanish korxonalarida servis xizmatini tashkil etishda ovqatlanish zalidagi jihozlarning joylashtirishda ko‘pgina omillarga, shu jumladan xo‘randalar va xizmat ko‘rsatuvchi xodimlarning harakat yo‘nalishi, zalning umumiy konfiguratsiyasi, deraza, eshik, taom tarqatish joyi va bufetlarning joylashishi hamda stollar shakli kabi qabul ko‘rsatkichlari hisobga olinadi. Masalan, to‘rtburchak konfiguratsiyali zallarda oofitsiant xizmat ko‘rsatganda stollar diogonal bo‘yicha joylashtirilishi, o‘z – o‘ziga xizmat ko‘rsatish korxonalarida esa to‘rtburchak shakldagi stollar asosiy o‘tish yo‘laklariga perpendikulyar holda joylashtirilishi tavsiya etiladi. Bunda devor bilan stol va yonma – yon stollar orasidagi masofa 0,4 metrdan kam bo‘lmasligi kerak.

Shuningdek, ovqatlanish zallaridagi servis xizmatini takomillashtirishda stollar orasidagi yo‘laklari ham asosiy ko‘rsatgich hisoblanadi. Bu ko‘rsatkich ovqatlanish zalidagi o‘rindiqlar soni va ovqatlanish korxonasining turiga qarab belgilanadi. Masalan, 200 o‘ringa ega bo‘lgan ovqatlanish zallaridagi yo‘laklarning kengligi qo‘yidagi jadvalda keltirilgan.

3.2.3– jadval

Ovqatlanish zalidagi o‘tish yo‘laklarining kengligi, m.

T.r	O‘tish yo‘laklari	Ovqatlanish oshxona	Korxonasi, restoran	Turlari kofe
1.	Asosiy	1,35	1,50	1,2
2.	Qo‘shimcha: xo‘randalar oqimini taqsimlash yo‘lagi	1,2	1.2	0,9
3.	Alohida o‘ringa kelish yo‘lagi	6,6	0,6	0,4

Yuqoridagilardan kelib chiqib shunday xulosaga keldikki, darhaqiqat ovqatlanish korxonalarida foydalaniladigan texnologik jihozlarni to‘g‘ri va ratsional joylashtirish o‘z navbatida restoran faoliyatining samarali bo‘lishi uchun xizmat qiladi.

Taomlar assortimentining minimum talablariga mosligi. Ovqatlanish korxonalarga qo‘yiladigan asosiy talablardan biri ularda tayyorlanadigan taom va kulinar maxsulotlarning har bir ovqatlanish korxonasing turi uchun belgilangan taomlar assortimenti minimumiga mosligi bilan belgilanadi. Shu bois, “Sangizar” restoranida

tayyorlanayotgan taom va kulinar maxsulotlar assortimentlarini uning taomnomasi bo'yicha tahlil qilganimizda va standart ko'rsatkichlar bilan taqqoslaganimizda "Sangizar" restoranidagi tayyorlanadigan taomlar assortimenti ham restoranlar uchun belgilangan "Assortimentlar minimumi"dagi ko'rsatkichlardan kam emasligi aniqlandi. Yuqoridagilardan xulosa qilish mumkinki restoranda tayyorlanadigan taomlar assortimenti bo'yicha belgilangan talablarga to'laqonli javob beradi. Lekin restoranning turistlar ovqatlanishini tashkil etishdagi o'rnini hisobga oladigan bo'lsak, u holda restoran taomnomasidan tashrif buyuradigan turistlarning milliy taomlari ham joy olishi uning nufuzini yanada oshirish uchun xizmat qiladi. Shu bois, restoran rahbariyati kelajakda taomnoma tuzishda ushbu taklifni hisobga olsa korxonaga nufuzi yanada oshishiga sabab bo'ladi.

Sanitariya va gigiyena talablariga mosligi. O'rganishlar va kuzatuvlar shuni ko'rsatdiki, ovqatlanish korxonalarida epidemiologik jihatdan o'ta xavfli guruhga kiruvchi korxonalar bo'lganligi sababli, "Sangizar" restoranida ham sanitariya va gigiyena qoidalariga rioya etish masalalariga katta e'tibor qaratilgan. Bu borada har bir uchastkada mas'ul xodimlar belgilangan bo'lib, ular doimiy ravishda o'zlarining xodimlari bilan instruktajlarni o'tkazib turadi va sanitariya holati bo'yicha nazorat qilib boradi. Xuddi shuningdek har bir ishchi xodim o'zining ish o'rnini bo'yicha mas'ul hisoblanadi. Bu holat korxonaga rahbariyati tomonidan ham nazorat qilib boriladi. Qisqacha aytganda korxonaning sanitariya holati korxonada yaxshi yo'lga qo'yilgan. Ishchi va xodimlarning gigiyenasiga kelsak ular ham shaxsiy gigiyena qoidalariga rioya qilishadi, maxsus kiyim kiyishadi va kiyimlar doimo ozoda va dazmollangan holatda bo'ladi. Korxonaning barcha xodimlari belgilangan muddatlarda tibbiyot ko'rigidan o'tishadi va bu haqda tibbiyot kitobchalarida qayd ettiriladi. Umuman olganda korxonaning sanitariya va gigiyena talablariga rioya etish darajasi qoniqarli darajada deb aytganda xato bo'lmaydi.

Qo'shimcha xizmatlar turlari. Ma'lumki, restoranlarda ko'rsatiladigan xizmat ko'rsatish sifatini belgilashda ularda amalga oshiriladigan qo'shimcha xizmatlar muhim ko'rsatkichlardan biri hisoblanadi. Bugungi kunda "Sangizar" restoranida bir qator qo'shimcha xizmatlar, jumladan avtoulavlar to'xtash joyi, suratga olish xizmati, buyurtma asosida taomlarni yetkazib berish xizmati va turli xil shoular o'tkazish xizmatlari joriy etilgan bo'lsada lekin bular restoranning bugungi kundagi nufuzi uchun yetarli emas deb hisoblaymiz.

Shuning uchun restoranda ko'rsatiladigan qo'shimcha xizmatlar turini oshirish maqsadida, restoranda quyidagi xizmatlarni tashkil etishni taklif qilamiz.

- ❖ Restoranda ovqatlanuvchilar uchun shved stoli usulini tashkil etish;
- ❖ Restoranning kirish qismida Paynet va chanqoqbosdi ichimliklar sotiladigan savdo avtomatlarini o'rnatish;

- ❖ Restoranda xizmat ko'rsatish jarayonini takomillashtirish maqsadida, ofitsiantlar bilan xizmat ko'rsatish nuqtalari (bosh oshpaz, kassa, bufet va boshqalar) o'rtasidagi aloqani kuchaytirish uchun "Traktir" yoki R-Keeper dasturini o'rnatish;
- ❖ Buyurtmaga ko'ra taomlarni olib borish xizmatini kengaytirish
- ❖ Taksi chaqirish xizmati
- ❖ Kiyimlarni kimyoviy tozalash xizmatlarini tashkil etish
- ❖ Wifi tizimini tashkil etish

Bolalar maydonchasini tashkil etish va boshqalardan iborat

3.3 "Sangizar" restoranida hayot faoliyati xavfsizligini tashkil etish

Mehnatni muxofaza qilish tashkilotda xavfsizlik texnikasi va yonginga qarshi qurash bilan uzviy bog'langan. Tashkilotda mehnat uzluksiz davom etishi uchun xodimlar sog-salomat bo'lishlari, ko'ngilsiz tasodiflarga duchor bo'lmasliklari kerak. Bu tadbirlarni amalga oshirish ishlab chiqarishning hamma sohalarida ilmiy-gigienik va texnik asosda bir me'yordagi ish sharoitini yaratishga imkon beradi. Umumiy ovqatlanish tashkilotida xavfsizlik texnikasining vazifalari — ishlab chiqarish va xizmatlarning o'ziga xos xususiyatlarini o'rganish, baxtsiz xodisalar, qasb qasalligi sabablarini taxtil qilish va ularning oldini olishning aniq chora-tadbirlarini ko'rishdan iborat. Yonginga qarshi texnika vositalari yonginlarning oldini olish va ularni bartaraf qilish sohasida foydali usullarni amalga oshirishda yordam beradi.

Yong'in korxonaga katta moddiy zarar keltiradi. Bir necha minut yoki soat juda katta miqdordagi xalq boyliklari yonib kulga aylanadi. Yong'in vaqtida ajralib chiqadigan zararli gazlar, havoni zaharlaydi, kishilarni jarohatlanishiga va hatto o'lishiga sabab bo'ladi. SHuning uchun boshqa korxonalar singari restoranlarda yong'in xavfsizligi uchun bajariladigan tadbirlar muhim rol o'ynaydi.

Restoranlarda yong'in chiqishi sababi, ko'pincha: olov bilan ehtiyotsizlik munosabatida bo'lish, elektrtarmoqlari, elektr jihozlarining nosozligi, restorandagi issiqlik ushlovchilarning o'z vaqtida tozalanmasligi, ekspluatatsiya texnologik jarayonlarning buzilishi, ta'mirlash va boshqa ishlarda yong'in xavfsizlik qoidalariga rioya etmaslik hisoblanadi. SHu bilan birga kompyuterlar, televizorlar, yoritish uskunlari va isitish uskunlaridan yong'in chiqish holatlari ham sabab bo'lishi mumkin.

Shuning uchun ham bularning oldini olish uchun turli profilaktik ishlarni tashkil etish kerak bo'ladi. Avvalam bor, ishlab chiqarish intizomini ko'tarish, yong'inga qarshi qattiq rejimni o'rnatish, har bir hodisani chuqur o'rganish xabarini berish lozim.

Restoran xodimlarini yong'inni sezish qobiliyatini oshirish maqsadida maxsus o'qitish va yong'in xavfligi qoidalarini bajarishni talab qilishi lozim. Restoranda oldindan evakuatsiya yo'llari, yong'inga qarshi qo'llaniladigan vositalar (tutun

chiqish, lift shaxtasi havo yo‘llari), yong‘in vtomatik qurilmalarini soz holatda bo‘lishini ta‘minlash lozim. SHuningdek, restoran zallarida YOng‘indan va tutundan signal beruvchi qurilmalar o‘rnatish maqsadga muvofiq (3.3.1-rasm)



3.3. 1-rasm. Ikar-5R

Restoranda taomlar tayyorlash va xo‘randalarni oziq-ovqatlantirish jarayonida mehnatni muxofaza qilish va xavfsizlik texnikasining belgilagan holda talablariga rioya qilinishi oofitsiantlar zimmasiga tushadi:

— zallardagi va taom tarqatiladigan joylardagi pollarning texnik holatini, ularning singan, notekis holatini sezgan zahoti oofitsiantlar ularni ta‘mirlashni talab qilishlari kerak;

— polga to‘kilgan moy, suyo‘qlik, taom bo‘laklari va boshqalarni tezlik bilan artib, yig‘ishtirib olish;

— eshiklar, qirish yo‘laklarida extiet va e‘tiborli bulish;

— konserva bankalarini maxsus ochqichlar bilan ochish;

— issiq taomlar solingan idishlarni yana kattaroq idishlar ustiga urnatib patnislarda olib borish;

— taom qo‘tarib zinapoyalardan yurganda extiet bulish;

— cheti uchgan, siri ko‘chgan, yorilgan idishlarni ishlatmasdan topshirib yuborish;

— patniska faqat bir qator taom terish;

— pichoq, vilkalarni o‘tkir tomonini oldinga qilib olib yurmasliq, ularni tarelkalarda olib borish;

— kiyimlarga tug‘nog‘ich taqmasliq, chuntaqlarga sinadigan, kesadigan o‘tkir buyumlar solmaslik lozim.

Ovqatlanish zallarida ventilyasiya jixozlaridan foydalanishda quyidagi yongin xavfsizligi qoidalariga rioya qilish kerak;

- kamera va havo chiqaruvchi mo‘rilarni o‘z vaqtida tozalab turish;
- vaqti-vaqti bilan changni chiqarib tashlovchi ventilyator ishini tekshirib turish;
- ventilyasiya anjomi o‘rnatilgan joy yaqinidagi devor, ship, havo tortgich sirtlarini muntazam ravishda tozalab turish.

Yong‘in chiqqan taqdirda, eng avvalo, o‘t o‘chirish xizmatiga xabar berish zarur Restoranda yong‘in xavfsizligi burchagi tashkil qilingan(3.3.2-rasm)



3.3.2-rasm. Yong‘in xavfsizligi burchagi

Yong‘inga qarshi komanda kelganiga qadar tashkilotdagi imkoniyatlar ishga solinib, o‘tni o‘chirishga kirishiladi:

Qum, kurak, chelaklar, suv, gidropulplar va o‘t o‘chirgichlardan foydalaniladi. Gidropulplardan tizillab chiqqan suv olov yonayotgan tomon yo‘naltiriladi.

O‘t o‘chirgichning pastki tub tomoni tepaga qo‘tariladi, bosh qismi erga, qattiq narsaga uriladi, bu ish olovdan 10 m olisda qilinishi kerak. Suyuqlik ko‘pik va karbonat angidrid hosil bo‘ladi. Karbonat angidrid gazi bosimi natijasida ko‘pik otilib chiqadi va 8 m balandlikka ko‘tariladi, bu xarakter bir yarim minut davom etadi. Unda boshlangan olovni uchirish mumkin.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida umumiy ovqatlanish korxonalarini samaradorligini oshirishning mexanizmlarini tahlil qilish orqali ko'rsatiladigan xizmatlarni takomillashtirish borasidagi nazariy muammolarini tadqiq qilib quyidagi xulosalarga kelindi va takliflar ishlab chiqildi:

Ma'lumki, restoranlarda xorijiy turistlar va aholi ovqatlanishi servisi xizmatlarini ko'rsatishda yuqori saviyali, malakali xodimlar talab etiladi. Malakali xodimlarga xizmatning sifatli bo'lishini ta'minlay oladilar. Bunda ular keluvchi turistlarning millati, dini, madaniyati va ovqatlanishiga xos xususiyatlar to'g'risida yetarli darajada ma'lumotlarga ega bo'lishi talab etiladi. Bundan tashqari xodimlar ko'rsatilishi kerak bo'lgan xizmat turlari to'g'risida to'liq xabardor bo'lishi lozim. Xizmatning sifati va xodimlarning malakasi restoranning obro'si oshiradi, iqtisodiy samaradorligini ta'minlaydi, mamlakatning rivojlanganlik darajasini belgilaydi.

Xorijiy turistlar ovqatlanishini maxsus restoranlarda amalga oshirish turizm xizmatlari ko'rsatishni birmuncha cheklaydi. Shu sababli ham faoliyat yuritayotgan har bir restoran turistlarga xizmat ko'rsatish ko'nikmasiga, ularni ovqatlanishi va dam olishini tam'inlovchi bo'limlarga ega bo'lishi zarur. Bunda ularga quyidagi talablar qo'yiladi:

- restoranda xorijiy turistlar ovqatlanishi uchun alohida joy;
- xodimlarning malaka darajasi;
- xizmat ko'rsatish jarayonining sifati;
- sanitariya va gigiyena talablariga javob berish;
- taomlar sifati;
- xorijiy turistlar bilan bog'liq qonunchilikka qat'iy amal qilish va boshqalar.

Talabning yuqori qo'yilishi xizmatning sifatini ta'minlashga qaratilgan bo'ladi. Albatta, talablarga javob bera oladigan korxonalar faoliyati samarali bo'lishi aniq. Samarali faoliyat natijasida iqtisodiy ko'rsatkichlar ham ko'payadi.

“Sangizar” restorani bugungi kunda shaharda mavjud restoranlar ichida aholi orasida mashhur bo'lib, xorijiy turistlarni ovqatlantirish xizmatlari servisini ko'rsata oladi. Buning uchun ular yetarli darajada qulayliklarga ega. Restoran ma'muriyati vaqtida o'zgartirishlar kiritib turadilar. Mavsumiy yangiliklarga qat'iy amal qilinadi, har bir mavsum uchun taomnomalar alohida tuziladi, xorijiy turistlarga taqdim qilina

oladigan taomlar ham taomnomadan joy olgan. Xodimlarning malakasi ham yetarli darajada bo‘lib, xizmat ko‘rsatish qoidalariga qat’iy amal qiladilar.

Har bir xodim ishga kirgandan keyin ma’lum vaqt restoran malakali xodimlariga birlashtirilib, restoranning ish jarayoni va xizmat ko‘rsatish usullari, taomnomasi, bo‘limlarning joylashuvi kabi asosiy ma’lumotlarni oladilar. Qolgan ko‘nikmalar ish jarayonida mustahkamlanib boradi.

Samarqand shahridagi “Sangizar” restoranining keyingi 3 yillik iqtisodiy va texnologik ko‘rsatkichlari hamda bugungi kundagi xizmat ko‘rsatish madaniyatining holati o‘rganilib tanqidiy tahlil qilindi.

Yuqoridagi o‘rganilgan ma’lumotlar va bajarilgan tahlillarni hisobga olib, “Sangizar” restoranida ko‘rsatiladigan xizmatlarni takomillashtirish maqsadida quyidagi tavsiyalarni amalga oshirishni maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz.

- ❖ Restoranda ovqatlanuvchilar uchun shved stoli usulini tashkil etish;
- ❖ Restoranning kirish qismida Paynet va chanqoqbosdi ichimliklar sotiladigan savdo avtomatlarini o‘rnatish;
- ❖ Restoranning ishlab chiqarish sexlarida texnologik jihozlarni joylashtirishda texnologik operatsiyalar ketma-ketligiga qat’iy rioya qilish
- ❖ Restoranda xizmat ko‘rsatish jarayonini takomillashtirish maqsadida, ofitsiantlar bilan xizmat ko‘rsatish nuqtalari (bosh oshpaz, kassa, bufet va boshqalar) o‘rtasidagi aloqani kuchaytirish uchun “Traktir” yoki R-Keeper dasturini o‘rnatish;
- ❖ Buyurtmaga ko‘ra taomlarni olib borish xizmatini kengaytirish
- ❖ Taksi chaqirish xizmati
- ❖ Kiyimlarni kimyoviy tozalash xizmatlarini tashkil etish
- ❖ Wifi tizimini tashkil etish
- ❖ Bolalar maydonchasini tashkil etish
- ❖ Xodimlar malakasini tez-tez oshirib turish;
- ❖ Xorijiy turistlar uchun restoran joylashgan manzilni ko‘rsatib turuvchi dastur ishlab chiqish. Bunda Samarqand shahrining tarixiy va madaniy yodgorliklarini ham ko‘rsatib o‘tish zarur. Ular o‘sha paytda turgan joydan qanday qilib restoranga borish, atrofdagi yodgorliklarni joylashuvi, onlayn buyurtma berish kabi bo‘limlar bo‘lishi lozim;
- ❖ Restoranda xorijiy turistlarga milliy taomlarimizni tayyorlanish jarayoni bilan tanishtirishda master klasslar o‘tkazish va boshqalardir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

I. O‘zbekiston Respublikasi qonunlari

1. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. -T.: "O‘zbekiston", 2003.
2. “Turizm to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasining Qonuni. O‘zbekistonning yangi qonunlari.-T.: Adolat, 2000.

II. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmonlari va Qarorlari

1. “O‘zbekturizm” MKning tashkil topishi to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni // “Xalq so‘zi”, 1992 yil 27 iyul.
2. “Buyuk Ipak yo‘lini qayta tiklashda O‘zbekiston Respublikasining ishtirokini avj oldirish va respublikada Xalqaro turizmni rivojlantirish borasidagi chora –tadbirlar to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 1995 yil 2 iyundagi 1162 raqamli Farmoni. // “Xalq so‘zi”, 1995 yil 3 iyun.
3. 2018-yilda respublikani ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2019-yilgi iqtisodiy dasturning asosiy ustuvor vazifalari to‘g‘risida O‘zbekiston Respublikasi prezidentining ma‘ruzası. 2019 yil 18 yanvar.
4. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «Umumiy ovqatlanish tashkilotlarining faoliyatini yanada takomillashtirish va xodimlarining kasbiy darajasini oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi qarori. – Toshkent. 2012 yil 10 oktyabr, 289-son.
5. 2016 yil 26 fevralda o‘zbekiston Respublikasi vazirlar Maxkamasining “Xizmat sohasini 2016-2020 yillarga mo‘ljallangan rivojlantirish dasturi to‘g‘risida”gi 55-sonli qarori.
6. Respublikasi Prezidentining 2016-yil 2-dekabrda “O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta‘minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi farmoni.
7. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 6 fevraldagi "Kirish turizmini rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida"gi Qarori
8. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi “O‘zbekistonni yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni
9. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 3 fevraldagi “O‘zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratish bo‘yicha qo‘shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi 5326-sonli farmoni

III. Mamlakatimiz va xorijiy olimlarning adabiyotlari

1. Xudayshukurov T., Muhamadiyev N., Mo‘minov N., Shukurov I. Ovqatlanish mahsulotlarini ishlab chiqarish asoslari. Darslik. Toshkent, «Iqtisod-Moliya», 2010.
2. T. Xudayshukurov, I. Shukurov. Oqilona ovqatlanish asoslari. O‘quv qo‘llanma, 2009 .
3. D.Aslanova, T.Xudoyshukurov, N.Mo‘minov. Dunyo xalqlarining ovqatlanishiga xos xususiyatlari. Oliy o‘quv yurtlari uchun darslik. Iqtisod-moliya. Toshkent-2011
4. Mamatqulov X.M. Turizm infratuzilmasi. Ma’ruzalar kursi. Samarqand 2009
5. I.Erbo‘tayev. umumiy ovqatlanish madaniyati. O‘quv qo‘llanma. Bilim nashriyoti. Toshkent-2005-y
6. Tuxliev I.S., Haitboev R., Safarov B.sh., Tursunova G.R. Turizm asoslari. Darslik. T.: “Fan va texnologiya”, 2014.
7. M.A.Mirzayev, M.T.Aliyeva. Turizm asoslari. O‘quv qo‘llanma.–T.:Ozbekiston faylasuflari milliy jamiyati nashriyoti,2011
8. J.M.Qurbonov, A.Yu.Xudoyberdiyev, J.S.Fayziyev. Hayot faoliyati xavfsizligi. Leksional kursi, SamISI, 2010 y
9. J.M.Qurbonov. Mehmonxona xo‘jaligini tashkil etish. Samarqand, SamISI, 2011
- 10.X.M.Mamatqulov, A.B.Bektemirov, I.S.Tuxliyev, A.N.Norchayev. Xalqaro turizm..Darslik.–T.:Ozbekiston faylasuflari milliy jamiyati nashriyoti,2009
11. I.Ivatov. restoran menejmenti. O‘quv qo‘llanma. Toshkent 2007.

IV. Internet saytlari

1. <http://www.lex.uz>
2. <https://stat.uz>
3. <https://data.gov.uz>
4. <http://www.tourism.uz/>
5. [http://hotels.travel.ru/france/.](http://hotels.travel.ru/france/)
6. [http:// www. restaurant.ru](http://www.restaurant.ru)
7. travel.uz