

**КЫРГЫЗ РЕСПУБЛИКАСЫНЫН
БИЛИМ БЕРҮҮ ЖАНА ИЛИМ МИНИСТРЛИГИ
К. КАРАСАЕВ АТЫНДАГЫ БИШКЕК МАМЛЕКЕТТИК
УНИВЕРСИТЕТИ**

Диссертациялык кеңеш Д 08. 24. 697

Кол жазма укугунда
УДК 338. 486 (575. 2)(043. 3)

Асанова Кымбат Туратбековна

**БИШКЕК ШААРЫНДАГЫ МЕЙМАНКАНА БИЗНЕСИН
БАШКАРУУНУ ЖАКШЫРТУУ**

08. 00. 05 – тармактык экономика

Экономика илимдеринин кандидаты окумуштуулук
даражасын изденип алуу үчүн жазылган

ДИССЕРТАЦИЯ

Илимий жетекчиси:
экономика илимдеринин доктору
профессор Атышов К. А.

Бишкек-2024

МАЗМУНУ

МАЗМУНУ	2
КИРИШҮҮ	4
Биринчи бап. МЕЙМАНКАНА БИЗНЕСИН БАШКАРУУНУН ТЕОРИЯЛЫК - МЕТОДИКАЛЫК НЕГИЗДЕРИ	10
1.1. Мейманканаларды башкаруунун илимий-теориялык негиздери.....	10
1.2. Мейманканаларды башкаруунун методдору.....	20
1.3. Мейманканаларды башкаруунун эл аралык тажрыйбасы.....	29
Экинчи бап. БИШКЕК ШААРЫНЫН МЕЙМАНКАНА БИЗНЕСИН ӨНҮКТҮРҮҮНҮН АБАЛЫ	45
2. 1. Мейманканалардын өнүгүү тенденциясы.....	45
2. 2. Мейманканаларды тейлөөнү башкаруунун абалы.....	62
2. 3. Мейманканаларда улуттук баалуулуктардын өнүгүшү.....	75
Үчүнчү бап. БИШКЕК ШААРЫНЫН МЕЙМАНКАНА БИЗНЕСИН ӨНҮКТҮРҮҮНҮ БАШКАРУУНУН БАГЫТТАРЫ	89
3. 1. Мейманкана бизнесин өнүктүрүүнүн келечеги.....	89
3. 2. Мейманкана бизнесин башкарууну жакшыртуунун жолдору.....	98
3. 3. Мейманкана бизнесинин “Байтик” иштиктүү долбоору.....	113
КОРУТУНДУ	134
ПРАКТИКАЛЫК СУНУШТАР	137
ТИРКЕМЕЛЕР	138
КОЛДОНУЛГАН БУЛАКТАР	151

КЫСКАРТУУЛАР

ДТУ - Дүйнөлүк Туризм Уюму (UNWTO)

ЖАО - Жабык Акционердик Коом

ИДП (ВВП) ички дүң продукциясы

КМС - Кыргыз мамлекеттик стандарт

ЭСУ Эл аралык стандартизация уюму (ISO- International Organization for Standardization)

ASEAN (Association of Southeast Asian Nations) Түштүк-Чыгыш Азия мамлекеттеринин Ассоциациясы

ECOWAS (Economic Community of West African States) – Батыш Африка мамлекеттеринин экономикалык коомчулугу

HOTREC (Hotels, Restaurants and Cafés in Europe) – Европанын мейманкана, ресторан жана кафе Ассоциациясы

WTTC Бүткүл дүйнөлүк саякат жана туризм кеңеши

КИРИШҮҮ

Изилдөө темасынын актуалдуулугу.

Туризм индустриясы учурда дүйнөлүк экономиканын эң тез өнүккөн секторлорунун катарында орун алып, дүйнөлүк экономиканын 10,4% түзсө, жер шарынын ар бир он кишинин бири бул индустрияда эмгектенет. Туризмден 2019-жылы түшкөн киреше дүйнөлүк масштабда 1,5 триллион АКШ долларын түзүп, пандемиядан кийин тез эле 1,0 триллиондон ашты. Дүйнөлүк туризм жана саякат кенешинин (WTTC) божомолдоосуна жараша 2033-ж туризм тамагынын ИДПга салымы он беш (15) триллион АКШ долларына чыгаары күтүлүп (11,6%), жер жүзү боюнча 430 миллион жумуш ордун жаратып, эмгекке жарамдуу болгон калктын 12% иш орду менен камсыз кылат [152].

Дүйнөлүк экспорттун көлөмү боюнча туризм тармагы автоунаа менен тамак-аш өндүрүшүн артта калтырып, химия менен күйүүчү май категориясынан кийинки 3- орунду ээлейт. Ал эми, XXI кылымдын эң ири телекоммуникация жана информация кызмат секторлорунан кийинки орунда көп жылдар бою болгон туризм, учурда алдыңкы орунду ээлөөдө.

Туризмдин негизги түзүүчүсү болгон мейманкана бизнеси туризмден түшкөн кирешенин 68% жана туризм тармагындагы бардык жумуш орундарынын 65% түзүп, ар бир турист саякаттоо бюджетинен убактысынын 1/3 түнөк жерине жумшагандыгы Дүйнөлүк туризм уюму тарабынан баса белгиленет. Жылына 2 миллионго жакын чет элдик туристтерди тартуу, о. э. 400-500 миллион АКШ долларга чейин киреше табуу мүмкүнчүлүгү Кыргыз Республикасынын өнүктүрүү стратегиясында чагылдырылса, Низамиев А. Г. өлкөнүн туризм потенциалы 4 миллиондон кем эмес [74, 96-б.] болгондугун эсептеп чыккан. Ушундан улам мейманкана бизнеси жалгыз гана туризм экономикасынын алдыңкы ролунда болбостон, саякаттан канааттануу, дестинациянын жагымдуулугу жана жайлуулугу сыяктуу факторлору менен

туризм психологиясын калыптандырууда дагы маанилүү ролду ойногондугу үчүн бул жаатта жасалган илимий изилдөөлөр талдалды.

Мисалы, мейманкананы башкаруу жаатындагы илимий эмгектердин саны Россиянын “Диссертациялар менен авторефераттардын илимий электрондук китепканасында” эки миңден ашат. Андан сырткары, Google Scholar’да 3 миллиондон, OATD - Open Access Theses and Dissertations’да 20 миңден жана Түркия Улуттук диссертация борборунда (tez. yok) 4000 ашуун илимий-изилдөөлөр жарыяланган. Ошондой эле Web of Science, EBSCO, AGORA, HINARI, JSTOR, ProQuest, Wiley Online Library, Ayeum, EduFunding Index, EduPrograms Index, Taylor and Francis Journals Online, Sage Journals, E-Duke Journals Scholarly Collection, OpenEdition, Edward Elgar Publishing сыяктуу электрондук маалымат базаларында дагы көптөгөн илимий эмгектерди табуу мүмкүн.

Мейманканаларды уюштуруу жана башкаруунун түрдүү аспектилерин чет элдик окумуштуулар Akgöz, E. (2018), Erdem, B. (2015), Taufun, A. (2020), Kızanlıklı, M. (2023), Kozak, N. (2002), Olalı, H. (1993), Агеенко Д. Е. (2011), Кабушкин, Н. И. (2001), Колотилин Ю. Ю. (2006), Перельман М. А. (2003), Кононова И. В. (2012), Кобяк М. В. (2013), Доброжанская Е. Б. (2011), Гусейнова Л. Ш. (2008) ж. б. эмгектеринде чагылдырылган. Кыргызстандын туризми жана мейманкана бизнеси жаатында Атышов К. А. (2024), Бекбоева М. А. (2015), Джумалиева Г. М. (2019), Дудашвили С. Д. (2001), Чубурова Ж. Т. (2020), Чонтоев Д. Т. (2013), Низамиев А. Г. (2005), Расулова Н. К. (2013), Султанов Ж. М. (2021), Турдумамбетов Б. (2017), Маргазиева Н. К. (2008), Жениш Н. (2017) ж. б. илимий эмгектери болгондугуна карабастан мейманканаларды башкаруу боюнча илимий эмгектердин саны абдан аз болгондугун белгилей кетүү зарыл. Ал эми Бишкек шаары боюнча мейманкана бизнесин башкаруу, башкаруу процессин жакшыртуу жана натыйжалуулугун жогорулатуу жаатында буга чейин эч бир изилдөө жүргүзүлбөгөндүгү бул диссертациялык теманын тандалышына негиз түздү.

Бишкек шаары барган сайын өзгөрүп, калкы менен келген зыяратчылардын саны жылдан жылга көбөйүүдө. Учурда Кыргызстанга алыскы чет мамлекеттерден келгендердин 82,8%, КМШ өлкөлөрүнөн келген туристтердин 78,5% Бишкекте жайгаштырылгандыгы борбор шаардын өлкө масштабында өзгөчө орунга ээ болгонун көрсөтүп, ишмердүүлүгүн жүргүзгөн мейманкана бизнесинин натыйжалуулугун жогорулатуу, уюштурулушу менен башкаруусун жакшыртуу маселелери актуалдуу болуп саналат.

Диссертациянын темасынын ири илимий жана мамлекеттик программалар менен байланышы. Диссертациялык иш “2018-2040-жылдары Кыргыз Республикасын өнүктүрүүнүн улуттук стратегиясы”, “Кыргыз Республикасынын 2026-жылга чейин улуттук өнүктүрүү программасы”, “2035-жылга чейинки мезгилде Кыргыз Республикасынын экономикасын өнүктүрүүнүн инновациялык модернизациялоо концепциясы”, 2021-2025 ж. Кышкы туризмди туруктуу өнүктүрүү (Helvetas), Борбор Азиядагы «SWITCH Asia» программасынын алкагында 2020-2024 "Кыргызстандын туристтик тармагында электр кубаты жана ресурстардын натыйжалуулугун илгерилетүү" (ПЭРЭТО / PERETO) долбоору менен тыгыз байланышкан.

Изилдөөнүн максаты жана милдеттери. Бишкектин мейманкана рыногун өнүктүрүү, алардын натыйжалуулугун жогорулатуу, башкаруу процесстерин жөнгө салуу жана келечектүү багыттарын экономикалык нукта негиздүү иштеп чыгуу менен теориялык-методикалык жактан, о. э. практикалык сунуштарды даярдоо. Максатка жетүү үчүн илимий иште төмөнкүдөй милдеттер коюлган:

1. Туризм индустриясынын мейманкана секторундагы өнүгүүнүн илимий-теориялык негиздерин изилдөө;
2. Мейманкана секторунун өнүгүү тенденциясын аныктоо;
3. Мейманканаларда туристтердин калуу мөөнөтүн узартууга көмөк көрсөтүүнү иштеп чыгуу;
4. Мейманканаларды башкарууну жакшыртуунун моделин түзүү;

5. Мейманканалардын ишин уюштуруу жана башкаруунун универсалдуу моделин иштеп чыгуу;

6. Мейманкана секторунун алкагында иштиктүү бизнес-долбоорун сунуштоо.

Диссертациялык изилдөөнүн илимий жаңылыгы:

- мейманкана секторунун илимий-теориялык негизи иликтенди;
- Бишкек шаарынын мейманкана секторун учурдагы абалы талданды;
- мейманканаларда коноктоо мөөнөтүн узартуу боюнча жүргүзүлгөн изилдөө иштеринин жыйынтыгында сунуштар киргизилди;
- жергиликтүү калкты туризм жаатында иш алып баруусуна шыктандыруу үчүн учурда дүйнөдөгү тез өнүгүп жаткан мейманкана бизнесинин 3 түрүн камтыган бизнес долбоордун эсептөөлөрү жүргүзүлдү;
- мейманканалардын ишин уюштуруу жана башкаруунун модели даярдалды;
- мейманканалардын алкагында иштиктүү бизнес долбоору даярдалды.

Алынган натыйжалардын практикалык баалуулугу. Диссертациялык изилдөөнүн негизги корутундулары жана сунуштары мамлекеттик бийликтин мыйзам чыгаруучу жана аткаруучу органдары туризм саясатын жана региондук программаларын иштеп чыгууда, Бишкек шаарынын мейманкана секторун өнүктүрүү жана атаандаштык дараметин кубаттоого багытталган программалар менен концепцияларды калыптандырууда, ишке ашырылышы пландалган бизнес долбоорлордо, жергиликтүү жана чет элдик инвестицияларды тартууда пайдаланышы ыктымал.

Диссертациялык изилдөөнүн натыйжалары менен материалдары “Хаускипинг: башкаруу жана уюштуруу” окуу китебин, “Кыргызстандагы мейманкана ишканаларын жиктөө модели” менен “Кыргызстандагы мейманканалардын эко сертификация модели” монографияларын жазууда, о. э. КТМУ Туризм факультетинин “Мейманканаларда кризисти башкаруу”, “Мейманкана ишмердүүлүгүн уюштуруу”, “Меймандостук индустриясында анимация кызматтарын уюштуруу жана башкаруу”, “Мейманкана ишмердүүлүгүнүн технологиясы” дисциплиналарын өтүүдө колдонулууда.

Андан тышкары, “Мейманканаларды башкаруу”, “Меймандостук индустрия маркетинги”, “Туруктуу туризм”, “Рекреация”, “Коомчулукка негизделген туризм” дисциплиналарынын лекцияларын даярдоодо, о. э. ишмердүүлүгүн жүргүзүп жаткан мейманканалардын натыйжалуулугун жогорулатууда жана жаңы өндүрүм иштеп чыгууда колдонууга болот.

Алынган жыйынтыктардын экономикалык мааниси. Диссертациялык иштин жыйынтыктары мейманкана индустриясынын өнүгүшүнө оң таасирин тийгизип, туристтик өндүрүмдүн дифференциациялоосу менен диверсификациялоосуна салым кошот. Ошондой эле, иштеп жаткан мейманкана комплекстеринин натыйжалуулугун жогорулатууда, социалдык-экономикалык маселелердин натыйжалуу чечилишине жана экологиялык жактан аң сезимдин өсүшүнө да оң таасирин тийгизип, экономикалык маанисин арттырат.

Диссертацияны коргоого коюлуучу негизги жоболору.

- татаалдыгы жана түрдүүлүгү жагынан айырмаланган мейманканаларды башкаруу процесси такталып, илимий жактан системага салынды;
- Бишкек шаарынын мейманкана секторун өнүктүрүүнүн божомолу даярдалып, анын приоритеттүү багыттары аныкталды жана келген туристтердин мөөнөтүн арттыруунун мүмкүнчүлүгү иштелип чыкты;
- божомолдун негизинде Бишкек шаарынын мейманкана секторун өнүктүрүү боюнча бизнес модель жана мейманкана ишканаларынын натыйжалуулугун жогорулатуу максатында “тең салмактуулук чамгарагы” аттуу усулу иштелип чыкты;
- коноктордун мейманканада коноктоо мөөнөтүн узартуу үчүн аймактагы туристтик ресурстар иликтенип, жаңы туристтик өндүрүмдөр сунушталды;

Издөнүүчүнүн жеке салымы. “Хаускипинг: башкаруу жана уюштуруу” окуу китебинин автору, “Кыргызстанда иштеген жайгаштыруу каражаттарынын өзгөчөлүктөрүн изилдөө жана классификация стандарттарын иштеп чыгуу” долбоорунун изилдөөчүсү, «Кыргызстандагы мейманканалардын эко сертификация модели” илимий изилдөө долбоорлорунун изилдөөчүсү,

“Ресторан ишин башкаруу” окуу китебинин бөлүмүнүн автору. Бишкек шаарынын мейманкана секторун өнүктүрүү боюнча бизнес моделдин жана мейманкана бизнесинин натыйжалуулугун жогорулатуу үчүн “Тең салмактуулук чамгарагы” методунун автору.

Изилдөөнүн жыйынтыктарын апробациялоо. Автордун диссертациялык ишинин изилдөөсүнөн алынган жыйынтыгы төмөнкүдөй эл аралык, республикалык конференция менен симпозиумдарда баяндоо жасалган: I Эл аралык түрк дүйнөсүнүн симпозиумунда (Турция, 2015); “Континенттер арасы туризмди башкаруу” MTCOON’20 эл аралык конференциясы (Турция, 2020); 24 - Эл аралык түрк кооперативдер конгресси (Кипр, 2022); “Экономикалык реалдуулуктун жаңы чакырыктары” конференциясында (Бишкек, 2023); “Түрк элдеринин салттуу спорт оюндарынын XII эл аралык симпозиумунда” (Бишкек, 2023) баяндалып талкууланды. Андан сырткары, Бишкек шаарынын 32 мейманканасында бул илимий иште иштелип чыккан “Тең салмактуулук чамгарагы” методу апробациядан өткөрүлүп, ишкананын жетекчилигине тийиштүү сунуштар берилген.

Диссертациянын жыйынтыктарынын басылмаларда чагылдырылышынын толуктугу. Диссертациянын негизги жоболору боюнча 7 макалада илимий изилдөөнүн негизги жоболору, натыйжалары жана мазмуну ачылып көрсөтүлдү.

Диссертациянын түзүмү жана көлөмү. Диссертациялык иш кириш сөздү, үч бөлүмдү, корутундуну, практикалык сунушту, пайдаланган адабияттардын тизмесин жана тиркемелерди камтып, 185 беттен, 29 таблицадан, 17 сүрөттөн, 195 библиографиялык тизмеден, 13 тиркемеден турат.

Биринчи бап. МЕЙМАНКАНА БИЗНЕСИН БАШКАРУУНУН ТЕОРИЯЛЫК - МЕТОДИКАЛЫК НЕГИЗДЕРИ

1.1. Мейманканаларды башкаруунун илимий-теориялык негиздери

“Түтүнсүз өндүрүш” аты менен таанылган туризм индустриясы экономиканын күчтүү секторлору катарына кирип [6], туризмден 2019-жылы түшкөн киреше дүйнөлүк масштабда 1466,5 триллион АКШ долларын түзгөн, ал эми 2020-жылы болуп өткөн пандемияда 549,8 миллион долларга чейин түшүп, кайра эле 2022-жылы 1,011. 5 триллионго чыккан [159].

Туризм сектору узак жылдар бою тамырлап, түрдүү багыттарда өнүгүп-өсүп, учурда дүйнөлүк экономиканын эң бат өнүккөн секторлорунун катарында орун алат. ДТУнун маалыматына жараша, туризм тармагы дүйнөлүк экспорттун көлөмү боюнча үчүнчү орунда, б. а. химия менен күйүүчү май категориясынан кийинки орунду ээлеп, автоунаа менен тамак-аш өндүрүшүнөн да озуп, алдыга чыккан [158, 8-б.]. Ал эми, ХХI кылымдын эң ири телекоммуникация жана информация кызмат секторлорунан кийинки үчүнчү орунду ээлеп келген туризм [179, 328-б.] учурда алдыңкы орунга чыгып [117, 81-б.] саякатка чыккан адамдардын бүт муктаждыктарын канааттандыруучу бүтүндүккө ээ [143, 70-б.].

Е. Ю. Драгныштын айтымына жараша, дүйнө туризминин өнүгүүсү айрым өлкөлөрдүн же региондордун социалдык-экономикалык өсүшүнөн көз каранды. Жер жүзүнүн эң өнүккөн региону Батыш Европа саналып, бул региондо жайгашкан өлкөлөр дүйнөлүк туризм рыногунун 70% жана туризмден келген валюта кирешелеринин 60% ээ [31, 96-б.]. Ал эми экономикасы өнүккөн өлкөлөрдүн ички туристтик рыногу мамлекеттик бюджетке 30%дан 50%га чейин киреше алып келерин эл аралык тажрыйба көрсөтүүдө [37, 16-б.].

Бириккен Улуттар Уюму 2030-жылы өнүгүп келе жаткан өлкөлөргө 1млрд’дан ашуун турист келээри күтүлгөнүн жана эл аралык туристтердин саны 1,8 миллиардга чыгарын божомолдоодо [193]. Ал эми Бүткүл дүйнөлүк саякат

жана туризм кеңешинин эсептерине карата дүйнөлүк туризм тармагынын көлөмү 2019-жылга салыштырмалуу 50% өсүп, 15,5 триллион АКШ доллар кирешеси менен дүйнөлүк экономиканын 116% ээ болоору божомолдонууда [30].

2018-жылы туризм ар бир күнү дүйнө экономикасына 5 миллиардка жакын АКШ долларын генерациялап, 1,7 триллион кирешеси менен дүйнөлүк экспорттун 7% түзсө [158, 8-б.], 2019- жылы, тактап айтканда Ковид-19 пандемиясына чейин, туризм сектору 10 триллион АКШ доллар кирешеси менен дүйнөлүк экономиканын ички дүң продукциясынын (ВВП) 10. 4% түзгөнүн Бүткүл дүйнөлүк саякат жана туризм кеңеши (WTTC) билдирген [195]. Пандемиядан өтө оор даражада жабыркаган туризм сектору 2022- жылы дүйнөлүк экономиканын ички дүң продукциясынын 7,6% түзүп, 2021-жылга караганда 22% көбөйүп, пандемияга чейинки көрсөткүчтөрдөн болгону 23% гана төмөн болгон. Андан сырткары 2014-2019 жылдары жаралган ар бир беш жаңы иш орундун бирөөсү (1/5) туризм секторуна түздөн түз же кыйыр түрдө таандык болуп, 334 миллион иш орду менен дүйнөлүк иш орундарынын 10,3% ээ болгон.

Заманбап туризм калкты жумуш, социалдык жетиштүүлүк жана жогорку деңгээлдеги жашоо деңгээли менен камсыз кылган, татаал, көп кирешелүү жана дүйнөлүк экономикадагы тез өнүккөн сегменттердин бири. Дүйнөлүк Туризм Уюмунун пандемияга чейинки билдирүүсүндө туризм индустриясы дүйнөлүк экономиканын 10,4% түзгөндүгү жана жер шарынын ар бир он кишинин бири бул индустрияда эмгектенери белгиленген инфографиканы 1. 1-сүрөттөн көрүүгө болот.

Туризм тармагы заманбап дүйнөдө экономиканын өтө тездик менен өнүккөн тармагы катары таанылат. Дүйнөлүк банк институтунун эксперттеринин айтымында сатуу көлөмү боюнча туризм бүгүнкү күндө машина куруу секторунан кийинки эле экинчи орунду ээлөөдө, ал эми, кызмат көрсөтүү секторунда алдыңкы орунду эч кимге бербей келет [114, 81-б.].

Туризм келечекте өлкөбүздүн экономикасынын эң негизги киреше тармагына айланышына негиз бар. Учурда туризм тармагында сезондо гана

иштебестен, жыл бою иштеп, үй-бүлөсүн баккан жарандардын саны жылдан жылга көбөйүүдө [183].

Туризм секторунун потенциалы кең болгон, бирок, экономикалык жактан күчтүүлөрдүн арасына кирбеген өлкөлөр үчүн туризм сектору абдан чоң мааниге ээ болгону анык, анткени, туризм улуттук кирешеге гана салымын кошпостон, өлкөгө кирген валютанын артышына жана жаңы иш орундардын түзүлүшүнө да салымын кошуп, өлкө экономикасына жалпысынан оң таасирин тийгизет [175, 213-б.]. Туризм секторунун негизги түзүүчүсү болуп саналган мейманкана бизнеси тармака таандык болгон жумуш орундарынын 65% жана түшкөн кирешенин 68% ээ [76, 12-б] болуп, жалгыз гана туризм экономикасынын алдыңкы ролунда болбостон, саякаттан канааттануу, дестинациянын жагымдуулугу жана жайлуулугу сыяктуу аспектилери менен туризм психологиясын калыптандырууда дагы мааниге ээ [126, 249-б.].

Учурда туризм тармагы өнүккөн өлкөлөр, туризмден түшкөн кирешелери менен таймашка кирген учуру, ал эми туризмден түшкөн кирешенин олуттуу пайызы мейманкана секторуна таандык экени талашсыз. Мейманкана сектору туризм жана меймандостук индустриясынын эң чоң комплекстүү элементи болгонунан улам аны экономиканын өзүнчө бир тармагы катары каралуусу [91, 131-б.] да маал маалы менен сунушталат.

Адамга адам кызмат кылган сектордо эң эле орчундуу маселе болуп – кадр маселеси саналат. Ушундан улам туризмдин өнүгүүсүнө маани берген өлкөлөрдө адистештирилген жогорку жана кесиптик окуу жайларынын саны арбын болуусу тийиш. Учурда Кыргыз Республикасынын булуң бурчунда массалык түрдө мейманкана кызматтарын сунуштаган ишканалар курулуп, улуттук туризм, анын ичинде мейманкана индустриясынын өнүгүүсү үчүн сапаттуу кадрларды даярдоо маселеси орчундуу турат [35]. Себеби Кыргызстандын мейманкана бизнесинде, өзгөчө туризми өнүгүп жаткан аймактарда, туризм багытында жогорку билим алган персоналдын саны өтө аз [149, 261-б.] болгондугу өкүндүрөт. Туризм багытында окутуулар персоналдын

чыгармачылыгын өстүрүп, жаңылыкка ачык болууга шыктандырат. Андан тышкары туризмдеги тенденциялар менен технологияларды жакындан үйрөнгөн персонал жаңы туристтик өндүрүм жаратып, кардарларынын канааттануу деңгээлине оң таасир тийгизиши ыктымал [136, 374-б.].

Кыргызстандын туризм жана меймандостук жаатында билим берген 15 жогорку окуу жайларында 600200 “Туризм”, 580200 “Менеджмент”, 600300 “Мейманкана иши”, 600100 “Сервис”(Ресторан иши), 532100 «Рекреация жана спорттук-ден соолукту чыңдоочу туризм» сыяктуу багыттарда кадрлар даярдалат. Андан сырткары жалпы республика боюнча туризм тармагы үчүн эки орто кесиптик жана 21 кесиптик лицей кадрларды даярдоо менен алектенет [86, 88].

Кыргызстанга келген туристтердин көбү дүйнөнүн түрдүү мамлекеттеринен келгендигинен улам, туризм индустриясында иштеген кадрлардын чет тилдери мыкты деңгелде болуусу [27] жана түрдүү маданияттын өкүлдөрү менен оңой тил табыша билүүсү маанилүү [144, 10-б.]. Ошондой эле иштеп жаткан мейманкана, ресторан, туристтик агенттиктер менен туроператорлор сыяктуу туризм ишканаларынын персоналына иш жеринде квалификациясын жогорулатуу үчүн окутууларду өткөрүү зарылчылыгы ар дайым актуалдуу [35, 37-б.] деп кыргыз окумуштуулары баса белгилешет.

Дүйнөлүк экономика үчүн туризм тармагынын мааниси зор болгонунан улам туризм, анын ичинен меймандостук жана мейманкана башкаруу багытында илимий изилдөөлөр менен окуу китептери сыяктуу окуу материалдары арбын кездешет. Бул илимий иш алкагында дүйнөдөгү мейманкана комплекстерин өнүктүрүү көйгөйлөрүнө арналган теориялык-практикалык мүнөздөгү эмгектер дагы каралып чыккан.

Туризмдеги, анын ичинде, мейман күтүү чөйрөсүндөгү башкаруу маселелери боюнча маанилүү окуу китептери менен окуу куралдарын колдонууга киргизген окумуштуулардын иштеринде чагылдырылган маселелер көп түрдүү болгону аныкталган. Алар, мейманкана чөйрөсүн уюштуруу;

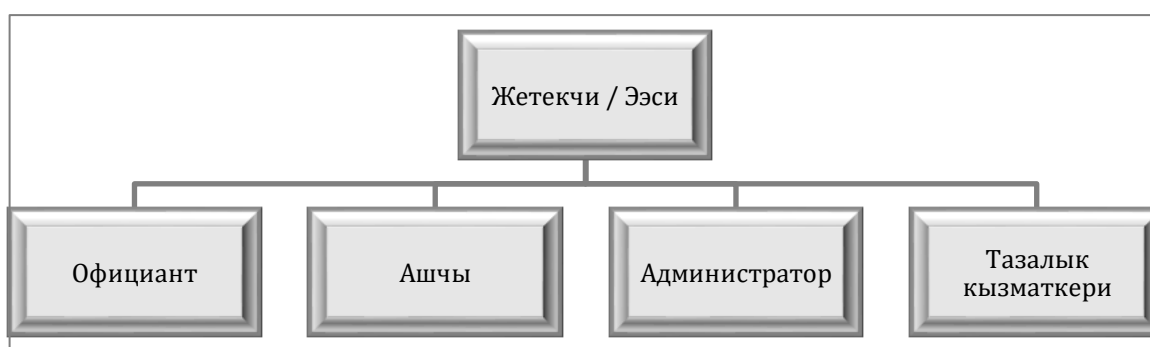
тейлөөнү башкаруу; мейманкана ишканасын башкаруу; туризм тармагында сапат менеджменти; меймандостук жана туризм индустриясын башкаруу; мейманкана комплексин жогорку стандарттык деңгээлде башкаруу, майнаптуу башкаруунун теориясы жана практикасы; анимациялык кызматтарды башкаруу; мейманкана ишканасынын ресурстук агымдарын башкаруу; мейманкана бизнесиндеги персоналды башкаруу; социалдык-маданий сервистеги жана туризмдеги башкаруу; мейманкана бизнесиндеги антикризистик башкаруу; мейманкана бизнесиндеги башкарууну жана өнүгүү детерминанттарын жөндөө; мейманкана кызмат көрсөтүүлөрү чөйрөсүндөгү менеджмент тутумундагы сарптоолорду башкаруу; мейманканадагы сапатты башкаруу; мейманкана комплексинин жана уюмдарынын ишканаларынын ишмердүүлүгүнүн сапат менеджменти; туристтик бизнестеги тобокелдиктерди башкаруу; меймандостук индустриясындагы билимдерди башкаруу; туризмдеги операциондук менеджмент; ресторандык-мейманканалык бизнести инновациялык башкаруу; меймандостук объектилеринин атаандаштыкка жөндөмдүүлүгүн башкаруу; региондогу туризмдин өнүгүүсүн башкаруу; туризмдеги башкаруунун маалыматтык технологиялары; мейманкана комплекстеринин экономикасы; стратегия менеджменти; ишкердиктин жана мейманкана индустриясынын өнүгүү көйгөйлөрү; мейман күтүү менен туризмдеги маркетинг; кызмат көрсөтүүлөр маркетинги; мейманкана ишмердүүлүгүнүн технологиясы; уюмдун менеджментинин майнаптуулугу; жаңы миң жылдыктагы мейманкана бизнесинин алтын стандарты; эл аралык атаандаштык жана артыкчылык; атаандаштыктын стратегиясы; меймандостукка киришүү; меймандостукту башкаруу сыяктуу олуттуу жана маанилүү маселелерди камтыйт.

Жогорудагы кыскача экскурстан көрүнүп тургандай туризм, анын ичинде мейманканаларды башкаруу жаатында көптөгөн социалдык-маданий-экономикалык көйгөйлөр илимий жактан талкууга алынып, изилдөөлөр жүргүзүлгөн. Демек, заманбап мейманкана ишмердүүлүгүн башкаруу ары татаал, ары кеңири масштабдуу [66, 202-б.], ошол эле учурда изденүүнү, көп

күч-аракет менен талыкпай эмгектенүүнү талап кылары талашсыз. Ушундан улам бул тармакта негиздүү илимий изилдөөлөр жүргүзүлө турган көйгөйлөр арбын десек жаңылышпайбыз.

Айрым эмгектерде козголгон маселелерди сыпаттай кетсек: мисалы, Н. И. Кабушкин жана Г. А. Бондаренко “Менеджмент гостиниц и ресторанов” аттуу монографиясында мейманканалардын уюштуруучулук-башкаруучулук түзүмдөрдүн үч тибин белгилейт: сызыктуу; функционалдуу; сызыктуу-функционалдуу [40, 30-б.].

Мейманканадагы сызыктуу башкаруу, башка ишканалардагыдай эле, башкаруунун эң жөнөкөй формасы болуп эсептелинет (1. 2-сүрөт). Сызыктуу башкаруунун артыкчылыктары болуп буйруктардын тактыгы менен биримдиги, аткаруучулардын кыймыл-аракеттеринин ырааттуулугу, жөнөкөй башкаруу системасы (жалгыз байланыш каналы), жоопкерчилик чектеринин тактыгы, чечимдердин оперативдүү кабыл алынышы жана алынган жыйынтыктар үчүн жетекчи толугу менен жооп бериши саналат. Ал эми аталган сызыктуу башкаруунун кемчиликтери - чечимдерди даярдоодо жана пландоодо атайын бөлүмдөрдүн жоктугу, жетекчи-аткаруучу арасында ашыкча карым-катнаштын түзүлүшү жана бийликтин бир гана жерде топтолушу деп белгиленет [34].

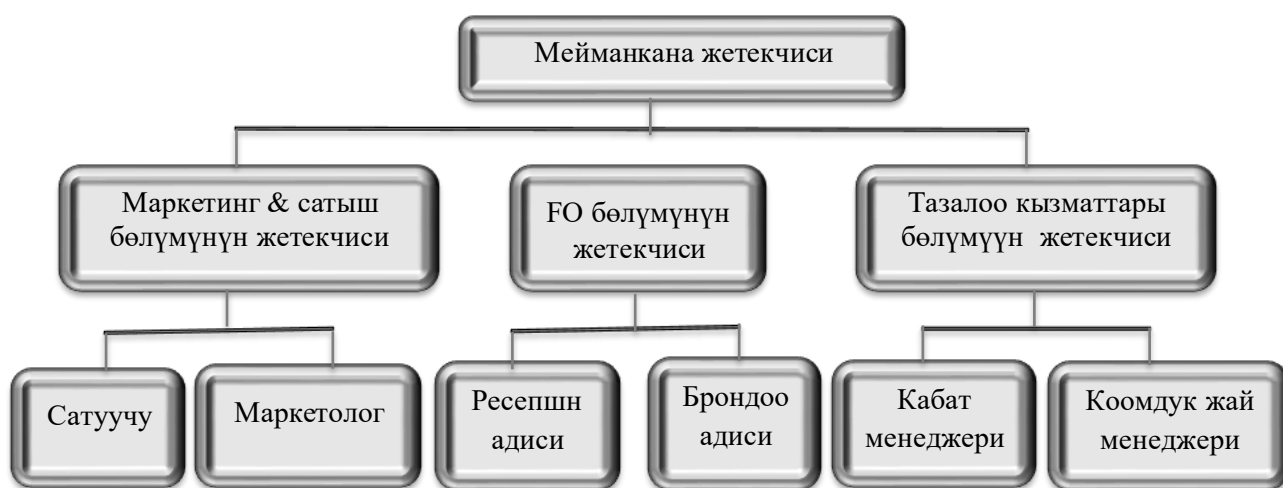


1. 2-сүрөт. Сызыктуу мейманкананын уюштуруу түзүмү

Булак: автор тарабынан түзүлдү

Мындай башкаруу формасы көп учурда чакан мейманканалар тарабынан тандалганынын себеби анын жөнөкөйлүгү. Мисалы жетекчи же ишкана ээси эч бир ортомчу жок эле ишчиге буюртма берип, өзү жасалган ишти текшерип кабыл алат. Андан тышкары мындай уюштуруу түзүмүндө ар бир иштеген кишинин аткарган функциялары көп, мисалы тазалоо кызматкери бөлмөлөрдүн гана тазалыгынан жооптуу болбостон, топтолгон кирди жууп, кургатып үтүктөйт, андан сырткары кээде тигүүчү да боло алат. Ашчы тамакты даярдоо үчүн керек болгон азыктарды сатып алуу, аларды учеттоп отчет берүү, ал тургай ашкананын тазалыгынан да жоопкерчиликтүү болушу мүмкүн. Администратор салттуу конокторду тосуп алууда жасалган иштерден сырткары маркетингден жана иш-чара уюштуруучусунун иштерин аткаrsa, официант өзүнүн түз милдеттерине кошумча жүк катары идиштин жана тамактануу жайынын тазалыгын жооптуу болот.

Учурда орто жана чоң мейманканалар *функционалдык башкаруу* формасынын тандоодо. Мындай башкарууда иштер адистешкен бөлүмдөр тарабынан, мисалы, маркетинг, каттоо жана жайгаштыруу, мерчемдөө (пандоо) же тазалоо бөлүмү сыяктуу [34; 40], аткарган функцияларына жараша түзүлгөн бөлүмдөр тарабынан жүзөгө ашырылат. Төмөндөгү 1. 3 - сүрөттө функционалдык башкаруу системасынын уюштуруу түзүмү чагылдырылган.



1. 3-сүрөт. Мейманкананын функционалдык башкаруу түзүмү

Булак: автор тарабынан түзүлдү

Мындай уюштуруу формасында бөлүмдүн жетекчиси бөлүмгө жүктөлгөн функциянын аткарылышынан мейманкананын жетекчисинин алдында жооптуу. Бул уюштуруу түзүмүнүн негизги артыкчылыгы көп функционалдуу адистердин ордуна бир гана багытта адистешкен кызматкердин ишке алынышы, б. а. аткарган иштин натыйжалуулугунун жогору болушу деп билинет. Ал эми мындай башкаруу системасынын кемчиликтеринин катарында бөлүмдөр арасында тыгыз байланыштын жоктугу, ар бир бөлүм өзүнүн гана иши менен алектенип, натыйжалуулугун жогорулатууга ашыкча кызыкдар болгондугу, чечимдердин кабыл алуу мөөнөтүнүн узаканы, о. э. өзгөрүүлөргө жай жана оор болгону [34] жатат.

Сызыктуу-функционалдык башкаруу системасында функционалдуу башкаруудагыдай эле бөлүмдөр түзүлүп, чечимдерди кабыл алуу жана пландоо иштери үчүн кеңешчилер тобу же даанышмандык ролун аткарган, ошондой эле мейманкананын жетекчисинин кээ бир текшерүүчү функцияларын өзүнө алган жардамчылар кошулат. Төмөндөгү 1.4-сүрөттө көрүнүп тургандай мейманкана



1.4-сүрөт. Мейманкананын сызыктуу-функционалдык башкаруу түзүмү.

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

жетекчисинин жардамчысы катарында Стратегиялык өнүгүү директору менен Бөлмөлөр фонду директору кошулган.

Бул башкаруу формасы заманбап ири мейманканаларда популярдуу болуп, бир топ артыкчылыктарынын катарында жетекчилердин жоопкерчилик чектеринин бүдөмүк болгону, алынган чечимдердин жыйынтыгы үчүн жетекчи өзү толук жооп бербегендиги жана горизонталдуу байланыштардын начарлашы негизги кемчиликтери катары билинет [40; 41].

Жогоруда берилген үч түр уюштуруу түзүмү классикалык башкаруу теориясынын негизи болгону менен ишканалардын өзгөчөлүктөрүнө жараша бул схемалар өзгөрүп, дүйнөдө бири бирине 100% окшош болгон уюштуруу түзүмүн табуу өтө эле оор маселе болгонун баса белгилөө керек. Ошондой эле мейманкана бизнеси кеңейип, эларалык аренага чыкканда контракт (келишим) боюнча башкаруу; франчайзинг келишими аркылуу башкаруу; ижарага алуу [40, 40-б.] сыяктуу башкаруу формалары активдүү рол ойноп баштаарын эске алуу зарыл. Андан сырткары мейманкана бизнесинде акционердик коомдор (АК), биргелешкен ишкаалар (БИ), сендикаттар, консорциумдар ж. б. у. с. уюштуруучулук - башкаруучулук формалары дагы кеңири тараган. Жалпылап айтканда мейманкана бизнесинин көп түрдүүлүгү жана динамикалуу базарда ишмердүүлүгүн жүргүзгөндүгү жетекчилерден кылдаттыкты, кесипкөйлүктү жана билимдүүлүктү талап кылат. Ал эми жетекчилер башкарууда түрдүү усулдарды тандап, башкаруу жараянын ишке ашырганы анык.

Усул - максаттарга жетүү үчүн колдонулган ыкма менен ыктардын жыйындысы болсо, *башкаруунун усулу* – коюлган максатка жетүү үчүн башкарылуучу объектиге таасир кылуу ыкмалары менен ыктарынын жыйындысы [17, 16-б. ; 40, 44-б.] болуп саналат.

Мейманкана ишканаларын башкарууда түрдүү усулдар жана алардын айкалышуулары бир эле мезгилде пайдаланылганын көрүүгө мүмкүн. Негизинен башкаруунун бардык усулдары бири-бирин табигый түрдө толуктап турганы анык. Себеби, алардын бардыгы ишканада ар башка кызматта

эмгектенген адамдарды бир максатта башкарууга багытталган. Башкаруунун конкреттүү усулунда белгилүү бир түрдө мазмуну, багыты, уюштуруучулук формасы жуурулушат. Ушул өзгөчөлүктү эске алып, башкаруунун төмөнкү усулдарын бөлүп көрсөтүүгө болот: экономикалык; уюштуруучулук-административдик; социалдык-психологиялык [40, 45-б.].

Меймандостук индустриясында эмгектенген жетекчи «адам-адам» тутумунда башкаруучулук функцияларын ишке ашыргандыгы үчүн жетектөө стилин өзгөчө кылдаттык менен тандап алуусу зарыл.

“*Стиль*” сөзү эң алгач грек тилинде тактага жазуу үчүн колдонулган таякча деген мааниде колдонулуп, андан соң «колтамга» деген түшүнүктү берип баштаган. Ал эми жетекчиликтин стили – бул башкаруучунун өзүнө гана таандык болгон иш – аракет «колтамгасы» же «мөөрү» деп билинет. «Жетекчи стили» түшүнүгү – жетекчинин практикалык ишмердүүлүгүндөгү ыктардын, усулдардын жана формалардын салыштырмалуу туруктуу тутуму. Дагы да тагыраак айтканда башкаруу стили - менеджердин башкаруучулук чечимдери жана аларды ишке ашыруу процессиндеги жүрүм-туруму, иш-аракет манерасы жана ыгы [57]. Тажрыйбага келгенде бир жетекчинин башкаруу стили менен усулу белгилүү бир биримдикте жашаганы көрүнөт. Стиль - менеджер кабыл алган жетекчилик усулун ишке ашыруунун формасы болуп эсептелет. Ар бир менеджер өзүнүн жекече субъективдүү-психологиялык өзгөчөлүктөрүнө жараша ар башка башкаруу стилин тандайт жана колдонот [151].

Башкаруу илиминде стиль маселеси К. Левин тарабынан биринчи жолу изилденип, авторитардык, демократиялык жана анархиялык деп ажыратылганы менен заманбап менеджментте авторитардык, демократиялык жана либералдык стилдер болгону белгилүү. Авторитардык стилге бийликтин бир жетекчинин колуна топтолушу мүнөздүү болуп, ал кол алдындагылардан бардык иштер тууралуу отчет алат. Ал эми, демократиялык стилде башкарган менеджер маселелердин көпчүлүгүн коллегиялдуу түрдө чечүүгө аракет жасайт. Андан тышкары кол алдындагыларга иштин жайы тууралуу маалымат берип, сынга

лоялдуу мамиле кылууга умтулат. Либералдык стилдеги жетекчи жамааттын ишине дээрлик кийлигишпейт, кол алдындагылардын жекече жана жамааттык чыгармачылыгына жол ачып, демилгени толугу менен аларга берген болот [52].

1.2. Мейманканаларды башкаруунун методдору

Орто кылымдарда саякатчылар менен диний максаттагы сапар тарткан адамдар монастыр менен чиркөөлөрдө түнөк орун табышкан, ал эми айыл жергесинде саякатчыларды жергиликтүү калк “кудайдын коногу” катары өз үйлөрүндө коноктошкон. Убакыт өтүшү менен өлкөлөр жана бири- биринен узак болгон региондордун ортосунда соода-сатык алакаларынын өнүгүшү менен, турак-жайга болгон суроо-талап дагы жогорулаган. Ушундан тартып, атайын конок үйлөрү курулуп башталган [125; 131]. Орто кылымдарда шаарлардын көбөйүүсү жана соода-сатыктын өнүгүүсү жол боюндагы аялдама менен конок үйлөрдүн санынын өсүшүнө түрткү берген. Мындай түр жол боюндагы жайгаштыруу каражаттары эң алгач Римдиктердин заманында курулуп, кызмат көрсөтө баштаган [173, 21-б.].

Заманбап мейманкана кызматын көрсөткөн ишканалар тарыхтагыдай эле ар кандай максатта саякат кылган адамдардын эң маанилүү болгон түнөө муктаждыгын канааттандырат жана ошону менен бирге тамактануу, көңүл ачуу жана башка социалдык керектөөлөрүн камсыздаган кызматтарды дагы сунуштайт [138, 7-б.]. ДТУнун маалыматына жараша ар бир турист саякаттоо бюджетинин 30% мейманкана кызматтарын сунуштаган ишканаларга коротот [90, 4-б.]. Дүйнөлүк Туризм Уюмунун аныктамасына жараша ”Мейманкана - бул техникалык жактан уюштурулган, бирден ашык бөлмөлөрдү камтыган жана кошумча кызматтарды көрсөткөн коллективдүү ишкана”, ал эми Медлик “мейманкана - бул саякаттаган адамдардын эң биринчиден түнөө муктаждыгын канааттандыруу үчүн ыңгайлаштырылган ишкана” деп берген. Мейманкана имаратынын архитектурасы, кызматкерлеринин билими, тажрыйбасы, жана

мейманкананын кардарлары менен мамилелери иштелип чыккан эреже жана стандарттарга жараша уюштурулуп кызмат көрсөтүлүшү абзел [169, 4-б.].

Мейманканалардын башкаруусу башка өндүрүштүк ишканалардын башкаруусунан бир топ айырмаланганы менен анын негизинде классикалык менеджмент түшүнүгү жатат. “Менеджмент” сөзү англис тилинде көп учурда “башкаруу, жетектөө” маанисинде [41] колдонулганы менен жол көрсөтүү, көзөмөлдөө, жетектөө, байланышуунун ыкмасы, бийлик жана башкаруу санаты, билермандык менен административдик жөндөмдүүлүк, ишкананын ишин көзөмөлдөп жөнгө салуучу адам же башкаруучу деген мааниде көбүрөөк колдонулат [108, 15-б.].

Менеджмент – рынок мамилелеринин шартында ишкананы башкаруу формасынын, принциптеринин жана ыкмаларынын жыйындысы. Менеджменттин негизги максаты – өндүрүштүн натыйжалуулугун жогорулатып, пайданы көбөйтүү. Менеджменттик башкаруунун негизги концепциясы стратегиялык пландоого ылайык мамиле жасоо жана программага жараша башкара билүү. Ал эми менеджменттин негизги милдеттери чечим кабыл алуу менен кабыл алынган чечимдерди ишке ашыруу болуп саналат жана күтүлбөгөн жагдайда чыгармачылык менен кабыл алынган чечимдерге өзгөчө маани берүү. Ал эми башкаруунун негизги иш-чаралары [137] төмөндө берилген:

- өндүрүштөгү башкы багытты жана максатты аныктоо;
- сунушталган максатты ишке ашыруунун ыкмалары менен методдорун өндүрүшкө киргизүү;
- жетекчилик тарабынан белгиленген чечимдерди аткаруу;
- кызматкерлерди даярдоо жана жагдайга жараша мезгил-мезгили менен даярдыктан өткөрүп туруу;
- ишке ашырылып жаткан чечимдерди дайыма көзөмөлгө алуу;
- башкаруунун ыкмаларын улам жаңылап өзгөртүү.

Башкаруунун негизги принциптерин өткөн кылымдын башында француз өнөр жай адиси Анри Файол пландоо, уюштуруу, жетекчилик, координациялоо жана көзөмөл деп белгилеген. Учурда бул функциялар кыскартылып, жаңы адабиятта пландоо, уюштуруу, жетекчилик жана көзөмөл принциптери тууралуу гана сөз болот. Кандай гана иш болбосун эң алгач уюштуруучулук планды түзүүдөн, б. а. кабыл алынган чечимди аткаруунун деталдаштырылган кадамдарынан башталат жана анын ийгилигинин негизинде көзөмөлдөө жатат. Бул принциптер 1916-жылы “Жалпы башкаруу жана өнөр жай башкаруусу” ишинде жазылганы менен заманбап башкаруунун алмаштырылгыз бөлүгү болуп саналат [77]. Албетте, классикалык башкаруу функциялары түрдүү тышкы жана ички факторлордон таасирленип кошумчалоо же өзгөрүүлөргө дуушар болууда. Атантаевдин ою боюнча жалпы функциялар пландоо, уюштуруу, тууралоо (регулировка), координациялоо, эсептөө, көзөмөлдөө жана талдоодон турат [8].

Уюштуруу - алдыга коюлган максатка жетишүүдө системадагы элементтердин структуралык түзүлүшүнүн белгиленген планда көргөзүлгөн шартка келтирүүчү башкаруу процессинин бир бөлүгү.

Жөнгө салуу (регулировка) - система отурукташып жатканда анын максатка ылайыксыз келген элементтерин ирээттеп туруучу башкаруу процессинин бир бөлүгү.

Координациялоо - системадагы элементтердин бири-бирине туруктуу аракеттенүүлөрүн камсыз кылуучу башкаруу процессинин бар бөлүгү.

Көзөмөлдөө - системадагы элементтердин өз ара аракеттенүүлөрүндө алардын мерчемдерин нормага, планга дал келип аткарылышын системалык түрдө байкоого карата арналган башкаруу процессинин бир бөлүгү.

Талдоо - планда көрсөтүлгөн мерчемдердин аткарылыш деңгээлин анализдөө жана туура эмес кеткен иштердин себептерин изилдөөгө багытталган башкаруу процессинин бир бөлүгү [8; 9]. Көргөзүлгөн функциялар башкаруу процессинин циклин түзүп, ирээти менен аткарылышы абзел.

Башкаруу процесстеринин принциптерине таянып, аткарылып жаткан башкаруу функциялары, өзүнчө бир аныкталган багытта жана тиешелүү ыкма жана усулдар менен жүргүзүлөт. *Демек, ишкананы башкаруунун методдору деп, өндүрүш убагында ага тиешелүү элементтерин, башкача айтканда эмгектенген адамдар менен коллективдерди максатка ылайык багытка жөндөп турган ыкмаларды айтабыз.* Бул ыкмаларды жетекчилер ишкананын шартына жана максатына жараша колдонуулары зарыл. Ошону менен бирге ал методдор объективдүү, экономикалык мыйзамдарга ылайыкталып, төмөнкү шарттарды жаратуулары керек. Өндүрүштөгү илимий-техникалык жетишкендиктердин натыйжаларын киргизүү; эмгекчилерди ишканада болгон максаттарга материалдык жана моралдык жактан кызыктыруу, алардын чыгармачыл активдүүлүгүн жогорулатуу; бардык болгон техникалык, материалдык ресурстарды өндүрүштө туура жана рационалдуу пайдалануу; жаңы технологиядагы уюштуруучулукту жана башкаруудагы жаңы тажрыйбаларды кеңири жайылтуу.

Башкаруунун административдик (уюштуруучулук), экономикалык жана социалдык-психологиялык методдору бар [41]. Көрсөтүлгөн методдор бири-бири менен тыгыз байланышта болуп, өз-өзүнчө колдонулган мисалдар жокко эсе. *Башкаруунун административдик методу* персоналга таасир берүү жолу менен, б. а. бийлик, тартип жана жазалоо түшүнүктөрү аркылуу коюлган максатка жетүү дегенди билдирет. Бул методдо уюштуруу (иш-чаралар) жана буйрук (көрсөтмө, жарлык, эреже) ыкмалары кеңири колдонулуп, адамдын жүрүм-туруму, эмгек тартиби, аң-сезими, милдети сыяктуу түшүнүктөр менен байланышкан; *башкаруунун экономикалык методу* адамдардын экономикалык кызыкчылыктарын ишкананын максатына ылайык багыттоо менен мүнөздөлөт. Бул метод бар болгон ресурстар менен резервдерди рационалдуу пайдаланууга шыктандырат жана план, чарбалык эсеп, эмгек акы, баа, пайда, баалоо, сыйлык, кредит, салык, экономикалык санкциялар ж. б. у. с. ыкмалар кеңири колдонулат [100]; *башкаруунун социалдык-психологиялык методу* коюлган максатка жетүү

үчүн персоналды стимулдаштыруу, б. а. психологиясына оң таасир тийгизүү аркылуу эмгек өндүрүмдүүлүгүн жогорулатууга негизделет. Жалпак тил менен айтканда бул метод коллективде ынтымак менен гармония аркылуу максаттарга жетүүнү көздөйт [8];

Башкаруу методдору ишкананын ийгилигинде маанилүү роль ойногон сыяктуу эле башкаруу стили дагы дал ошондой мааниге ээ. Башкаруу стилдери авторитардык, демократиялык жана либералдык болуп бөлүнүп, төмөндө түшүндүрүлгөн: *авторитардык башкаруу стилинде* жетекчи эч ким менен кеңешпестен чечимдерди кабыл алат жана эч талкуусуз аткарылышын талап кылат. Мындай башкаруу стилинде административдик метод басымдуулук кылат жана маселе менен көйгөйлөр бийликтин жардамы менен чечилет. Ушундан улам, коллективде демилгелүүлүк жана чыгармачылык өчүп, психологиялык климат оорлойт; *демократиялык башкаруу стили* жетекчи менен кызматкерлердин өз ара кызматташуусуна негизделет. Бул стилде адилеттүүлүк, эркиндик, адамдык жана адистик сапаттарга ишеним алдыңкы планга чыгат. Ушундан улам персоналга белгиленген чектерде өз алдынча чечимдерди кабыл алып, ишке ашыруу эркиндиги берилет. Жетекчи өзүн алдыга чыгарбайт жана ошол эле убакта жоопкерчиликтен коркпостон максатка жетүүдө кандайдыр бир тобокелчиликке бара алат. Жыйынтыкта жамаатта демилгелүүлүк менен чыгармачылык өсөт, камкордук жана ишкердик өркүндөйт; *либералдык башкаруу стилинде* жетекчи жогорудан келген жарлык менен чечимдерди ылдый жака түшүрөт, же коллективге чечим алуу функциясын өткөрүп берет. Бул стиль лидерликтин жоктугу жана жетекчинин көз жумуучулук мамилеси үчүн сынга алынат. Бул стилде жетектеген адам өзүнүн компетенттүүлүгүнө ишенбейт, ишинде ирээтсиз келип, чөйрөнүн таасирине бат көнөт жана мурдагы чечиминен оңой эле баш тарта алат. Өзүнүн кызыкчылыгын жана кадыр-баркын көтөрүш үчүн кызматкерлердин кызыкчылыгын аткарууга аракет кылгандыгынан улам ишкананын кызыкчылыгы арткы планда калат [99].

Жогоруда берилген маалыматта ишкананын ийгилиги үчүн башкаруу методдору менен башкаруучунун туура тандалышы өтө маанилүү болгонун көрөбүз. Эгерде өндүрүштө башкаруучу колдонгон методдору менен стилинен өндүрүм өндүрүмдүүлүгү олутту түрдө таасирленсе, меймандостук индустриясында кызмат өндүрүмдүүлүгү андан миң эсе көп таасирленет. Адамга адам кызмат кылган сектордо жогоруда берилген ар бир факторго кылдаттык менен мамиле кылып, каталардан алыс болуу эң негизги жана оор маселе болуп кабыл алынат.

Туризм жаш индустрия болгонуна карабастан, тез темп менен өнүгүп, учурда дүйнө калкынын 7/1 бөлүгү саякаттайт. Албетте, туристтердин саны өскөн сайын жаңы дестинациялар ачылып, туризмдин жаңы түрлөрү пайда болуп, ошол эле убакта туризм менен чогуу башка экономиканын тармактары дагы өнүгүүдө. Эң эле алгач мейманкана менен коомдук тамактануу секторунун өнүгүүсүндө оң динамиканы көрүгө болот. Эксперттердин ою боюнча эгерде мейманкана сектору ушундай темп менен өнүгүүсүн улантса, анда жакынкы келечекте дүйнө экономикасынын эң чоң тармактарынын катарына кирээри анык [174]. Туризм секторунун эң маанилүү түзүүчүсү болгон мейманкана ишканалары түнөк жер, тамак-аш, суусундук жана көңүл ачуу муктаждыктарын канааттандыруу үчүн өндүрүм менен кызматтарды сунуштоо менен бирге, элдин коомдук, саясий жана маданий жашоосунда да маанилүү ролду ойнойт.

Мейманканаларда жылдын төрт мезгилинде коноктордун саны бирдей болбогондугу, о. э. риск фактору жогору бир чөйрөгө таандык болгондугунан улам универсалдуу жана туура пландоо бир кыялдуу элес катары каралат. Аз гана убакыт ичинде бошоп кайра толуп турган мейманканаларда пландардын кемчиликтери же ишке жарабагандыгы тууралуу мисалдар арбын кездешет. Бирок, ошол эле учурда, бири-биринен көз каранды бөлүмдөр жакшы план түзмөйүнчө сапаттуу кызмат көрсөтө албайт. Мисалы, коноктун мейманканада жашап жаткан учурда муктаждыктары эске алынбаса, аларды канааттандыруу максатында бөлүмдөр кооперацияланып иштебесе ишкана кардарларынын

канааттануусу жана жаркын маанайда кетүүсү жокко чыгарылат. Дагы бир мисал катары ресторанда жакшы пландоо жана киргизилген стандарттарга жараша көзөмөлдөө жүргүзүлбөсө кызмат сунуштаган персонал өз билгениндей кызмат көрсөтүп, келген коноктордун канааттануу деңгээлине терс таасирин тийгизет. Бул фактор ишкананын негизги максатына, б. а. коммерциялык максатта курулган мейманкана комплекстеринин кирешесине түздөн түз таасир тийгизет.

Киреше табуу коммерциялык максатта курулган ишканалардын негизинде болгондугу үчүн тажрыйбалуу жетекчилер пландоодо төмөндө берилген пункттарга көңүл бурушат:

- инвесторлорго акчанын кайтарылып келүү мөөнөтү;
- персоналдын маянасы канааттандыраарлык деңгээлде болуусу;
- коноктордун муктаждыктарына ылайык кызмат менен өндүрүм өндүрүү;
- ишкананын имиджин кубаттоо.

Негизинен бардык эле ишканалар менен уюмдар кандайдыр бир максатты көздөй жол алат. Ал эми максаттарга жетүү үчүн кандайдыр бир план түзүү керек. Бул пландарды ишке ашырууда иштер аныкталат, топторго бөлүнөт, милдеттер жана укуктарды бөлүштүрүү иш-аракеттери жасалат. Белгиленген милдеттер жана укуктарды ишке ашыруучу жумушчу күчүн алгандан кийин бул уюм мындан ары коомдук бир процеске кирет. Мындан кийин коюлган максаттарды көздөй жол көрсөтүү менен жетекчилик функциясы ишке кирүүсү зарыл. Жетекчилик функциясында лидерлик, маалымат алмашуу жана координация маанилүү роль ойнойт. Албетте, иштин аягында максатка жетип жетпегенди тууралуу, ортодогу катаалардын себептери жана ким тарабынан катаалар кетирилгендигин изилдөө үчүн көзөмөлдөө функциясы да өз ишин аткарышы керек [167].

Мейманканалар курулган жери, чоңдугу, көрсөткөн кызматтарынын түрү жана сапаты, башкаруу саясаты жана жумушчулардын саны боюнча бири – биринен айырмаланып турат. Бул себептен мейманканалардын кандайдыр бир

белгилүү уюштуруу схемасы жок [130]. Калк санынын өсүшү, шаар жергесине көчүүлөрдүн натыйжасында шаарлардын чоңоюшу, адамдар жана коомдун өз ара мамилелеринин өнүгүшү, транспорттук кызматтардын өнүгүүсү менен мейманканалар жалгыз гана түнөө максатында колдонулбастан илимий семинарлар, ар кандай иш-чаралар, конференциялар, жада калса ар кандай тойлор жана башка чаралар өткөрүлүүчү жай катары колдонулууда.

Мейманкана ишканаларында башкаруу деңгээлине карата жетекчилер үчкө бөлүнөт: эң ылдыйкы позициядагы башкаруучулар, орто деңгээлдеги башкаруучулар жана эң жогорку өйдөдөгү башкаруучулар.

Эң ылдыйкы позициядагы башкаруучулар мейманкана ишканаларында шеф (супервайзер) деп аталышат жана иерархиянын эң төмөнкү башкаруучулук кызматында эмгектенишет. Мисалы катары ресторан шефтерин алсак алар кызматтын стандартка жараша көрсөтүлүшүнөн жоопту жана аны көзөмөлдөөчү адам. *Орто деңгээлдеги башкаруучулар* жетекчилери тарабынан коюлган туруктуу максаттарды кыска жана майда максаттарга бөлүп, буларды координациялоодон жооптуу. *Эң жогорку позициядагы башкаруучу* ишкананын ийгилигинен жооптуу болуп, инвесторлорго же бизнес ээлеринине келишимде жазылган шарттарга жараша отчет берет. Эларалык тажрыйбада мейманкана ишканаларында аткаруучу комитет дайындалып, ага башкы менеджер, башкы менеджердин орун басары же болбосо бөлмөлөр фондунун мүдүрү, бухгалтер, адам ресурстары мүдүрү, инженердик бөлүм мүдүрү, F&B мүдүрү жана сатуу-маркетинг мүдүрлөрү кирет [142].

Башкаруу дегенде бир гана персоналды башкаруу эмес, ишкананын жалпы иш процесстерин жана ресурстарын башкаруу деп түшүнүү керек. Башкаруу, ишкананын коюлган максаттарына жетүү, жумушчулар менен ишкананын ой-максаттарын бириктирип, алардын мотивациясын, о. э. ишкананын аброюн жогорулатуу, б. а. “адамдар менен биргелешип ишкананын койгон максаттарына жетүү” [166] дегенди билдирет.

Бир ишкана курулаардан мурун бир топ изилдөөлөр жасалып, максаттары белгиленип, ага жетүү үчүн пландар түзүлүп, тактика менен стратегиялары такталат. Ал эми туризм чөйрөсүндө болсо, тактап айтканда, мейманканаларды куруп иштетүүдө, жетекчилердин милдети башка чөйрөдөгү ишканалардын жетекчилеринен айырмаланып турат. Себеби бул чөйрөдө маданияты, дини жана тили менен айырмаланган адамдар кызмат чек арасынын эки тарабында орун алышып, бири-бири менен тыгыз байланышта болушат. Ошондуктан мейманканаларда башкаруунун негизги маңызын жана өзгөчөлүктөрүн түшүнүү, о. э. жетекчилердин адамдык жана адистик сапаттарына өзгөчө көңүл буруу өтө маанилүү.

Жогоруда айтылгандай жетекчилердин адамдык сапаты, адискөйлүгү, башкаруу методу менен стили маанилүү болсо, алынган жабдык-материалдары менен технологиянын жетишкендиктери дагы дал ошондой мааниге ээ. Туура тандалган технология менен жабдыктар жалгыз гана убакыттын үнөмдөлүшүнө салым кошпостон, материалдык жана адам ресурстарынын натыйжалуу колдонулушуна жана көзөмөл процессин жеңилдетүүгө шарт түзөт.

Кыргызстан дүйнөлүк санариптешүү тенденциясынын толкунунда кыр ашты десек жаңылышпайбыз. 2021-жылдын 5-майындагы Кыргыз Республикасынын Президентинин «Кыргыз Республикасынын Министрлер Кабинети жөнүндө» №114 жарлыгы менен Кыргыз Республикасынын Санариптик өнүктүрүү министрлиги [106] түзүлгөн. Бул чечим калктын, о. э. мамлекеттин өнүгүүсүнө ыңгайлуу шарт түзүүдө. Ал эми туризм тармагы башка тармактар сыяктуу эле өз алдынча, же мамлекеттин колдоосу менен санариптешүү жаатында иш аракеттерди жасоодо. Учурда Кыргызстандын меймандостук сектору үчүн атайын программаларды сунуштаган бир канча ишкана бар. Мисалы Бишкекте ишмердигин жүргүзгөн эларалык чынжыр мейманканаларында жана улуттук бренд болгон Орион отелинде Opera программасы колдонулат. Бул программа дүйнөдө көп сатылган программалардын арасында орун алып, ири жана чоң ишканалар үчүн ыңгайлуу.

Бишкектин орто жана чакан мейманканалары Shelter программасын тандашат. Ал брондоо, каттоо, коноктун эсептери менен иштөө сыяктуу классикалык функциялардан тышкары деталдуу отчет берүү системасы, ресторандар үчүн жазылган R-Keeper программасы жана кампалардын ишин жөнгө салган StoreHouse программаларын сунуштап, башка жергиликтүү аналогдордон айырмаланып турат [176]. Ошондой эле рынокто 2018-жылдан бери ишмердүүдүгүн жүргүзгөн 1С компаниясынын мейманканалар үчүн жазылган Ярослав программасы [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**] дагы таанымал. Ал эми чакан мейманканалар, хостел же конок үй сыяктуу ишканалар баасы ыңгайлуу жана чакан ишканалар үчүн ыңгайлуу болгон ctmax. kg, pos-service. kg сыяктуу жергиликтүү программисттердин өндүрүмдөрүн же Excel таблицасынын негизинде түзүлгөн брондоо “шахматка”сын колдонууда.

Бишкек мейманканалары автоматташтыруу системаларынан тышкары ОТА-онлайн брондоо системаларын дагы активдүү колдонушат. Жергиликтүү ишканалардын арасында эң эле популярдуусу Booking. com, TripAdvisor, Airbnb, Expedia. com, Agoda, Hotels. com, Hostelworld. com болуп саналат.

Убакыттын талабына жараша “smart / акылдуу” термини санариптешүүнүн синоними катары кабыл алынып, учурда “акылдуу мейманкана” тренди күчөп турган убак. Бул жаатта өнүгүү тенденциясын аныктоо максатында Бишкекте 2021-жылы изилдөө жүргүзүлүп, анын жыйынтыгында изилдөөгө катышкан мейманканалардын эң күчтүү тарабы бекер Wi-Fi, ал эми алсыз тарабы сенсордук смесительдердин жоктугу болуп аныкталган [134, 24-б.].

Жогоруда берилген маалыматка жараша мейманканаларды башкаруу көп кырдуу жана кубулуп турган процесс деп айтууга болот.

1.3. Мейманканаларды башкаруунун эл аралык тажрыйбасы

Мейманканалар бир канча кылым тереңдикке кеткен тарыхка ээ. Учурда колдонулган мааниде “Hotel” сөзү 1760-жылдары Англияда, андан соң Европада,

бөлмөлөрүн ижарага берген имараттарды “Hotel Garni” (чоң үй) деп атап башташкан [169, 7-б.]. Учурда болсо мейманкана кызматтарын сунуштаган ишканалар бири-биринен курулушу, өлчөмү, жайгашкан жери, ээлик түрү, курулуш наркы, сыйымдуулугу, кызмат стандарттары жана сунуштаган мүмкүнчүлүктөрү сыяктуу көрсөткүчтөрү менен бири-биринен айырмаланат [148, 74-б.].

Түрдүү көрсөткүчтөрү менен айырмаланган ишканаларды башкарууда менеджмент илимине кайрылуу абзел, себеби, ишкананын ийгилиги туура тандалган менеджмент менен тыгыз байланышканын К. Маркс, А. Смит, Д. Рикардо, У. Петти, П. Буагильбер, Ф. Кенэ жана Ж. Б. Сэй сыяктуу экономика илиминин классиктери эбак эле эмгектеринде далилдешкен. Мейманкана бизнесинде башка экономиканын тармактарындагыдай эле, ийгилик менен сапат тагыз байланышкан. Демек, натыйжалуу бир иштин негизинде сапат жатса, өндүрүлгөн кызмат же өндүрүм сапатынын аркасында стандарттар турат. Ал эми мейманкана стандарттары ишканалардын категориясына жараша айырмалангандыгы үчүн эң алгач алардын жиктелиши тууралуу маалымат берүү абзел.

Бир аймактын туристтик дарамети жайгаштыруу каражаттарынын, б. а. мейманкана кызматтарын сунуштаган ишканалардын деңгээлине түздөн түз көз каранды [184, 6-б. ; 179, 228-б.]. Туристтер бара турган жерин тандоодо дестинациядагы мейманканалардын сапаты менен деңгээлине өтө чоң маани беришет, себеби, саякатчынын эң алгач чечиши керек болгон маселе түнөк орду менен байланыштуу [194]. Мейманканаларды тандоо процессин жеңилдеткен эң маанилүү элементтердин бири - бул кызмат көрсөтүү стандарттары. Түрдүү табит менен талаптарга жооп берүү үчүн базар алкагында бири биринен айырмаланган ишканалар ишмердүүлүгүн жүргүзүүдө жана аларды кандайдыр бир категорияга алып келүү маселеси ишканалардын кызмат сунуштоо стандарттары аркылуу чечилет. Бул стандарттар ишканаларды категорияларга бөлүүгө жардам берет. Учурда колдонулган бир катар стандарттардын ичинен

эң көп колдонулганы “жылдыз берүү системасы” болуп саналат. Меймакананын ээ болгон жылдыз саны кардарга ишеним берип, тандоо жараянын жеңилдетет [119].

Стандарт – нормативдүү документ, б. а. ишкананын аныкталган эрежелери менен нормаларынын жыйнагы. Андан сырткары стандартты өндүрүм жана кызматтын сапаты менен коопсуздугуна болгон талаптарды белгилеген документ десек дагы туура болот [46]. Документтин эң негизги милдети берилген аймакта мыкты өндүрүм же кызмат өндүрүү болуп, көп өлкөлөрдө нормативдүү документ катары кабыл алынат [95]. Ал эми, эл аралык стандартташтыруу жаатында бир топ эл аралык уюмдар ишмердүүлүгүн жүргүзөт: ИСО (ISO), Эл аралык электр техникасы комиссиясы МЭК (IEC), МОЗМ, МБМВ, сапат боюнча Европалык уюм (ЕОК) – European Organization for Quality (EOQ), стандартташтыруу боюнча Европалык комитет (ЕКС) – European Committee for Standardization (CEN), электр техникасы жана электроника жаатында стандартташтыруу боюнча Европа комитети (ЕКСЭЭ) – European Committee for Electrotechnical Standardization (CENELEC), БУУнун Европалык экономикалык комиссиясы (ЕЭК ООН) – United Nations Economic Commission for Europe (UNECE), телекоммуникациялар стандарттары боюнча Европа институту (ЕИСТ) – European Telecommunications Standards Institute (ETSI), Эл аралык стандарт колдонуучулар федерациясы – International Federation of Standards Users (IFAN) сыяктуу континент жана өлкөлөр арасы көптөгөн уюмдар [104, 241-б.].

Туризм тармагында стандарт – өндүрүм менен кызматтын коопсуздугун, ишенимдүүлүгүн жана сапаттуулугун талап кылынган критерийлерге ылайык болушуна багытталган ченемдик документтердин жыйындысы. Ал белгилүү бир иштин түрүнө жана ошондой эле туристтик ишке тиешелүү эреже, жалпы принцип, мүнөмөздөлөрдү камтыган жана керектөөчүлөрдүн кенен чөйрөсүнө ачык болгон документ [97, 134-б.]. Тейлөө багытында ишмердүүлүк жүргүзгөн бизнесте, кардарды канааттандыруунун гарантиясы катары билинген

стандарттар абдан чоң мааниге ээ. Көрсөтүлгөн кызматтардын тизмеси жана сапаты кардарлардын күтүүлөрүнө ылайык болуусу шарт. Күтүүлөр көп убакта бренд жана жиктөө даражасына жараша айырмаланат. Ал эми улуттук жиктөө стандарттары жок болгон учурда жайгаштыруу каражаттарынын жеке аты, б. а. бренди маанилүү ролду ойнойт [98]. Стандарттарды калыптандырууда эл аралык уюм тарабынан кабыл алынган жана аймактык стандарттар, БУУнун Европалык комиссиясынын мыйзам чыгаруу бийлигинин эрежелери менен улуттук стандарттар эске алынат [67, 43-б.] жана төмөнкү максаттарды көздөйт:

- өндүрүм менен кызматтын, демек, ишкананын атаандаштык дараметин жогорулатуу;
- жарандардын ден-соолугу менен өмүрүнүн коопсуздугун камсыз кылуу;
- юридикалык, жеке, мамлекеттик же коммуналдык мүлктөрдүн коопсуздук деңгээлин жогорулатуу жана техникалык жоболордун талаптарын сактоо;
- объекттердин техникалык жана табигый кырсыктардан улам келип чыккан кырдаалдарды эске алып, коопсуздук деңгээлин жогорулатуу;
- илимий-техникалык өнүгүүнү камсыздоо;
- каражаттарды орду менен туура пайдалануу [84].

Ал эми стандартташтыруунун экономикалык функциясы дагы маанилүү болуп төмөндө тизмектелген:

- өндүрүм тууралуу так жана анык маалымат берүү;
- өндүрүмдүн жаңы мүнөзү тууралуу маалыматтарды стандарттар аркылуу жоюу жолу менен прогрессивдүү техниканы жайылтуу;
- таза атаандаштыктын биргелешиши, өз ара алмашуунун кеңейиши жана ар түрдүү өндүрүмдөрдүн биригүү мүмкүнчүлүгү.

Мейманкана бизнесинде колдонулган стандарттар экиге бөлүнөт: функционалдык жана техникалык. Биринчиси, тейлөөчү персоналдын кардарлар менен болгон эмоционалдык карым-катнашын бир нукка келтирсе, экинчиси, белгилүү бир класстагы мейманкананын стандарттуу түрдө сунушу керек болгон кызматтарды (фитнес борбор, бассейн, конференц зал), мейманкананын

категориясы менен сыйымдуулугуна жараша персоналдын санын, бөлмөлөрдүн жайлуулугун жана башка ушул сыяктуу ички талаптарды белгилейт. Улуттук стандарттар функционалдуу же техникалык тараптан каралышы мүмкүн. Мисалы, Орусияда мейманканалар техникалык талаптар боюнча жиктелсе, Швейцарияда функционалдык көрсөткүчтөр негиз алынган.

Мейманканаларды жиктөө жаатында дүйнө жүзүнүн олуттуу пайызы ДТУнун 1989-жылы кабыл алынган жылдыз системасын негиз алып, өлкөнүн өзгөчөлүктөрү менен талаптарына жараша ыңгайлаштырышат. Учурда ДТУ жана Европа өлкөлөрүнүн мейманкана жаатында түзүлгөн HOTREC ассоциациясы башка өлкөлөр үчүн бир үлгү болгону анык. Ушундан улам 2009-жылдын ноябрь айында HOTREC ассоциациясы тарабынан мейманканаларды жиктөө системасынын 21 принциби аныкталган [85]. Буларга төмөнкүлөр кирет:

- жиктөө системасы конокторго так маалымат бергенине кепилдик бериши керек;
- жиктөө системасынын критерийлери www.hotelstars.org сайтында эң аз дегенде англис жана эне тилдеринде көрсөтүлүшү керек;
- колдонуучу үчүн ар бир мейманканын жылдызы жана көрсөтүлгөн жылдыздарды алуу системасы тууралуу маалымат толук жана түшүнүктүү болушу керек;
- мыйзам чегинде ишмердүүлүктү жүргүзүү жиктөөнүн негизги талабы;
- жиктөө системасы бардык жылдыз категориялары үчүн тазалык менен тийиштүү тейлөөнү камсыздоосу керек;
- жиктөө системасы сапат башкаруу аспаптарын колдонууну колдоп, дем берүүсү керек;
- туроператор, турагент, hotel booking жана сайттардын каталогдоруна (review sites) расмий жиктөө системасына таянган маалыматты чагылдыруу сунушталат, эгерде ишкананын өзүнө таандык рейтинг системасы колдонулса анда аны белгилөө керек;

- жиктөө системасы мейманканалардын рейтингги тууралуу так жана актуалдуу маалымат бериши керек;
- жылдыздардын саны 1-5 арасы болушу керек;
- жылдыздар текшерүүдөн өтүп тастыкталгандан кийин гана берилиши керек;
- текшерүү байма-бай өткөрүлүшү керек;
- текшерүү ишканада өткөрүлүшү керек;
- жиктөө тууралуу колдонуучулардын арыздары системалуу түрдө каралышы керек;
- жиктөө тууралуу чечимдер мейманкана администрациясына жеткиликтүү болушу керек;
- ар бир жиктөө системасын иштеп чыккан уюм колдонуучулардын жиктөөдөн өткөндөн соң алган жыйынтыгы тууралуу оюн эске алышы абзел;
- жиктөө системасы критерийлердин ийкемдүүлүк диапозону алкагында даражаландырышы керек;
- жиктөө системасынын критерийлери базар талаптарына жараша оңдолушу же өзгөрүшү керек. Критерийлер үзгүлтүксүз талдалышы абзел;
- жиктөө системасы жаатында колдонуучулардын күтүүлөрү изилденсе, анын жыйынтыктары НОТРЕСтин башка мүчөлөрүнө дагы жеткиликтүү болуусу сунушталат;
- жиктөө системасындагы жасалган өзгөрүүлөр өлкөлөр арасы гармонизацияны жеңилдетүү үчүн болгонун баса белгилөө керек;
- жиктөө системасында өзгөрүүлөр киргизилип жаткан учурда гармонизация жараянын жеңилдетүү үчүн өлкөлөр арасы кызматташуу сунушталат;
- жиктөө системасы меймандостук индустриясынын өзгөчөлүктөрү менен талаптарын эске алуусу абзел. Жиктөө системасы мамлекет тарабынан көзөмөлгө алынган өлкөлөрдө мамлекеттик органдар менен жеке сектор тыгыз байланышта иштөөсү абдан маанилүү [101].

Жазылган булактарды иликтөөнүн натыйжасында мейманканаларды жиктөөдө бардык өлкөлөр тарабынан кабыл алынган так бир эреже же

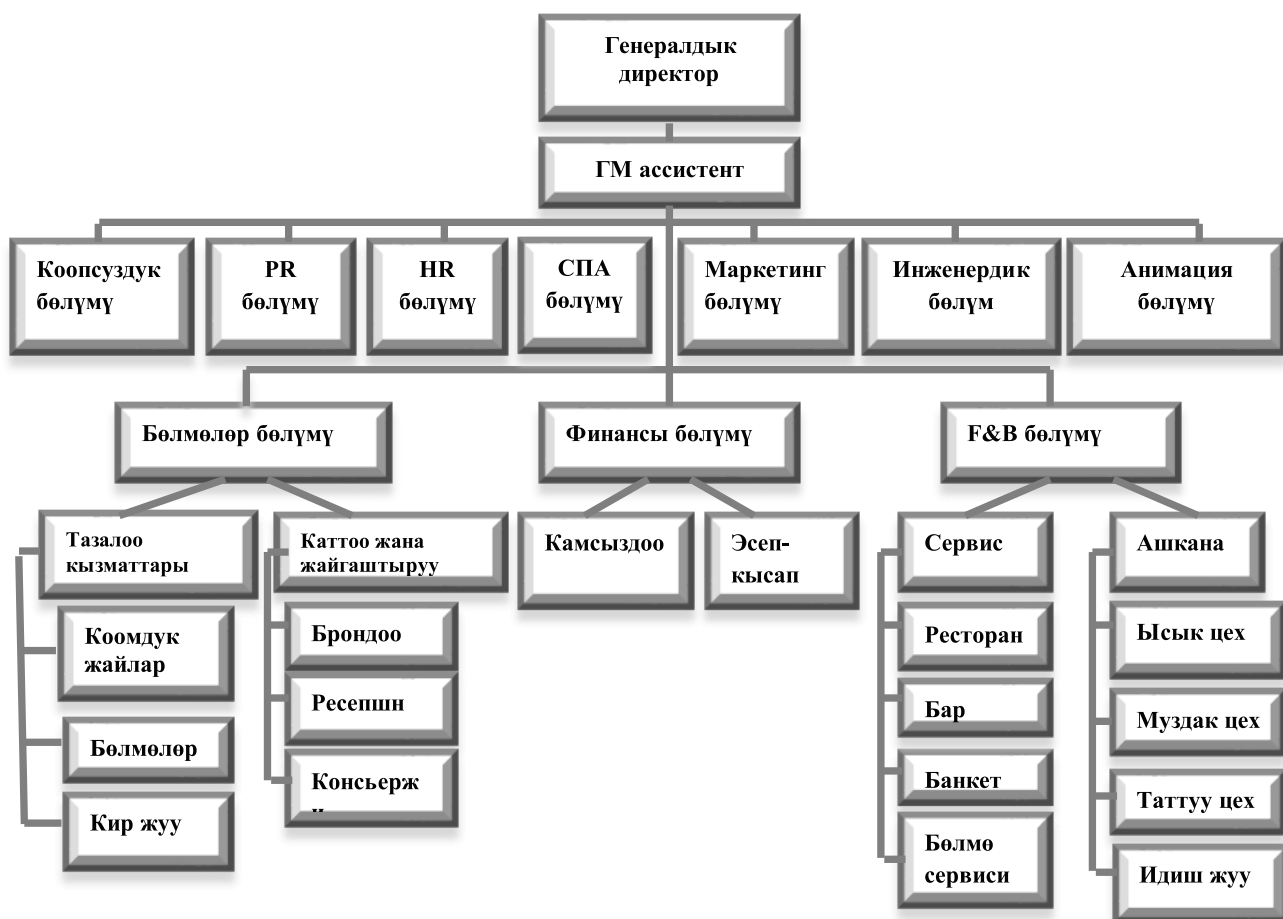
стандарттар жок болгонун айтууга болот. Ар бир өлкө жиктөө үчүн түрдүү чен өлчөмдөрдү колдонуп, алардын негизгилери төмөндө берилген [138; 5]:

- кызмат сунуштаган убакыты боюнча: жыл бою жана мезгилдик мейманканалар;
- коноктоо максаты боюнча: термалдык, казино, бизнес, резорт, деңиз, конференция, тоо (спорт) ж. б. ;
- көлөмү боюнча: чакан, орто, чоң, ири;
- башкаруу формасына карата (Юридикалык статусу боюнча): ЖИ (Жеке ишкана), ЖАО (Жабык Акционердик Коому), ААК (Ачык Акционердик Коому), ЖЧК (Жоопкерчилиги Чектелген Коом);
- менчик түрү боюнча: жеке менчик, мамлекеттик, аралаш;
- жайгашкан жери боюнча: аэропорт, автобекет, порт жана темир жол станцияларында кызмат сунуштаган мейманканалар;
- жылдыз саны боюнча: бир, эки, үч, төрт, беш жылдыздуу;
- альтернативдүү;
- эксклюзивдүү.

Мейманканалардын жиктелиши көп түрдүү болгонун жогоруда берилген маалыматтан көрүүгө мүмкүн. Ошондой эле, көрүнүш мейманканалардын уюштуруусунда да кездешет, себеби көлөмү, курулуш жери, даражасы, персоналдын саны, жүргүзгөн саясаты, стратегиясы сыяктуу көрсөткүчтөр менен айырмаланган ишканаларды бир стандартка алып келүү мүмкүн эмес. Бирок, салттуу уюштуруу системасынан баш тарткан мейманканалардын бардыгында каттоо жана жайгаштыруу, тазалоо, техникалык камсыздоо, тамактануу, коопсуздук сыяктуу кызматтарды сунуштаган бөлүмдөр болушу керек. Ар бир мейманкана өндүрүмдүүлүгүн жогорулатуу үчүн өзүнө ыңгайлуу уюштуруу түзүмүн тандайт жана аткарган функцияларын бөлүштүрөт. Төмөндө чоң жана ири ишканалар тарабынан көп учурда тандалган уюштуруу түзүмү [5] мисал катары 1. 5-сүрөттө берилген.

Уюштуруу - ишканалардын пландалган максаттарга жетүү үчүн мыкты деңгээлдеги уюштуруу системасы болуусу керек. Уюштуруу, ишканадагы бөлүмдөр арасындагы байланыштарды бекемдөө жана белгиленген максаттарга жетүүдө жогорку башкаруучулар тарабынан кабыл алынган расмий түзүлүш [179, 183-б.].

Ишкана үчүн түзүлгөн уюштуруу схемасында ар бир бөлүмдүн ордун көрсөтүлүп, бөлүмдөрдө иштегендердин саны да белгиленеши мүмкүн. Ал эми жетекчилердин, администраторлор менен кызматкерлеринин жоопкерчилиги жана милдеттери ишканана тарабынан кабыл алынган ички стандарттары менен бөлүмдүн аткарган функциясына жараша калыптанат. Мейманкананын тейлөө сапаты деталдуу жазылган ички нормативдик документтер аркылуу жөнгө салынып, белгиленген убакыт аралыгында текшерилет.



1. 5-сүрөт. Беш жылдыздуу резорт мейманканасынын уюштуруу түзүмү [5].

Мейманкана индустриясында сапат деп баарынан мурда кардардын канааттануу даражасын түшүнөбүз, ал эми сапаттын деңгээли кардардын мейманкана ишканасындагы идеалдуу тейлөө жөнүндө элестетүүлөрүнүн турмуш чындыгына дал келүү даражасынан көз каранды болот. Ушуга байланыштуу мейманкана индустриясында сапатты башкаруу төмөнкүлөрдү камтууга тийиш: ар бир конкреттүү мейманкана ишканасына карата тейлөөнүн сапатынын маанисин аныктоо; тейлөөнүн сапаты менен персоналдын баалуулугунун ортосундагы айырманы жетекчиликтин аңдоосу; сапатты кардарлардын керектөөлөрүн канааттандыруу боюнча күч-аракеттердин үзгүлтүксүз процесси катары кабыл алуу; кардарларды тейлөөнүн сапаты менен корпоративдик маданияттын ортосундагы ажырагыс байланышты аңдоо [32; 51; 55].

Оюбузча, мейманканаларда сапаттуу тейлөөнүн ажырагыс бөлүгү болуп төмөнкүлөрдү айтса болот: сапат; ишеничтүүлүк; көйгөйлөрдүн чечилиши, сылыктык, ыкчамдык, кызмат көрсөтүүдөн кийинки персоналдын илбериңки жүрүм-туруму. Ал эми, мейманкана комплекстеринин ишмердүүлүгүнүн негизин төмөнкүлөр түзүүгө тийиш: жогорку тогоодогу жетекчиликтин тейлөөнүн сапатына кызыкдарлыгы; тейлөө маданиятын жана сапатын жакшыртуу үчүн кеңешти түзүү; бүткүл эмгек жамаатын тейлөө сапатын жакшыртууга тартуу; сапат боюнча ишмердүүлүккө жамааттык катышууну камсыздоо; тутумдарды өркүндөтүү, процесстерди жөндөө үчүн топторду түзүү; башкаруу тутумдарынын иштөөсүн сапаттуу тейлөөнү камсыздоо; тейлөөнүн сапатын жана маданиятын жакшыртуу үчүн мерчемдерди жана узак мөөнөттүү стратегияны иштеп чыгуу жана ишке ашыруу; сапаттуу ишмердүүлүктү колдоо, кубаттоо тутумдарын түзүү [54].

Тейлөө сапатын көзөмөлдөө жана башкаруу программасын иштеп чыгууда жетекчилик төмөнкүлөрдү эске алуусу зарыл: учурда бар болгон кардарларды кармоо жана жаңы кардарларды тартуу аркылуу алардын чөйрөсүн кеңейтүү;

кайтарым байланышты орнотуунун аркасында тейлөө сапаты менен байланышкан көйгөйлөрдү ылдам чечүү; мейманкана комплексиндеги тейлөөнүн сапатын жакшыртуучу же начарлатуучу иш-чараларды баалоо мүмкүндүгү; мейманкана комплексиндеги тейлөөнүн маданияты менен сапатын жакшыртуу үчүн кабыл алынуучу чараларга дайыма көз салуу; мейманкана комплексинин персоналын окутуп-үйрөтүү жана квалификациясын жогорулатуу үчүн негиздерди түзүү.

Базар алкагында калыптанган шарттарда мейманканалардын ийгиликтүү ишмердүүлүк жүргүзүүсү үчүн миссия эң маанилүү болуп саналат. Бекитилген миссия, мерчемдөөдөн баштап кызмат көрсөтүүлөргө чейинки ишке ашырылган мейманкана комплексинин бүткүл ишмердүүлүгүн аныктайт. Тактап айтканда эмне үчүн жана эмненин урматына иштеши керектигин аныктайт. Мындай документтин болуусу, мейманкана комплексинин жетекчилигине рыноктогу ээлей турган ордун аныктоого жана ошол орунга жетүү стратегиясын түзүүгө; мейманкана комплексинин кызматкерлерине – ачылган мүмкүнчүлүктөрдү өздөштүрүү боюнча өзүлөрүн жалпы иштин катышуучусу катары сезүүгө; ал эми мейманкана комплексинин кардарларына болсо – алардын муктаждыктары менен керектөөлөрүн канааттандыра алган ишканага көңүл коюуга, кызыга мамиле кылууга, андагы кызмат көрсөтүүлөрдүн сапатына көз салууга жол берет.

Ошондой эле, мейманкана комплексиндеги сапатты башкаруу өтө маанилүү жана ал төмөнкү элементтерди камтууга тийиш: жүргүзүлгөн маркетинг иш-чараларга ылайык мейманкананы уюштуруу жана башкаруу; корпоративдик маданиятты калыптандыруу; тейлөөнүн техникалык жана кызматтык сапат стандарттарын киргизүү (М: мейманкананын кызматчыларына карата квалификациялык талаптарды жана кызматтык милдеттерди иштеп чыгуу, өндүрүштүк процесстердин технологиясын иштеп чыгуу, эмгекти ченемдештирүү, баалоо жана шыктандыруу стратегиясын иштеп чыгуу); сатып

алынган өндүрүмдөрдүн сапатын текшерүү; мейманкананын тейлөө сапатын текшерүү [51; 90].

Ошондой эле сапатты башкарууну документтештирүү зарыл жана ал документтер «Сапат боюнча саясатты», «Мейманкана комплексинин паспортун», «Сапат боюнча колдонмону» камтууга тийиш. Документтештирүүчү багыттар төмөндөгүдөй: көрсөтүлүүчү кызматтардын курамын жана мазмунун (кызмат көрсөтүүлөрдүн спецификациясы); кызмат көрсөтүү процесстерин (тейлөөнүн спецификациясы); тейлөөнүн сапатын камсыздоо процесстерин (тейлөөнүн сапатын башкаруунун спецификациясы).

Мейманкана комплексинин ишмердүүлүгүндө сапатты башкаруу жаатында мындан башка да көптөгөн иш-чаралар бар. Ал эми Кыргызстандын туризм жаатындагы мыйзамдардын жетишсиздиги, жылдыз берүү системасынын көп жылдан бери талдалып оңдолбогондугу, кызмат көрсөтүүдө стандарттардын жоктугу, бирдей категорияда өзүн тааныткан мейманканалардын кызматтарынын жана сапатынын бири-биринен айырмаланышы, эч бир тастыктоочу документациясы жок эле өзүнө өзү жылдыздардын ыйгарылышы сыяктуу көйгөйлөр кездешет. Мындай көйгөйлөр жалпы өлкөнүн жана региондун имиджине терс таасирин тийгизип, эл аралык, о. э. улуттук базарда атаандаштык дараметин төмөндөтүүдө [60].

Кыргыз Республикасынын Экономика жана коммерция министрлигине караштуу Стандартташтыруу жана метрология борбору “Кыргызстандарттын” болгонуна карабастан жогоруда саналып өткөн көйгөйлөр уланууда. Мисалы Кыргызстандартта туризм жаатында жалпы иштелип чыккан 47 стандарт бар, алардын жыйырма тогузоо (29) актуалдуу, ал эми он сегизи (18) түрдүү себептерден улам жокко чыгарылган. Иштеген жыйырма тогуз стандарттын тогузу (9) мейманкана ишмердүүлүгүнө тийиштүү болуп алар төмөндө тизмектелген.

- ГОСТ Р 51185-2020 Туристтик кызматтар. Жайгаштыруу каражаттары. Жалпы талаптар;

- ГОСТ Р 53423-2009 Туристтик кызматтар. Мейманканалар жана жайгаштыруунун ушул сыяктуу каражаттары. Терминдер жана аныктамалар;
- КМС ГОСТ Р 54606-2011 Чакан жайгаштыруу каражаттарынын кызматтары. Жалпы талаптар;
- КМС ГОСТ Р 54599:2018 Жайгаштыруу кажараттарынын кызматтары. Санаторий, пансионат, эс алуу борборлорунун кызматына жалпы талаптар;
- КМС ГОСТ Р 55319:2018 Жайгаштыруу каражаттарынын кызматтары. Жайгаштыруунун адистештирилген каражаттарына жалпы талаптар (ГОСТ Р 55319-2012, IDT);
- КМС ГОСТ Р 55817:2018 Жайгаштыруу каражаттарынын кызматтары. Жеке жайгаштыруу каражаттарына жалпы талаптар (ГОСТ Р 55817-2013, IDT);
- КМС ГОСТ Р 56184:2018 Жайгаштыруу каражаттарынын кызматтары. Хостелдерге жалпы талаптар (ГОСТ Р 56184-2014, IDT);
- КМС ГОСТ Р 56641:2019 Чакан жайгаштыруу каражаттарынын кызматтары. Айыл конок үйлөрү. Жалпы талаптар;
- КМС ГОСТ Р 70587:2023 Туризм жана ага байланыштуу кызматтар. Жайгаштыруу каражаттарынын кызматтары “Бардыгы камтылган” жана “Ультра бардыгы камтылган”. Жалпы талаптар.

Көрүнүп тургандай жайгаштыруу каражаттарына тийиштүү болгон тогуз стандарттын бирөө тамактануу багытында болуп, калганы ишкананын техникалык камсыздандырылышына жана сунган кызматтарына багытталган. Бул стандарттардын арасында мейманканаларды жиктөө, б. а. классификация боюнча стандарт болгонуна карабастан бул жаатта иштер начар жүрүүдө. Анын себеби мейманкана бизнеси үчүн классификациянын толук ыктыярдуу болушунда жатат. Классификациянын негизги максаттарынан бири мейманканада сунушталган кызматтарды кандайдыр бир стандартка алып келүү болуп, мындай жагдайда ал максатка жетүү өтө эле оор маселе болуп каралат.

Туризм жана тейлөө тармагында стандарттар Кыргызстандын мейманкана бизнесин өнүктүрүү үчүн маанилүү. Стандарттар кызуу атаандаштык чөйрөдө артыкчылык берет жана йгиликке жетүүсү үчүн чоң салым кошот. Андан сырткары чыгымдарды азайтууга, ишкананын учурдагы абалын сактоого, сапатты жакшыртуу багытындагы иш-чараларды мерчемдөөгө, үзгүлтүксүз ишти уюштурууга, о. э. ыкташтыруу, текшерүү, көзөмөлдөө жана стимулдоо сыяктуу багыттарда иштерди жеңилдетет.

Изилдөөчү Л. Ш. Гусейнованын пикири боюнча өз ара байланышкан элементтерден турган мейманкана ишмердүүлүгүнүн атаандаштык жөндөмдүүлүгүн башкаруу концепциясы, ишканага атаандаштык артыкчылыгын берет: мейманкана бизнесинде атаандаштык артыкчылыктары факторлорунун жиктелиши; мейманкана ишканаларынын атаандаштык жөндөмдүүлүгүнүн үч деңгээлдүү модели; мейманкана ишканаларынын атаандаштык жөндөмдүүлүгүн башкаруу процесси; атаандаштык жөндөмдүүлүгүн башкаруу тутуму [23, 124-б.].

Демек, атаандаштык жөндөмдүүлүктү башкаруу, мейманкана ишмердүүлүгүнүн башкаруу процессинин маанилүү тогоосу болуп саналат. Мындан кем эмес мааниге, мейманкана ишканаларында инновациялык башкаруу ээ. Окумуштуу М. А. Перельмандын айтымында, «Инновациялык башкаруу меймандостук индустриясында (мейманкана жана ресторан бизнеси) өзгөчө орунду ээлейт. Анын ролун жеткире баалабай коюу атаандаштык жөндөмдүүлүктүн кескин төмөндөөсүнө жана өндүрүштүк дарамет теңдемесинин бузулушуна алып келет. Ишканаларды башкаруунун майнаптуулугуна жана көрсөтүлгөн кызмат сапатына терс таасир тийгизет» [81, 128-б.]. Чынында эле, эгер инновациялык башкаруу колдонулбаса, мейманкана бизнесин натыйжалуу уюштуруу менен башкаруунун негизги көрсөткүчү болгон финансылык туруктуулукка ишеничтүү талдоо жүргүзүүгө мүмкүн болбойт. Бул болсо, өндүрүштүк-чарбалык ишмердүүлүктүн натыйжаларын туура баалоого жолтоо кылат.

Жогоруда айтылгандарга карасак, ааламдашуу доорундагы туристтик бизнести, анын ичинде, мейман күтүү индустриясын башкаруунун инновациялык стратегиясын калыптандыруунун методологиялык негиздери төмөнкүлөр боло алышат:

- инновацияларды колдонууга киргизүүнүн жана туристтик кызмат көрсөтүүлөрдү диверсификациялоонун эсебинен бизнести рыноктун өзгөрүлмө суроо-талаптарына ийкемдүү адаптациялоо;
- ички ресурстарды сарамжалдуу пайдалануу;
- туристтик бизнес-түзүмдөрдү чыңдоо;
- калкка сунушталуучу товарлар менен кызмат көрсөтүүлөрдүн жалпы көлөмүндө туристтик кызмат көрсөтүүлөрдүн, анын ичинде, мейманкана комплекстеринин кызматтарынын көлөмдөрүн жана үлүшүн өстүрүү.

Изилдөөчү Е. Б. Доброжанская да инновациялык ишмердүүлүк мейманкана комплекстерин иштетүүдө жана аларды келечекке багыттап өнүктүрүүдө зор мааниге ээ болорун белгилейт. Анын ою боюнча: «Азыркы мезгилде, ошондой эле, эксперттердин божомолдору боюнча, келечекте дагы, мейманкана каражаттарын ишке ашыруунун көбүрөөк адекваттуу формасы мейманкана комплекстери болуп саналат. Алар күчтүү атаандаштык бар туристтик базардын шарттарында кызмат өтөөгө кыйла ыңгайлашкан. Бул процесстерде инновациялык ишмердүүлүк зор социалдык мааниге ээ болот, анткени, калктын сапаттуу эс алууга жана маданий керектөөлөрүн канааттандырууга болгон социалдык керектөөлөрүн турмушка чакырат. Ошондуктан, меймандостук индустриясынын бардык уюмдарынын инновациялык ишмердүүлүгүн башкаруу процесстери экономиканын өнүгүүсүнө түрткү болуп, туруктуулукту жаратат жана коомдук-мамлекеттик тутумдардын туруктуу өнүгүүсүнө жол ачат» [28, 139-б.]. Автордун белгилөөсүнө караганда, туристтик рыноктогу күчтүү атаандаштыкка дал ушул мейманкана комплекстери туруштук бере алышат. Анан да ушундай болуусуна жетишүү үчүн меймандостук индустриясындагы, анын ичинде, конкреттүү

ишканадагы инновациялык процесстерди башкарууну жакшы жолго коюу абзел. Бул болсо өз кезегинде меймандостук индустриянын кардарларын, жалпы калкты сапаттуу тейлөө зарылдыгын жаратат.

Изилдөөчү Е. В. Корягинанын айтымында, «...жекече мейманкана ишканасынын атаандаштыкка жөндөмдүүлүгү жалгыз эле ишкананын жеке өзү үчүн олуттуу мүнөздөмө катары каралбайт: конкреттүү аймакта локалдашкан мейманкана ишканаларынын жыйындысы боюнча, ал түпкү эсепте андан ошол аймакка келүү боюнча туристтик агымдын көлөмү көз каранды боло турган анын мейманкана чарбасынын атаандаштыкка жөндөмдүүлүгүн калыптандырат. Ошентип, мейманкана ишканасынын жана мейманкана чарбасынын атаандаштыкка жөндөмдүүлүгү туристтик аймактын атаандаштыкка жөндөмдүүлүгүн калыптандыруунун факторуна айланат, бул аларды мейманкана ишканаларынын гана эмес, мамлекеттик бийлик органдарынын, жергиликтүү өзүн-өзү башкаруунун, тарапташ бизнестин, локалдуу коомчулуктун да кызыкчылыктарынын объектиси болот. Буга ылайык мейманкана чарбасынын өнүгүүсүн, стратегиялык башкаруунун ролун жогорулатат» [56, 141-б.].

Окумуштууларга толугу менен кошулуп, учурда мейманкана комплекстерин иштетүүдө стратегиялык башкаруу жүргүзүү көп жагынан максатка ылайыктуу болот демекчибиз. Стратегиялык башкарууда мейманкана комплекстери жайгашкан аймактагы социалдык-экономикалык мультипликациялык мааниси, маңызы жана тейлөөнүн сапаты сөзсүз эске алынууга тийиш. Ошентип, туризм индустриясынын ишканаларын, анын ичинде, мейманкана комплекстерин башкаруу ишмердүүлүгүндө сапат жана стандарт, о. э. башкаруу маселелери алдыңкы орунга чыгат. Албетте, жогоруда көтөрүлгөн маселелер кадрларды даярдоо этабында эске алынып, мейманканаларды башкарууда методдор, өзгөчөлүктөр, стилдер жана стандарттар сыяктуу багыттарда сапаттуу билим берилиши абзел.

Биринчи бөлүмдүн жыйынтыгы

Бул бөлүмдө мейманканаларды башкаруу илиминин теориялык негиздери, башкаруу методдору, жетекчилердин башкаруудагы стильдери жана эларалык тажрыйбасы ар тараптуу иликтенип чыкты. Учурда мейманкана бизнеси туруктуу өнүгүп жаткандыгына карабастан тилекке каршы бул багыттагы изилдөөлөрдүн али аз болгону аныкталды. Ар бир турист бюджетинин 30% мейманканадагы тейлөөгө жумшагандыгы үчүн мейманканалардын натыйжалуу уюштурулушу жана башкарылышы алардын финансылык көрсөткүчтөрүнө оң таасирин тийгизе тургандыгы иште ырасталды.

Мейманкана бизнесинин адам ресурстарынан көз каранды болгону жана эч тынымсыз иштей тургандыгы анын башкаруу түзүмү экономиканын башка секторлорундагы ишканалардан айырмаланган маселелери орун алган. Ушундан улам мейманкана бизнеси өнүккөн өлкөлөрдө ишкерлер менен илимпоздор тарабынан мейманкана бизнеси үчүн ыңгайлуу метод, ыкма жана стильдер иштелип чыккан. Алардын басымдуулугу иште талданып, сонунан заманбап талаптарга ылайыктуу башкарууну автоматташтыруу маселеси иликтенип чыкты.

Иликтөө көрсөткөндөй мейманкананын тейлөө сапатынын туруктуулугу ишкананын жиктилиши жана колдонгон стандарттары менен тыгыз байланыштуулугу аныкталды. Ушундан улам бул бөлүмдө эларалык мейманкана бизнесинде колдонулган стандарттар жана жиктөө системалары толук иликтенип, аларды ишке ашырууда иштегендердин артыкчылыгы такталып, коопсуздук жана ишенимдүүлүк жагы чиеленишкен мейманкана бизнесинде келип чыккан көйгөйлөрдү чечүү жолдору талданды.

Экинчи бап. БИШКЕК ШААРЫНЫН МЕЙМАНКАНА БИЗНЕСИН ӨНУКТУРУУНУН АБАЛЫ

2. 1. Мейманканалардын өнүгүү тенденциясы

Туризмдин негизин түзгөн мейманкана бизнесинин тарыхы монастырлардан, караван сарайлар менен конок үйлөрүнөн баштайт. Учурда таанымал болгон заманбап мейманкана бизнесинин алгачкы үлгүлөрү батыш өлкөлөрдө пайда болгон. Мейманкана катары салынып иштеп баштаган Американын эң алгачкы ишканасы 1794-жылы Нью Йоркто ачылгандан соң [65, 38-б.], чынжыр мейманка жана мейманкана менеджменти түшүнүктөрү ушу жерден дүйнөгө таркаган. Жылдан жылга көбөйгөн чет элдик жана жергиликтүү саякатчылардын саны меймандостук индустриянын ылдам өнүгүүсүнө негиз түзүп, анын тарыхый өнүгүүсү Козак тарабынан деталдуу изилденип, “Мейманкана ишмердүүлүгү” багытындагы эмгектеринде берилген [165; 166].

Пандемияга чейин дүйнөдө 1073500 жайгаштыруу каражаты болсо анын 41% (5* - 6,2%, 4* - 22,5%, 3* - 43,9%, 2* - 21,6%, 1* - 5,8%) жылдары болгон [102; 146]. Өнүгүп келе жаткан мамлекеттерде чакан жана орто бизнестин пайы 10-20 арасы болсо, өнүккөн өлкөлөрдө 50-60% тегерегинде болгону жумуш орундар менен камсыздоодо маанилүү роль ойноп, өнүккөн мамлекеттерде калктын 60-80%, өнүгүп келе жаткан өлкөлөрдө 10-15% орто жана чакан бизнесте эмгектенет [87].

Дүйнөлүк Туризм Уюмунун пандемия башталганда божомолдоосуна карата дүйнөлүк туризмдин 20-30% төмөндөшү, анын кирешесинин 300-450 миллиард долларга азайышы күтүлгөн, тактап айтканда, бул сумма 2019-жылы түшкөн 1,5 млрд доллар кирешенин 1/3 түзөт. Бул 2009 - жылы болгон экономикалык кризистин жана 2003 -жылы өткөн SARS эпидемиясынын туризмге тийгизген залакасынан да кыйла жогору [192]. Албетте, Кыргызстандын туризм тармагы дагы дүйнөдө болуп жаткан түрдүү кризистик

термелүүлөрдөн, андан сырткары өлкөдөгү саясий туруксуздуулуктан, жаратылыш кырсыктары менен аномалиялардан өтө таасирленет. Андан сырткары өлкөнүн мейманкана секторунун өнүгүүсүнө тейлөө сапатынын төмөндүгү, квалификациялуу кадрлардын жетишсиздиги жана инвестициялык саясаттын жоктугу таасирин тийгизет [4]. Кыргызстандын мейманкана секторунун өнүгүүсү сунушталган кызматтын сапатынан түздөн түз көз каранды [91, 133-б.] болгону жергиликтүү эксперттер тарабынан белгиленет. Акыркы убакта Бишкектин аба тазалыгы да өтө олуттуу көйгөйлөр арасында орун алып, Бишкеке келген туристтерди гана качырбастан, жергиликтүү тургундарды да шаардан алыс болууга мажбурлоодо [49; 15; 36]. Ушундан улам жергиликтүү жана чет элдик туристтер Бишкек шаарынын борборунда эмес, анын чет жакасында же тегерегинде жайгашкан айылдарда жайгашууну тандаганы жана талапка жараша сунуштун көбөйгөнү байкалган. Бул тенденцияга жараша Кыргызстанда түрдүү “эко” долбоорлор жүргүзүлүп, учурда туризм, анын ичинде жайгаштыруу каражаттарына багытталган окутуулар жана эко-энбелги берүү иштери түрдүү уюмдар тарабынан ишке ашырылууда. Себеби мейманканалар жаратылышка тийгизген таасири көп болгондугунан улам суу менен энергия ресурстарын үнөмдөө жана таштандыларды бөлүштүрүп же кайрадан колдонууну [162] практикага киргизүү өтө маанилүү. Эгерде батыш өлкөлөрүндө эко долбоорлор көптөн бери актуалдуу [83] болсо, Кыргызстанда кийинки гана убакта көңүл бурулуп, бул жаатта тез арада керектүү иш - чаралардын пландалышы жана тийиштүү иштердин жүргүзүлүшү зарылчылыгы айрым изилдөөлөр тарабынан тастыкталат. Мисалы Кыргызстандын 2030-жылга чейин жалгыз гана энергетика секторундагы жакшыртуулар CO₂ нин 40%га азайышына алып келери божомолдонуп, анын олуттуу бөлүгү коомдук жай имараттарынын курулуусунда жашыл технологияларды колдонуу, о. э. тийиштүү эко иштердин жүзөгө ашырылышы менен жабылаары [120] билинген.

Өлкөдө эко - энбелгилөө системасынын иштелип чыгышынын актуалдуулугу Кыргызстандагы мейманканалардын эко сертификация модели

долбоорунун алкагында жүргүзүлгөн сурамжылоонун натыйжасында ырасталган. Сурамжылоого катышкан респонденттер “тейлөө стандарттарын камсыз кылуу үчүн эко-энбелгилөө системасы маанилүү экендигин жана мейманканаларда экологиялык стандарттарды белгилөө үчүн эко-энбелги сертификаттоо системасы зарыл” [58, 41-б.] деп белгилешкен.

Кыргызстандын али бузулбаган жаратышылы жана туризмдин өнүгүүсү экономикалык жактан алдыда болгон өлкөлөрдүн экологиялык колониясына айлануу коркунучу [122] тууралуу айтылса дагы, туризмдин өнүгүүсү экологияны, улуттук баалуулуктарды сактоодо жана жергиликтүү элди бизнеске шыктандырууда маанилүү курал.

Өлкөбүз дүйнөлүк туризм базарында салыштырмалуу арзан баада туристтик өндүрүм сунуштаганы жана жаңы багыт болгону туристтерди тартууда маанилүү рол ойнойт. Республикада уюштурулган «Дүйнөлүк көчмөн оюндары» өлкөнүн туристтик дараметин жогорулатуу, сергек жашоо мүнөзүн пропагандалоо, спорттун улуттук түрлөрүн колдоо жана өнүктүрүү максатында ишке ашырылып, Кыргызстан этносспорт багытында абсолюттуу жаңы форматтагы мелдештердин биринчи уюштуруучусу болуп бүт дүйнөгө таанылып [13] өлкөнүн туризм тармагын өнүктүрүүгө чоң салымын кошту [72]. Акыркы жылдары Кыргызстанда туризмдин өнүгүшүнө мамлекет тарабынан колдоо көрсөтүлүп, түрдүү улуттук программаларда жана өлкөнү өнүктүрүү стратегияларында приоритеттүү орун алууда [129; 72]. Бирок ошол эле учурда өкмөт деңгээлинде иштиктүү туризм маркетингинин планы менен стратегиясы иштелип чыкпагандыктан туризмден түшкөн киреше дүйнөлүк масштабда төмөн болгондугу анык [112, 184-б.].

Орто Азиянын маанилүү туризм потенциалына ээ болгон Кыргыз Республикасы бай маданияты, жаш калкы жана бузулбаган жаратылышы менен артыкчылыка ээ [60, 90-б.]. Туризмдин өнүгүүсүнө ыңгайлуу шарттары бар Кыргыз Республикасы эл аралык туризмде жылына 400-500 млн. долларга чейин каражат таап, 2 миллионго жакын чет элдик туристтерди мейманканаларда

жайгаштыруу мүмкүнчүлүгү бар. Мамлекетке туристтерди тартууда 2 багытта, коңшу жана алыскы чет өлкөлөргө багытталган маркетингдик иш чыралардын жүргүзүлүшү сунушталат [88], себеби эл аралык туризм динамикалуу түрдө өнүгүп жаткан тышкы экономиканын маанилүү тармагы [12, 176-б.] болгону белгилүү.

Кыргыз Республикасынын Улуттук статистика комитети чек араны кесип өткөн жарандардын саны боюнча гана маалымат берип, 2023-ж 8757,3 млн болгонун билдирген. Ал эми туристтердин саны боюнча маалымат Кыргыз Республикасынын Экономика жана соода министрлигине караштуу Туризм департаментинен Кыргыз Республикасынын мамлекеттик чек арадагы өткөрүү пунктары аркылуу келген чет элдик жарандардын деталдуу маалыматы алынып, ДТУнун “турист” классификациясына (*максаты: кыска мөөнөттүү иш сапарлары, жеке, окуу, дин, транзит жана туризм*) жараша эсептелинип, төмөндөгү 2.1 - таблицада көрсөтүлгөн.

2.1-таблица. 2019-2023-жылдары Кыргызстанга келген туристтердин саны

	2019	2020	2021	2022	2023
КМШ өлкөлөрү	8220360	2086856	3041911	6699654	8276142
Башка өлкөлөр	289647	50812	132025	201561	276997
Бардыгы	8510007	2137668	3173936	6901215	8553139

Булак: Автор тарабынан Кыргыз Республикасынын Экономика жана соода министрлигине караштуу Туризм департаментинен алынган маалыматтарынын негизинде түзүлүп эсептелди.

Таблицадан көрүнүп тургандай КМШ өлкөлөрүнөн келген туристтердин саны Ковид-19 учурунда кескин азайганы менен, 2023-жылы пандемияга чейинки көрсөткүчтөргө жеткен. Акыркы үч жылда Кыргызстанга эң көп турист жиберген 10 өлкөнүн тизмеси жылдарга карата төмөндөгү 2.2 – таблицада көрсөтүлгөн.

2.2-таблица. Кыргызстанга эң көп турист жиберген өлкөлөр (миң)

2021	2022	2023
------	------	------

Өзбекистан	2166,4	Өзбекистан	4220,2	Өзбекистан	5274,8
Казахстан	515,4	Казахстан	1829,0	Казахстан	2351,8
Россия	308,4	Россия	636,8	Россия	627,7
Таджикистан	43,3	Түркия	41,3	Түркия	47,8
Түркия	28,7	Индия	22,2	Кытай	37,4
Пакистан	28,1	Германия	16,9	Индия	26,4
Индия	15,9	Пакистан	16,6	Германия	21,1
Германия	7,6	АКШ	13,8	Пакистан	17,8
АКШ	6,9	Түштүк Корея	8,8	АКШ	15,8
Кытай	5,3	Кытай	8,5	Түштүк Корея	15,3

Булак: автор тарабынан Кыргыз Республикасынын Улуттук статистикалык комитетинин маалыматтарынын негизинде түзүлүп эсептелди [Электрондук ресурс]: Кыргызстандагы туризм, 2019-2023-ж. – Б., 2023 - Кирүү режими: <https://stat.kg/kg/publications/sbornik-turizm-v-kyrgyzstane/>. – башкы беттен.

Анализге жараша алдыңкы 3 орунду Кыргызстандын жакын мамиледе болгон кошуналары, КМШ өлкөлөрүнүн өкүлдөрү ээлейт. Ал эми КМШ өлкөлөрүнөн келген туристтердин саны акыркы 5 жыл үчүн төмөндөгү 2.3 - таблицада чагылдырылган.

2.3 - таблица. Кыргызстанга КМШ өлкөлөрүнөн келген туристтер (миң)

	2019	2020	2021	2022	2023
Азербайджан	7,2	1,5	1,7	4,7	4,6
Армения	1,2	0,3	0,3	0,7	0,7
Беларусь	4,7	1,8	2,1	4,8	4,7
Молдавия	2,9	0,7	0,4	1,0	1,2
Казахстан	2909,1	544,7	515,4	1829,0	2351,8
Узбекистан	4571,4	1343,8	2166,4	4220,2	5274,8
Таджикистан	174,9	47,6	43,3	3,8	3,7
Россия	540,4	144,2	308,4	636,8	627,7
Туркмения	1,2	0,2	0,2	0,8	1,5
Украина	7,6	2,0	3,7	4,4	5,4

Булак: автор тарабынан Кыргыз Республикасынын Улуттук статистикалык комитетинин маалыматтарынын негизинде түзүлүп эсептелди [Электрондук ресурс]: Кыргызстандагы туризм, 2019-2023-ж. – Б., 2023 - Кирүү режими: <https://stat.kg/kg/publications/sbornik-turizm-v-kyrgyzstane/>. – башкы беттен.

Таблицадагы маалыматка жараша өлкөбүзгө пандемия учурунда дагы Өзбекистан миллиондогон туристтер келгендиги өзгөчө көңүлдү бурат. Ал эми пандемиядан кийин эң көп турист жиберген 10 алыскы чет өлкө боюнча маалымат төмөндөгү 2.4 - таблицада чагылдырылган.

2.4-таблица. Кыргызстанга эң көп турист жиберген алыскы чет мамлекет (миң)

2021		2022		2023	
Түркия	28724	Түркия	41315	Түркия	47808
Пакистан	28093	Индия	22216	Кытай	37443
Индия	15913	Германия	16886	Индия	26401
Германия	7579	Пакистан	16605	Германия	21107
АКШ	6866	АКШ	13806	Пакистан	17812
Кытай	5332	Түшт. Корея	8799	АКШ	15768
БАЭ (ОАЭ)	3898	Кытай	8468	Түшт. Корея	15315
Сауд Арабия	3395	Монголия	5878	У. Британия	6227
Франция	2876	Сауд Арабия	5531	Франция	5996
Түшт. Корея	2483	Франция	4995	БАЭ (ОАЭ)	5815

Булак: автор тарабынан Кыргыз Республикасынын Улуттук статистикалык комитетинин маалыматтарынын негизинде түзүлүп эсептелди [Электрондук ресурс]: Кыргызстандагы туризм, 2019-2023-ж. – Б., 2023 - Кирүү режими: <https://stat.kg/kg/publications/sbornik-turizm-v-kyrgyzstane/>. – башкы беттен.

Алыскы чет өлкөлөрдөн келген туристтерди иликтей келсек алдыңкы орунду акыркы беш жылда Түркия ээлегени көрүнөт жана 2023-жылы экинчи орунда Кытай, үчүнчү орунда Индия мамлекети болгону таблицада чагылдырылган. Ал эми Кыргызстанга келген бардык КМШ өлкөлөрүнөн келгендердин 29,5% жана экономикасы өнүккөн өлкөлөрдөн келген туристтердин 52,9% Бишкекти зыярат кылгандыгы төмөндөгү 2.5 - таблицадан көрүнөт.

2.5 - таблица. Кыргызстанга 2023-ж. келген туристтердин

Бишкеке тийген үлүшү

		Анын ичинен
--	--	-------------

Аймак	Бардыгы	Алыскы чет өлкөлөр	КМШ өлкөлөрү	Кыргызстан
Баткен	20 295	174	523	19 598
Жалал-Абад	139 349	2 652	4 684	132 013
Ысык Көл	555 827	20 042	83 489	452 296
Нарын	102 517	20 066	2 006	80 445
Ош	155 990	4 351	7 423	144 216
Талас	110 183	564	426	109 193
Чүй	198 898	22 227	12 979	163 692
Бишкек ш.	273824	85286	75809	112729
Ош шаары	275 664	174	523	19 598
Бардыгы	1832547	161289	256980	1414278

Булак: автор тарабынан Кыргыз Республикасынын Улуттук статистикалык комитетинин маалыматтарынын негизинде түзүлүп эсептелди [Электрондук ресурс]: Кыргызстандагы туризм, 2019-2023-ж. – Б., 2023 - Кирүү режими: <https://stat.kg/kg/publications/sbornik-turizm-v-kyrgyzstane/>. – башкы беттен.

Талдоого жараша Бишкеке келген туристтердин саны барган сайын артып, пандемияга чейин 2019 – жылдын көрсөткүчүнөн дагы эки эседен көбүрөөк өскөнү төмөндөгү 2.6 – таблицада чагылдырылган.

2.6 - таблица. Бишкеке келген туристтердин өсүү тенденциясы, миң адам

Жыл	Бардыгы	Анын ичинен		
		Алыскы чет өлкөлөр	КМШ өлкөлөрү	Кыргызстан
2019	117504	47685	25197	44622
2020	28 959	6622	6248	16089
2021	52 308	13765	12845	25698
2022	181 722	64401	49317	68004
2023	273824	85286	75809	112729

Булак: автор тарабынан Кыргыз Республикасынын Улуттук статистикалык комитетинин маалыматтарынын негизинде түзүлүп эсептелди [Электрондук ресурс]: Кыргызстандагы туризм, 2019-2023-ж. – Б., 2023 - Кирүү режими: <https://stat.kg/kg/publications/sbornik-turizm-v-kyrgyzstane/>. – башкы беттен.

Экономикасы өнүккөн өлкөлөрдөн келген туристтердин саны 1,8 эсе, КМШ өлкөлөрүнөн 3 эсе, ал эми жергиликтүү туристтердин саны 2,5% эсе, тактап айтканда 68,1 миң кишиге өскөнү жогоруда берилген таблицада көрсөтүлгөн.

Туристтердин саны арбыган сайын мейманкана бизнеси чөйрөсү жанданып, атаандаштык күч алып, сунушталган кызмат сапатында олуттуу өзгөрүүлөр байкалууда [170, 46-б.]. Мейманканалар кардарларды өзүнө тартуу жана алардын муктаждыктарын канааттандыруу максатында түрдүү иш-чараларды жүргүзүүдө. Атаандаштыктын зор шарттарында мейманканалар тиричилигин улантуу жана ийгиликке жетүү үчүн болгон каражаттарын эффективдүү колдонууга жана туристтердин түркүн каалоо-тилектерин канааттандыруу үчүн аракеттерди жасоодо.

Кыргызстан дүйнөдөгү туризм тармагынын өнүгүү көрсөткүчүнөн кыйла артта калганы менен өлкөнүн ичиндеги өнүгүү темптери башка тармактарга салыштырмалуу алдыда болгону статистикалык маалыматтар далилдейт. Мисалы Кыргыз Республикасынын туризм тармагынын тездик менен өнүгүп жаткандыгынын маанилүү көрсөткүчү бул мейманкана ишканаларынын санынын көбөйгөндүгү. 1990-жылы 40 мейманкана, 3358 жатак орду болсо [90, 72-б.] 2023-жылы жайгаштыруу каражаттарынын саны 2792, анын ичинен мейманканалар 1489 ду түзүп, жатак орундардын саны 79,2 миңге чыккан [113]. Демек, 33 жылда Кыргызстандын мейманкана сектору 1449 ишканага, б. а. жылына 44 ишкана көбөйсө, жатак орун саны 75,8 миңге, тактап айтканда жылына 2,3 миң жаңы жатак орду кошулган. Төмөндөгү таблицада акыркы беш жыл үчүн Кыргызстандын жайгаштыруу каражаттары рыногундагы өзгөрүүлөр тууралуу маалымат берилген. Көрүнүп тургандай мейманканалар беш жылда 202 ишканага, ал эми конок үйлөрү 153 ишканага көбөйгөн. Орточо эсеп менен беш жылда мейманканалар жыл сайын 40, конок үйлөрү 31ге көбөйүп, жатак орун саны пандемияга чейин 41,6 миң болсо 2023-ж 79,2 миңге чейин өскөн.

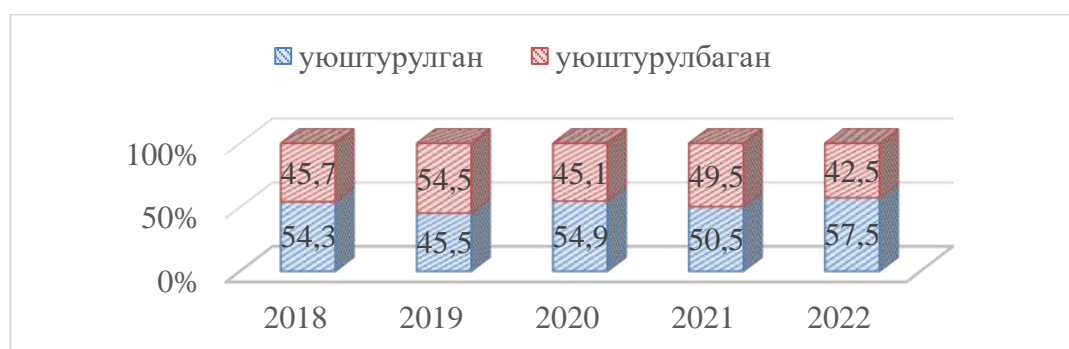
2.7 - таблица. Кыргызстандагы ишмердүүлүгүн жүргүзүп жаткан жайгаштыруу каражаттарынын өсүү динамикасы [113]

Жыл		Анын ичинен			
-----	--	-------------	--	--	--

	Бардыгы	Башка жайгаштыруу каражаттары	Мейман кана	Конок үй	Жатак орун (миң)	Бөлмө	Жайгаштырылган миң адам
2019	2437	1093	194	1150	41,6	4322	
2020	2537	1145	216	1176	21,2	3731	
2021	2625	1179	224	1222	31,0	6564	
2022	2688	1206	233	1249	69,4	14530	
2023	2792	1240	249	1303	79,2	16302	
2024	2881	1271	276	1334	-	-	

Булак: автор тарабынан Кыргыз Республикасынын Улуттук статистикалык комитетинин маалыматтарынын негизинде түзүлүп эсептелди [Электрондук ресурс]: Кыргызстандагы туризм, 2019-2023-ж. – Б., 2023 - Кирүү режими: <https://stat.kg/kg/publications/sbornik-turizm-v-kyrgyzstane/>. – башкы беттен.

Көрсөтүлгөн кызматтардын көлөмүндө өсүш менен айкалышып, келген туристтердин саны көбөйгөнү, анын жыйынтыгында туристтик өндүрүм менен мейманкана кызматтарына талап жогорулаганын билдирет. Бул жагдай конок үйлөрдүн санынын өсүүсүнө дагы өбөлгө түзүп алардын негизги көрсөткүчтөрү сектордун спецификасынан улам жайгаштырылган адам саны аркылуу чагылдырылат.



2.1-сүрөт. Кыргызстандын уюштурулган жана уюштурулбаган секторунда эс алгандардын саны.

Булак: автор тарабынан Кыргыз Республикасынын Улуттук статистикалык комитетинин маалыматтарынын негизинде түзүлүп эсептелди [Электрондук ресурс]: Кыргызстандагы туризм, 2019-2023-ж. – Б., 2023 - Кирүү режими: <https://stat.kg/kg/publications/sbornik-turizm-v-kyrgyzstane/>. – башкы беттен.

Жогоруда берилген сүрөттө уюштурулган жана уюштурулбаган сектордо коноктогон туристтердин саны жалпысынан окшош болгону көрүнүп,

Кыргызстандагы туристтердин акыркы убактарда “жапайы” эс алуу формасынан акырындык менен баш тарткандыгын ырастайт.

Бишкек шаары Кыргызстандын борбор калаасы болгондугунан улам элет жергесиндеги мейманкана кызматтарын сунуштаган ишканалардан айырмачылыгы чоң. Бул айырмачылыктар мейманкана санынан баштап, сунуштаган кызматтарынын сапаты менен санында көрүнөт. Республикага келген туристтердин басымдуу бөлүгү туризмдин активдүү түрлөрү үчүн келгени менен алардын дээрлик ар бири борбордогу мейманканалардын бирине токтойт [27]. Эгерде Бишкектеги мейманканалар көлөмү, отурукташкан корпоративдик маданияты жана эларалык стандарттары менен таанылса, элет жергесиндеги ишканалар улуттук баалуулуктары жана үй-бүлөлүк башкаруусу менен өзгөчөлөнөт.

Кыргызстандын туризм рыногу өзүнүн «табигый» жолу менен, б. а. мамлекеттин түздөн-түз кийлигишүүсү жок өнүгүүдө болгонун жана андай өнүгүүнүн жакшы натыйжаларды бергенин көрүүгө болот [111, 51-б.]. Башаламан өнүгүү тенденциясы мейманкана секторуна да таандык болуп, өлкөдө бул тармакты жөнгө салуучу регулятивдик документтин же стратегиялык өнүгүү планынын болбогондугу көптөгөн көйгөйлөрдү жаратат. Мисалы жиктөө системасынын толук ыктыярдуу болгону, о. э. убакта жиктөө документинин Советтер Союзунан бери өзгөрбөгөндүгү, андан тышкары бирдиктүү реестрдин жоктугу статистикалык маалыматтарда башаламандыкка жол ачат. Мисалы 2023-жылы Booking.com онлайн брондоо платформасында Бишкек шаары боюнча 450 жайгаштыруу каражаты туристтерди кабыл алууга даяр болсо (3-тиркеме), бул маалымат улуттук статистика комитети тарабынан тастыкталбаганы 2.8 – таблицадан көрүнөт.

2.8 - таблица. Бишкек шаарынын мейманканаларынын өсүү динамикасы

Жылдар	2019	2020	2021	2022	2023

Туризм ишканалары жана эс алуу мекемелери	65	65	72	82	93
Санатордук курорттук мекемелер	22	18	20	20	21
Бардыгы	87	83	92	102	114
Мейманкана саны	125	144	149	154	165
Дуң киреше (млн сом)	1205,4	398,9	1037,2	2553,2	3457,4
Жатак орун саны	2400	2200	2100	8600	11,0
Жайгаштырылган адамдардын саны, миң адам	108	28,0	50,0	169,9	251,2
Бардык номерлердин саны, бирдик	1 611	1494	1524	6510	6948
Суткада сатылган жатак орун миң	195,1	55,2	76,2	271,7	324,0
Бир кишилик жатак орундун баасы (орточо суткасына)	2850	3110	3000	3000	315,0
Резиденттер үчүн суткалык орундун орточо наркы, сом	2 700	2705	2500	2500	2800
Резидент эместер үчүн суткалык орундун орточо наркы, сом	3 000	3515	3500	3500	3500

Булак: автор тарабынан Кыргыз Республикасынын Улуттук статистикалык комитетинин маалыматтарынын негизинде түзүлүп эсептелди [Электрондук ресурс]: Кыргызстандагы туризм, 2019-2023-ж. – Б., 2023 - Кирүү режими: <https://stat.kg/kg/publications/sbornik-turizm-v-kyrgyzstane/>. – башкы беттен.

Көрүнгөндөй, расмий маалымат менен онлайн брондоо платформасындагы актуалдуу маалымат ортосундагы төп келишпестиктер көмүскө экономикада ишмердүүлүк тууралуу маалымдап, пандемияга карабастан, мейманканалардын санынын өскөнү дагы өзгөчө көңүлдү бурат. Бул өсүү динамикасы Джумалиеванын Бишкектин мейманкана рыногу боюнча изилдөөсүндө да тастыкталып, анын тыянактары төмөндөгүдөй берилген: мейманкана бизнесинин жалпы өсүшү мейманканалардын саны менен киреше көлөмүнөн байкалууда; борбордогу мейманканалардын өндүрүмдүүлүгү учурда төмөн болгону менен перспективасы чоң, анын себеби атаандаштык жөндөмдүүлүгү төмөн жана баалардын кымбат болушу; жеке батирлерди ижарага берүү рыногу өнүккөндүгү мейманканалардын толтурулушуна жана өнүктүрүүсүнө терс таасир тийгизүүдө [27].

Бишкек шаарынын мейманкана рыногу тууралуу эң көп маалыматты учурда Booking.com сайтынан алуу мүмкүн. Сайттын 2023- жылы берген маалыматына жараша ‘hotel’ категориясында 76 сунуш, анын ичинен алтоо 5*

мейманкана [11, 99-б.], жыйырма жетөө 4* жана отуз беш 3* мейманкана категориясында болгону көрүнөт. Ал эми бир жылдан кийин сайттын маалыматына жараша Бишкекте 511 жайгаштыруу каражаты болгонун, анын жетөөсү 5*, отуз жетиси 4* категориясындагы мейманкана болгону аныкталган (1-тиркеме). Платформанын маалыматына жараша төмөндөгү 2.9 - таблицада Бишкекте ишмердигин жүргүзгөн беш жылдыздуу ишканалар тууралуу кыскача маалымат берилген.

2.9 - таблица. Бишкек шаарындагы 5* мейманканалардын тизмеси

Аты	Адреси	Веб сайт	Стандарт бөлмөлөрдүн баасы	Бөлмө саны	Сыйымдуулук	Booking.com рейтинг
Orion Hotel	Эркиндик бульвары 21	https://www.orionbishkek.com/	1 орун - 180 \$ 2 орун - 180 \$	84	168	9,3
Golden Dragon	Элебаев көчөсү 60	https://goldendragon.kg/	1 орун - 65 \$ 2 орун - 65 \$	47	94	8,9
Novotel Bishkek City Center	Манас проспекти 16	https://all.accor.com/hotel/A145/index.ru.shtml	1 орун - 144 \$ 2 орун - 164 \$	160	320	8,7
Sofia International Hotel	Медерова 117	https://jannat.kg/regency-bishkek/	1 орун - 90 \$ 2 орун - 120\$	114	228	8,5
Sheraton Bishkek	Киева 148б	https://sheratonbishkek.kg/	1 орун - 140 \$ 2 орун - 166 \$	183	366	8,2
Hyatt Regency Bishkek	Ю. Абдрахманов 191	https://www.hyatt.com/hyatt-regency/	1 орун - 159 \$ 2 орун - 169\$	147	294	7,9
Jannat Regency	Токомбаев 21/2	https://jannat.kg/regency-bishkek/	1 орун - 144 \$ 2 орун - 157 \$	95	190	6,9

Булак: автор тарабынан Booking.com сайтынан 10.06.24ж алынган маалыматтар негизинде түзүлгөн

Мейманканалардын санынын өсүшү Кыргызстанда динамикалуу болуп, 2019-жылы “башка” (“башка” категориясындагы эс алуу жана туризм ишканалары, хостел, курорттук мекемелер, бозүй лагери, батир сыяктуу жайгаштыруу каражаттары бул иште жалпысынан “конок үйү” деп берилет)

категориядагы мейманканалардын саны өлкөдө 1150, Бишкекте 87 болсо, 2023-жылы Кыргызстанда 1303, борбор калаада 114кө чыкканы 2.10 – таблицада көрсөтүлгөн.

2.10 - таблица. Кыргыз Республикасында жана Бишкек шаарында конок үйлөрүнүн өсүү динамикасы

Жылдар	Конок үйлөрдүн саны		Мурунку жылга салыштырмалуу өсүү пайызы	
	Кыргызстан	Бишкек	Кыргызстан	Бишкек
2023	1303	114	4,3	11,7
2022	1249	102	2,2	10,8
2021	1222	92	3,9	10,8
2020	1176	83	2,2	0
2019	1150	87	7,7	14,4

Булак: автор тарабынан Кыргыз Республикасынын Улуттук статистикалык комитетинин маалыматтарынын негизинде түзүлүп эсептелди.

Көрсөтүлгөн маалыматка жараша жылына орточо эсеп менен республика боюнча конок үйлөр 31ге, Бишкек боюнча 5ке көбөйүп, өсүү пайызы Кыргызстанда 4 % болсо, Бишкекте 10%. Эгерде пандемия жылын эсепке албаганда Бишкекте орточо эсеп менен 12%га өскөн. Демек, борбор шаардын өсүү динамикасы республикалык көрсөткүчтөрдөн 2-3 эсе көп.

Жасалган анализге жараша келечекте мейманканалар менен бирге конок үйлөр жалпы республикада, өзгөчө Бишкек жана анын тегерегинде жайгашкан айылдарда көбөйүүсү күтүлүүдө. Бул божомолду дүйнөдөгү туризмдин 3 «S» тен 3 «L» ди карай өнүгүү тенденциясы дагы кубаттайт. Тактап айтканда 3 «S» туризми see - деңиз, sand - кум, sun - күн, башкача айтканда пляж туризми дегенди билдирсе, 3 «L» lore, leisure, landscape - билим, эс алуу жана жаратылыш деген маанини берип [111, 52-б.], салттуу туризм түшүнүгүнөн алыс болгон туризм багыттарынын өнүгүүсү деген маанини берет.

Меймандостук индустриясы, тактап айтканда мейманканалар менен коомдук тамактануу ишканалары жогорку кирешелүү болгондугунан улам дүйнөдө экономиканын эң маанилүү тармактарынын катарында орун алат. Ошондой эле түрдүү кризистерге карабастан туруктуу өсүү динамикасына ээ болгон мейманкана бизнеси 2024-2028 жылдарында 62,4 миллиард долларга көбүрөөк киреше алып келери божомолдонууда [177].

Талаптын туруктуу өсүшү, инвестицияларды актоо мөөнөтү менен алынган киреше көлөмүнүн жагымдуулугу туризм инфраструктурасына инвестицияларды тартып, туристтер муктаж болгон өндүрүм менен кызматтардын түрдүүлүгүнө, о. э. анын көлөмүнүнүн көбөйүшүнө оң таасирин тийгизүүдө. Туризмдин аркасы менен экономиканын бардык тармактарында инвестициялардын көбөйүшү жаңы иш орундардын пайда болушуна жана соода жүгүртүүнүн өсүшүнө оң таасирин тийгизүүдө. Бул ишканалардын жана жарандардын киреше булактарынын көлөмүнүн же санынын көбөйүшү, о. э. мамлекеттик бюджеттин көбөйүшү дегенди билдирет [125].

Заманбап меймандостук индустриясы көптөгөн кызматтарды өзүнө камтып, түрдүү критерийлерге жараша жиктелет жана мейманкананын инфратүзүмү, стандарттары, кызмат сапатын баалоо системасы багыттарында [55, 145-б.] талдалышы керек. Дүйнөлүк тажрыйбаны иликтей келгенде жер планетасынын ар кайсы бурчунда бири-бирине окшош болгон жиктөө системаларынын колдонулганын көрө алабыз. Мейманканаларды жиктөөдөн өткөргөн уюмдардын эң таанымалы HOTREC (Европа), Түштүк-чыгыш Азия мамлекеттеринде ASEAN, Чыгыш жана батыш Африка мамлекеттеринде ECOWAS [60, 109-б.] жана АКШда Автомобилисттердин ассоциациясы AAA болуп эсептелини менен эл аралык тажрыйбада ДТУнун жиктөө системасы көп өлкөлөрдө колдонулат [13, 81-б.]. Учурда мейманкана ишканалары жайгашкан жери, сезондуулугу, сыйымдуулугу, максаты, сунуштаган кызматтары сыяктуу критерийлерге жараша дагы жиктелет [5, 6-б.]. Мейманканаларды жиктөөнүн негизги максаты аларды кандайдыр бир

стандартка алып келүү, себеби кызмат секторунда ишмердүүлүгүн жүргүзгөн ишканалардын ийгилигинин негизинде стандарттар жана алардын катуу көзөмөлү жатканы талашсыз.

Кыргызстанда 1994-жылдары КМШ мүчөлөрү тарабынан кабыл алынган өлкөлөр арасы мейманканалардын жиктөө стандартына жараша жылдыз же разряд берүү иштери Кыргыз Республикасынын Экономика министрлигине караштуу Стандартташтыруу жана метрология борбору тарабынан жөнгө салынат [61]. Тилекке каршы бул иш толук ыктыярдуу болгону, ошондой эле КМС сунуштаган стандарт актуалдуулугун жоготкондугу үчүн [60; 62] ишканалар жиктөөдөн өтүүдөн баш тартышып, бул сектор баш аламан түрдө өнүгүүдө. Мындай көрүнүштүн негизинде эларалык онлайн платформаларда калтырылган негативдүү комментарийлер, туроператорлорго билдирилген нааразычылыктар, анын негизинде өлкөгө келе турган потенциалдуу туристтердин Кыргызстанга саякаттоодон баш тартуусу сыяктуу негативдүү кесепеттер менен кездешүүсү мейманканаларды бирдиктүү жиктөөдөн өткөрүү маселесинин актуалдуулугун жогорулатууда.

Жогоруда белгиленген көйгөйлөр тез-тезден күндөмгө келгендиги үчүн, 2008-жылдын 18-августунун №45 Мамлекеттик туризм агенттигинин буйругу менен “Кыргыз Республикасынын мейманкана ишканаларынын мамлекеттик бирдиктүү жиктөө системасы” аттуу жобосу бекитилип, Кыргыз Республикасынын Юстиция министрлигинде 18. 09. 2008 жылы 108-08 номуру менен катталган [82]. Бирок бир жыл өтпөй, бул жобо 20. 07. 2009ж № 241 “КР ченемдик укуктук актылары жөнүндө” мыйзамынын 36-беренесине ылайык күчүн жоготкон. Ушундан улам бул маселе өлкөнүн туризм сектору үчүн дагы деле актуалдуу болуп, түрдүү долбоорлордун алкагында иштелип чыккан жиктөө моделдеринин мамлекетке сунушталганына карабастан алардын эч бири өкмөт тарабынан кабыл алынган эмес.

Учурда Кыргызстанда ондон ашуун мейманкана ишканаларынын түрлөрү кездешет жана КМС тарабынан расмий түрдө жылдызы тастыкталган төрт [80]

гана мейманкана бар. Мындай жагдайдын себеби Советтер Союзунан калган стандарттарда, б.а. заманбап өзгөрүүлөрдөн артта калганында, мисалы бөлмөлөрдө радионун жана бассейндин жанында “Хлор” жазуусу менен чаканын көрүнүктүү жерде болушунда жатат. Ушундан улам, КТМУ Туризм факультети тарабынан Кыргызстандын мейманкана сектору үчүн заманбап жиктөө модели иштелип чыгып, Туризм департаментине сунушталган. Моделде мейманкана, термалдык мейманкана (санаторий/курорт), резорт мейманкана, биринчи жана экинчи даражадагы пансионаттар, апартамент мейманкана, мотел, бирден үчкө чейинки даражадагы конок үйлөрү, кичи мейманкана, хостел, бутик мейманкана жана боз үйлөр [60] камтылган жиктөө системасы сунушталган. Боз үйлөр заманбап жашоодо дагы деле жашап жаткан көчмөн маданиятынын жаркын бир үлгүсү [154, 827-б.] болгону үчүн бул жиктөөдө өзгөчө маани берилип, анын санына жараша бозүй ордосу жана бозүй конушу деп бөлүнүп сунушталган [60]. Ал эми мейманкананын бөлмөлөрүнүн аталышы эл аралык рынокто термин катары отурукташып калган стандартка жараша Кыргызстанда колдонулгандыгынан улам өзгөртүүнүн кажети жок.

Кыргызстанда мейманканалардын кызмат сапаты жиктөөдөн өткөндө гана көзөмөлгө алынып, коюлган талаптардын аткарылышына, о. э. имидж менен кызмат сапатынын жогорулашына жана кошумча кызматтардын санынын өсүшүнө алып келет. Албетте даражага кирген орто жана чакан бизнестин материалдык ресурстарынын чектелгендигинен жана талаптардын жогорулаганынан улам ишканалар терс көрүнүштөр менен да кездешиши мүмкүн [107].

Бишкек, туристтердин эң алгач топтолуучу борбору болгондугунан улам, шаарда болуп жаткан ар бир окуя туристтердин чечимине түздөн түз таасирин тийгизет. Аркыл саясий кырдаалдардан тышкары акыркы жылдары экологиялык да терс көрүнүштөр, мисалы абанын кирдеши сыяктуу көйгөйлөр пайда болууда. 2019-жылдын 29 - ноябрында IQAir га караштуу Air Visualдын жүргүзгөн иштеринин жыйынтыгында Бишкек шаары дүйнөнүн эң кир абасы менен атактуу

Тегеран жана Мумбаи шаарларынан өтүп, биринчи орунду шкаланын 227 көрсөткүчү менен ээлеген [92; 36; 15; 49]. Туризм тармагы экологиялык принциптерге жараша өнүгүүсү керек экендиги мамлекет тарабынан баса белгиленсе дагы [72] кыш айларында көмүр жагылгандыгы үчүн абанын сапаты начарлаган Бишкек шаары потенциалдуу туристтерди үркүтүп [178], туризмдин өнүгүшүнө тоскоолдук жаратууда. Себеби, туристтердин негизги максаты дестинациянын маданияты жана жашоо турмушун жакындан таанып билүү менен бирге, ден соолугуна кам көрүү жана билимине салым кошуу болуп эсептелинет. Түрдүү тоскоолдуктарга карабастан Бишкектин мейманкана сектору хаос түрүндө болсо дагы туруктуу өнүккөнү бир тараптан, экинчи тараптан, бул багытта жүргүзүлгөн изилдөөлөрдүн жокко эсе болгондугу, бул жаатта көп иштердин жасалышы керектигин айгинелейт. Джумалиева жана Абакированын жүргүзгөн изилдөөсүндө Бишкек шаарынын мейманкана рыногунун өнүгүүсү үчүн төмөнкү факторлорго көңүл бурулуусу сунушталган [27]: заманбап рынок шарттарында мейманкана бизнесин башкаруунун принциптерине талдоо жүргүзүү; туруктуу толтуруу пайызын камсыздоодо чынжыр мейманканалар колдонгон жеке брондоо системаларды жергиликтүү рынокко адаптациялап өнүктүрүү; сыйымдуулук, интерьер, кесипкөй персонал, сапаттуу жабдуулар, коноктордун жана алардын мүлкүнүн коопсуздугу сыяктуу факторлор менен өзгөчөлөнгөн мейманкана өндүрүмдөрүн сунуштоо; мейманкананы башкарууда илимий жактан негизделген нормативдик, маркетингдик, репродуктивдүү жана функционалдык ыкмаларды колдонуу; мейманкананын тейлөө сапатын жогорулатуу үчүн персоналдын кесипкөйлүгүн жогорулатууга багытталган иш-чараларды байма-бай жүргүзүү; мейманкана ишмердүүлүгүн актуалдуу багытта өнүктүрүү.

Муну менен бирге динамикалуу түрдө өзгөргөн чөйрөдө Бишкектин мейманкана рыногунун өнүгүүсү үчүн тейлөө сапатын башкаруу системасынын натыйжалуулугуна жана инновацияларды колдонууга көңүл бурулуусу абзел [14]. Ошондой эле чакан бизнести колдоо, болгон ресурстарды натыйжалуу жана

“жашыл” концепция алкагында пайдалануу өлкөнүн атаандаштык артыкчылыгын күчтөндүрүүгө өбөлгө түзөт.

2. 2. Мейманканаларды тейлөөнү башкаруунун абалы

Кыргызстанда мейманкана ишканаларынын инфраструктурасына, материалдык-техникалык базасына жана тейлөөнүн абалына жараша жылдыз берилгенине карабастан мейманканалардагы тейлөө сапаты түрдүү болушу мүмкүн. Кыргызстанда мейманканаларды классификациялоо ыктыярдуу болгонунан улам эларалык чынжыр мейманканалар менен кээбир жергиликтүү бренддердин тейлөө сапаты эларалык стандарттарга ылайык болсо, көп учурда башка ишканаларда тейлөө сапатында көйгөйлөр кездешет.

Мейманканаларда тейлөө сапаты ишкананын туруктуу өнүгүшүнө түздөн түз таасирин тийгизип, анын көзөмөлү жетекчиликтин кызыкчылыгында ишке ашырылат. Ал эми мамлекеттик деңгээлде мейманканалардын тейлөө кызматы, стандарттары жана инфраструктура сыяктуу көрсөткүчтөрдүн көзөмөлү өлкөдөн өлкөгө өзгөрүп, туризм тармагына маани берген өлкөлөрдө “туризм” мыйзамы кабыл алынган. Туризм тармагы түрдүү багыттар менен тыгыз байланышта болуп, динамикалуу өзгөчөлүккө ээ болгонунан улам масштабдуу жана комплекстүү каралып, улам толукталышы же өзгөрүшү шарт. Кыргызстанда “Туризм жөнүндө мыйзам” 1999-жылы биринчи жолу кабыл алынып, 2003, 2013, 2017 жана 2024- жылдары редакциядан өткөн. Россия Федерациясында туризм жаатындагы мыйзам Кыргызстанга караганда 3 жыл мурун кабыл алынып [114, 386-387-б], күнүбүзгө чейин биздин өлкөбүзгө караганда ченемдик – укуктук базасы абдан кеңейип толукталган жана оңдолгон. Ал эми туризм тармагы өнүккөн алыскы чет мамлекеттерде туризм мыйзамы мисалы Түркияда 1982-жылы, АКШда 1961- жылдары кабыл алынып, көптөгөн өзгөрүүлөр менен толуктоолордон өткөн. Учурда Түркияда туризм тармагы толугу менен

мамлекеттин көзөмөлүндө болсо [190], АКШда тескерисинче, мамлекет өзүнүн таасирин минимумга түшүргөн [69].

Экономикалык ишмердүүлүктүн бардык тармактарында мамлекеттин ролу жөнгө салуу, бөлүштүрүү, социалдык жана көзөмөлдөө функциялары аркылуу ишке ашат, ал эми туризм тармагында, анын ичинде мейманкана бизнесинде, көп учурда жөнгө салуучу функциясы гана активдүүлүк көрсөтөт. Жөнгө салуу функциясынын аспаптары административдик, укуктук, түз жана кыйыр экономикалык жөнгө салуу болуп бөлүнөт. Укуктук жөнгө салуу курулуш, гигиена, өрт ж. б. у. с. багыттарда коопсуздук жаатын көзөмөлдөсө, административдик жөнгө салуу ишканалардын классификациясы, лицензиялоо баа, киреше жана валюта курсунун көзөмөлү аркылуу жүргүзүлөт. Мамлекет тарабынан берилген финансылык жардам түз экономикалык жөнгө салуу аспабы катары билинип, мамлекеттин балансында болгон гана ишканаларга тийиштүү. Кыйыр экономикалык жөнгө салуу негизинен салык саясаты аркылуу жүргүзүлүп, инвестициялардын көбөйүшүнө багытталат [2, 61-б.]. Бул жерден кошумчалай кетчү нерсе болуп бул, мамлекет тарабынан мейманкана секторунун стихиялык өнүгүүсүн көзөмөлгө алып көмүскө экономикададан чыгаруу үчүн жалаң гана тыюу аспаптарын [24, 49-б.] эмес, шыктандыруу үчүн мыйзам, жобо же бүтүмдөрдүн иштелип чыгышы [190] чоң мааниге ээ.

Кыргызстандын туризм тармагынын административдик-укуктук базасы СССР курамында жана эгемендүүлүктү алгандан кийинки этаптарда каралат. 1994-жылы мейманканалар КМШ өлкөлөрү арасында кабыл алынган Мамлекеттер аралык стандартка ылайык классификацияланып баштаган. Ага чейин мейманканалар СССРдин “Мейманканаларды категорияларга бөлүү жөнүндө жобосуна” ылайык 7 разрядка (люкс, А, Б, 1, 2, 3, 4) бөлүнүп келген [90, 59-б.]. Учурда Кыргызстанда КМШ өлкөлөрү арасында кабыл алынган стандарттар КМС тарабынан колдонулуп, Кыргызстан боюнча жалгыз гана Жаннат Ридженси отелинин жылдыздарын тастыктаган документи болгону, калган жергиликтүү мейманкана ишканаларынын даражасы менен категориясын

тастыктаган эч бир документи болбогону аныкталган. Ошол эле учурда Бишкекте ишмердигин жүргүзгөн Hyatt Regency 5*, Sheraton 5*, Novotel 5* жана Ramada 4* тийиштүү болгон эларалык чынжырлардын ички процедураларына ылайык берилген жылдыздары менен мейманканалардын категориясын белгилөөдө.

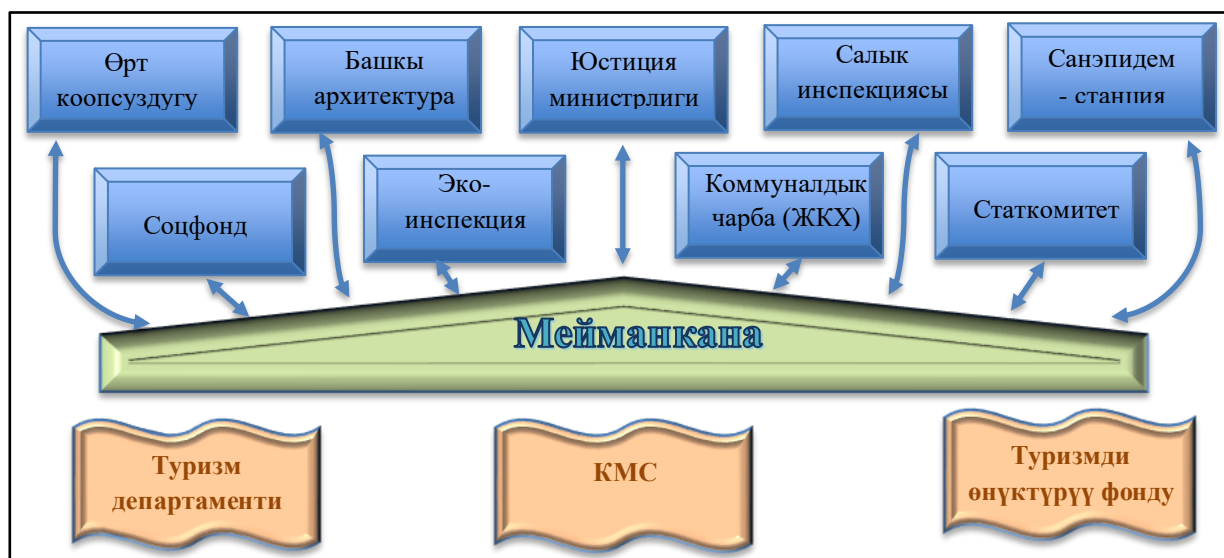
Актуалдуу жана деталдуу Туризм мыйзамынын болбогондугу, классификация системасы мамлекет тарабынан жөнгө салынбагандыгы, о. э. актуалдуу стандарттардын жана мамлекеттик органдарда мейманкана бизнеси жаатында дасыккан адистердин иштебегендигинен улам Кыргызстандын мейманкана бизнесинде таза атаандаштык принциптерине туура келбеген чөйрө жаралып, өзүн – өзү каалагандай жарнамалоосу КР Жарнама жөнүндөгү Мыйзамына жана Керектөөчүлөрдүн укуктарын коргоо жөнүндөгү Мыйзамына туура келбегени адистер тарабынан талкууланып келет.

Кыргызстанда Туризм мыйзамы деталдуу жана масштабдуу болбогонуна карабастан мамлекет жаңы мейманкана курууну же даяр имараттын базасында ачууну каалаган ишкерлердин ишине ар бир этапта кийлигишет. Бирок, башка мыйзамдар, жоболор, берене менен иштин өзгөчөлүгүнөн улам коюлган талаптар туризм тармагында, анын ичинде мейманкана бизнесинин ийгиликтүү иш алып баруусунда маанилүү рол ойнойт. Тактай кетчү нерсе болуп туризм ишканасын ачуу процесси экономиканын башка тармактарында өтүлгөн процесстерден айырмаланбайт. Ал эми кээ бир чет мамлекеттерде туризм өзгөчө статуста болгондугу үчүн кошумча процедуралардан өтүшү шарт. Мисалы, Түркияда туризм тармагында иш алып бара турган ишкананы каттоодон өткөргөндөн кийин Туризм министрлигине же акимиатка катталып, туризм ишканасы сертификаты алынат.

Кыргызстанда мейманкана ачуу процесси башка өлкөлөрдөгүдөй эле эки этаптан туруп, мамлекеттин кийлигишүүсү менен ишке ашырылат. Мисалы имарат куруу этабында курулуш иштери менен байланышкан процедуралардан өтүү шарт. Ал эми имарат курулгандан соң же даяр имараттын базасында

мейманкана ачуу пландалса эң алгач Юстиция министрлигинен уруксаат алынышы шарт. Кошумча куруу иштери же имаратта кандайдыр бир өзгөрүүлөр пландалса Башкы архитектурадан уруксаат алынат. Көрнөк жана жарнамалоочу такталарды орнотуу боюнча Мэрияга кайрылып, ал жарнама “Мамлекеттик тил мыйзамына” жана “Жарнама жөнүндө мыйзамга” туура келиши шарт. Андан сырткары санэпидемстанция, соцфонд, салык, суу, электр тогу, газ, таштанды, өрт, экология сыяктуу мамлекеттик кызматтарда катталуу керек. Мындан сырткары мамлекет чыгарылган мыйзам, токтом же чечимдери менен ишкананын персоналына, конокторуна, иштөө принцибине түздөн түз же кыйыр түрдө таасир тийгизиши мүмкүн.

Төмөндөгү сүрөттө Кыргызстанда, анын ичинде Бишкек шаарында мамлекет тарабынан мейманкана ишмердүүлүгүнүн башкарылышы чагылдырылган. Сүрөттө көрүнүп тургандай мейманкана мамлекеттин органдары менен өз-өзүнчө иш-аракетте болот. Бирок, туризм тармагында иш алып барган Туризм департаменти, Туризмди өнүктүрүү фонду жана туризм жаатында стандарттарды көзөмөлдөгөн Кыргыз мамлекеттик стандарт (КМС) менен эч бир байланышы жок.



2. 2- сүрөт. Мейманканалардын мамлекет тарабынан башкарылышы

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Кыргызстанда мейманканалар менен башка жайгаштыруу каражаттарын категориялаштыруу менен жылдыз берүү системасында көйгөйлөр болгонунан улам, ошол эле учурда Booking. com платформасында гана өзүн жарнамалаган ишканалар бул маалымат менен бөлүшкөндүгү үчүн мындан ары эларалык онлайн брондоо сайтынан алынган маалыматка таянып анализ жүргүзүлөт. Аталган платформа 4 жана 5 жылдыз мейманканаларды гана электөөдөн өткөргөндүгү үчүн аталган эки категориядагы ишканалардын сунуштаган кызматтары талдалып 2. 11-таблицада чагылдырылды. Ал үчүн ишкананын интернет баракчаларынын контент анализи жасалып, сурамжылоо жана жеке көзөмөлдөө методдору колдонулду.

Таблицада көрсөтүлгөндөй 5* мейманканалардын сунуштаган кызматтары жалпысынан окшош болгону байкалат. Берилген терминдерди түшүндүрө кетсек: NS (now smoking) тамеки чегилбеген бөлмө; HDC, физикалык мүмкүнчүлүктөрү чектелген кишилер үчүн бөлмө, SPA, мончо комплекси дегенди билдирет.

2. 11-таблица. Бишкекте жайгашкан 5* мейманканалардын сунуштаган кызматтары [11, 100-б.]

Аталышы	Novotel Bishkek City Center	Sheraton Bishkek	Orion Hotel Bishkek	Golden Dragon	Hyatt Regency Bishkek	Sofia International Hotel
Ресепшн	+	+	+	+	+	+
Трансфер	+	+	+	+	+	-
Тазалык 24	+	+	+	-	-	-
Wi-Fi	+	+	+	-	+	+
Эртең	+	+	+	+	-	+
NS rooms	+	+	+	+	+	+
Ресторан	+	+	+	+	+	+
Бар	+	+	+	-	+	+
Room Service	+	+	+	+	+	+
Терраса	+	+	-	-	-	-
Бакча	+	-	+	+	+	-
Оюн аянты	+	-	-	-	-	-
Бассейн	+	+	+	+	+	-
Сауна	+	-	+	+	+	-
Хамам	+	-	+	+	+	-

SPA	+	+	+	+	+	-
Фитнес	+	+	+	+	+	-
Кир жуучу жай	+	+	+	+	+	+
Велосипед (бекер)	-	+	-	-	-	-
Консьерж	+	+	+		+	
Жүк сактоо	+	+	+	+	+	+
HDC бөлмөсү	-	+	-	-	+	-
Конференц зал	+	+	+	+	+	+
Банкет залы	+	+	+	+	+	+
Дүкөн	-	+	+	+	+	-
Экскурсия	-	-	-	+	-	-
Парковка	+	+	+	+	+	+

Көрүнүп тургандай 5 жылдыз мейманканалардын бардык бөлмөлөрү кондиционер, сейф, минибар, гигиена каражаттары, текстиль, сыналгы, фен, чай жана кофе комплекти менен камсыз кылынган. Болгону гана Орион мейманканасында кофе машинасынын ар бир бөлмөдө болгону жана Hyatt отелинин бөлмөлөрүндө үтүктөө комплекти болгону бул мейманканаларды башкалардан айырмалантып турат.

Беш жылдыздуу мейманканалардын кызматтары салыштырылган соң Бишкекте жайгашкан төрт жылдыз мейманканалардын кызматтары өз ара салыштырылып төмөндөгү таблицада берилди.

2. 12-таблица. Бишкекте жайгашкан 4* мейманканалардын сунуштаган кызматы [11, 100-б.]

	Ресепшн 24	Трансфер	H. keeping 24	Wi-Fi	Эртем - BRF	NS rooms	Ресторан	Бар	Room Service	Терраса	Бассейн	SPA	Фитнес	HDC	Конференц зал	Банкет залы	Парковка
Парк отель	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	-
Амбассадор	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	+
Резидент	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-

Дискавери	+	+	+	+	-	-	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	+
-----------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Таблицада 2023-жылдын 1-сентябрына карата Booking. com онлайн брондоо платформасында 4* мейманканалардын ээлеген рейтингине жараша ар бир жарым баллдын ичинен эң жогорку көрсөткүчтөргө ээ болгон ишкана, тактап айтканда 9-9,5 балл категориясынан Park; 8,5-9,0 категориясынан алфавитке жараша биринчи орунда турган Ambassador, 8,0-8,5 категориясынан Resident жана 7,5-8,0 категориясынан Discovery мейманканалары тандалып, сунуштаган кызматтары талдалды. Ал эми сайттагы 7,5 баллдан жогору болгон 4* мейманканалардын жалпы рейтинг көрсөткүчтөрү төмөндөгүдөй: *Park hotel 9,1*; *Garden Hotel&SPA 9. . 0*; *Garden Hotel 9,0*; *Амбассадор 8,9*; *B Hotel 8. 7*; *Bridges 8. 6*; *Casablanca Apart hotel 8. 9*; *Central Park Resident 8. 5*; *City 8. 8*; *Damas 8. 5*; *Европа 8,9*; *Madison 8. 8*; *Onyx 8. 6*; *Smart 8. 5*; *Resident 8. 4*; *Orient 8. 3*; *Plaza 8. 1*; *Ramada by Wyndham 8. 1*; *Rich 8. 1*; *Maryotel 8. 0*; *Discovery 7. 7*; *Grand 7. 5* [75].

Бишкек шаарында мейманкана ишин жүргүзгөн ишканалардын расмий интернет баракчаларынын контент анализинин негизинде тейлөө кызматтарынын түрү көп болгондугун жана бирдей эле категориядагы мейманканалардын баалары айырмаланганын көрүүгө болот. Албетте, сектордун өнүгүүсү үчүн баа маанилүү роль ойноп, ал сунушталган кызматтын түрүнө, имараттын дизайнында колдонгон материалдын сапатына, кызмат көрсөткөн персоналдын саны менен билим деңгээлине жараша калыптандырылат. Кээ бир өлкөлөрдө, мисалы Өзбекстан, баалар мамлекет тарабынан көзөмөлдөнсө, Кыргызстанда рыноктук талапка жана атаандаштык артыкчылыктарына жараша калыптанганы анык [11, 100-б.]. Мейманкана секторунун өнүктүрүүдө баа саясаты менен стратегиясын иштеп чыгуу зарыл [110]. Стратегия - негизги максаттарды, кабыл алынган саясатты жана иш-аракеттерди ырааттуу бир бүтүндүккө бириктирген план [116]. Туризм тармагы түздөн-түз же кыйыр түрдө мамлекеттик аппарат жана туристтик уюмдар

аркылуу жөнгө салынып, мейманкана ишмердүүлүгүнүн баа саясатына мамлекет суроо-талап, сунуш менен кирешени көзөмөлдөө аркылуу таасир эте алат.

Суроо-талапты башкаруу үчүн өкмөт төмөнкү инструменттерди колдонот: маркетинг жана илгерилетүү, баа түзүү жана жеткиликтүүлүктү чектөө. Маркетингдин ажырагыс бөлүгү мамлекет тарабынан мейманкана ишмердүүлүгүнүн илгерилетүү иш-чаралары болуп саналат жана потенциалдуу кардарлардын суроо-талабын ойготууга багытталган. Рубаник [96, 384-б.] экономикалык рычагдардын жардамы менен мейманканын баасынын калыптанышына мамлекеттин таасирин ачыкталган. Мисалы жалгыз гана валютанын көзөмөлү туристтик өнүмдөрдүн баасынын жогорулашына жол ачаары деталдуу түрдө түшүндүрүлгөн. Ал эми, жогоруда аталган рычагдардан тышкары, лицензиялоо же кызмат көрсөтүүнүн сапатын баалоо суроо-талапка таасир тийгизет. Бул чара өзгөчө мейманкана индустриясында сунушталган номерлердин саны суроо-талаптан ашкан учурда колдонулат жана өкмөт бааларды жөнгө салуу аркылуу бул дисбалансты жок кыла албайт. Бааларды жөнгө салуу рынок экономикасындагы өтө жагымсыз чара болуп саналат, ага карабастан, кээ бир өлкөлөрдүн өкмөттөрү ата мекендик компанияларды өлкөнүн туристтик бизнесинин узак мөөнөттүү кызыкчылыктарына зыян келтирип, убактылуу пайда алуу азгырыгынан коргоо үчүн колдонушат. Мындан тышкары, мамлекет бааларды көзөмөлдөө менен туристтердин кызыкчылыгын коргоп, өлкөнүн аброюн бекемдөөгө салым кошот [115].

Мейманкана ишмердүүлүгүн мамлекет: туризм тармагындагы мамилелерди жакшыртууга багытталган ченемдик укуктук актыларды түзүү; туристтик өндүрүмдү ички жана дүйнөлүк туристтик рынокто жылдырууга көмөк көрсөтүү; туристтердин укуктарын жана кызыкчылыктарын коргоо, алардын коопсуздугун камсыз кылуу; туризм тармагында стандартташтыруу, туристтик өндүрүмдү сертификациялоо; туризмди өнүктүрүү программаларын иштеп чыгууга жана ишке ашырууга мамлекеттик бюджеттен каражат бөлүү; салыктык жана бажылык жөнгө салуу; жеңилдетилген кредиттерди берүү,

өлкөдө туристтик иш менен алектенген туроператорлорго жана турагенттерге салыктык жана бажылык жеңилдиктерди белгилөө жана туризм менен алектенүүгө жарандарды тартуу; туристтик ишмердүүлүктү сапаттуу кадрлар менен камсыздоого көмөктөшүү; туризм тармагында илимий-изилдөөлөрдү өнүктүрүү; туристтердин, туроператорлордун, турагенттердин жана алардын бирикмелеринин эл аралык туризм программаларына катышуусуна көмөк көрсөтүү; картографиялык өндүрүм менен камсыз кылуу [96, 384-б.] аркылуу жөнгө салат.

Мейманкана ишмердүүлүгүнүн жай өнүгүүсүнүн негизинде мамлекеттик жөнгө салуунун жоктугу, инфраструктуранын өнүкпөгөндүгү, ошондой эле, туризмдин илимий көз караштан жетишсиз деңгээлде изилдениши жатат. Аталган көйгөлөргө карабастан, Кыргызстандын мейманкана сектору жай болсо да туруктуу өнүгүүдө. Күн өткөн сайын бири бири менен атаандашкан сапаттуу ишканалар ачылып, кызматтарын конокторго сунушташууда.

Учурда Бишкекте 3 эл аралык чынжыр мейманканасы ишмердүүлүгүн жүргүзүп, жергиликтүү мейманканалардын кызмат тизмесин кеңейтип, анын сапатын жогорулатууга мажбур кылды. Мисалы: люкс классындагы мейманканаларда тамактануу жана сайрандоо кызматтарынын тизмеси узун, андан сырткары чач-тарач, сулуулук салону, СПА кызматтары, дүкөн, бизнес борбору, кир жуучу же химиялык тазалоо сыяктуу туристтердин муктаждыктарын канааттандыруу үчүн сунушталган кызматтар орун алат. Ошондой эле, иш сапарында болгон конокторго ылайыкташтырылган кызматтар; автоунааларды ижарага берүү, ТВ-салон, чогулуш аянттары сыяктуу кууш профиль кызматтарынын сунушталганы көрүнөт.

Адамга адам кызмат кылган чөйрө болгондугунан улам мейманкананы башкаруу өтө татаал процесс болуп эсептелинет. Мейманкана бизнесин башкаруунун маркетингдик, өндүрүштүк, инвестициялык, бухгалтердик жана адам-ресурстары жагынан башка өндүрүш ишканаларынан өзгөчөлүктөрү бар [6, 255-б.]. Мисалы мейманкана өндүрүмүнүн өндүрүшү менен керектөөсү бир

убакытта болушу, о. э. аны сактоо жана аны алдын ала сыноо мүмкүнчүлүгүнүн жоктугу – өндүрүштүк жана маркетингдик өзгөчөлүгү катары караалат. Инвестициялык каражаттар мейманкана имаратына гана жумшалбастан, жол, электр тогу, суу, интернет жана канализация сыяктуу социалдык маанилүү объекттерге жумшалгандыгынан улам анын көлөмү артып, натыйжада дестинациянын өнүгүшүнө салым кошулат. Туристтердин эс алуу аянттары мейманканада иштегендердин иш зонасы болгону үчүн мейманкана бизнеси адам ресурстарынан көз каранды. Андан сырткары сутканын ар бир саатында туристтердин эсеп кысап иштеринин жүргүзүлүшү, о. э. мейманканада бир канча маяна саясатынын жүргүзүлүшү бухгалтердик жактан башка ишканалардан айырмалантып турат. Жогоруда аталган өзгөчөлүктөргө биздин оюбузча дагы бир пункт, “өндүрүмдүн өзгөчөлүгү” кошулушу керек. Себеби мейманкана бизнесинде, деги эле туризм секторунда, адам сатып алган өндүрүмдү эсинде элес же бир сезим катары гана алып кете алат. Ушундан улам адамга адам кызмат кылып, сезимдер менен гана элестер сатылган өзгөчө чөйрөдө тейлөө сапаты стандарттар менен чек листтер аркылуу гана туруктуу деңгээлде сакталышы мүмкүн.

Маалымат-медиа жана технологиянын өнүгүүсү менен биргеликте тездик менен өтүп жаткан ааламдашуунун натыйжасында «стандарт» эл аралык деңгээлге чыгып, эл аралык байланыштын, соода-сатыктын жалпы тилине айланууда. Учурда атандаштык таймашта жеңүүнүн негизги жолу стандарттарга ылайык, сапаттуу өндүрүм менен кызмат өндүрүү болуп саналат. Туризм жана меймандостук индустриясындагы стандарттарга өтүүдөн мурун стандарттын пайдалары тууралуу жалпы маалымат менен таанышуу туура болот.

Стандартташтыруунун өндүрүүчүлөргө, керектөөчүлөргө жана экономикага тийгизген пайдалары төмөндө тизмектелген [189]:

Өндүрүүчүгө пайдасы: өндүрүш иштеринин белгилүү план жана программа астында иштелишине жардам берет; ылайыктуу сапат жана массалык өндүрүшкө жол ачат. жоготуулардын, ысырапкерчиликтин алдын алат,

сапаттуулукту жогорулатат; сактоо жана ташуу иштерин жеңилдетет. артыкча запастардын топтолуусуна жол бербейт. чыгымдардын азайуусуна көмөкчү болот.

Экономикага пайдалары: сапаттуулукту пайда кылат; сапатсыз өндүрүшкө кеткен убакыт, эмгек, чийки заттын ысырап болуусунун алдын алат; ишканаланы белгилүү максаттарга багыттайт; иштеп чыгарууда сапаттуулуктун өркүндөшүнө жардамчы болот; экономикада суроо-талап жана сунуштун бир калыпта болуусуна жардам берет; туура эмес түшүнүктөрдү жана түшүнбөстүктөрдү жок кылат; экспорт жана импортто үстөмдүктү сактайт; бажы өнөр жай тармактарынын курулуусу жана өнүүгүүсүнө жардам берет; атаандаштыкты күчөтөт; сапатсыз начар өндүрүмдү базардан сүрүп чыгат;

Керектөөчүгө пайдасы: өмүрдүн жана мүлктүн коопсуздугун сактайт; салыштыруу жана тандоо мүмкүнчүлүгүн берет, о. э. баасы жана сапаты жагынан ар кандай алдоолорду алдын алат; керектөөчүнүн маалымдуулугун жогорулатат.

Жогоруда стандарттын пайдалары тууралуу баяндалса төмөндө стандарттын түрлөрү берилген. Алар жасалуу, курулуу өзгөчөлүгү боюнча стандарттар; Колдонуу чөйрөсү боюнча стандарттар; Колдонуу ыкмасы (методу) боюнча стандарттар деп үч топто каралат.

Жасалуу, курулуу өзгөчөлүгү боюнча стандарттар: берене стандарттары; даяр өндүрүм стандарттары; өндүрүм стандарттары; методдук (усулдук) стандарттар; кызмат стандарттары.

Колдонуу чөйрөсү боюнча стандарттар: ишкердик (бизнес) стандарттары; улуттук стандарттар; өнөр жай стандарттары; региондук (жергиликтүү) стандарттар; эл аралык стандарттар [18]:

Колдонуу ыкмасы (методу) боюнча стандарттар: жеке каалоого жараша (колдонулуусу милдеттүү эмес) стандарттар; милдеттүү стандарттар [189] деп бөлүнгөн.

Туристтерди тартууда стандарттар маанилүү, бирок ага гана басым жасалбашы керек. Мисалы Кыргызстанда 2008 – жылы келген туристтердин 90% ашууну жаратылыштын кооздугу үчүн, б. а. табигый ресурстар үчүн келгендиги аныкталып, дестинацияны тандоодо гастрономиялык өндүрүм дагы башкы фактор болгондугу белгилүү болгон [59, 24-б.].

Гастрономиялык өндүрүм мейманкана секторунун маанилүү түзүүчүсү болуп, дестинациялардын жагымдуулугун камсыз кылууда өзгөчө роль ойнойт. Ушундан улам, гастрономия жаатында коопсуздук, тейлөө стандарттары, даам, түрдүүлүк жана нукуралуулук абдан маанилүү [11, 100-б.]. Көп барактан турган стандарттар мейманканынын ар бир ишинде болушу зарыл. Себеби, стандарттар болбосо тейлөө сапаты начарлап, ишкана финансылык жабыркоого тез эле учурайт. Дагы бир мисал катары бөлмө тазалыгын алсак. Бөлмө тазалоодо эшикти кантип жана канча жолу кагуудан баштап бөлмөнү тазалап бүткөндөн соң текшерип, жагымдуу аба спрейин сээп чыкканга чейин стандарттарда жазылат. Ошондой эле каттоо жана жайгаштыруу бөлүмүндө меймандарды каттоо же аларды узатуу процедуралары сыяктуу стандарттар деталдуу иштелип чыгышы шарт. Мындан сырткары брондоо, конокту бөлмөгө жайгаштыруу, эсеп-кысабын жүргүзүү, тур агенттиктер менен жазышуу сыяктуу бир топ стандарттар бар. Мисал катары Тазалоо кызматтарынын “Конок бөлмөсүн тазалоо стандарты” төмөндө берилген:

- кат арабасын даярдоо.
- конок бөлмөсүнүн эшигин кагуу жана ачып кирүү (DND картасы, конок бөлмөдө).
- тазалык корзинасын жуунучу бөлмөгө алып кирип, анитазга эрежеге жараша тазалоо каражатын себүү.
- бөлмөгө байкоо жүргүзүү (сынган, жоголгон, зыяндуу жана кооптуу нерселер, кондиционер менен сыналгыны стандарттарга жараша текшерип оңдоп түзөө).
- керебетти жыйноо (шейшеп алмаштыруу ж. б.)

- балконду эрежелерге жараша жыйноо
- чаң сүрүү (саат эрежеси)
- минибарды ирээттеп толтуруу
- логотиптүү канцелярияны жайгаштыруу
- жер төшөмөсүн жыйнап тазалоо (куркак, нымдуу, суу)
- ванна же душту тазалоо
- ванна дубалдарын тазалоо
- Айнек жана күзгүлөрдү тазалоо
- раковинаны тазалоо
- унитазды тазалоо
- мейманкана парфюмериясын жайгаштыруу
- сүлгү менен халаттарды стандартка жараша бүктөп же илип жайгаштыруу
- ваннанын жер таманын тазалап чыгуу
- бөлмөнү акыркы ирээт көзөмөлдөө жана спрей чачып эшикти бекитүү [5].

Бул 19 пункттан турган бир конок бөлмөсүн тазалоо процесси минимум 10 барактан турган стандарттарды камтыйт. Мисалы чаң сүрүү процессинин стандарты эле бир барактан турат, ал эми жер таманды куркак тазалоонун өзүнчө стандарты, нымдуу тазалоонун өзүнчө стандарты иштелип чыгат.

Стандарттар өзгөчө коопсуздук, гигиена жана тамак-аш коопсуздугу багыттарында болушу өтө маанилүү. Себеби, бул үч фактор адам баласынын ден соолугу менен өмүрүнө түздөн түз таасирин тийгизет. Стандарттар жогоруда айтылгандай ар бир процесс үчүн өз-өзүнчө жазылып, персонал жатка билиши абзел.

Тактап айта кетчү маселе, бул ар бир ишканага таандык, б. а. ошол ишкана үчүн иштелип чыккан өзгөчө стандарттар болушу мүмкүн, бирок, ал стандарттар гигиена, тамак коопсуздугу, адам жаны менен ден соолук коопсуздугунан тышкаркы багыттарды камтыйт. Дагы бир маанилүү маселе бул эл аралык стандарттар түшүнүгү. Мамлекетибизде эл аралык стандарт термини көп

колдонулуп, бирок, так бир түшүнүк же түшүндүрүү иш-чаралары болбогону байкалат. Эл аралык стандарт деп 3 же андан көп өлкө арасында кабыл алынган стандарттар айтылат. Андан сырткары, кандайдыр бир эл аралык уюмдар тарабынан иштелип чыккан стандарттарга да эл аралык стандарт категориясы берилет, мисалы Hotelstars Union же ISO стандарттары сыяктуу. Дүйнөлүк тажрыйбада эл аралык стандарттарды кабыл алып иштеген өлкө менен ишканалар болгон сыяктуу эле өз ишканасына же өлкөсүнө таандык стандарттарды колдонгон мисалдар арбын. Демек, ишкананын миссиясы менен элесине жараша, о. э. көздөгөн стратегиясына жана жетекчиликтин өзгөчөлүктөрүнө жараша стандарт маселеси өзгөчөлөнөт десек туура болот.

2. 3. Мейманканаларда улуттук баалуулуктардын өнүгүшү

Учурда туризмди өнүктүрүү үчүн ар бир мамлекет өзүнүн тарыхый-маданий баалуулуктарына, жаратылыштык-рекреациялык шарттарына жана географиялык жайгашкан ордуна басым жасоодо. Туризмден көп киреше тапкан өлкөлөрдүн саны жылдан жылга өсүп, өлкө салыктан түшкөн кирешени гана көбөйтпөстөн, калкты жумуш орундары менен дагы камсыздоодо [100, 199-б.]. Өзгөчө эл аралык туризмден белгилүү бир үлүшкө ээ болом деген туристтик өлкөлөр туристтерди тартуу үчүн этно туризмдин элементтерин жарнамалашат. Көптөгөн туристтер белгилүү бир туристтик аймакка барганда эс алуу жана сайрандоодон тышкары жаңы жерлерди көрүү, жергиликтүү эл менен таанышуу, алардын каада-салттарын жана жашоо-турмушун үйрөнүүнү каалашат [1; 132, 424-б.]. Себеби, алардын жашоо тиричилиги нукуралуулугу жана оригиналдуулугу туристтердин кызыгуусун тартат [121]. Демек, заманбап туристтерге жөн эле эс алып сайрандоону сунуштабастан, жергиликтүү калктын тиричилигине сүңгүп кирүү мүмкүнчүлүгү менен бирге, андан алган жаңы тажрыйба жана эмоцияларды камсыздоо зарыл.

2016-жылы Кыргызстандын SWOT анализи жүргүзүлүп, этно туризм багыты перспектива бөлүгүндө орун алган [43, 37-б.]. Бул тренд батыш өлкөлөрүндө көп жыл мурун башталып, учурда дүйнөлүк туризмдин өнүгүшү этномаданий өзгөчөлүктөр менен тыгыз байланышта.

Бул тредке ылайык жергиликтүү мейманканалар дагы болгон аракетин жасоодо. Кызыктуу тематикада жасалгаланган имарат айырмачылык издеген туристтерди тартканы белгилүү болгондугу үчүн жаңы ачылган ишкана концептуалдуу, тематикалык же дизайнердик болуусуна маани берилүүдө [156]. Курулган имараттар жайгашкан өлкөнүн маданиятын же географиялык өзгөчөлүктөрүн чагылдырып, кээде тарыхый имаратка да окшош болушу мүмкүн. Тандалган концепцияга жараша көрсөткөн кызмат стили дагы ылайыктуу болушу шарт. Аверинанын байкоосунда көбүнчө мейманканалар жайгашкан аймактын салттуу турак-жайынын образында курулуп, этникалык элементтер ички жасалгасында орун алат. Андан сырткары, аниматорлор конокторго улуттук оюндарга [1], түрдүү этно иш-чаралар менен мастер класстарга катышууну сунушташат.

Жогоруда айтылган багытта дүйнөдөгү өзгөрүүлөр Кыргызстанга дагы таасирин тийгизген. Кыргыз элинин бай тарыхы, улуттук каада-салт, үрп-адат, ырым-жырымдары, б. а. тарыхый жана маданий баалуулуктары, этнотуризмдин өнүгүшүнө ыңгайлуу шарттарды түзүүдө. Айрыкча, Кыргызстанда Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары үч жолу ийгиликтүү өтүп, Кыргызстандын көчмөн маданиятынын имиджин калыптандырууга салым кошту [39]. Ал эми мамлекет тарабынан жүргүзүлгөн түрдүү имидждик жана таанытуу иш-чаралары да өз салымын кошууда. Мисалы Түркияда өткөн East Mediterranean International Tourism and Travel Exhibition аттуу туристтик көргөзмөдө Кыргызстандын стенди курулган боз үйү жана комуздун күүлөрүнүн коштоосунда таанытуу иш-чараларын жүргүзгөндүгү менен кытышуучулардын көңүлүн бурган. Андан сырткары, улуттук кийим кийген кыздар келгендерге кымыз менен боорсок ооз тийгизип, коноктордун көңүлүн алган. Ушундан улам көргөзмөнүн

“Нукуралык” номинациясы Кыргызстанга ыйгарылган [63]. Ал эми дагы бир мисал - Лондон шаарында өткөн “Дүйнөлүк саякат жарманкеси”. Анда да боз үй, улуттук музыка, шырдак шыруу, улуттук даам ооз тийгизүү сыяктуу иш-чаралар аркылуу кыргыздын улуттук баалуулуктары жана маданияты чет өлкөлүктөргө таанытылган [64].

Учурда Кыргызстандын мейманкана жана жалпы эле өлкөнүн туризм секторунда улуттук баалуулуктар тездик менен жандандырылууда. Кыргыз жана чет элдик окумуштуулар мындан көп жыл мурун улуттук баалуулуктарды өлкөнүн имиджинин калыптануусундагы чоң ролун аныктап, Манас эпосун, улуттук тамак аштарды, кыргыз элинин меймандостугун, каада-салт менен үрп-адаттарын, оюндары менен фольклерун мамлекеттин туристтик имиджинин калыптануусунда колдонулушун сунуштаган [180, 333-б.]. Жогоруда сунушталгандын олуттуу пайызы ишке ашып, Кыргызстандын этно туризми жалгыз гана чет элдик туристтердин көңүлүн бурбастан, өз баалуулуктарын унутуп бара жаткан жергиликтүү калктын, өзгөчө шаар тургундарынын да кызыгуусун ойготууда. Анын эң маанилүү далили катары балдар этно-лагерлердин калк арасында тарагандыгын жана аларга талаптын жогору болондугун айтуу болот.

Заманбап чет өлкөлүк жана жергиликтүү туристтердин эс алуу түшүнүгү жана эл тарабынан кабыл алынуусу өзгөргөндүгүнөн улам туризм түрлөрүнүн кеңейишине, анын ичинде, айыл туризминин өнүгүүсүнө алып келди. Аны менен бирге термалдык булактардын да популярдуулугу өнүгүп, суу менен байланышкан уламыштары жана ырым жырымдары туристтерди кызыктырат [188]. Өлкөдө чоң инвестиция талап кылбаган, түзүлүшү жана сунуштаган кызматы менен классикалык мейманканалардан айырмаланган боз үй ордолору жана “үй пансиондору” же б. а. “конок үйлөрү” тездик менен жайылууда. Бул категориядагы ишканалар Кыргызстандын заманбап туризм секторунда абдан популярдуу болуп, жалгыз гана элет жергенсинде эмес, шаарларда да жогору талапты жаратууда.

Этно форматында кызматтарын сунуштаган мейманканалардын көбөйүшү экономикалык жактан маанилүү болуп, жергиликтүү туризмдин өнүүгүүсүнө оң таасирин тийгизүүдө. Оңой ачылып иштетилген бул түрдөгү ишканалар жергиликтүү калк үчүн киреше булагы болуп, ошол эле учурда, туристтердин саякаттоо учурунда түнөк орун издеп, шаарга же аймактын борборуна кайтып келүүдөн куткарууда. Кыргызстандын булуң бурчунда түнөк орун маселеси чечилгенден соң туризм эксперттери келген туристтердин калуу мөөнөтүн узартуу жолдорун табууга киришишти. Дүйнө тажрыйбасында туристтердин калуу мөөнөтүн узартуу туристтик өндүрүмдү дифференциациялоо жана диверсификациялоо аркылуу жасалганын көрүүгө болот. Албетте, дифференциация менен диверсификация иштери болгон ресурстарды серепке салгандан соң гана ишке ашырууга мүмкүн, ошондуктан, төмөндө Кыргызстанда сунушталган туризм түрлөрү тизмектелген: Кыргыз Республиканын тоолуу мүнөзүнө ылайык келген жана чоң капиталдык салымдарды талап кылбаган, ошол эле учурда чет өлкөлүк туристтердин кызыгуусун тарткан тобокелдүү туризм [70], трекинг, Улуу Жибек жолу турлары, рекреациялык туризм, пляж туризми, альпинизм, тоо туризми, рафтинг, спелеология, тоо лыжасы, аңчылык, экотуризм, фото аңчылык, жаратылыш жана жапайы жаныбарлар көзөмөлү, илимий туризм, зыярат туризми, айыл чарба туризми, этно туризм сыяктуу багыттар акырындык менен өнүгүүдө.

Жогоруда аталган туристтик өндүрүмдөр көбүнчө Кыргызстандын элет жерлерине таандык болуп, Бишкек шаарына көп деле тиешеси жок. Бирок Бишкек шаары жайгашкан Чүй облусу, б. а. Бишкектин тегерегинде өнүккөн рафтинг, вело жана жөө турлары, хайкинг жана кыш спорттору сыяктуу туристтик өндүрүмдөр [150, 404-б.] борбор шаардын туристтерине сунуштоого ыңгайлуу. Бишкектеги мейманканалардын жетекчилери туристтер 1-2 түнгө гана келгенин айтышып, алардын калуу мөөнөтүн узартуу зарылчылыгы болгондугун баса белгилешет. Бишкеке келген туристтердин калуу мөөнөтүн узартуу үчүн эң алгач бай туристтик сунуштар болуусу шарт. Ушундан улам

борбор шаарда жана ага жакын жайгашкан туристтик, маданий жана тарыхый ресурстар иликтенип төмөндөгү таблицаларда берилди.

2. 13-таблица. Бишкек шаары жана анын аймагындагы табигый туризм ресурстары жана туристтик өндүрүмдөр

Табигый туризм ресурстары	Туристтерге сунуштала турган туризм өндүрүмдөрү
Ала-Арча улуттук паркы; Сейил паркы; Кегети капчыгайы; Аламүдүн капчыгайы; Белогорка капчыгайы; Чуңкурчак; Татыр; Адыгене көлү; Ысык суу – термалдык булактар: Теплые ключи, Воронцовка, Ысык-Ата.	Альпинизм, тоого чыгуу, кемпинг; Лыжа борборлору: Зил, Нооруз, Супара, Орловка, Байтик; Рафтинг (Чоң Кемин); Аскага чыгуу (Скалолазание); Фото-аң улоо; Улуттук парктарда сейилдөө; Жапайы жаныбар жана жаратылыш көзөмөлү; Ботаникалык парктарды көзөмөлдөө; Экологиялык изилдөөлөр жана турлар; Саманчынын жолуна байкоо жүргүзүү; Түнкү асманга байкоо жүргүзүү; Жаратылышта (тоо, талаа, суу жээги) таңды тосуу; Даары чөп чогултуу. Фестивалдар жана оюндар: Көчмөн оюндары, Оймок жана Оймо Фестивалы.

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Жогоруда берилген таблицанда Бишкеке жакын болгон табигый ресурстар тизмектелип, аларды туризмде натыйжалуу колдонуу үчүн туристтик өнүмдөр сунушталды. Ал эми төмөндөгү таблицанда адам жаратмандыгы пайда болгон туризм ресурстары тизмектелип, аларга байланыштуу туристтик өндүрүмдөр жазылган.

2. 14 - таблица. Бишкек шаары жана анын аймагындагы адам жаратмандыгы туристтик ресурстары жана туристтик өндүрүмдөр

Адам жаратмандыгы туризм ресурстары	Туристтерге сунуштала турган туризм өндүрүмдөрү
Мейманкана (глэмпинг, бозүй, таш-үй, А-фрейм) жана конференция борборлору;	Интеллектуалдык өндүрүмдөр: Илимий конференциялар; Предприниматель, Грабли найт, Шамал, Интеллектуалдык жарыш

<p>Этно-маданий жана дизайнердик комплекстер: Супара, Супара Чункурчак, Архар, Ак сөөк, Кыргыз айылы, Мурас</p> <p>Сайрандоо борборлору жана тойканалар: Ресторан, бар, кафе, караоке, дискотека, балык чарбачылыктары ж. б. ;</p> <p>Муз майдандары: Абстракт, У дяди Тома, Кашка-Суу. Базарлар:</p> <p>Завод фабрикалар: Риха, Торро, Тойбос; Белая Река, Шоро, Үмүт, Шин-лайн, Куликовский, Таттуу, Ширин, Восточная сладость ж. б. ;</p> <p>Медициналык борборлор.</p> <p>Музейлер жана архитектуралык эстеликтер: Бурана, Кузнечная крепость, Пишпек чеги, археологиялык калдыктар, көчмөндөрдүн кургандары;</p> <p>Спорт майдандары</p> <p><i>Театрлар:</i> Ч. Айтматов атындагы Орус драм театры, Т. Абдымомунов атындагы Кыргыз драм театры, Филармония, А. Малдыбаев атындагы опера жана балет театры;</p> <p>Майдан: Жеңиш жана Ала-Тоо майданы;</p> <p>Диний зыяраттар: Чиркөө, Мечиттер, мазарлар;</p> <p>Устаканалар: Гумар, Дилбар, Чепкен, Мгалереясы, ”7-асман” чыгармачылык студиясы, К. Датка салону, Н. Абдрахмановдун устаканасы, сүрөтчүлөр галереясы.</p> <p>ДНК Балдар илимий комплекс-музейи; Ойлоп табуучулар мектеби; цирк; Байтик айылындагы кичи зоопарк; жаныбарлар үйү (приют); оюн-зоок парктары; пейнтбол аянтчалары; тир, кинотеатрлар; родебан, зорбинг; ысык аба шары учуулары; парапланда учуу; учак жана вертолет менен сейилдөөлөр.</p>	<p>жана квесттер, викторина жана хакатондор.</p> <p>Гастро туризм: тамак-аш, азык-түлүк жана суусундук менен ичимдиктердин дегустациясы: “Дикий ужин”; паллоо жарышмасы; нан фестивалы; өрүк, карагат, кымыз, айран, эт фестивалдары; ашчылар конкурсу; улуттук ашканалары көргөзмөсү ж. б.</p> <p>Медициналык туризм: стоматология жана косметология.</p> <p>Ачык эшик, семинар, Farolero. world форматында экскурсиялар</p> <p>Балдар жана чоңдор арасында спорт мелдештери, мастер класстар, семинар, чогулуш жана кэмптер.</p> <p>Шоу жана концерттер: Иллюзионисттер, куудулар, Стенд-ап жана КВН, концерттер, бий жана ыр жарыштары, спектакль, опера жана балет, этно жана классикалык музыка</p> <p>Улуттук кийим көргөзмөлөрү жана жарманкеси. Сүрөт галереясы. Улуттук зер буюмдардын жарманкеси</p> <p>Жергиликүү этностордун жашоосуна сүнгүп кирүү максатында зыяраттар же үй бүлөөдө жашоо мүмкүнчүлүгү</p>
---	---

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Жогоруда туризм ресурстары табигый жана адам жаратмандыгы деп эки категорияда каралган. Ар бир туристтик ресурс үчүн туристтик өнүм

сунушталган. Мисалы медициналык борборлор айрым өлкөлөрдө туристтерге гана иштеп, медициналык туризм алкагында каралат. Медициналык туризм өндүрүмдөрү стоматология, хирургия, көз дарылоо, наркология сыяктуу көптөгөн медициналык кызматтардан туруп, өлкөнүн экономикасына туруктуу киреше булагы катары каралууда. Өзгөчө акыркы жылдары чет өлкөлөрдө мейманкана имараттарын медициналык максатта колдонуп, же медициналык борборлорду мейманкана сыяктуу куруп, мейманканадагыдай жогорку деңгээлде кызмат сунуштоодо. Кыргызстан үчүн дүйнөдө калыптанган мааниде медициналык туризм жаңы тармак болуп, учурда Нова Клиник медициналык борбору бул багытта ийгиликтүү иш алып барууда. Мисалы медициналык борбордун кардарларынын олуттуу пайызы чет өлкөдөн келип, аларга ресторандын менюсунан тамактар сунушталып, беш жылдыз мейманкананын деңгээлиндеги бөлмөлөрдө түрдүү процедуралардан кийин калыбына келишүүдө.

Ошондой эле гастро-туризмдин дагы потенциалы жогору болуп, Бишкектеги түрдүү табитке жооп берген тамактануу жайларынын көптүгү, жергиликтүү калктын меймандостугу [178, 146 -б.] жана түрдүү фестивалдар менен жарманкелер бул багытты өнүктүрүүдө маанилүү рол ойнойт.

Бишкек шаары Советтер Союзу заманында жашыл шаар катары таанылып, азыркыга чейин келген туристтерди көптөгөн парктары жана бак-дарактуу көчөлөрү менен кызыктырат. Trip Advisor туристтик порталы тарабынан Бишкектеги туристтик объектилерди жаратылыш парктары жана шаар парктары; маданий туристтик объектилер; диний объекттер; соода сатык борборлору менен дүкөндөр; базарлар деп бөлгөн [29].

Орозова болсо, маданиятты төмөдөгүдөй ирээтке келтирип, бөлүп жазып берген [78]. Байыркы даңазалуу бабаларыбыз калтырып кеткен руханий маданиятка:

- мифология, диний ишенимдер.
- тил, алфавит;

- аскер, согуш өнөрү;
- турмуш-тиричилик, үй-бүлө;
- каада-салт, ырым-жырым;
- жыл сүрүү, ай, күн календары;
- орто кылымдагы адабият;
- элдин оозеки чыгармачылыгы;
- элдик искусство (күү, оюн, бий ж. б.);
- элдик медицина, билим жана илим кирет.

Материалдык маданият - адамдын турмушунда керектүү нерселерди жаратуунун натыйжасында пайда болгон, мисалы:

- турак-жай;
- архитектура жана шаар куруу;
- кийим-кече;
- тамак-аш;
- элдик кол өнөрчүлүк;
- скульптура.

Материалдык маданият категориясына кирген боз үй тууралуу көптөгөн илимий изилдөөлөр жүргүзүлгөн. Бул салттуу турак жай кыргыздардын көчмөн турмушуна эң сонун ылайыкталган жана анда элдин маданиятынын, социалдык жана коомдук мамилелеринин эң байыркы өзгөчөлүктөрү камтылган. Йоркширдеги (Британ аралдары) “Жер” экологиялык борборунда кыргыз боз үйүн изилдөө жана көргөзмөгө коюу боюнча билим берүү долбоору ишке ашырылып, анын жыйынтыгында, Англиянын эң мыкты музейлери менен маданий борборлорунда кыргыз боз үйү тигилип, көргөзмө экспонаты катары колдонулууда [13].

Ар бир окуянын аягында бир жакшылык бар дегендей, Ковид 19 пандемиясы дүйнөлүк туризмге терс таасирин тийгизгени менен Кыргызстандын ички туризминин өнүгүшүнө олуттуу салым кошту. Учурда жергиликтүү туристтер менен иштеген агенттиктер 1-2 күндүк кызыктуу тур маршруттарын

уюштурууда. Эң популярдуу 1 күндүк турлардын катарында Кочкордогу тоңгон көл, Бурана мунарасы, Белогорка капчыгайы, Ак түз капчыгайы сыяктуу дестинациялар орун алат.

Ар бир аталган туристтик объектилер бир канча кызматтын топтомунан жаралган тур өндүрүмдүн негизинде туристтерге сунушталат. Башкача айтканда, классикалык тур өндүрүм бир канча түзүүчүдөн куралат: жаратылыш жана рекреация, туристтик объект, транспорт кызматтары, мейманкана ишканалары, тамактануу, гид ж. б.

Албетте, мейманкана жана тамактануу ишканалары, дээрлик бардык тур өндүрүмдөр маанилүү кызмат компоненти катары каралганы анык. Учурда, ушул жаатта улуттук баалуулуктарды сактап калуу жана туризм менен ширетүү иштери абдан кызуу жүрүп жаткан мезгили. Туризм жана этно сөздөрү бир арада колдонулганда эң эле алгач улуттук турак жай, кол өнөрчүлүк, каада-салттар менен тамак-аштар ойго келет. Көркөм кол өнөрчүлүк - калк казынасы, атадан балага, энеден кызга өткөн мурас. Бул чыгармачылык өнөр элдин тиричилигин, байыркы маданиятын, мүнөзүн жана рухий дүйнөсүн, көркөм ой жүгүртүүсүн чагылдырат. Кол өнөрчүлүк – улуттук маданияттын ажырагыс бөлүгү. Этнотуризм аркылуу кол өнөрчүлүк менен улуттук баалуулуктарды сактап калуу, келечек муундарга өткөрүп берүү мүмкүнчүлүгү бар. Келген туристтердин кызыгуусун дагы арттыруу үчүн, улуттук кол өнөрчүлүктүн көптөгөн түрлөрүн туристтик-рекреациялык аймактарда уюштуруу зарылчылыгы бар. Анткени, келген туристтер мамлекеттин улуттук колоритин чагылдырган буюмдарга өзгөчө көңүл бурат. Ал үчүн биз улуттук кол өнөрчүлүк менен алектенген уста, уз, чебер, зергерлер ж. б. тартып, туризмди уюштурууга мүмкүн болгон айыл жерлериндеги калкка чакан ишканаларды куруп берүү жагын ишке ашырганда көптөгөн ийгиликтерге жетет [108].

Учурда кол өнөрчүлүктүн Кыргызстанда популярдуу болуп, мисалы, кыргыздын улуттук кийимин кийүү модага айланып, турак жай менен имараттын жасалгалоосунда "этно стиль мурункуга караганда көп колдонулууда. Кол

өнөрчүлүк менен алектенген уюмдар кыргыз кол өнөрчүлүгүн башка элдерге таанытуу иш-аракеттерин жасап келишет. Кыргызстанда көргөзмө-жарманкелерди уюштуруу менен бирге дүйнө жүзүндөгү башка ири масштабдуу жарманке, фестиваль, көргөзмөлөргө катышып, аз да болсо, башка элдерге өлкөбүздү таанытуу менен Кыргызстанга туристтерди тартууда. Мындай иш-чаралардын Кыргызстан туризми үчүн орду чоң жана өтө маанилүү. Жыл сайын биздин өлкөбүздө көргөзмөлөрдүн саны көбөйүп, өндүрүмдөрдүн саны менен сапатында оң динамика байкалууда [45].

Бишкектин тамак-аш кызмат секторунда туристтер үчүн түрдүү табитке ылайык кафе-ресторандарды табууга мүмкүн. Алардын саны күндөн-күнгө өсүп мегаполис Алматага караганда саны бир канча эсе көп болгону белгилүү [87]. Тактап айтсак, 2023-жылы Кыргыз Республикасындагы ишмердүүлүгүн жүргүзгөн 7460 ресторандын 2347си Бишкек шаарында жайгашкан. Демек, өлкөдө ресторан категориясындагы ишканалардын 31%, б. а. үчтөн бир бөлүгү Бишкекте жайгашкан. Алардан түшкөн киреше республика боюнча 25614,1 млн сом, анын ичинен 12189,9 млн сом, б. а. жалпы кирешенин 47,6% Бишкекке таандык [113].

Ресторан секторунун өнүгүшү туризмдин да өнүгүшүнө чоң таасирин тийгизет. Учурда тамактануу секторунда чыныгы өндүрүмдөр менен маданий элементтер туризмде баалуулуктарды жогорулатып, туристтердин дестинация тандоосунда алдыңкы орунга чыгууда. Маданияттын элементи болгон ашкана, маданий туризм жагынан маанилүү бир ресурс болуп саналат жана туристтердин баруучу жерин тандоодо негизги фактор катары каралат. Өзүнүн нукура өзгөчөлүктөрүн сактап, коомдордун өткөндөн азыркыга чейинки цивилизациясын чагылдырган жергиликтүү ашканалар туризм жагынан абдан маанилүү. Маданий туризмдин алкагында гастрономиялык азыктарды колдонуу өлкөнүн туризм тармагын өнүктүрүүгө кызмат кылуу менен бирге, кыргыз ашканасынын маданий баалуулугун жогорулатууга, жергиликтүү тамак-аштарды жана суусундуктарды өстүрүүнү улантууга, жергиликтүү экономиканы

жандандыруу жана иш менен камсыз кылуу мүмкүнчүлүктөрүн өнүктүрө алат. Ошентип, маданий мурастын булактарынын бири болгон жергиликтүү тамак-аштардын сакталышы жана колдонулушу менен туризм тармагынын өнүгүүсү камсыздалат [155].

Ресторан жана туризм дегенде гастро туризм, анын ичинде, улуттук ашкана эске түшөт. Туристтер барган өлкөнүн улуттук тамактарынан даам татууну жактырышат, себеби, материалдык маданияттын бардык түрлөрүнүн ичинен эң туруктуусу жана байыркы салттарды чагылдырган, бул тамак-аш болгон. Туризмдин аркасынан табигый, маданий жана тарыхый мурастар, анын ичинде, каада-салт жана улуттук тамак-аш байлыкка айланганын дүйнөлүк тажрыйба ырастап турат. Тарыхта кыргыздар негизинен мал чарбачылык менен алектенген көчмөндөр болгон жана кыргыздардын тамактануу салтына көчмөн жашоо образы таасирин тийгизген, б. а. көчмөндөрдүн жашоосу, чарбачылыгы кыргыздарда өздөрүнүн артыкчылыктарын жана табитин өнүктүргөн. Кыргыздардын ашканасында мал чарбачылыгынын эт-сүт азыктары негизги орунду ээлеп, кой, уй, жылкы, топоз, эчки, төө эти сыяктуу жогорку калориялуу эт азыктары басымдуулук кылат. Байыркы салт боюнча салттуу тамакка айланган жылкынын этине артыкчылык берилет. Кыргыздар этти негизинен кайнатып жана кууруп, б. а. бышырып жана куурдак кылып жешкен. Айрыкча, кыргыздар мал азыктарын айыл чарба азыктарына караганда көп колдонушат, мунун себеби, дан азыктары менен өсүмдүктөрдүн кыргыз ашканасына көчмөндөр отурукташкандан кийинки этапта киргени. Кыргыздарда уйдун сүтү экинчи универсалдуу тамак болуп саналат жана Кыргызстандагы көптөгөн этникалык тамактар сүткө негизделген. Сүттөн жасалган тамактар калориялуу жана сиңимдүү келип, кээ бири дарылык касиетке дагы ээ. Азык-түлүктү узак мөөнөткө сактоо үчүн кыргыздар кайнатуу, кууруу, кургатуу жана ачыткы ачытуу сыяктуу өтө жөнөкөй ыкмаларды колдонушкан. Кыргыздын этникалык азыктарына түрдүү суусундуктар, ошондой эле, буудай, сулу, арпа, таруу жана күрүч сыяктуу дан азыктары да кирет [33, 171].

Ал эми, заманбап кыргыз ашканасы өзбек, уйгур, дуңган, татар жана орус калкынын ашканаларынын биздин маданиятыбызга ыңгайлашуусу менен аралашмасынан куралган. Бүгүнкү күндө, кыргыз ашканасында 200дөн ашык тамак-аш жана суусундуктар бар, анын ичинде, эт азыктары, таттуулар жана өзгөчө тамактар гастрономиялык максатта саякаттаган туристтердин көңүлүн бурат. Кыргыз элинин маданий турмушунда этникалык тамак-аштар маанилүү орунду ээлейт жана салттуу иш-чараларда колдонуунун кайра башталышы менен алардын популярдуулугу өстү. Мисалы манты, самсы, жаткан төө, куурдак, лагман, чучпара, палоо сыяктуу тамактар жана негизги сый тамагы болгон бешбармак жогору калориялуу келип, заманбап кыргыз ашканасынын негизги түзүүчүлөрү [157]. Бул тамактардын көбү эт жана буудай унунан жасалган камырдан кууруулуп, кайнатылып, демделип же бууда бышырылып даярдалат. Бул тамактардан тышкары күнүмдүк турмушта жана көптөгөн салтанаттарда боорсок, чак-чак, каттама, жарма, бозо жана максым сыяктуу азыктары менен суусундуктары бар, бирок, тилекке каршы, илимий булактарда кыргыздын этникалык тамак-аштары тууралуу маалыматтар жокко эсе. Салттуу сүт жана дан азыктарынан жасалган тамак-аш топторунун технологиясы жана азыктык баалуулугу боюнча илимий изилдөөлөрдү иликтөө, бул баалуу азыктарды тамактануу программаларына киргизүү, ошондой эле, аларды туристтерге таанытуу [164] гастрономиялык туризмди өнүктүрүүгө чоң салымын кошору талашсыз.

Бул илимий иштин алкагында жүргүзүлгөн изилдөөдө Кыргызстандын чоң жана ири мейманкана ишканаларында этно багыттагы иш-чаралардын дээрлик өткөрүлбөгөнү аныкталган. Кээ бир гана Ысык-Көл облусунда жайгашкан ишканаларда улуттук музыка кечелери уюштурулат. “Радуга” мейманканасында болсо конокторду кыргыздын улуттук үрп-адаттары менен тосуп алганы жана кээ бир улуттук тамактарды чет элдик коноктордун табитине жараша жасаганы белгилүү болду. Мейманкана кыргыз калкына таандык этно баалуулуктарды сунуштоосу менен кыргыз элинин улуттук каада-салттары, үрп-адаттары менен

таанышуу мүмкүнчүлүгүн тартуулайт. Бул мүмкүнчүлүктөр туристтердин кайра кайтып келүүсүнө же башка тааныштарына да таратуусуна себеп боло алат. Мисалы Кыргызстандын мейманкана кызматтарын сунуштаган ишканаларда тамак-аштан сырткары, кыргыз маданиятынын башка багыттарына дагы көңүл буруп, өнүктүрсө туристтик өндүрүмдүн түрдүүлүгү кеңейет. Мисалы келген туристтерге:

- тил менен алфавитти үйрөтүү;
- ыргыздардын тарыхта калган согуш өнөрүн көрсөтүү;
- турмуш-тиричилик жана үй-бүлө маданияты менен тааныштыруу;
- каада-салт менен ырым-жырымдарын көрсөтүү;
- жыл сүрүү, ай жана күн календарын айтып түшүндүрүү;
- орто кылымдын адабияты менен тааныштыруу;
- кыргыз элдик оозеки чыгармачылыгын көрсөтүү;
- элдик санат: күү, оюн, бийлерин үйрөтүү;
- элдик медицина, билим жана илим тууралуу маалымат берүү;
- кыргыз турак-жайы жана заманбап архитектура;
- кийим-кече, элдик кол өнөрчүлүк жана тамак-аш багытында кызыктуу

маалымат менен бөлүшүү.

Мындай кызматтарды кошуу мейманкананын толтуруу пайызына гана оң таасир тийгизбестен улуттук туризмдин өнүгүшүнө, о. э. кыргыз элинин каада-салты менен үрп-адаттарынын сакталышына да чоң салым кошот деген ишеничтебиз.

Жогоруда берилген маалыматты жыйынтыктай кетсек дүйнөлүк мейманкана индустриясынын өнүгүү тарыхы жана жиктелиши кыскача берилип, Кыргызстандагы мейманкана бизнесинин учурдагы абалы талдалган. Андан сырткары мейманканаларда тейлөө өзгөчөлүгү каралып, Бишкекте ишмердүүлүгүн жүргүзгөн 4 жана 5 жылдыздуу мейманканалардын сунуштаган кызматтары тизмектелип, баа саясаты тууралуу да тийиштүү маалымат толук берилген. Ал эми экинчи бөлүмдүн жыйынтыктоочу бөлүгүндө Кыргызстандын

туризм ресурстары менен туризм өндүрүмдөрү талдалып, мейманканаларда улуттук баалуулуктарды өнүктүрүү боюнча жасалган иштер каралып чыккан.

Экинчи бөлүмдүн жыйынтыгы

Бул бөлүмдө 1990- жылдан бери, өлкөдөгү бир катар саясий туруксуздукка жана Ковид-19 пандемиясынын терс таасирине карабастан, мейманкана бизнесинде өсүүнүн оң динамикасы байкалган. Эгемендүүлүктүн алгачкы жылдарынан бери Кыргызстандын мейманкана сектору орточо эсеп менен жылына 44 ишканага көбөйсө, акыркы беш жылда жылына жаңы 40 мейманкана жана 31 конок үйү ишмердигин жүргүзүп баштаган.

Заманбап базар экономикасынын талаптарына жана атаандаштыктын күчөшүнөн улам мейманканаларга жаңы талаптар коюлуп жаткандыгы аныкталды. Ушундан улам эларалык мейманкана базар алкагында туруктуу өнүгүү жана стандартташтыруу маанилүү экендиги аныкталып, “жашыл” концепцияга байланышкан ишканалардын санынын көбөйүшүнүн маанилүүлүгү белгиленди.

Талдоо көрсөткөндөй Бишкек шаары жалпы республикалык масштабда мейманканалардын санынын арбындыгы менен өзгөчөлөнүп, элет жерлерге караганда бир кыйла атаандаштык чөйрөсү менен айырмаланат. Ушундан улам Бишкек шаарынын мейманканаларынын сандык, ошондой эле сапаттык жагынан иликтөөлөр жүргүзүлүп, сунуштаган тейлөөлөрү бири экинчисинен олуттуу айырмалана тургандыгы көрсөтүлдү.

Бишкек шаарынын жана ага жакын аймакта жайгашкан туризм ресурстары, тактап айтканда, табигый ресурстар, маданий-тарыхый жайлар жана адам капиталы кеңири иликтенип, жыйынтыгында алардын алкагында туристтик өндүрүмдөр иштелип чыкты.

Үчүнчү бап. БИШКЕК ШААРЫНЫН МЕЙМАНКАНА БИЗНЕСИН ӨНҮКТҮРҮҮНҮ БАШКАРУУНУН БАГЫТТАРЫ

3.1. Мейманкана бизнесин өнүктүрүүнүн келечеги

Бишкек шаары Кыргыз Республикасынын административдик, маданият, соода-сатык, өндүрүш жана туризм секторлорунун борбору. Жыл сайын Кыргызстанга келген 4 миллион туристтин олуттуу пайызы Бишкек мейманканаларында жайгашып, андан соң [27, 94-б. ; 89, 173-б.] башка региондорго жол тартышат. Бул көрсөткүчтү мейманкана бизнесинен түшкөн кирешенин да олуттуу пайызы Бишкек шаарына таандык болгону тастыктайт [88, 173-б.].

Учурда, Бишкек шаарында эл аралык чынжыр мейманканалары менен бирге жергиликтүү инвестициялардын натыйжасында ачылган чоң, орто жана чакан сыйымдуулуктагы мейманканалар ишмердүүлүгүн жүргүзүүдө. Элет жергесинде туризмдин өнүгүшү чоң шаарлардын тегерек четинде альтернативдүү чакан мейманканалардын санынын өсүшүнө гана алып келбестен, жолдордун оңдолушуна, коомдук транспорт каттамдарынын саны көбөйүшүнө, клуб, парк, соода борборлору, рекреациялык зоналар сыяктуу түрдүү социалдык-маданий объектилердин курулушуна таасир тийгизип, жергиликтүү калктын иш менен камсыз болушуна өбөлгө түзүүдө.

Албетте, туризм өлкөгө валютанын туруктуу киришине өбөлгө түзгөнү, анын ичинде мейманканалар туризмдин негизги валюта булагы болгондугу, ушундан улам чет элдик туристтердин талаптарына жооп берген мейманканалардын болушу Кыргызстандын туризм тармагында көптөгөн илимий эмгектери менен таанымал болгон Атышов К. А. тарабынан баса белгиленет [44]. “Туристтердин талабына жараша” деген түшүнүк жаңы форматтагы мейманканалардын санынын өсүшү дегенди эле эмес, туристтерди тейлөө сапатынын жогору болушу дегенди билдирет. Ушундан улам туризм

тармагындагы, анын ичинде мейманкана бизнесинде тейлөө сапатын жакшы деңгээлде сактоо жана туруктуу түрдө жакшыртуу жаатында бийлик тарабынан катуу талаптар коюлуп, көзөмөлдөнүшү абзел.

Бишкек шаарынын мейманканалары 3S туризмге кызмат кылбаганынан улам башка альтернативдүү жолдор менен кардарларды тартуусу абзел. Ушундан улам борбор калаадагы мейманканалардын өнүгүүсүнүн келечегин божомолдоо үчүн Eviews программасы колдонулду. Билингендей, божомолдоо түрдүү математикалык жолдор аркылуу жасалышы мүмкүн болуп, бул илимий иште жөнөкөй регрессия модели тандалган. Анализде көз карандысыз өзгөрмө катары жылдар, ал эми, көз каранды өзгөрмө катары ишканалардын саны алынган.

Божомолдоо жөнөкөй регрессия анализи аркылуу жүргүзүлүп, ал “жалгыз көз карандысыз өзгөрмөнүн көз каранды өзгөрмөгө болгон таасирин регрессиялык теңдеме аркылуу анализдөө ыкмасы” деп аныкталат [20]. Мисал катары талап баанын (P) функциясы катары каралып түз сызыктуу деп аталган учурда анын жөнөкөй регрессия теңдемеси $Q = b_0 + b_1P + u$ болот.

Регрессия теңдемесинин негизги максаты көз карандысыз өзгөрмөлөр менен көз каранды өзгөрмөнүн ортосундагы байланыштарды аныктоо болгондугунан улам аларды эсептөөдө эң кичине квадраттар ыкмасы колдонулат. Ошондой эле бул ыкма “регрессия коэффициенттерин аныктоо үчүн ката коэффициенттеринин квадраттарынын суммасын минималдаштырууга багытталат” [20, 82-б.]. Мисалы R-квадрат коэффициенти 1 ге жакын болгону, жасалган эсептөөдө ката өтө эле аз, тактап айтканда эсептелип чыккан регрессия менен чыныгы көрсөткүчтүн ортосундагы айырма (ката - error) абдан кичине дегенди билдирет. Регрессия моделин түзүүдө Акаике жана Шварц критерийлерине да көңүл буруу керек, себеби бул көрсөткүчтөр эсептелген моделдин эң жакшысын тандоого жардам берет. Мисалы бир канча вариантта эсептелген моделдердин арасынан Акаике жана Шварц критерийлеринин эң

кичинекей көрсөткүчтөрү болгон вариантын тандоо абзел, ал эсептелген моделдин туура болгондугунун белгиси катары кабыл алынат.

Регрессиялык анализ көз карандысыз өзгөрмөлөрдөгү өзгөрүүнүн көз каранды өзгөрмөгө тийгизген таасирин аныктоо максатында колдонулат. Башкача айтканда, максатталган белгилүү бир өзгөрмөгө таасир тийгизүүчү факторлорду жана алардын таасир күчүн табуу регрессиялык анализдин негизги максаты болуп саналат.

Жогоруда берилген маалыматта регрессия көз карандысыз өзгөрмө менен көз каранды өзгөрмөнүн байланышын көрсөтөт. Көз карандысыз өзгөрмө катары биздин эсептөөбүздө Trend чоңдугу катары убакыт, б. а. жылдар алынган. Бул көрсөткүч нөлдөн башталышы керек болгондугунан жасалган моделде башталгыч жылы, б. а. нөл көрсөткүчү 2013-жыл деп белгиленген. Ал эми көз каранды өзгөрмө катары GuestH, б. а. конок үйлөрүнүн саны алынган. Түзүлгөн моделде жылдардын конок үйлөрүнүн санына болгон таасирин көрүүгө мүмкүн болуп, төмөндөгү 3. 1 - формулада конок үйлөрү үчүн түзүлгөн регрессия модели берилген:

$$\text{GuestH} = a + b * \text{Trend}^2$$

$$\text{GuestH} = 52.31 + 0.64 * \text{Trend}^2$$

3. 2-формула. Конок үйлөр үчүн регрессия моделинин формуласы

Бул моделге жараша Trend квадраттын коэффициенти 0,64 болуп, божомол жасалган мезгил аралыгында, тагыраак айтканда 2029 – жылга чейин орточо эсеп менен жылына 13 - 19 конок үйүнө көбөйөт дегенди билдирет. Коэффициенттерге карата алынган графикте конок үйлөрүнүн башталгыч коэффициенти (регрессиянын алгачкы чекити) 52,31, тактап айтканда регрессия модели боюнча 2013 – жылы конок үйлөрдүн саны 52 ишкана деп эсептелинген.

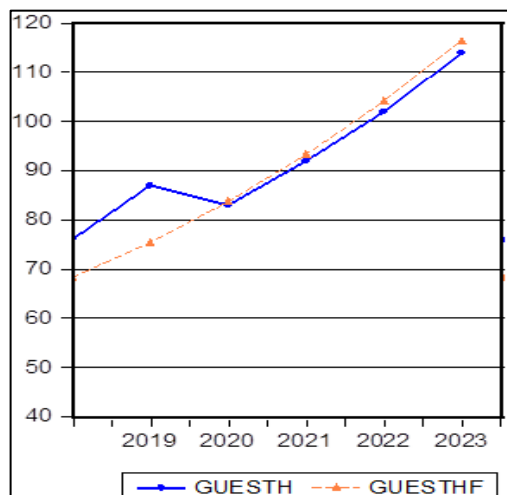
3. 1-таблица. Конок үйлөрдүн эң кичине квадраттар ыкмасы менен жасалган регрессия моделинин көрсөткүчтөрү [7, 173-б].

Көз каранды өзгөрмө: GuestH (Конок үй)				
Ыкма: Эң кичине квадраттар				
Үлгү топ: 2013 – 2023 жылдар				
Байкоолордун саны: 11 жыл				
Көз карандысыз өзгөрмө	Коэффициент	Стандарттык ката	T -критерий	Ыктымалдуулук
C (Константа)	52,31582	2,44126	21,42984	0. 0000
Trend ² (убакыт ²)	0,640327	0,050871	12,58737	0. 0000
R-квадрат	0,94625	Көз каранды өзгөрмөнүн орточо мааниси		74,72727
Туураланган R-квадрат	0,940278	Көз каранды өзгөрмөнүн стандарттык четтөөсү		22,66756
Регрессиянын стандарттык катасы	5,539528	Акаике критерийи		6,424661
Калдыктардын квадраттарынын суммасы	276,1773	Шварц критерийи		6,497006
Log likelihood	-33,33564	Hannan-Quinn критерийи		6,379058
F-критерий	158,4418	Durbin-Watson критерийи		1,251528
Ыктымалдуулук (F-критерий)	0,000001			

Булак: Автор тарабынан түзүлгөн

Эмпирикалык жол менен жүргүзүлгөн изилдөөнүн натыйжасында алгачкы жылдары конок үйлөрүнүн саны жайыраак ылдамдык менен өсүп, барган сайын өсүш арымы ылдамдаганы аныкталган. Жогоруда берилген таблицаны чечмелей кетсек, R-квадрат 0,95 чыкканы бул көз карандысыз өзгөрмө (жылдар) көз каранды өзгөрмөдөгү (конок үйлөрдүн саны) өзгөрүүлөрдүн 95%ын түшүндүрө алаарын көрсөтөт. Мындай жагдай моделдин туура тандалганын жана регрессия анализинин ишенимдүүлүгүнүн жогорулугун билдирет.

Төмөндөгү 3. 1- сүрөттө алынган статистикалык маалыматка жараша конок үйлөрдүн чыныгы көрсөткүчтөрү көк түстөгү, регрессия моделинен табылган көрсөткүчтөр болсо кызыл түстөгү чийин менен берилген. Регрессия чийини чыныгы көрсөткүчтөрдөн кээде өйдө өтсө, кээде төмөн өтөт жана бул айырмалар регрессиянын ката чоңдугун чагылдырат.

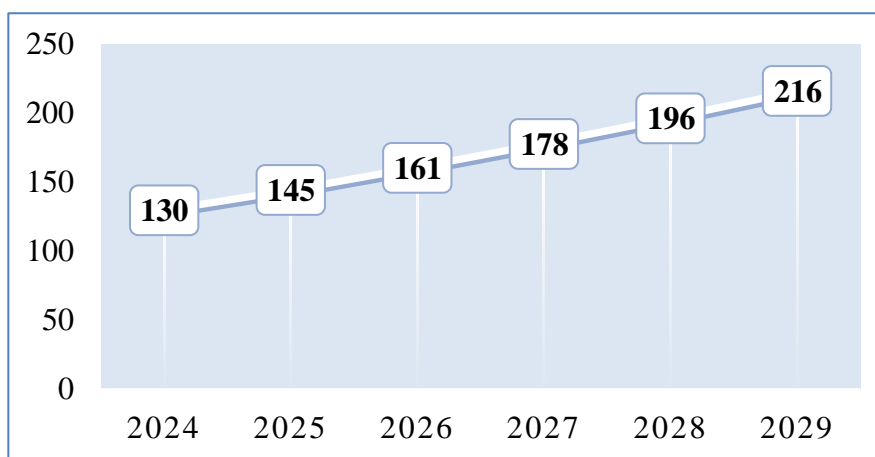


3. 1-сүрөт. Бишкек шаарынын конок үйлөрүнүн чыныгы жана регрессия маанилери

Булак: Автор тарабынан Улуттук статистикалык комитетинин маалыматтарынын негизинде түзүлгөн.

Сүрөттөн көрүнүп тургандай, өзгөчө акыркы жылдары, регрессия моделинен табылган көрсөткүчтөрдүн чыныгы көрсөткүчтөргө абдан жакын болууда. Бул дагы алдыңкы жылдарга эсептелген божомолдун ишенимдүүлүгүн кандайдыр бир деңгээлде кепилдейт. Сүрөттөн ошондой эле конок үйлөрдүн саны пандемия учурунда 2020-жылы бир аз кыскарып, 2021-жылдан баштап кайра тездик менен көбөйүп жатканын көрүүгө болот.

2019- 2023 – жылдар арасындагы статистикалык көрсөткүчтөрүнө таянып түзүлгөн моделдин негизинде 2029- жылга чейинки конок үйлөрүнүн санынын өсүшүнө божомол жасалган. Төмөндөгү 3. 2-сүрөттө көрүнүп тургандай конок үйлөрдүн өсүү тенденциясы божомолдонгон жылдарда да уланат.



3. 2-сүрөт. Бишкек шаарынын конок үйлөрүнүн өсүү божомолу.

Булак: Автор тарабынан түзүлдү

Жогоруда берилген графиктен көрүнүп тургандай, 2024-жылы конок үйлөрдүн саны 130 болсо, 2029-жылы регрессия модели аркылуу ардын саныны 216га жете турганы божомолдонууда. Божомол жогоруда берилген $GuestN = 52.31 + 0.64 * Trend^2$ регрессия модели боюнча жасалып, б - тиркемеде толук эсептөөсү берилген. Жалпысынан караганда конок үйлөрүнүн санынын жыл сайын тездик менен өсүп жатканы байкалууда жана жасалган божомол ушул тенденция уланат деген гипотезага таянууда.

Бул илимий иште жалгыз гана конок үйлөрүнүн божомолу жасалбастан мейманканалардын дагы өсүүсүнүн божомолу EViews программасынын жардамы менен жасалган. Аталган анализде конок үйлөрүндө жасалгандай эле, көз карандысыз өзгөрмө – жылдар, көз каранды өзгөрмө – мейманканалардын саны алынып, алардын келечектеги өнүгүүсүнүн божомолу 3.2-таблицада берилген.

3. 2-таблица. Бишкек шаарындагы мейманканалардын жөнөкөй регрессия ыкмасы менен жасалган регрессия моделинин көрсөткүчтөрү

Көз каранды өзгөрмө: Hotels (Мейманкана)
Ыкма: Эң кичине квадраттар
Үлгү топ: 2013 – 2023 жылдар
Байкоолордун саны: 11 жыл

Көз карандысыз өзгөрмө	Коэффициент	Стандарттык ката	T -критерий	Ыктымалдуулук
C (Константа)	72. 31818	3. 102600	23. 30890	0. 0000
Trend^2 (убакыт^2)	9. 154545	0. 524435	17. 45601	0. 0000
R-квадрат	0. 971311	Көз каранды өзгөрмөнүн орточо мааниси		118. 0909
Туураланган R-квадрат	0. 968124	Көз каранды өзгөрмөнүн стандарттык четтөөсү		30. 80732
Регрессиянын стандарттык катасы	5. 500321	Акаике критерийи		6. 410456
Калдыктардын квадраттарынын суммасы	272. 2818	Шварц критерийи		6. 482800
Log likelihood	-33. 25751	Hannan-Quinn критерийи		6. 364853
F-критерий	304. 7124	Durbin-Watson критерийи		0. 906356
Ыктымалдуулук (F-критерий)	0. 000000			

Булак: Автор тарабынан түзүлдү.

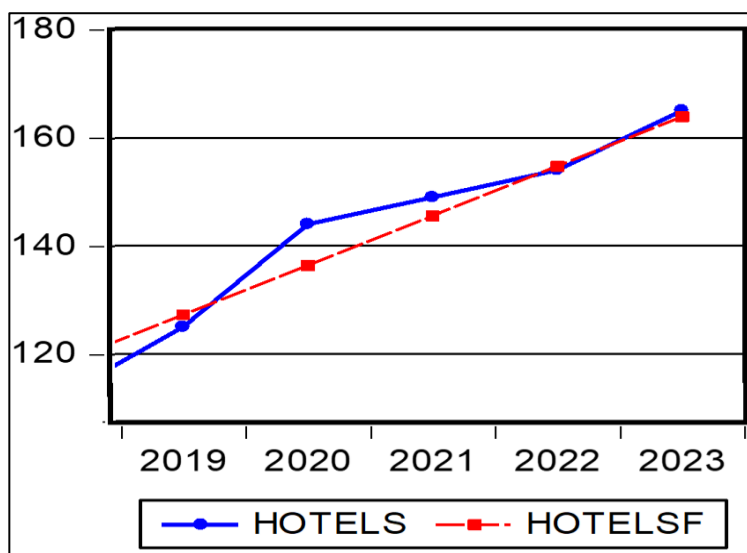
Төмөндөгү 3.2 - формуласында мейманканалар үчүн регрессия моделинин формуласы берилди.

$$\text{Hotels} = a + b * \text{Trend}$$

$$\text{Hotels} = 72. 32 + 9. 15 * \text{Trend}$$

3. 2-формула. Мейманканалар үчүн регрессия моделинин формуласы

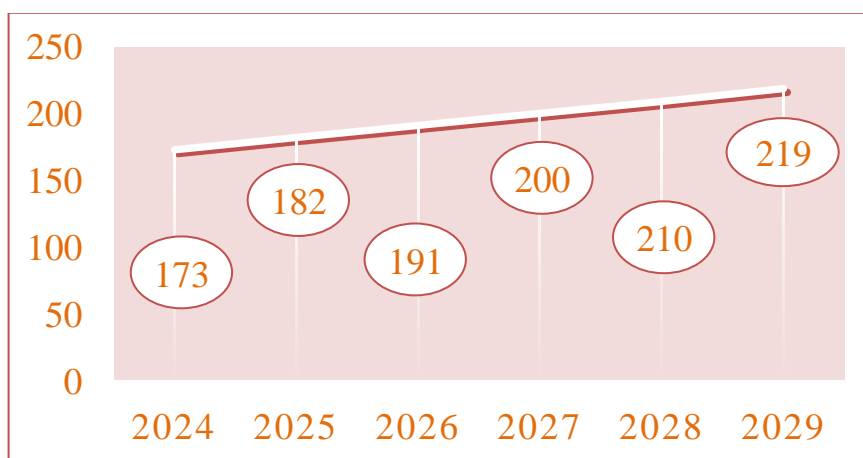
Регрессия моделине карата мейманканалар жылына орточо эсеп менен айтканда 9га (9,15) көбөйөт. Алынган маалыматка жараша 3.3-сүрөттө мейманканалардын чыныгы жана регрессия моделинен эсептелип табылган сандары чагылдырылган.



3. 3-сүрөт. Бишкек шаарынын мейманканаларынын чыныгы жана регрессия моделинен табылган маанилери

Булак: Автор тарабынан түзүлдү.

Жогоруда берилген сүрөттө көк түс менен мейманканалардын чыныгы көрсөткүчү (саны), ал эми, кызыл түс менен регрессия моделинен табылган көрсөткүчү (саны) берилген. Графикте берилген регрессия сызыгынын мейманканалардын чыныгы көрсөткүчтөрүнө жакын өткөнүн көрүүгө болот жана бул маалыматтын негизинде келечектеги 5 жылга жасалган божомолдоонун жыйынтыгын төмөндө берилген 3.4-сүрөттө чагылдырылган.



3. 4 - сүрөт. Бишкек шаарынын мейманканаларынын өсүү божомолу

Булак: Автор тарабынан түзүлдү.

Көрүнүп тургандай, 2024-жылдан баштап, кийинки 5 жылга жасалган божомолдоодон жогорудагы регрессия теңдемесинин коэффициентинин негизинде айтылгандай, мейманканалардын санынын жыл сайын орточо эсеп менен тогузга көбөйөөрү байкалууда.

Натыйжада сүрөттө чагылдырылган божомолго карата 2029-жылы мейманканалардын санынын 219га жете тургандыгы аныкталды. Жалпысынан алганда, акыркы 11 жылда 85ке жакын жаңы ишкана иштеп баштап алардын саны 165ке жетсе, алдыдагы 5 жылда дагы болжол менен 46 жаңы ишкана рынокко кирет дегенди билдирет.

Эки түр ишкананын келечектеги 5 жылга жасалган божомолу төмөндөгү таблицада берилген

.....таблица. Бишкек шаарынын мейманкана менен конок үйлөрүнүн келечекте өсүү божомолу

Жыл	2024 факт	Келечектеги беш жылга божомол				
		2025	2026	2027	2028	2029
Мейманкана	173	182	191	200	210	219
Конок үй	130	145	161	178	196	216

Булак: Автор тарабынан түзүлдү.

Таблицадан көрүнгөндөй мейманканалар менен конок үйлөрдүн санында чоң айырмачылык болгонуна карабастан 2029 – жылы конок үйлөрү мейманканаларга жетип, өсүү темпи мейманканаларга караганда кыйла жогору болгону аныкталды.

Бул бөлүмдө Бишкектеги мейманканалар менен конок үйлөрү үчүн жасалган божомолдоодо алардын санынын туруктуу өсө турганы ырасталды. Ушундан улам мейманканалардын тейлөө сапатын жана жалпы башкаруусун жакшыртуу, ошондой эле атаандаштык чөйрөдө ишканалардын натыйжалуулугун жогорулатуу учурдун актуалдуу маселеси катары каралат.

3. 2. Мейманкана бизнесин башкарууну жакшыртуунун жолдору

Башкаруунун тажрыйбасына ылайык жеткиликтүү даярдалган уюштуруу схемасы, тагыраак айтканда тиешелүү ишкананын өзөгү, бизнестин ийгилигинин негизинде болгону белгиленет [25]. Бирок, түрдүү түзүмдөгү ийгиликтүү мейманканалардын тажрыйбасы тандалганда уюштуруу түзүмүнөн тышкары ишкананын өнүгүүсүнө таасир тийгизген негизги активдерди эске алуу абзел: жайгашкан жери, финансы, инкашанын чөйрөсү, технология, тейлөө сапаты, адам ресурстары жана имидж [50, 8-б.]. Эгерде курулуш жери, финансылык жактан камсыздандырылышы, ишкананын физикалык чөйрөсү, технологиялык көрсөткүчтөрү сыяктуу активдер мейманкана комплексинин өнүгүүсүндө маанилүү роль ойносо, тейлөө тармагындагы айыгышкан атаандаштык чөйрөсүндө ишкананын имиджи, адам капиталы жана тейлөө сапаты дагы өзгөчө мааниге ээ.

Ушуга эле кошумча ирээтинде мейманканалардын тажрыйбалуу жетекчилери “биринчи”, “эң мыкты”, Парето мыйзамы жана “уникалдуулук” факторлору мейманкананын ишинин ийгилигине чоң тийгизээрин баса белгилешет. Алсак, Бишкекте жайгашкан Гарден мейманканалары туристтердин талдоосу боюнча эң мыкты эртеми (эртең мененки тамак) менен таанылып, мейманкананы толтуруга олуттуу таасирин тийгизет. Мисалы, Hyatt Regency Bishkek башка атаандаш мейманканалар пайда болгонго чейин эларалык донорлордун, элчиликтердин жана масштабдуу чоң долбоорлордун бирден бир өзөгү болуп келген. Учурда Супара этнокомплексери уникалдуу этно – борбор болгондуктан туризм базар алкагында көч башы болуп келатат. Ал эми Парето мыйзамы мейманкана бизнесинде өзгөчө мааниге ээ болуп, эки мисал менен төмөндө түшүндүрүлдү. Мисалы мейманкананын натыйжалуулугунун 80% кызматкерлердин 20% аракетинен көз каранды, же бардык кардарлардын 20% туруктуу болсо, алар ишкананын кирешесинин 80% алып келет.

Белгилүү болгондой, биринчи же уникалдуу болгонго караганда эң мыкты же кардарлардын лоялдуулугун жогорку даражага чыгаруу өтө татаал. Ага карабастан мейманканалар кандайдыр бир тандалып алынган багытта эң мыкты болуусу, о. э. лоялдуу кардарларынын санын көбөйтүү үчүн амбициялуу максаттарды коюуда. Албетте, максатталган жыйынтыка жетүү үчүн жасалган иштердин натыйжалуулугун жогорулатуу, иш процесстерди тынымсыз көзөмөлдөө, көйгөйлөрдү белгилөө, керектүү чечимдерди чыгаруу, анын жыйынтыгында оптималдаштыруу иштерин жүргүзүү талап кылынат.

Натыйжалуулук экономиканын система катары өнүгүүнүн индикатору катары каралганынан улам, ишкананын ийгилигинин негизинде натыйжалуулукту жогорулатуу жатат [127]. Демек, ар бир бизнес ээси менен жетекчинин иш аракеттери ишкананын натыйжалуулугун жогорулатууга багытталган. Илимий эмгектердин көбүндө ишкананын натыйжалуулугу иш процесстердин шайма-шай жүрүшүнөн көз каранды болуп, ошол эле учурда натыйжалуулук иш процесстердин оптимизациясы аркылуу жогорулатылгандыгы белгиленет.

Оптимизация (optimus) сөзү латын тилинде “эң жакшы” деген маанини берип, канааттандырган натыйжа алууда, чечим чыгарууда, долбоорду жазууда же маселени чечүүдө ырааттуу иштердин жыйындысы дегенди билдирет [73]

Ишкананын көрүнүктүү жыйынтыктары көп учурда бизнес-процесстердин оптимизациясынан соң көрүнгөндүгүнөн улам аны маал-маалы менен пландуу түрдө жүргүзүп туруу маанилүү. Мисалы кандайдыр бир ишкананын ишин жакшыртып, натыйжалуулукту жогорулатуу маселеси туулган учурда чыгымдарды азайтуу, өндүрүш циклин кыскартуу, башкарууда каталардын санын азайтуу, кирешени жогорулатуу, кардар-ишкана мамилесин бекемдетүү, өндүрүмдүүлүктү жогорулатуу, кризистен чыгуу сыяктуу максаттар коюлуп, бардык бизнес-процесстер иликтенгенден соң оптималдаштыруу планы түзүлүп ишке ашырылат.

Натыйжалуулук концепциясы немец илимпозу Г. Агрикола тарабынан эң алгачкы жолу 1530 – жылы түшүндүрүлгөнү менен [137] термин катары бул сөз биринчи жолу Д. Рикардо, В. Парето, Г. Эмерсон аттуу окумуштуулар тарабынан биринчи жолу колдонулган. Эки окумуштуунун кимиси биринчи колдонулгандыгы тууралуу дискуссиялар дагы деле илимий чөйрөдө жүрүп келет [127]. Андан кийинки этапта бул термин 1911-жылы жарык көргөн “Ревю Д Экономика Политика” журналында Алберт Афталиондун “Les Troies Notions De La Productivivte Et La Productivite Et Les Revenus” аттуу макаласында толук кандуу түшүндүрүлүп натыйжалуулук түшүнүгүнүн маанилүүлүгү коомчулукта жайыла баштаган. Учурда натыйжалуулук, бизнес менен экономиканын дээрлик бүт багыттарында актуалдуу болуп, жөнөкөй сөз менен айтканда, киреше менен чыгымдардын көрсөткүчү (чыгашанын кирешеге болгон катышы) катары кабыл алынат. Заманбап өндүрүш чөйрөсүндө натыйжалуулукту өлчөө процесси өндүрүлгөн өндүрүмдүн көлөмү менен гана чектелбестен, сапат, өндүрүү убакыты, сарпталган бардык ресурстардын көрсөткүчтөрүн да камтыйт [137]. Ал эми мейманкана бизнесинин башкаруусунун натыйжалуулугу жалпы жонунан анын рентабелдүүлүгү менен аныкталат. Бирок бул көрсөткүчкө персоналдын агымы, ишкананын имиджи, атаандаштык артыкчылыгы, инновациялык башкаруу [23; 28; 81; 38] жана тейлөө сапаты сыяктуу көптөгөн багыттардын таасир берээри унутулбашы шарт.

Натыйжалуулук - кандайдыр бир максатка жетүү же белгилүү бир натыйжаны алууга жумшалган ресурстарды (материал, убакыт, энергия ж. б. у. с.) ысырап кылбастан, эң жогорку даражада эффективдүү колдонуу деген маанини берип, жалпак тил менен айтканда кандайдыр бир жумушту бат жана сапаттуу аткаруу дегенди билдирет. Натыйжалуулукту жогорулатууда төмөндөгү пункттардын: практикалык жана теориялык билим берүү аркылуу жумушчу күчүнүн сапатын жогорулатуу; кызматкерлерди талаптарга жараша жетиштүү санда жана сапаттуу жабдыктар менен камсыздоо; технологияны

жакшыртуу максатында иштерди пландаштыруу жана жүзөгө ашыруу [163] аткарылышы маанилүү.

Демек, мейманкана кызматкерлеринин адистик сапатын жогорулатуу, иш чөйрөсүн жакшыртуу жана иштердин туура пландаштырылышы натыйжалуулукту жогорулатууда маанилүү рол ойнойт.

Көп жылдар бою ишкананын ийгилиги менен натыйжалуулугу финансылык көрсөткүчтөрү аркылуу гана бааланып келгенин түрдүү булактардан көрүүгө болот. Бирок, 20-кылымдын 90-жылдарынын башында ишкананын натыйжалуулугу финансылык көрсөткүчтөрдүн негизинде гана бааланышы жетишсиз болгондугун Давид Нортон менен Роберт Каплан айтып чыгышкан. Аталган окумуштуулардын атактуу BSC (Balanced Scorecard) баалоо модели төрт негизги багытта натыйжалуулукту өлчөйт: финансы, ички бизнес процесстер, кардарлар жана персоналдын билими [93, 105-б. ; 161].

Кандай гана ишкана болбосун анын натыйжалуу ишмердүүлүгү түрдүү бизнес процесстердин бир арада эч бир кынтыгы жок жүрүшүнүн негизинде гана болушу мүмкүн. Ал эми кынтыксыз иш туура анализ менен алынган жыйынтыктардын туура жөнгө салынышынан көз каранды. Ушундан улам көп жылдар бою BSC баалоо модели бир эле учурда кандайдыр бир иштин натыйжалуулугун бир нече аспектилер боюнча баалоого мүмкүндүк берген башкаруу ыкмасы катары ишкерлер арасында таанылып келген.

Давид Нортон менен Роберт Капландын айтымына жараша бул төрт багыт керек болгон учурда ишкананын өзгөчөлүгүнө жараша ылайыкташтырылып, баалануучу багыттар көбөйүшү мүмкүн [93]. Төмөндө Нортон менен Каплан тарабынан сунушталган BSC баалоо модели мейманкана бизнесине ылайыкташтырылып түзүлүп, мисал катары 3. 5-сүрөттө берилген.

Түзүлгөн үлгүдө мейманканалардын натыйжалуу ишмердүүлүгү үчүн маанилүү болгон багыттарды камтыган BSC модели берилген. Мисалы, туруктуу кардарлар, даттануулар жана кайра сатып алуу сыяктуу көрсөткүчтөрдүн пайызы кардарлардын канааттануу деңгээлинин жана

ишканын кардарлар менен болгон мамилесинин реалдуу сүрөттөлүшүн алууга мүмкүнчүлүк түзөт. Ички бизнес-процесстер болсо иш өндүрүмдүүлүгү, катаалардын саны жана өндүрүш убактысын камтыса, финансылык көрсөткүчтөрү тапкан акча каражаттарды, ал эми ишканын персоналы туризм жаатында алган билими, иштен канааттануу деңгээли, ишканага болгон лоялдуулугу, кесиптик жана жумшак көндүмдөрү менен бааланат.



3. 5-сүрөт. Мейманканалар үчүн BSC баалоо моделинин үлгүсү

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Мейманкана бизнесинде, экономиканын башка багыттарындагыдай эле башкаруу методдору менен ыкмалардын түрү колдонулат. Албетте, индустриянын спецификасына жараша методдор менен ыкмалар адаптацияланышы шарт. Мисалы мейманканан бизнеси адам ресурстарына таянган ишмердүүлүк болгондугунан улам аны башкаруу, о. э. сапаты менен натыйжалуулугун баалоо классикалык өндүрүш фабрикасынан бир топ айырмаланат.

Мейманкана бизнесинде сапат менен натыйжалуулукту өлчөө оор маселе. Ошондуктан, мейманкананын натыйжалуулугу ишканага келген кардарлардын саны же түшкөн кирешеси менен гана бааланып, башка маалыматтар көп учурда эске алынбайт. Бирок, туура чечимдерди чыгарып, натыйжалуулукту жогорулатуу үчүн орун саны, толтуруу коэффициенти, бөлмөлөрдүн баасы жана жумуш орундары сыяктуу көрсөткүчтөр да өтө маанилүү [133, 50-б.].

Мейманкананын кирешеси, б. а. классикалык натыйжалуулук көрсөткүчү, анын толтурулуу пайызынан түздөн туз көз каранды болсо, толтуруу пайызы өз учурунда сунуштаган кызматтардын сапаты менен жайлуулугу сыяктуу түрдүү факторлордон таасирленет. Ушундан улам бул илимий иште уюштурулушу таатаал болгон мейманкана бизнесинин ишин анализдөө, анын натыйжасында бизнес процесстерди жакшыртуу жана натыйжалуулукту жогорулатуу үчүн бардык тараптарды эске алган “Тең салмактуулук чамгарак” методу иштелип чыгып сунушталган. Тең салмактуулук чамгарак методу BSC баалоо методу менен Wheel of life, методдорунун терең изилдөөсүнүн негизинде пайда болгон шыктануунун негизинде иштелип чыккан. Ошондуктан, бул ыкманын келип чыгышына себепкер болгон экинчи метод тууларуу да кыскача маалымат төмөндө берилди.

20-кылымдын 70-жылдарында Пол Майер тарабынан “Жашоо дөңгөлөгү” (Wheel of life) методу коучингге колдонулуп баштаган. Ал «үй жана үй-бүлө», «финансы жана карьера», «психика жана билим», «ден-соолук жана физикалык көрүнүш», «социалдык жана маданий жашоо», «руханият жана этика» аталышындагы алты сегменттен турган дөңгөлөк формасында болгон [147]. Жашоо дөңгөлөгүнүн жардамы менен инсан ар бир сегментти, б. а. жашоосунун ар бир багытын, сезимдерине жараша 10 баллга чейин баалап, кем болгон жактарын көрөт. Албетте, бул методдун идеясы дөңгөлөктү идеалдуу формага алып келүү болгон. Бул метод адамдын жашоодон канааттануу деңгээлин так сүрөттөө үчүн өтө жеңил жана ыңгайлуу болгондугунан улам психолог жана

коучтардын арасында абдан популярдуу болуп, учурда басылма жана интернет булактарында бул дөңгөлөктүн түрлөрүн көрүүгө болот.

Акыркы учурда бул метод өздүк өнүгүү тармагында гана колдонулбастан, бизнес чөйрөдө “Теңсалмактуулук чамгарагы” [19], “Бизнес баланс” [53; 187] же “Steering Wheel” [168] аты менен колдонулууда. Ар бир сегмент теңсалмактуу өнүккөндө гана дөңгөлөк (чамгарак) туура тегерек формасын алып, иштер эч бир аксоосуз жылат деген идея бизнес чөйрөсүнө дагы тийиштүү деген ой бул методдун негизинде жатат.

Жогоруда берилген маалыматтан улам мейманкана бизнеси үчүн “Теңсалмактуулук чамгарагы” бул илимий иш алкагында иштелип чыгып Бишкек шаарында ишмердигин жүргүзгөн мейманканаларда сыноо жүргүзүлгөн. Мейманканын ишмердүүлүгүнүн негизги бөлүмдөрү болгон Тазалоо кызматтары менен Каттоо жана жайгаштыруу бөлүмүнүн ишин анализдөө, о. э. Ковид-19 пандемиясынан улам улуттук туризмдин көрсөткүчтөрүндөгү терс динамика [124] жергиликтүү туризм ишканаларынын кризиске даяр болбогонун көрсөтүп, бул жаатта ишканалардын ишин жөнгө салуу максатында “антикризис чамгарагы” ыкмасы дагы иштелип чыккан.

“Тең салмактуулук чамгарак” методу Майердин баалоо ыкмасынан сезимдерге эмес, деталдуу суроолорго фактыга таянган жоопторду алуу менен айырмаланат.

Сегиз сегменттин ар бири 10 (он) пункттан турган [109] чамгарактын бааланышында так көрсөткүчтөрдү алуу үчүн автор тарабынан 80 (сексен) суроо-талап түзүлүп чыккан. Тактап айтканда 80 суроо-талап Каттоо жана жайгаштыруу бөлүмү үчүн, кийинки 80 суроо-талап Тазалоо кызматтары үчүн жана Антикризистик башкаруу үчүн дагы 80 суроо-талап даярдалган. Мындай ыкма ар бир сегменттин алынган жоопторуна жараша белгилене турган шкаласын так аныктоого жардам берет. Мисалы, суроого “ооба (+)” же “жок (-)” деген жооптор алынган соң, ар бир сегменттин “ооба”ларынын суммасы эсептелинип, чыккан сан чамгаракта белгиленет. Дагы да тактап айтканда

биринчи сегменттеги он суроосунун жетиси “ооба” үчөө “жок” болсо, жетинчи шкала белгиленет.

Тең салмактуулук чамгарагында натыйжалуулук 100% көрсөткүчкө ээ болуусу үчүн, б. а. идеалдуу тегерек формасындагы чамгарак эч жолтоосуз дөңгөлөк сымал айлануусу үчүн ар бир сегменттин 10 суроосу тең “+” болушу керек. Бирок, алынган жоопко жараша чамгаракта белгиленген чекиттер бири-бири менен туташтырылганда көп учурда чамгарак идеалдуу формадан алыс болуп, ишкананын реалдуу абалын чагылдырат. Идеалдуу тегерек форманы чекиттер мисалы 3тө же 5те өз ара туташтырылганда да алуу мүмкүн, бирок бул методдун философиясына жараша андай кичинекей дөңгөлөк абдан жай жүрүп, максатка жетүү мөөнөтү узарат. Бул методдун жардамы менен кыска мөөнөттө бөлүмдүн ишин толугу менен диагностикалоо мүмкүнчүлүгү, о. э. “жок” деп белгиленген жооптор оңдолушу керек болгон иштерди так белгилөөсү чоң артыкчылык болуп саналат.

Бишкекте ишмердүүлүгүн жүргүзгөн 4 жылдыздуу беш мейманкананын жетекчилери менен 2023-жылдын ноябрь айында Каттоо жана жайгаштыруу бөлүмүн башкаруунун натыйжалуулугун өлчөө үчүн өткөрүлгөн сурамжылоонун жыйынтыгы 3.6-сүрөттө чагылдырылып, 80 суроонун жооптору 7-тиркемеде берилген.

Дөңгөлөк сегиз сегменттен туруп, анын бешөө персоналга, үчөө бөлүмгө тийиштүү суроолордон түзүлгөн. Анын себеби учурда адамдын сапаты менен өзгөчөлүктөрүнө таянган атаандаштык стратегиялары күч алып турган мезгил [148, 89-б.] болгонунан бөлүмдүн ишмердүүлүгүнүн, деги эле жалпы мейманкана бизнесинин натыйжалуулугу персоналдан көз каранды. Өзгөчө бул бөлүмдүн персоналы дайыма коноктор менен тыгыз мамиледе болгонунан улам алардын сапаты менен өзгөчөлүгүнө, о. э. ишке болгон лоялдуулугуна өтө маани берилет. 2016-ж Бишкектеги 19 мейманкананын каттоо жана жайгаштыруу бөлүмүнүн кызматкерлери арасында жүргүзүлгөн изилдөөдө сурамжылоого

катышкан 63 кишинин 93% карьерасын бул багытта жасаарына ишенгендиги жана 67% ишкананын карьера саясатын жактыргандыгы аныкталган [182].



3. 6-сүрөт. Бишкекте ишмердүүлүгүн жүргүзгөн 4* мейманканалардын Каттоо жана жайгаштыруу бөлүмүнүн тең салмактуулук чамгарагы.

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

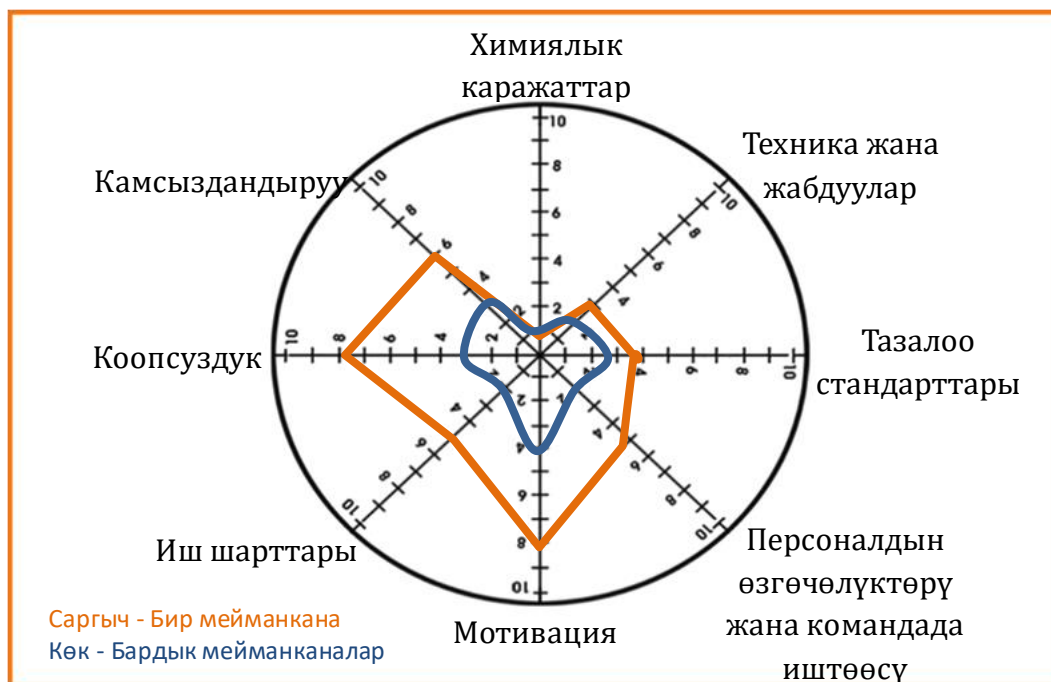
Чамгаракта кызыл түс менен сурамжылоого катышкан бардык мейманканалардын жооптору чагылдырылып, эң жогорку балл 4 жана эң төмөнкүсү 2 болгон. Жалпы көрсөткүч менен салыштыруу максатында көк түс менен сурамжылоого катышкан мейманканалардын бирөөсүнүн жооптору чагылдырылган. Көрүнүп тургандай жалгыз мейманкананын көрсөткүчтөрү жалпы көрсөткүчтөргө караганда жакшыраак. Бирок, ага карабастан чамгарактын формасы идеалдуудан алыс болуп, оңолушу керек болгон багыттар арбын. Бул көптөгөн изилдөөлөрдү жана пландуу иш жүргүзүүнү талап кылат.

Каттоо жана жайгаштыруу бөлүмү сыяктуу эле түздөн-түз мейманкананын ишмердүүлүгүнүн ийгилигине таасирин тийгизген дагы бир бөлүм бул Тазалоо кызматтары. Бөлүмдүн кызматкерлери конок бөлмөлөрүн, коридорлордун, кеңселердин, жалпы колдонулган аянттардын тазалыгынан гана жооптуу

болбостон, территорияда жайгашкан бардык жабдыктардын функциясынын аткарылышынан жооптуу. Ошондуктан “тазалык = коопсуздук” формуласы меймандостук индустриясында ишмердүүлүктүн бардык багыттарына таасирин тийгизип, ишкананын ийгилигинин негизинде жатат.

Тазалоо кызматтары бөлүмүнүн кызматкерлери мейманкананын жалпы штатынын 75% түзүп, билим деңгээли башка бөлүмдөрдөгү кадрлардан айырмаланып турат. Ушундан улам бул бөлүмдүн кызматкерлерине үзгүлтүксүз окутуу уюштуруу шарт, себеби бул бөлүмдө химиялык каражаттардын түрү, электр жана механикалык жабдуулардын түрү колдонулуп, тазалык стандарттары да ар бир каптама үчүн өтө деталдаштырылып берилет. Көптөгөн деталдардын кынтыксыз жана шайма-шай иштөөсүн талап кылган бөлүмдүн ишинин анализи өтө татаал болуп, 3. 4-таблицада түзүлгөн суроо-талаптар бул иштин жеңилдетүүсү үчүн түзүлүп, Бишкекте жайгашкан 3* беш мейманканада сыноосу өткөрүлгөн. Сурамжылоонун негизинде мейманкананын жетекчилери бул бөлүмдүн көптөгөн нюанстарын билбегендиги белгилүү болгон. Ошондой эле сатылып алынган химиялык каражаттары мейманканалар үчүн коюлган гигиеналык талаптарга жооп бербегендиги, колдонулган текстилдердин өмүрүн узартуу техникалары сыяктуу спецификалык маалыматтан эч кабары болбогону да ачыка чыккан. Мындай көрүнүш 2015-жылы жүргүзүлгөн изилдөөнүн натыйжасынан көп айырмаланбаганы өкүнүч туудурат. Тактап айтканда, 9 жыл мурун Бишкек шаарынын мейманканаларында жүргүзүлгөн изилдөөдө, Тазалоо кызматтары бөлүмүнүн иши жетекчиликтин көңүл коштугунан жана билиминин жетишсиздигинен туура жөнгө салынбагандыгы аныкталган [181, 270-б.]. Ушундан улам Тазалоо кызматтары бөлүмүнүн ишин жөнгө салууда маанилүү ролду ойной турган ыкманын суроолору деталдуу түрдө түзүлүп 8-тиркемеде берилген, ал эми мейманкана жетекчилеринин жооптору төмөндөгү “Теңсалмактуулук чамгарагында” чагылдырылган.

Чийилген чамгарактын формасы идеалдан алыс болгону жана сурамжылоого катышкан бардык мейманканаларда “Химиялык каражаттар” эң ылдыйкы чекитте болгону өзгөчө көңүл бурат.



3. 7-сүрөт. Бишкекте ишмердүүлүгүн жүргүзгөн 3* мейманканалардын Тазалоо кызматтары бөлүмүнүн тең салмактуулук чамгарагы.

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

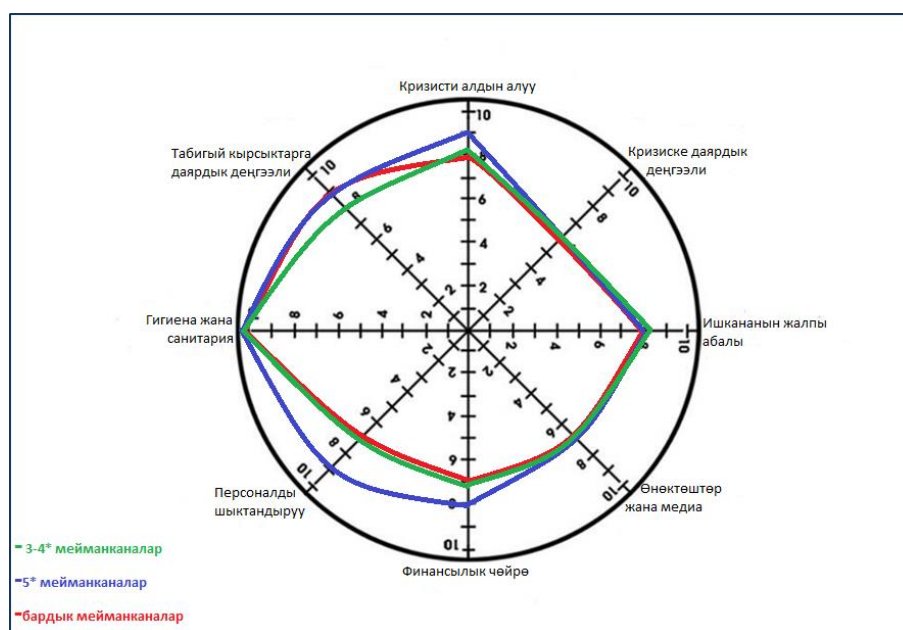
Алынган жыйынтыктар мейманканалардагы тазалоо кызматтары бөлүмүндө көптөгөн көйгөйлөрдүн болгонун жана төмөндө тизмектелген иштер эң биринчилерден болуп ишке ашырылышы керектигин айгинелейт:

- иштелип чыгышы керек болгон документация - генералдык тазалоо планы, мейманкананын “жашыл” позициясын кубаттоо, о. э. ресурстарды үнөмдөө максатында тийиштүү эскертмелер, жоготулган буюмдарды сактоо жана ээлерине кайтарып берүү алгоритми, VIP коноктор үчүн стандарттар;

- персоналды окутуу - тазалоо стандарттары, биринчи медициналык жардам, өзгөчө кырдаал учурунда жоопкерчиликтерин үйрөтүү жана карьералык өсүү мүмкүнчүлүгүн жаратуу үчүн башка бөлүмдөргө практикага жиберүү;

- ишкананын жагымдуулугун жогорулатуу - атаандаштык күчкө ээ эмгек акы төлөп берүү; социалдык пакеттер менен камсыз кылуу; жабдыктардын сапаты менен санына көңүл буруу.

Ковид-19 пандемиясы кризисинен улам Бишкектин мейманканаларында гана эмес, деги эле бардык ишканалардын антикризистик башкаруу жаатында көптөгөн көйгөйлөр болгондугу белгилүү болду. Ушундан улам, мейманкана секторунун кризиске даярдыгын күчтөндүрүү үчүн Антикризистик башкаруунун натыйжалуулугун өлчөө үчүн ыңгайлуу болгон теңсалмактуулук чамгарак методу иштелип чыкты. Бишкекте ишмердүүлүгүн жүргүзгөн 22 (жыйырма эки) 3, 4 жана 5 жылдыздуу мейманканалардын жетекчилери менен 2023-жылдын октябрь-ноябрь айларында жүргүзүлгөн сурамжылоонун жыйынтыктары төмөндөгү сүрөттө чагылдырылган. Сүрөттө көрүнүп тургандай кризисти алдын алуу, кризиске даярдык деңгээли, ишкананын жалпы абалы, өнөктөштөр жана медиа, финансылык чөйрө, персоналды шыктандыруу, ишкана санитариясы жана табигый кырсыктарга даярдык деңгээли аталышындагы сегменттер үчүн суроолор түзүлүп, 9-тиркемеде берилген.



3. 8-сүрөт. Бишкекте ишмердүүлүгүн жүргүзгөн мейманканалардын антикризистик башкаруусунун Тең салмактуулук чамгарагы.

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Теңсалмактуулук чамгарагында жашыл түс менен 3 жана 4 жылдыздуу мейманканалардын орточо көрсөткүчтөрү берилген. Көк түс менен 5 жылдыздуу мейманканалардын учурдагы абалы чагылдырылган. Ал эми кызыл түс менен сурамжылоого катышкан бардык 22 мейманкананын орточо көрсөткүчү чагылдырылган. Чамгаракта 5* мейманкананын кризиске даярдыгы 3 жана 4 жылдыздуу мейманканага караганда жакшы болгону көрүнүүдө. Эң эле төмөн көрсөткүч “кризиске даярдык деңгээли” сегментине таандык болуп, бул сегментте 22 ишкананын 12 “жок” деп жооп берген пункт “ишканада персонал тез-тез ротация болуп турат” болгону аныкталды. Андан кийин тогуз “жок” жообуна ээ болгон пункттар “персонал жылына 1-2 жолу кризиске даярдык тренингдерине катышып турат” жана “ишкананын кризистен чыгуу шаблону иштелип чыккан” болду.

Жалпысынан алганда сурамжылоого катышкан мейманканалардын кризиске даярдык деңгээли 50%дан жогору болгону жогоруда чагылдырылган сүрөттөн көрүүгө болот. Иштелип чыккан методдун түшүнүктүүлүгү, жөнөкөйлүүлүгү жана алынган жооптордун анализиндеги жеңилдиги кыска мөөнөттө ишмердүүлүктүн жалпы картинасын алууга шарт түзүп, кем болгон тараптарын оптимизациялап, натыйжалуулукту жогорулатууга мүмкүнчүлүк берет.

Жыйынтыктап айтканда мейманканалардын натыйжалуулугун өлчөө үчүн сунушталган “теңсалмактуулук чамгарак” методу тандалып алынган багыттар үчүн ыңгайлуу жана жөнөкөй баалоого шарт түзүп, учурдагы реалдуу картинаны аз убакыттын ичинде көрүүгө мүмкүнчүлүк жаратат. Кошумчалай кетчү нерсе бул, ар бир сегментте минимум эки суроо персоналды окутуу боюнча болуп, мейманканалардын көбүндө жооптору “жок” болгону белгилүү болгон. Бул

маселени санариптешүү доорунда телефон аркылуу, тактап айтканда өлкөбүздө популярдуу болгон What's App' колдонмосунун [145] жардамы менен чечүү мүмкүн. Андан сырткары үч бөлүм үчүн иштелип чыккан теңсалмактуулук чамгарак методунун ар биринде персоналды шыктандыруу, б. а. мотивация тууралуу суроо-талаптар орун алган. Мунун себеби адамга адам кызмат кылган сектордо стресс булактары арбын болуп, адымдын өзүнө жана ишканага терс таасирин тийгизип [135, 22-б.], б. а. кызмат сапаты персоналдын маанайынан көз каранды болгону.

Жогоруда мейманкана ишмердүүлүгүнүн башкарылышын жакшыртуу жана натыйжалуулугун жогорулатуу үчүн иштелип чыккан ыкма сунушталды. Белгилүү болгондой мейманканын ишмердүүлүгү жалгыз гана ички процесстерден гана көз каранды болбойт. Ушундан улам бул илимий иште Кыргыз Республикасынын туризм тармагын, анын ичинде мейманкана бизнесин мамлекет тарабынан жөнгө салуусун жакшыртуу үчүн, учурда актуалдуу болгон түрдүү көйгөйлөрдү жокко чыгаруу максатында төмөндөгү сүрөттө чагылдырылган уюштуруу модели иштелип чыкты.



3. 9- сүрөт. КР туризм тармагынын уюштуруу модели

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Бул моделге жараша жайгаштыруу ишканалар, тактап айтканда мейманкана, хостел, конок үй, бозүй лагерлери эң алгач Юстиция министрлигинде катталып юридикалык ишкана ачкандан соң Экономика жана коммерция министрлигинин туризмди өнүктүрүү стратегиялык борборуна кайрылышат. Борбор эң алгач Туризм департаментине “туризм ишканасы” статусун алуу кайрылат. Туризм ишканасы статусу алынган соң Кыргызстандарттан ишкананын категориясы такталат. Алгачкы эки этап бүткөндөн соң Статистика комитетине, Салык кызматына жана Соцфондго тийиштүү документтердин камдалышы үчүн талап билдирилет жана Туризмди

өнүктүрүү фонду менен санэпидемиялык көзөмөлгө жаңы ачылган ишкана боюнча маалымат жиберилет.

Андан соң мейманкананын ачуу иштеринде эбактан бери көнүмүш болгон процедуралар жасалат. Мисалы жарнама же территория тууралуу иштер үчүн Мэрия менен иштешишет. Имаратты өзгөртүү боюнча Башкы архитектурага кайрылса, өрт коопсуздугу жана коммуналдык чарба иштери боюнча тийиштүү иштерди жыйынтыкташы шарт.

3.3. Мейманкана бизнесинин “Байтик” иштиктүү долбоору

Кыргызстанда туризмди туруктуу өнүктүрүү үчүн туристтерге көрсөтүлгөн тейлөө сапатын жакшыртуудан тышкары классикалык мейманкана бизнесинен өзгөчөлөнгөн чакан жана орто мейманканалардын санын көбөйтүү керек [42, 32-б.]. Себеби, дестинациянын маданиятын жана жергиликтүү калктын жашоо турмушун жакындан таанып билүү менен бирге, өз ден соолугуна жана билимине салым кошууну көздөгөн туристтер Бишкектеги 5 жана 4 жылдыз мейманканалардын ордуна, чакан мейманканаларды тандаганы белгилүү. Ушундан улам Бишкек шаарында ишмердүүлүгүн жүргүзгөн мейманканалардын олуттуу пайызы орто жана чакан ишкана болгону, о. э. мамлекеттен кандайдыр бир жардам күтпөстөн жергиликтүү ишкерлер бул түр мейманканаларга инвестицияларды тарканы Кыргызстан туризмдин өнүгүүсүндө өтө маанилүү [185, 703-б.] индикатор.

Жогорку сезондо мейманканаларда орун табылбаганы Бишкек шаарынын мейманкана рыногунун негизги көйгөйү катары каралып [27] элет жерлерге мейманканалардын курулушунун актуалдуулугун жогорулатат. Дүйнөдөгүдөй эле Кыргызстанда да акыркы жылдары актуалдуу болгон туризмдин туруктуу өнүгүүсү алкагында жергиликтүү калкты, өзгөчө элет жерлеринин тургундарын туризмге тартуу, анын натыйжасында экономикалык, социалдык жана маданий

пайдаларды көрүү, о. э. түз жана кыйыр түрдө жумушчу орундарын түзүү [16; 123] мүмкүнчүлүктөрү каралып келет.

Ушундан улам учурдун тренди болгон “айыл жергесинде коноктоо” кыймылын эске алып, чет өлкөлүк жана жергиликтүү туристтердин каалоо тилектери менен даттанууларын иликтеген илимий макалалардагы сунуштарга таянып, минимум инвестиция талап кылынган [91, 133-б.], ошол эле учурда заманбап туристтердин талабына жана тренд агымына жооп берген мейманкана бизнесинин долбоору иштелип чыгып, бул илимий иште сунушталды.

Мейманкана бизнесинин долбоору Кыргызстанда популярдуу болгон конок үй менен туристтердин сүймөнчүлүгүнө ээ болгон бозүйлөрдөн тышкары, дүйнөдө популярдуулугун күндөн күнгө көбөйтүп келген капсула жана микро-отелди да камтыган. Ар бир мейманкана тибинин өз-өзүнчө эсеби жасалып өз үйүн туристтерге ачам деген ишкерлер үчүн өзүнө жаккан вариантты тандап алуусуна ыңгайлаштырылган. Ал эми, пилоттук долбоор катары “Байтик мейманкана комплекси” модели Бишкек шаарынын чекесинде жайгашкан Байтик айылында курулуусу пландалган. Бул чечимдин негизинде акыркы жылдары чет өлкөлүк туристтердин негизги агымдары өнүгүп келе жаткан өлкөлөрдү карай болгонунда дагы жатат. Эгерде мурунку жылдары эларалык туристтердин ар бир он төртүнчүсү гана бул дестинацияга кызыкса, учурда ар бир төртүнчү турист кызыканы үчүн өлкөнүн мейманкана ишканаларына инвестициялар артууда [121].

Мейманкана секторуна болгон инвестициялар 5 жылдыздуу мейманкана 10 жылда 10-12% киреше, 4 жылдыздуу мейманкана 8–10 жылда 11–13% киреше, ал эми, 3 жылдыздуу мейманканалар 7–8 жылда 15–17% киреше менен акталат [21]. Бул көрсөткүчтөр өлкөгө жана ишмердүүлүктүн түрүнө жараша өзгөргөндүгүнөн улам 5 жылдыздуу мейманканалардын инвестициялык акталыш мөөнөтү 15-20 жыл, ал эми эксклюзивдик мейманкана долбоорлору үчүн орточо 20 жыл [119] болгону көрүнөт. Мейманкана индустриясынын чоң артыкчылыгы болуп туруктуулугу каралат, ушундан улам мейманкана

ишмердүүлүгү таштандылардан арылуу ишмердүүлүгүнөн кийинки эле экинчи орунду ээлеп, кирешени төртүнчү жылдан тартып бере баштайт [117].

Туристтерге нукура кыргыз маданиятын, жашоо тиричилигин, каада-салты менен үрп-адаттарын жакындан таанытуу үчүн ыңгайлуу шарттарды түзүү максатында иштелип чыккан бул долбоордун идеясы төмөндө берилген.

“Байтик” – мейманкана бизнеси долбоору шаар ичинде жана элет жерлерде иштетилгенге ылайыктуу модель катары сунушталат.

Долбоордун максаты: элет жерлердеги start up киришүүлөрдүн санын көбөйтүү; элет жерлердеги мейманкана секторунун жатак орун санынын көбөйүшүнө салым кошуу; жаңы иш орундарын жаратуу; кыргыз калкынын каада-салты, турмуш-тиричилиги менен туристтерди жакындан тааныштыруу; жаңы концепциядагы мейманкана бизнесинин бизнес-долбоорун сунуштоо; жергиликтүү туристтик өнүмдөрдү алдыга сүрөп чыгаруу.

Саякатчылар жергиликтүү калктын каада-салтын, үрп адатын үйрөнгүсү келип, күнүмдүк жашоо тиричилигине, б. а. маданиятына сүңгүп кирүүнү каалагандыгынан улам [192] альтернативдүү мейманкана ишканалары акыркы убактарда туристтер тарабынан көбүрөөк тандалууда жана бул көрүнүштүн динамикасы туруктуулук менен өсүүдө [180].

Байтик мейманкана комплекси Бишкек шаарынын түштүк-батышында, борбор калаанын так чегинде, Кыргызстандын маанилүү туристтик объекти болгон Ала-Арча жаратылыш паркына 12 км жетпей жайгашкан Байтик айылында курулуп иштетилүүсү пландалган. Акыркы убакта Байтик айыл өкмөтүнө өзгөчө көңүл бурулуп, мамлекет тарабынан чоң өзгөрүүлөр киргизилүүдө.

Кыргыз Республикасынын Министрлер кабинетинин 2023-жылдын 4-августу №454-т тескемесине ылайык Байтик айыл аймагында жайгашкан Боз-Бөлтөк тоосун Байтик баатыр атындагы микрокорукка айландыруу иштери башталды. Андан тышкары Боз-Бөлтөктө Solto Sky Park аттуу уникалдуу эс алуу аймагынын ачылышы пландаштырылууда. Бул эс алуу аймагы

жашылдандырылган 200га аянтта жайгашып, асма жол, никеге каттоо жайы, мечит, жыйын жана банкет залдары, аттракциондор (зиплайн, тубинг, родельбан), ресторан менен кафелер, сейил бактар, медитация жана йога үчүн эко зоналары, о. э. конок үйлөрү менен эс алуучуларды өзүнө тартат [128].

2023-жылы Туризмди өнүктүрүүнү колдоо фонду тарабынан иштелип чыккан Baytik Mountain Resort курорту инвесторлорго сунушталганы белгилүү. Фонддун жетекчилиги тарабынан жакынкы арада Байтик айыл өкмөтүндө эл аралык деңгээлдеги мейманканалар, ресторан, кафе, жайкы жана кышкы спорт менен алектенүү үчүн мүмкүнчүлүктөр, парапланда учуу кызматы, ат жана трекинг жолдору, 3100 метр бийиктикке чейин созулган канат жолдору 1800га аянтта курула тургандыгы пландаштырылууда [139]. Ошондой эле Байтик айылында жаңы ачылган Маданият клубунда түрдүү концерт, спектакль сыяктуу иш-чаралар өткөрүлүп, айыл тургундарынан куралган Көк бөрү командасы жумасына бир жолу машыгып, түрдүү мелдештерди өткөрүп келет. Ал эми жергиликтүү калк үчүн фитнес, футбол, күрөш, дзюдо, бий, менталдык арифметика, чет тил жана комуз ийримдери ачылган.

Байтик айылы борбор шаарга жакын болгонуна карабастан нукура кыргыз айыл турмушун улантып келгени туризм көз карашынан бир артыкчылык болуп эсептелинет. Байтик айыл аймагынын экологиялык жактан бузулбаганы жана тоо климаты менен таза абасы дагы артыкчылыктардын катарында каралат. Маданий жана экологиялык жактан бай ресурстарга ээ болгон Байтик айылы келген туристтерге толугу менен кыргыз тиричилигине чөмүлүүсүнө жана борбор шаарга жакын жайгашуусуна ыңгайлуу шарт түзөт.

Бизнес-долбоор концепциясы жана резюмеси.

Байтик мейманкана комплекси 5 микро отель бөлмөсү, 6 капсула, 3 нукура кыргыз боз үйүн камтып, керек болгон учурда 1948-жылы курулган саман үйдүн 2 бөлмөсүндө ‘Home stay’ форматында түнөк орундарды сунуштайт. Байтик мейманкана комплекси Bed & Breakfast (BB) системасында ишмердүүлүгүн 50

сотка (5000м²) аянтта жайгашкан алма багы жана кичинекей мал короосу менен кызмат көрсөтүүнү пландаган.

Чакан мейманкана бизнеси акыркы убакта ири мейманкана бизнесине олуттуу атаандаштык чөйрөсүн түзүп, талапка жараша чечим алуу, базардын өзгөрүүлөрүнө жараша жогору ийкемдүүлүгү, о. э. түрдүү категориядагы туристтерди тейлөөдө [76, 142-б.] көрсөткөн ийгиликтери менен, андан сырткары жумшала турган каражаттардын салыштырмалуу түрдө азыраак болушу жана кыска мөөнөттө инвестицияларды актоо мүмкүнчүлүгү менен инвесторлордун көңүлүн бурууда.

Капсула [160] хостел концепциясында кызмат сунуштап, эшиги бекиген, кондиционер менен кээде телевизору бар ячейка [47; 48]. Бул түр ишканаланы ачуунун актуалдуулугу 2022-жылы жүргүзүлгөн изилдөөнүн жыйынтыктарында ачыка чыккан. Бишкек хостелдеринин сурамжылоого катышкан 196 тургунунун 70% биринчи жолу Бишкектеги бул түр ишканада жашаганын жана 53,1% жылына үчтөн көп жолу хостелдерди тандаганын белгилешкен [153, 65-б.].

Байтик мейманкана комплексинде курула турган капсулдар экологиялык жактан таза ФБА фанерасынан куралып, кызыл кыштан тургузулган имаратта жайгаштырылат. Ал эми, микро мейманканалар эко концепциясына ылайык келген саман кыштан курулуп, кадимкидей эле отель бөлмөсү сыяктуу жабдылып, болгону гана аянтынын тардыгы, бирок ар бир квадраттык сантиметринин эффективдүү колдонулушу менен классикалык мейманканалардын бөлмөлөрүнөн айырмаланат [79].

Ал эми тигиле турган кыргыз бозүйлөрдүн ар бири 4 кишиге ылайыкташтырылып, сандыктын үстүнө жыйылган түстүү тукаба жууркандар, курак жер төшөктөр, керегеге илинген туш кийиздери менен туристтердин кызыгуусун арттырып турат.

Саман үйдүн эки бөлмөсү “хоумстей” форматында конокторду кабыл алууга ыңгайлуу болгону эске алынып, келечекте талап жогору болсо ишке ашырылышы мүмкүн. Хоумстей учурда мейманкана секторунун тез өнүккөн

сегменти катары таанылып, үй бүлөөдө акча төлөп жашоо [186, 170-б.] дегенди билдирет.

Байтик мейманкана комплекси дүйнөдө тренд болгон үч мейманкана түрүнөн туруп (хоумстейди эсепке алганда төрт түр), ар биринин эсептөөсү жүргүзүлүп, уюштуруу жана ишмердүүлүгүн жөнгө салуу боюнча пландар түзүлгөн.

Байтик мейманкана комплексинин жатак орундарынын саны минималдык эсеп менен 20 орун деп бекитилген. Төмөндөгү таблицада Байтик мейманкана комплексинин бөлмөлөрүнүн саны жана бир сутканын сыйымдуулугу берилген.

3. 3. -таблица. Байтик мейманкана бизнесинин бөлмөлөр фонду
(сыйымдуулук / бир сутка)

Аталышы	Бөлмө саны	Минималдуу жатак орун саны
Микро отель	5	5
Капсула отель	6	6
Боз үй	3	9
Бардыгы	13	20

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Дүйнөлүк мейманкана секторунун акыркы жылдарынын тренди болгон капсулалар менен микро мейманканаларга талап туруктуулук менен артып келүүдө. Капсул мейманканалардын эң алгачкысы “Capsule Hotel Osaka” архитектор Кисё Куракава тарабынан долбоорлонуп 1979-жылы Осака шаарынын Умеда районунда ачылган. Бул түр мейманканалардын популярдуулугу баасынын төмөндүгүнөн жана обочолонгонго мүмкүнчүлүк берген ячейкаларынан улам жогорулаган [160; 47; 140].

2x1×1,25 өлчөмүндөгү капсулада жайлуу төшөктөн сырткары сыналгы, текче, wi-fi, энергия булагына кошулчу түйүн, тартма, аскы же шкаф каралган [140]. Ал эми микро отелдер (микробутик деп аталганы да кездешет) дүйнөлүк

финансылык кризистен бир аз мурун «арзан баада жайлууулук» концепциясында кардарларга учак кабинасы же поезд купеси чоңдугундагы (5-14м кв) бөлмөлөрдү Easy Hotel жана Yotel бренддери эң алгачкылардан болуп сунуштап баштаган. «Конок колдонгонуна гана төлөйт» принцибинде ишмердүүлүгүн жүргүзгөн микро мейманканаларда, туристтер түнөк орду үчүн гана төлөп, сүлгү, интернет, душ сыяктуу кызматтар керек болгондо гана кошумча нарк каршылыгында сунушталат. Бул концепциядагы мейманкана ишканалары корпоративдик чыгымдарды азайтуу тенденциясынан улам дүйнөнүн ар тарабында Qbic Hotels BV, Tune Hotels, The Jane Hotels сыяктуу арзан бренддердин пайда болушуна жол ачкан [68].

Байтик мейманкана бизнеси курорттук зонада 20 жатак орунга чейинки мейманкана кызматтарын сунуштаган ишканалар үчүн жеңилдетилген, тактап айтканда айына жатак оруну үчүн 600с төлөнүүчү патенттик формасы [71] менен ишмердүүлүгүн баштайт. Салык кызматынын Call-борбору (116) менен 2024-жылдын 6-августунда 11:12-11:18 арасы байланышып, патенттин баасын эсептеткен учурда айына 13323 сом төлөнүшү керектиги аныкталган.

Документация менен байланыштуу иштер бүткөндөн соң Байтик мейманканасын ачуу үчүн эң алгач болгон ресурстарды иликтеп, башталгыч чекитин белгилеп алуу зарыл. Ресурстардын анализи 3. 4-таблицада чагылдырылган.

3. 4-таблица. Байтик мейманкана бизнесинин ресурстары

Аталышы	Жери / Саны	Аянты	Түшүндүрмөсү
Алма бак	100 түп	15 сотка	5 жылдык жаш алма бак
Унаа токтогуучу аянт	10 унаа	130 м2	Шагыл таш төшөлгөн
Капсул отелинин имараты	Имарат	7×3. 4	Китепканасы менен (500 китеп)
Чыгдан	1	13х5	3 казан жана жабдылган ашкана
Тамактануу бөлмөсү	Ашкана	35 м2	Жабдылган
Тапчан	2	3х5	Чатыры менен

Сувенир дүкөнү	1	-	“Волшебный войлок” ишканасы менен келишим түзүлгөн. Текчелер коюлат, сувенирлер реализацияга берилет.
Мончо	1	15 м2	Жаңы
Теннис столу	1	-	Ракетка, топтору, сеткасы бар. Навестин астында орнотулган
Муздаткыч	2	-	Морозильник 250л менен муздаткыч 240л
Телевизор	2	-	Диагональ 120см жана 82см
Стол бийик	4	150*100	Жыгач стол
Стол жапыз	4	130*100	Жыгач стол
Стул	28		Бийик столдун стулдары
Кир жуучу машина	1	-	Самсунг
Пылесос	1	-	Самсунг
Үтүк	1	-	Филипс
Үтүк столу	1	-	-
Азык-түлүк дүкөнү	1	25 м2	Байтик айылынын дүкөнү

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Таблицада көрүнгөндөй Байтик мейманкана бизнеси Байтик айылында жайгашкан 50 сотка жерде курулуусу пландаштырылган. Айылдын абасы таза, күрүлтүсү аз болгондугу чет элдик жана жергиликтүү туристтерди тартканы анык. Участоктун жаш алма багы, мал короосу, жашалган үйү, чыгданы, кенен парковкасы, борбордук канализация, суу, мончосу, телефон жана интернетти бар.

Байтик мейманканасынын инвестициялык планы төмөндөгү 3. 5-таблицада көрсөтүлүп, микро отель бөлмөлөрүнүн сметасы 10-тиркемеде, душ бөлмөлөрүнүн сметасы 11-тиркемеде жана дааратканаларды куруунун деталдуу сметасы 12-тиркемеде эсептелип чыккан.

3. 5-таблица. Байтик мейманка комплексинин инвестициялык планы

Аталышы	Миң сом
Маркетингдик инвестициялар (брендбук, көрнөк, жол көрсөткүч)	50,0
Микро отель куруу сметасы	1002,7
Мейманкана капсулунун баасы (6 капсул)	240,0
Даараткана куруу сметасы	530,5
Душ куруу сметасы,	597,5
Идиш аяктар (13-тиркеме)	118,0
Бөлмө жабдуулары жана каражаттары (14-тиркеме)	365,1
Боз үй 65 баш *3 (толук жасалгасы ж-а жыгач жертаманы менен)	690,0
Боз үй 120 баш*1 (толук жасалгасы жана жыгач жертаманы м-н)	300,0

Бардыгы	3893,7
---------	--------

Булак: автор тарабынан түзүлгөн.

Негизги капиталга бардыгы 3893,7 миң сом талап кылынганын жогоруда берилген таблицадан көрүүгө болот. Ашканага керек болгон идиш-аяк менен аспаптардын тизмеси 13-тиркемеде, ал эми номерлерге керектүү болгон керебет, жаздык, жууркан, таштанды челектер жана текстиль сыяктуу өндүрүмдөрдүн тизмеси жана деталдуу эсеп-кысаптары 14-тиркемеде берилген.

Төмөндө болсо Байтик мейманкана бизнесинде сунушталуучу кызматтардын түрлөрү берилген. Туруктуу туризм өнүгүү концепциясына жараша сунушталган кызматтарды жергиликтүү калк туристтерден сырткары шаар тургундарына да сунуштоосу максатталган.

Айылда ат арабалары трансфери; номерлерди тазалоо; авто жана велопарковка; интернет сыяктуу кээ бир кызматтар негизги туристтик өнүмдүн түзүүчүсү катары каралып 3. 6-таблица көрсөтүлдү жана аларга өзүнчө баа талап кылынбайт.

3. 6-таблица. Мейманканада сунушталган кошумча кызматтар

Кызмат түрү	Түшүндүрмөсү
Бекер сунушталган кызматтар	Номерди тазалоо; автопарковка жана велопарковка, интернет
Турлар	Жөө саякаттоо мүмкүнчүлүгү Балык уулоо Адыгене көлүнө ат турлары
Вэлнесс	Кара мончо (суукту куумай) Орус мончосу (шыпыргы парилка) Скраб (арча/тобурчак, талкан, туз, шак) Маска (айран, сүзмө, бал, кара/жашыл топурак)
Төлөнүүчү кызматтар	Кир жуу, үтүктөө, сүлгү алмаштыруу, принтер, ксерокөчүрмө, секретарь кызматтары, этно трансфер (ат/эшек араба)
Үй-тиричиликке чөмүлүү мүмкүнчүлүгү	Уй жана кой короо, тооккана, алма терүү, жер-жемиштерди чогултуу, от жагуу, чырпык кертүү, отун жаруу, көң чабуу, самоор шоу, эко-ферма.

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Байтик мейманканада комплексинде «конок колдонгонуна гана төлөйт» жана В&В системалары колдонулат. Эртең үчүн ‘шведдик стол эмес’, ‘table d’hôte’ менюсу киргизилет. Мейманканада кыргыздын тиричилигин жакындан таанып билүү максатында бакчада, ашканада же мал короодо, б. а күнүмдүк тиричиликте коноктордун активдүү катышуусу шыктандырылат. Тамактануу маданиятыбызга тийиштүү иш-чаралар тамак даярдоо жараянынан баштап коноктоо жана даам таттыруу эрежелерине жараша өткөрүлөт.

Иш-чаралар мейманканада өздүк ресурстар менен өткөрүлгөндөй эле аутсорс кызматтарын чакырып, же башка жерлерде дагы ишке ашырылышы мүмкүн. Мисалы Байтик айылындагы КР эл артисти Нурак Абдрахмановдун комуз устаканасына же эко-фермага. Этно багытты өнүктүрүүнү жана келген туристтерге маданий баалуулуктарды жашатып, тажрыйба алуусун камсыз кылууну көздөгөн ишканада 2 жумалык этно программасы иштелип чыккан. Төмөндө берилген 3. 7-таблицада кыргыз баалуулуктарынан түзүлгөн этно-программа берилген [10, 185-б.].

3. 7-таблица. 2 жумалык анимациялык этно-программа.

Оюн зоок		Көргөзмө жана жарманкелер		Кыргыз даамы (мастер класстар)		Кечки сайрандоо	
11. 00-11. 30		14. 30-15. 30		16. 00-17. 00		21. 00-23. 30	
1-жума	2-жума	1-жума	2-жума	1-жума	2-жума	1-жума	2-жума
Жаа атуу	Жушан тепмей	Туш кийиз МК Нурак	Тери буюмдары МК Билерик	Каттама, самоор чай	Майда манти, жарма	Ак чөлмөк	Санжыра кечеси
Упай топтомой	Ширенке (микадо)	Зергерчилик МК Чачпак	Эркек кийимдери МК Калпак	Май тооч, кымыз	Куймак, бозо	Ыр кесе	Концерт
Кол күрөш	Ак терек, көк терек	Жылкы МК Камчы	Даары чөптөр МК Тамырчы	Курут, шербет	Чак Чак, айран	Күүлөр	Макал-лакап кечеси

Ордо	Чака чапмай	Шырдак МК Оймо	Ала кийиз МК Оймо	Быжы, максым	Ашлянфу, пирожки	Кара жорго	Караоке
Тогуз коргоол	Жамбы	Аң улоо МК Томого	Музыкалык аспаптар МК Чоор	Боорсок, сүт чай	Самсы, эзме курут	Төкмө акын	Кино (д/ф, к/ф)
Орто топ	Тушоо той	Боз үй МК Uni Yurt	Аял кийимдери МК Элечек	Калама, курма чай	Көөлөнгөн талкан, чалап	Күүлөр	Акыйнек айтышы
Таяк тартыш	Жоолук таштамай	Сүрөт МК Сөөк санаты	Музыкалык аспаптар МК Тай туяк	Бешбармак, ак сирке	Куурдак, көк чай	Селкинчек	Эпос Манас

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Иштелип чыккан программага жараша келген туристтер 2 жуманын ичинде улуттук баалулуктардын көбү менен жөн эле таанышпастан, аларды жашап, жаңы тажрыйба алууга үлгүрүшөт. Байкалып тургандай программа оюн зоок, кечки сайрандоо, көргөзмө менен жарманке жана кыргыз даамы аттуу төрт негизги бөлүктөн туруп, 14 күнгө ылайыкташтырылган иш-чараларды камтыйт. Заманбап кыргыз ашканасындагы эң көп сунушталган паллоо, куурдак, куурма шорпо, манты, лагман [132, 425-б.] дымдама сыяктуу тамактар конокторго негизги тамак катары буюртмага жараша жасалып берилиши пландаштырылган.

Байтик мейманканасынын толтурулушуна маркетингдик иш-чаралар, персоналдын билими менен тажрыйбасы, өлкөнүн туризм саясаты жана өлкөдөгү саясий кырдаал сыяктуу ички жана тышкы факторлор таасирин тийгизет.

Идеалдуу чөйрөдө ишмердүүлүгүн баштайт деген ишеним менен бул долбоордун эсеп-кысаптары менен бекитилген бир жатак орун үчүн суткалык баасы төмөндөгүдөй: микро отель – 3500с; капсула – 1500с; бозүй – 2000. Бизнес ээлери жашаган саман үйдүн 2 бөлмөсүндө жайгашкан 4 жатак орунду ижарага берүү чечими кабыл алынса, анын баасы 800-1000с арасы болоору божомолдонгон. Микро отель, капсул жана бозүйлөр биригип 14 бөлмөдө минималдуу эсеп менен 20 жатак орун деп эсептелинген. Бул жатак орундардын эсебин оңойлотуу максатында бир суткалык орточо баасы 2300 сом деп

бекитилген. Андан тышкары мейманкана жайкы сезондо гана иштегени үчүн, бир сезон 7 ай, бир айда орточо эсеп менен 30 күн деп белгиленип, бир сезондо, апрель айынан ноябрь айына чейин 210 иш күнү деп эсептелген. Төмөндө берилген 3. 7 - таблицанда мейманкананын 100, 80, 50, 40, 30, 20 пайыз менен толгондо түшкөн кирешеси менен бөлмөлөрдүн саны 1 сутка, 1 ай жана 1 сезон үчүн эсептелинип көрсөтүлдү.

Көрүнүп тургандай жатак орундардын саны 20 деп негиз алынып мейманкананын 100% толтурулуусу камсыздалган учурда 1 суткада 46,0 миң сом тапса, 20% да 9,2 миң сом таап, сезонду 9660,0 миң сом менен жаба турганы аныкталды. Албетте бул эсептөөлөр идеалдуу картинанын мисалы болуп, кирешеден чыгымдар чыгарылган эмес.

Мейманкананын ишмердүүлүгүндө негизги капиталга жана ачылыш документациясына сарпталган каражаттардан тышкары туруктуу жана өзгөрмө чыгымдар эсептелиниши керек.

3. 8-таблица. Мейманкананын толтуруу боюнча көрсөткүчтөрү

	Толтуруу көрсөткүчтөрү %	100%	80%	50%	40%	30%	20%
1 сутка	Түнөк орундардын толу пайызына жараша киреше (миң сом)	46,0	36,8	23,0	18,4	13,8	9,2
	Түнөк орундардын толтурулуусу (түнөк орун саны)	20	16	10	8	6	4
1 ай (30)	Түнөк орундардын толу пайызына жараша киреше (миң сом)	1380,0	1104,0	690,0	552,0	414,0	276,0
	Түнөк орундардын толтурулушу (түнөк орун саны)	600	480	300	240	180	120
1 сезон	Түнөк орундардын толу пайызына жараша киреше (миң сом)	9660,0	7728,0	4830,0	3864,0	2898,0	1932,0
	Түнөк орундардын толтурулушу (түнөк орун саны)	4200	3360	2100	1680	1260	840

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Жаңы ачылып жаткан чакан мейманкана бизнесинин заманбап базар шартында иштеп кетүүсүнүн бирден бир жолу Холократия башкаруу системасын [26] киргизүү болуп саналат.

Жакталган диссертациялык иштерде “мейманкана – мүлк комплекси жана сервистин ишканасы катары региондун илимий-техникалык жана социалдык-экономикалык өнүгүүсүнүн мультипликатору болгонунан улам, кызмат өтөөсү региондун инфратүзүмүнө, маданий мурасына жана табияттык-рекреациялык ресурстарына негизделип; мейманкана инновациялык активдүү ишкана жана жаңы идеялардын булагы болгону үчүн, анын башкаруусу сызыктуу мүнөздө болушу мүмкүн эместиги далилденген” [51, 448-б.]. Бул пикирди Ю. Ю. Колотилин дагы өз изилдөөсүндө колдоп, мейманканаларды директивалуу башкаруу методу майнаптуулугун жоготкондугун төмөндө берилген пункттар менен далилдеген:

- Мейманкана комплекстеринин жетекчилери директивалуу түрдө аныкталган мерчемдик көрсөткүчтөрдөн баш тартып, динамикалуу түрдө өзгөргөн керектөөчүлөрдүн кызыкчылыктары менен талаптарына жараша кызмат көрсөткөнү башкаруу тутумунун татаалдашканын далилдеп, жетекчи менен кызматкерлердин функцияларынын мазмунунун өзгөргөнүн жана диапазондун кеңейгенин көрсөтөт.

- Татаалдашкан жаңы милдеттерден келип чыккан маселелерди эффективдүү чечүү үчүн, бөлүмдөр менен персоналдын арасындагы алаканын интенсивдүү болушун мажбурлайт.

- Мейманкана ишмердүүлүгүндө кызмат көрсөтүү ар дайым стандарт технологияларга баш ийбейт [54].

Башкарууда маанилүү ролду кабыл алынган чечимдер ойнойт. Ошондуктан, аларды кабыл алууда илимий негиздүүлүгү, тутумдуулугу, өз убагында болушу, чечимдин ийкемдүүлүгү (чечимди өзгөртүү же андан баш тартуу), ыктуулугу жана мыйзамдуулугу эске алынышы абзел. Бирок, мейманкана комплекстерин башкарууда кесипкөй жетекчилер менен дасыккан менеджерлер жетишсиз болгондугунан улам чечимдерди кабыл алууда кездешкен типтүү катааларды Т. Н. Гостенина төрт топто (максатты түшүнбөө; мейманкана долбоорун жетишсиз каржылоо; кадр саясаты; компетентсиз башкаруу) карап чыгып, бул көйгөй

сапаттуу кызматкерлерди ишке алуу жолу менен гана чечилээрин жана бул эң татаал маселе болгонун [22, 164-б.] белгилеген.

Бул башкаруу түзүмү иерархия эмес, жандуу организмдин клеткалары сымал тегерекчелерден түзүлүп, кызматкерлер бир эле ишти аткарбастан, кээде бири бири менен байланышпаган түрдүү иштерди аткарышып, бири экинчисине кардар, ал эми иш берүүчүгө өнөктөш болушат [103]. Мындай принципте иштеген ишканаларды 2014 - жылы Фредерик Лалу келечектин ишканалары (бирюзовые организации) деп атап [26], ар бир кызматкер-өнөктөштүн ишкер катары калыптануусуна мүмкүнчүлүк түзүлгөнүн баса белгилеген. Себеби ар бир кызматкер-өнөктөш өзүнүн иш күнүн, бюджетин, иш көлөмүн, өргүүсүн ж. б. өзү белгилеп, башка өнөктөрү жана бизнес ээси менен эң таза мамиле калыптандырат. Мындай башкаруу түзүмүндө салттуу жетекчи – кызматкер мамилеси жоюлуп, отчет берүү үчүн эмес, ишкананын жалпы максаттарына жетүү үчүн эң алды менен иштер аткарылып, креативдүүлүк жана инициативдүүлүк жогору бааланат.

Бул система боюнча Казан шаарындагы мейманканалар бир топ жылдардан бери иштейт [105], ал эми Бишкекте жайгашкан 3 жылдыздуу мейманкана “социократия 3. 0” системасын (холократиянын бир мурунку версиясы) 5 жылдан бери колдонот. Мейманканада бир кызматкер ресепшист, маркетинг жана ашпозчу, экинчиси бөлмөлөрдү тазалап кир жууйт. Үчүнчүсү жалпы аянттардын тазалыгы менен көрүнүшүнөн жооптуу. Коопсуздук, азыктарды сатып алуу иштери жана ишкананын техникалык абалы төртүнчү кызматкердин жоопкерчилигинде болсо, бешинчиси тышкы байланыш, ишкананын эсеп-кысабы жана административдик иштер менен алектенет.

Байтик мейманкана комплексинин уюштуруу түзүмү дагы холократия моделинде пландаштырылып, штатка 3 позиция үчүн кишинин алынуусу пландаштырылган жана ишкананын холократиялык уюштуруу түзүмү 3. 10-сүрөттө чагылдырылган



3. 10-сүрөт. Байтик мейманкана бизнесинин холократия башкаруу системасынын уюштуруу түзүмү

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Кызматкер-өнөктөш мамилесинде иштешкен өнөктөшөрдүн алган акчасы бирдей суммада болуп, бир айлык “акы” фонду менен ар бири үчүн алына турган патенттердин суммасы менен бирге 182,0 миң сомду түзөт. Бул жерде тактай кетчү нерсе болуп иш акысы иштеген иш күндөрү үчүн төлөнүп берилет. Штаттагы персоналдан тышкары аутсорс кызматтарын сунуштаган кишилер да маал маалы менен мейманканада кандайдыр бир кызмат көрсөтүшү мүмкүн болуп, алардын баасы кызмат алган учурда такталат.

Төмөндөгү 3. 9-таблицадан көрүнүп тургандай Байтик мейманкана комплексинин өнөктөштөрүнүн айлык акысы жергиликтүү айлык акыларына караганда кыйла жогору болуп, кадрлардын агымына туруштук берет, ошондой эле мейманкана комплексине сапаттуу өнөктөштөрдү тартууга дагы өбөлгө түзөт.

3. 9-таблица. Байтик мейманканасынын кызматкер-өнөктөштөрүнүн саны жана төлөмдөрү, миң сом

Иши	Орун саны	Бир айда төлөнчү иш күндөрү	Бир күндүк маяна	Айлык маяна	Иштегендердин айлык патент баасы	Ишкана тарабынан персоналга болгон чыгымдар
1-өнөктөш	1	30	2000	60,0	700	60,7
2-өнөктөш	1	30	2000	60,0	700	60,7
3-өнөктөш	1	30	2000	60,0	700	60,7
Бардыгы	3	90	6000	180,0	2,1	182,1

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Айына электр тогу үчүн бир киловат 3сом 60 тыйын менен эсептелгенде орточо эсеп менен 7000 сомдун тегерегинде төлөмдөр болоору божомолдонууда. Анын ичинде 11 аристон жана мейманкана бөлмөлөрү менен үйдүн жарыктандырышы эсептелген. Таштандылар үчүн айына 1500 сом, суу менен канализация үчүн 1500 сом деп аныкталган. Ушундан улам жалпысынан коммуналдык кызматтар үчүн айына орточо эсеп менен 10000 сом сарпталат деп эсептелип чыккан.

Бизнестин ийгиликтүү иш алып баруусу үчүн жогоруда аталган критерийлерге гана эмес, ишкананы Кыргызстанда жана эл аралык базарда позициялоо жана сүрдүрүп жылдыруу керек. 3. 10-таблицада пландаштырылган минималдуу маркетингдик ишчаралар берилген.

3. 10-таблица. Байтик мейманканасынын алдыга сүрдүрүү планы (сом менен)

Аталышы	Баасы	Мөөнөтү	Бардыгы
Виндсёрфер жана блогерлерге бекер коноктоо мүмкүнчүлүгүн берүү (2 түн айына)	2300	2 күн	4600
Соц медиада жарнама (1 позиция)	3000	1	3000
Бардыгы 1 айда			7600

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Байтик мейманкана бизнесин социалдык медиада бекер жылдыруу үчүн блогерлерди жана виндсёрферлерди чакыруу пландаштырылган. Андан

тышкары бир жылга чейин эч бир финансылык каражат талап кылынбаган брондоо сайттарына да катталуу шарт.

Катталууга сунушталган онлайн брондоо платформаларынын аталыштары төмөндөгүдөй: Booking. com, Airbnb, Ostrovok. ru, Expedia. com, HRS. com, Orbitz. com, hotelhunter. com, hotels. com, HotelsCombined. com (нет своей базы), Trivago. ru, hostelworld. com, Orbitz. com, hotels24. ua, Bookit. com. ua, makeMyTrip. Ал эми, аталган сайттарды колдонууну үйрөткөн видео материалдар Санарип инсан долбоору алкагында даярдалып, Internet Society Kyrgyz Chapter баракчасында жарыяланган [118]. Андан сырткары Кыргызстанда саякаттоону каалаган туристтер менен аларга кызмат сунуштаган жергиликтүү ишканалар менен ортомчусуз мамиле түзүү максатында Инстаграмм, Фейсбук, Телеграмм жана What's App каналдарында атайын түзүлгөн группаларга катталуу керек. Ошондой эле туроператорлор жана турагенттиктер менен келишим түзүү, улуттук туризм фестивалдарына, жарманке жана көргөзмөлөр сыяктуу таанытуу иш-чараларына катышуу да шарт.

Бир сезондо туристтердин келүү пайызына жараша өндүрүштүк чыгымдардын суммасы дагы өзгөрөт. Эртең үчүн бир кишиге 200с, ал эми тазалык иштерине керектелген химиялык каражаттар 70с деп белгиленген. Төмөндөгү таблицадан мейманкананын толтурулуу пайызына жараша бир айлык чыгымдарды көрүүгө болот.

3. 11- таблица. Мейманкананын толтурулуу пайызына жараша өндүрүштүк чыгымдар, миң сом менен

Өндүрүштүк чыгымдар (бир ай, сом)	Сутка 1 киши	100%	80%	50%	40%	30%	20%
Тамак аш азыктары, сом	200	120,0	96,0	60,0	48,0	36,0	24,0
Тазалык каражаттары, сом	70	42,0	33,6	21,0	16,8	12,6	8,4
Бардыгы		162,0	129,6	81,0	64,8	48,6	32,4

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Буга чейин мейманканага сарптоолордун жана ишмердүүлүктүн негизиндеги чыгымдардын өз-өзүнчө эсептөөлөрү берилип, төмөндөгү таблицада бир айдын жана 1 сезондун жалпы чыгымдары эсептелген.

3. 12-таблица. Байтик мейманкана бизнесинин туруктуу чыгымдары, миң сом

Чыгым түрлөрү	Айлык	1 сезон (7ай)
Иштегендерге төлөмдөр	182,1	1274,7
Маркетинг чыгымдары СММ жана бекер коноктоо	7,6	53,2
Коммуналдык чыгымдар (суу, канализация, таштанды, электр тогу)	10,0	70,0
Жеке ишкер патенти, Аламүдүн району үчүн	13,3	93,3
Бардыгы	213,0	1491,2

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Жогорудагы таблицада туруктуу чыгымдар бир айда 213,0 миң сомду түзүп, 1 сезон үчүн 1491,2 миң сом болгону аныкталган. Туруктуу чыгымдар кирешенин көлөмүнөн эч көз карандысыз болуп, ай сайын сөзсүз түрдө төлөнө турган сумма дегенди билдирет.

Ал эми төмөндөгү таблицада мейманкананын 5 жыл үчүн божомолдуу эсептери берилген.

3. 13-таблица. Байтик мейманкана бизнесинин акталуу мөөнөтү (1-вариант)

Аталышы	1-сезон	2 -сезон	3 -сезон	4 -сезон	5-сезон
Толтурулуу пайызы	20%	30%	40%	50%	80%
Жылдык киреше	1932,0	2898,0	3864,0	4830,0	7728,0
Туруктуу чыгым	1491,2	1491,2	1491,2	1491,2	1491,2
Өзгөрмө чыгым	32,4	48,6	64,8	81,0	129,6
Таза киреше	408,4	1358,2	2308,0	3257,8	6107,2
Ар бир мурунку жылдын таза киреше суммасы	408,4	1766,7	4074,7	7332,6	13439,8
Рентабелдүүлүк	21,1%	46,9%	59,7%	67,4%	79%

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Жаңы ачылган мейманкана бизнесинин толтурулуу пайызы дароо эле жогору болбогонунан улам жогоруда берилген таблицада толтурулуу пайызы

жыл өткөн сайын 10%га гана өсүшү эсептелинген. Көрүнүп тургандай биринчи сезон 20%, экинчи сезон 30% жана 3-сезон 40% менен иштегенде 3 сезондун жалпы таза кирешеси биригип 4,074,7 миң сомду түзүп, мейманканага жумшалган 3893,7 миң сомду 3 сезондун аягына жетпей актаганы аныкталган.

Таблицада мейманкана бизнеси долбоорунун рентабелдүүлүгү дагы эсептелип чыккан. Биздин региондогу инвестициялык компаниялар бизнес долбоордун рентабелдүүлүгү 15-20% кем эмес болгон учурда гана финансылык каражат бөлүү маселесин талкууга алышып, 40-50% “абдан жакшы” деп баалашат. Мейманкана бизнесинин рентабелдүүлүгү таза кирешени жалпы кирешеге бөлгөндөн соң жүзгө көбөйтүү аркылуу ай, квартал же жылдык болуп алынаарын дагы тактай кетүү абзел. Жогоруда берилген таблицада көрүнүп тургандай, Байтик мейманкана комплексинин рентабелдүүлүгү 21%дан кем эмес болуп, эң жогорку көрсөткүчү 79% жеткен. Салтыштыра кетсек Европа өлкөлөрүндөгү мейманкана секторунун жалпы көрсөткүчү максимум 10%, ал эми Россия Федерациясынын борборунда 17-25%, региондорунда орточо эсеп менен 20% [94, 142-б.]. Рентабелдүүлүк менен байланышкан дагы бир кызык факт болуп бул өз алдынча иштеген ири мейманканаларга караганда чынжыр мейманканалардын рентабелдүүлүк көрсөткүчтөрүнүн жогору болгону. Себеби бирдиктүү стандарт, брондоо системасы, коопсуздук жана рекрутинг сыяктуу маселелер башкаруу чыгымдарын азайтып, рентабелдүүлүк менен натыйжалуулукту жогорулатат [115, 76-б.], бирок алгачкы инвестициялардын көлөмү жана акталуу мөөнөтү салыштырылганда чакан ишканалар албетте жагымдуу келет.

Жогоруда берилген таблицада жыл сайын толтурулуусу 10%га өскөн сценарийде эмес, жылдар бою бирдей көлөмдө конокторду кабыл алган ишкананын инвестицияларынын актальшынын эсеп-кысабы 3. 14-таблицада чагылдырылган.

3. 14-таблица. Байтик мейманканасына сарпталуучу каражаттын акталуу мөөнөтү (2-вариант)

Толтурулушу	20%	30%	40%	50%	80%	100%
Жылдык киреше	1932,0	2898,0	3864,0	4830,0	7728,0	9660,0
Туруктуу чыгымдар	1491,2	1491,2	1491,2	1491,2	1491,2	1491,2
Өзгөрмө чыгымдар	32,4	48,6	64,8	81,0	129,6	162,0
Таза киреше	408,4	1358,2	2308,0	3257,8	6107,2	8006,8
Сезондун ар бир айында түшкөн таза киреше	58,3	194,0	329,7	465,4	872,5	1143,8
Долбоордун акталышы ай менен	66,7	20,1	11,8	8,4	4,5	3,4
Орточо эсеп менен акталуу мөөнөтү (ROI)	9,5 сезон	2,9 сезон	1,7 сезон	1,2 сезон	0,6 сезон	0,5 сезон
Рентабелдүүлүгү	21,1%	46,9%	59,7%	67,4%	79%	82,9%

Булак: автор тарабынан түзүлдү

Жогорудагы таблицанда мейманкана 10 жыл бою, тактап айтканда 9,5 сезон 30 % эффективдүүлүк менен гана иштеген учурда инвестицияларды актаары, 40% эффективдүү болсо 2,9 сезондо, 50% га дароо чыкса 1,7 сезондо, ал эми эң биринчи күндөн тарта 100% эффективдүүлүк менен иштесе бир сезондо эле жумшалган каражаттарды актаары далилденген. Рентабелдүүлүгү болсо жогоруда белгиленгендей 21%дан кем эмес көрсөткүчтөрдө болуп, инвестициялар үчүн абдан жакшы чечим болгонун көрсөтүүдө.

Бирок, жогоруда берилген эки сценарий көп учурда “таза” түрүндө ишке ашпайт, себеби, жылдар бою же бир эле сезон ичинде бирдей толтурулуу пайызы менен ишканалар иштебей, айдан айга, жылдан жылга бул көрсөткүчтөр өзгөрүп, бир эле сезондо түрдүү толтурулуу пайызы болушу мүмкүн.

Жасалган эсептөөлөрдүн жыйынтыгында Кыргызстанда чакан мейманкана бизнесин куруу инвесторлор үчүн пайдалуу болгондугу ырасталып, мындай категориядагы ишканаларга жумшалган инвестиция тезирээк актала тургандыгы ашкереленди.

Үчүнчү бөлүмдүн жыйынтыгы

Иштин үчүнчү бөлүмүндө эларалык мейманкана бизнесинин туруктуу өнүгүү жолдору каралып, Бишкек шаарынын 2028-жылга чейинки өсүү божомолу даярдалды. Статистикалык маалыматка жараша Кыргыз республикасы боюнча конок үйлөрү орточо эсеп менен 4%га өссө, Бишкекте бул көрсөткүч 10% га жетип, эч бир саясий жана табигый термелүүлөр болбогон жылдары 15%га жеткен. EViews программасынын жардамы менен 2028-жылга чейин жасалган божомолдоодо Бишкек шаарынын мейманканалары жылына 9га, ал эми конок үйлөрү 13 – 19 жаңы ишканага көбөйө тургандыгы аныкталды.

Жыл сайын курчуган атаандаштык чөйрөдө ишкананын туруштук берүүсү үчүн мейманкананын натыйжалуулугун жогорулатуунун мааниси белгиленип, мейманкана бизнесинин өнүктүрүүнүн негизги активдери менен ишмердигине оң таасир тийгизчү факторлор аныкталып, натыйжалуулугун жогорулатуу үчүн “Теңсалмактуулук чамгарагы” методикасы иштелип чыкты.

Теңсалмактуулук чамгарагы Тазалоо кызматтары менен Каттоо жана жайгаштыруу бөлүмү үчүн, ошондой эле Антикризисттик башкаруу иштеринин натыйжалуулугун өлчөө үчүн өз-өзүнчө даярдалып, 32 мейманканада сыноодон өткөрүлдү. Мунун натыйжасында ишканалар чабал жактарын так аныкташып, стратегиялык пландоодо жасалчу иштерин оңой белгилешет.

Бул бөлүмдө Бишкек шаарында гана курууга ылайыктуу эмес, элет жерлер үчүн дагы ыңгайлуу бизнес-модель эсептелип сунушталды. Бизнес долбоордо капсул отели, микро отель жана бозүй конушунун инвестициялык планы, о. э. жумшалган каражаттардын актоо мөөнөтү пессимисттик, реалдуу жана оптимисттик жактан саналып чыкты. Ошондой эле учурда популярдуу болгон хоумстей кызматы да каралып, конок үйү ээлери жашаган үйдө аталган кызматтын сунушталышы да эсепке алынды. Сунушталган мейманкана бизнесинин уюштуруу түзүмү “холократия” системасында пландаштырылып, анын схемасы түзүлдү. Андан сырткары улуттук баалуулуктарды мейманкана

ишканаларында жигердүү колдонуу үчүн “этно-анимациялык программа” даярдалды.

КОРУТУНДУ

1. Туризмдин мейманкана сектору заманбап бизнестин негизги компоненттеринин бири болуп саналат, айрыкча бизнес, саясий жана илимий өз ара аракеттенүүнүн чектерин кеңейтүү, ошондой эле спортту, туризмди

өнүктүрүү жана жашоонун сапатын жакшыртуу жаатында олуттуу орунду ээлейт. Бул сегмент, улуттук жана дүйнөлүк деңгээлде туруктуу киреше менен камсыз кылууга жөндөмдүүлүгү менен айырмаланат. Учурда дүйнө боюнча туризмге жумшалуучу каражаттардын 30% мейманканаларга жумшалууда. Ушундан улам мейманканалардын иштешинин натыйжалуулугун жогорулатуу жаатында эларалык тажрыйба иликтенип, уюштуруу өзгөчөлүктөрү, башкаруу методдору менен стильдери иликтенди.

2. Мейманканаларда көрсөтүлгөн тейлөө сапатынын туруктуулугу менен сапаттуулугу тиешелүү ишкананын даражасына карата ылайыкталып иштелип чыккан стандарттары менен тыгыз байланыштуу экедиги аныкталды. Заманбап мейманкана бизнесиндеги стандарттар менен жиктөө системалары ар тараптуу талдалып, адам капиталынын ээлеген орду ачык көрсөтүлүп, коопсуздукка жана ишенимдүүлүккө байланыштуу көйгөйлөр иликтенди.

3. Кыргызстан эгемендүүлүгүн алгандан бери орточо эсеп менен жылына 30 орундуу ченемден кем эмес 44 жаңы мейманкана курулуп ишке берилген. Булардын басымдуусу жана ирилери Бишкек шаарында жайгашкандыгы аныкталды. Улам барган сайын атаандаштыктын күч алып жаткан чөйрөсүндө, мейманканаларды туруктуу өнүктүрүү жана натыйжалуулугун арттыруу үчүн эң алды менен тейлөө сапатын стандартташтыруу, о. э. “жашыл” концепцияга негизделген ишканалардын санын көбөйтүүнүн зарылчылыгы келип чыккандыгы аныкталды.

4. Бишкек шаарынын мейманканаларынын сандык, ошондой эле сапаттык көрсөткүчтөр жагынан иликтөөлөр жүргүзүлүп, жыйынтыгында тейлөөгө карата бир катар сунуштар тизмектелип көрсөтүлдү. Мында ошондой учурдагы Бишкек шаарынын аянтынын кеңейиши жана ага жакын жайгашкан тоо этегиндеги жерлердеги туристтик рекреациялык ресурстук потенциал кеңири иликтенип, туристтик өндүрүмдөрү талдалып чыкты.

5. Иликтөө көрсөткөндөй, Кыргызстанда конок үйлөрү 2013-2023-жылдардын ичинде 4%га өссө, ушул эле аралык боюнча Бишкекте орточо

10%ды түзүп, саясий жана табигый термелүүлөр болбогон жылдары 15%га чейин жеткен. Экономикалык-математикалык ыкманын негизинде иштелип чыккан эсептөөлөр боюнча 2028- жылга чейин Бишкек шаарынын мейманкана секторунда өсүү улана тургандыгы аныкталды. Тагыраак айтканда жылына 9 жаңы мейманкана ишке берилип, конок үйлөрүнүн саны 13-19 ишканага көбөйөт. Мындан тышкары шаардын тоо этектериндеги жерлерге келген туристтерди жана шаардыктарды тейлей турган, заманбаптын талабына шайкеш келгидей чакан комплекстерди дагы куруу каралууда.

6. Мейманкана комплексинде айыгышкан атаандаштыктын шартында жаңы кошумча кызматтарды түзүү анын өнүгүүсүнүн прогрессивдүү багытын көрсөтөт. Ошол эле учурда, практика көрсөткөндөй, жаңы мейманканадагы тейлөөлөрдү түзүү жана ишке чегерүү процесси көптөгөн факторлордун анализин камтып, аны ишке ашыруу үчүн белгилүү бир иликтөөлөрдү талап кылат. Ушундай жагдайды эске алуу менен мейманканын өнүгүүсүндөгү негизги активдер жана ишкананын ийгилигине оң таасир көрсөтүүчү факторлор аныкталып, анын натыйжалуулугун жогорулатуу максатында “Теңсалмактуулук чамгарагы” аталыштагы ыкма иштелип чыкты.

7. Бай тажрыйба көрсөткөндөй конок үйлөрүнүн өсүү динамикасы мейманканалардыкына караганда учурда кыйла жогору экендиги белгилүү. Ушундай алгылыктуу жагдайды эске алуу менен Бишкектин четинде иштетүүгө ыңгайлуу болгудай конок үй комплексинин долбоору иштелип чыкты. Долбоор капсул жана микро отелдери, бозүй конушу, ошондой эле хомстей категориясындагы мейманкана кызматтарын сунуштаган төрт түр ишкананын инвестициялык планын камтыйт. Буларга жумшалган каражаттардын актоо мөөнөтү пессимисттик, реалдуу жана оптимисттик жактан саналып чыкты. Бизнес долбоордун алкагында “холократия” уюштуруу түзүмү сунушталып, ишкананын маанисин жогорулатуу үчүн улуттук баалуулуктар негизги туристтик өндүрүмдүн негизи катары “этно-анимациялык программа” даярдалды.

ПРАКТИКАЛЫК СУНУШТАР

Мейманканаларды башкарууну жакшыртуу жаатында жүргүзүлгөн изилдөөлөрдүн натыйжасында төмөндөй практикалык сунуштар иштелип чыгып сунушталды:

- илимий жактан Бишкекте жайгашкан мейманкана секторунун абалы кеңири изилделип, шаардын тегерегинде жайгашкан жаратылыш жана туристтик объекттери илимий – теориялык жактан комплекстүү талдоодон

өткөрүгөн материалдарды мамлекеттик органдар тарабынан Бишкек шаарынын туризмдин өнүктүрүүнү жогорулатуу үчүн стратегиялык пландоодо, мамлекеттик программаларды түзүүдө колдонуу сунушталат;

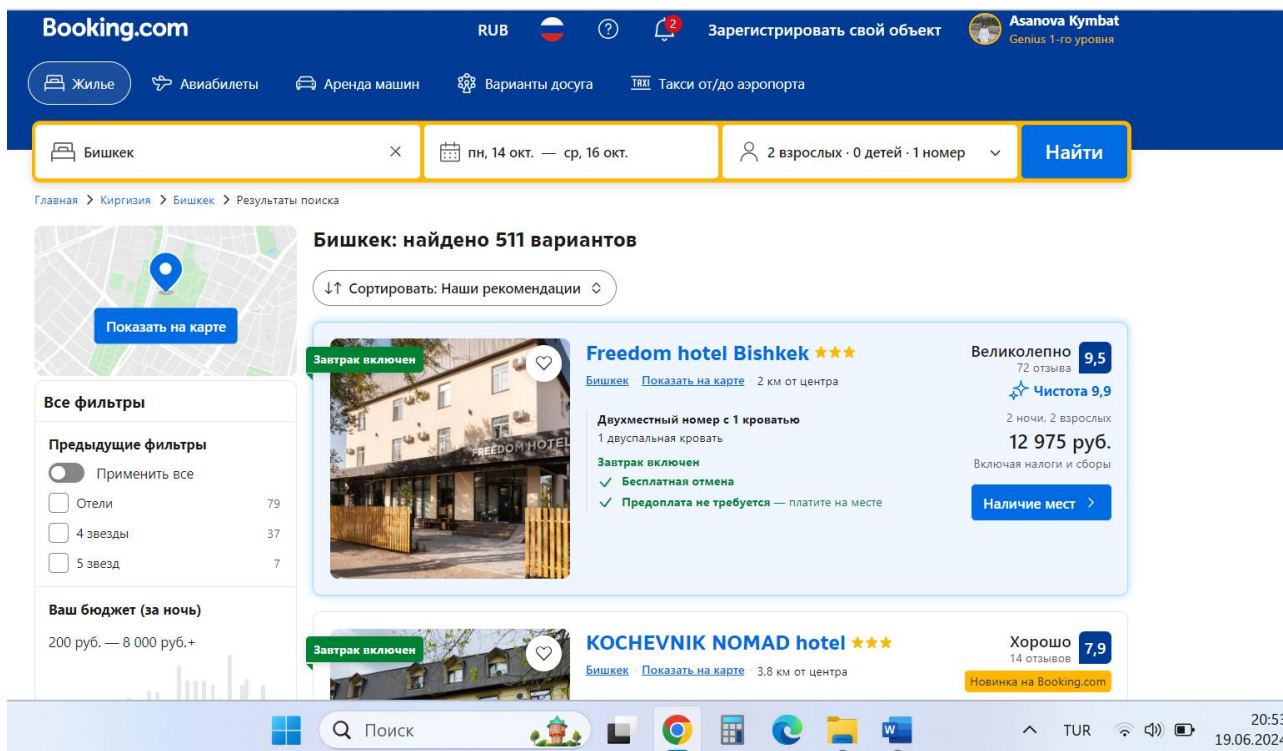
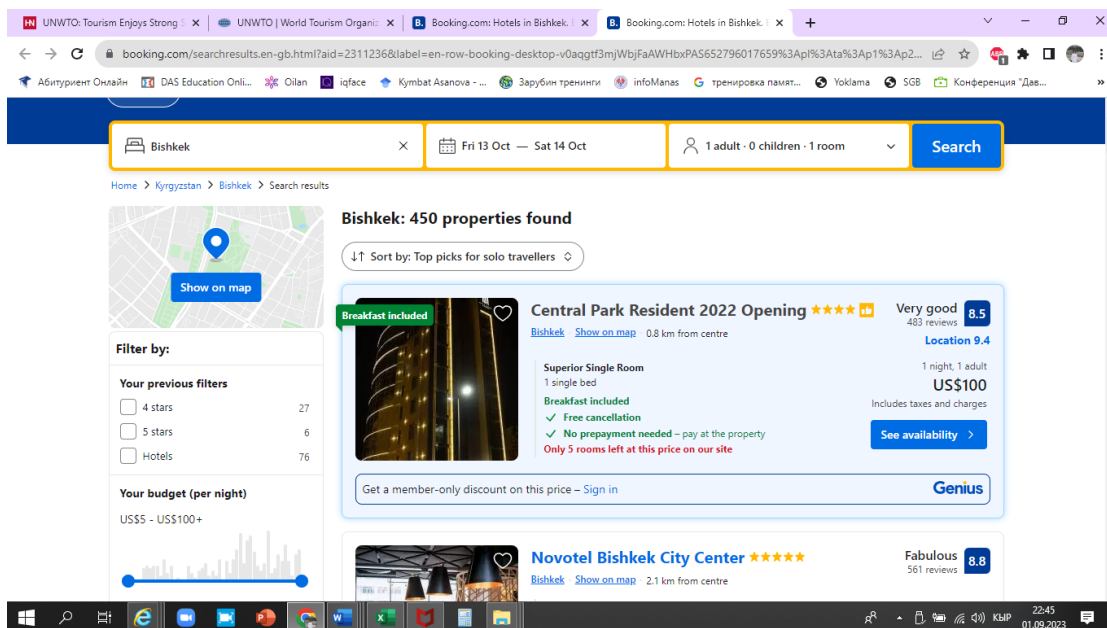
- Бишкек шаарында мейманканаларга караганда конок үйлөрүнүн өсүшү акыркы жылдары 2-3 эсе жогору болгонун, андыктан бул багытта атаандаштыктын туруктуу калыптангандыгы катары кароого болот. Мейманкана бизнесинин бул түрүндөгү тейлөө сапаты менен жиктелишине тышкы, ошондой эле ички түрдүү факторлордун тийгизип жаткан таасирин толук эске алуу менен өкмөт иштиктүү программа кабыл алуусу талапка ылайык келет;

- Бишкекте туристтерди кабыл алууга карата потенциалдык мүмкүнчүлүгү жетишерлик болгону менен келген чет өлкөлүк туристтерге шаардын тоо этектериндеги учур талабына толук жооп бергидей туристтик комплекстер азырынча жокко эсе. Андыктан шаардын аймагына киргизилип жаткан жерлерде чакан конок үй комплекстерин курууга чет өлкөлүк жана жергиликтүү инвестицияларды көбүрөөк тартуу зарыл. Ал эми сунушталган мейманкана бизнеси учурдун талаптарына толугу менен жооп берет. Андыктан мындай комплексти республиканын шаарларынын айланасына куруу өз кезегинде туристтерди тартууга, кирешени арбын табууга, салыкты чогултууга мүмкүнчүлүк түзөт. Иштелип чыккан “Теңсалмактуулук чамгарак” методу менен “Холократия” башкаруу түзүмүн келечекте курулуучу мейманкана менен конок үйлөрүнө колдонуу алардын иштешинин натыйжалуулугун жогорулатууга салымын кошот.

ТИРКЕМЕЛЕР

1-ТИРКЕМЕ

Бишкекте мейманкана кызматтарын сунуштаган ишканалар. Booking.com, 01.09.2023



2-ТИРКЕМЕ

Каттоо жана жайгаштыруу бөлүмүнүн башкаруу натыйжалуулугун өлчөө
ЫКМАСЫ

Жалпы камсыздандырылышы	Жооптор
-------------------------	---------

Каттоо жана жайгаштыруу бөлүмүнүн бэк офиси бар	+	+	+	+	+
Ресепшин тиктургучу стандарттарга жараша жасалган	-	+	-	+	-
Каттоо жана жайгалтыруу бөлүмүндө керектүү оргтехниканын бардыгы бар	+	-	+	+	+
Ар бир оргтехниканын колдонмосу менен ар бир персонал таанышкан	+	+	+	+	+
Техниканын профилактикасы белгиленген периоддордо жүргүзүлөт	-	-	-	-	-
Кызматкерлерге униформа ишкана тарабынан берилет	+	+	-	+	-
Бөлүмдүн архиви жана склады бар.	+	+	+	+	+
Бөлүмгө тийиштүү бардык документтер 3 жыл сакталат	+	+	+	+	+
Бөлүмдө биринчи жардам кутучасы бар	+	+	+	+	+
Иш жеринде жайлуу аба температурасы жыл бою камсыздалат	-	+	+	+	-
Сатуу иш чаралары					
Сатуу иши боюнча айына бир жолу тренинг өтүлөт	-	-	-	-	-
Кызматкерлер кошумча сатуу боюнча толук маалыматка ээ жана конок табитине жараша сунуштай алат	-	-	-	-	-
Кызматкер ар бир кошумча сатуудан бекитилген % алат	+	+	-	-	+
Башка өнөктөш мейманканалар менен жакшы мамиле түзүлгөн	+	-	-	+	+
Мейманкана жергиликтүү/эл аралык ассоциацияларга мүчө	+	-	-	+	-
Бөлүм кызматкерлери башка бөлүм кызматкерлеринин ишинин өзгөчөлүктөрүн билишет	+	-	-	-	+
Майрамдарга, өзгөчө күндөргө уникалдуу сунуштар түзүлүп, потенциалдуу кардарларга жана конокторго сунушталат.	+	+	+	-	-
Сатууларды көбөйтүү үчүн социалдык тармактарда, интернет сайттарда тынымсыз жарнамалар берилет	+	+	+	+	+
Онлайн платформаларда калтырылган комментарийлерге дароо жооп берилет жана тиешелүү иштер 3 күн ичинде жүргүзүлөт	+	+	+	+	+
Туруктуу коноктор өзгөчө күндөрүндө (туулган күн, майрам ж. б. у. с.) куттукталат	-	-	-	-	-
Иш шарттары					
Кызматкердин айлык акысы атаандаштардан кем эмес	+	-	-	+	+
Кызматкерлер бир маал тамак менен камсыздандырылат	+	+	+	+	+
Тамактануу убактан сырткары 1 жолу кыска танапис берилет	-	-	-	-	-
Иш орду эргономика мыйзамдарына төп келет	-	-	-	-	-
Кызматкер ар дайым жумушка өз убагында келип, өз убагында жумуштан кетет	+	-	+	-	+
Униформанын тазалыгы жана ремонттоо иштери ишкана тарабынан камсыздалат	-	-	-	-	-
Кызматкерлер арасында чыр-чатактар жылына 1-2ден ашпайт	+	-	-	+	+
Командада иштөө тренингдери өткөрүлөт	-	-	+	+	+
Тимбилдингдер өткөрүлөт	-	+	+	-	+
Кызматкерлер иштен тышкары убакытта да өз-ара катышышат	+	-	-	+	+
Мотивациялоо					
Бекитилген мотивация планына жараша иштер аткарылат	+	-	-	-	-
Коюлган план ашыкча аткарылганында акчалай премия берилет	+	+	+	+	+
Ар бир айда/кварталда/жылда мыкты кызматкер тандалат	+	+	+	+	+
Кошумча иш сааттар төлөнөт	+	-	-	-	-
Кызматкерлерге майрам күндөрү жумушка чыккандыгы үчүн кошумча төлөмдөр каралган	-	-	-	-	-
Квалификациясын жогорулатуу курстарга ар бир персонал жылына 1-2 жолу катышат	+	-	+	+	-
Жамааттын биримдигин бекемдөө үчүн корпоративдер өткөрүлөт	+	+	+	+	+
Ачык жана түшүнүктүү иш максаттары коюлат	+	+	+	+	+
Кызматкер менен коноктун ортосундагы түшүнбөстүк адилеттүүлүк менен чечилет	+	+	+	+	+
Жетекчи-кызматкер мамилеси ар дайым сый-урмат ичинде	+	+	+	+	+
Коопсуздук					
Ресепшин жана анын кошумча иш аянттары коопсуздук стандарттарга ылайык курулган	+	+	+	+	+
Кызматкерлердин коопсуздугу үчүн камера орнотулган жана рация/телефон берилген	+	+	+	+	+
Персонал ишкана/кабат/бөлмө планын картаны карабай билет	+	+	+	+	+
Эвакуация планы бөлүмдүн дубалында илинип турат	+	+	+	-	-
Өрт өчүүрүчү каражаттар бар жана персонал колдонгонду билет	+	+	+	+	-
Биринчи жардам каражаттары толугу менен бар	+	+	+	+	+
Персонал форс мажор учурунда (коопту абал) эмне кылаарын билет	-	+	+	-	-
Персонал биринчи жардам тренингдерин өткөн жана медициналык биринчи жардам көрсөтө алат	-	-	-	-	-
Бөлүмдө эмгек жана жан коопсуздугу сабактары жылда 1-2 жолу өткөрүлөт	-	-	-	-	+

Кызматкер коноктордун өздүк маалыматын башкаларга бербейт	+	+	+	+	+
Персоналдын тышкы көрүнүшү жана руханий абалы					
Персоналдын тышкы көрүнүшү жана өздүк гигиенасынын стандарттары иштелип чыккан	+	+	+	+	+
Бөлүмдө жылдыздуу жана активдүү персонал көпчүлүктү түзөт	+	+	+	+	+
Стресске каршы туруктуу жана өзүн коноктун алдында алып жүрүүсү ишкананын этика эрежелерине ылайык	+	+	+	+	+
Персонал позитивдүү	+	+	+	+	+
Кызматкерлерди жазалоо системасы адилеттүү	+	+	+	-	-
Персонал тыкан көрүнүшкө жана жакшы дикцияга ээ	+	+	+	+	+
Бөлүм ичиндеги кызматкерлер ынтымактуу	-	-	-	+	+
Персонал жумушта бактылуу	-	+	+	+	+
Персоналдын өздүк карьера тепкичи чийилген	-	-	-	-	-
Ар бир персоналдын өздүк максаттары бар жана өз алдынча өздөрүн өнүктүрөт	+	+	+	+	+
Персоналдын билими					
Кызматкерлердин 25%нан көбү туризм багытында жогорку билимдүү	-	-	-	+	+
Кызматкерлердин 50% башка кесипти бүткөн жогорку билимдүүлөр	+	+	+	+	+
Кызматкерлер брондоо системасын жана керектүү иш сайттарын (tripadvisor booking. com) колдонгонду билишет	+	-	-	+	+
Кызматкерлер туруктуу коноктор менен иштешүү стандарттарын билишет	+	+	+	+	+
Кызматкерлер кардарлардын маалыматы сакталган базаны 100% эффективдүү колдонушат	-	-	-	-	-
Кызматкерлер туризм жана отелге тиешелүү дүйнөлүк терминдерди билишет	-	-	-	+	+
Персонал өз милдеттерин жана жоопкерчиликтерин билет	+	+	+	+	+
Персоналга өздүк өнүгүү боюнча тренингдер өткөрүлөт	+	-	-	+	+
Кызматкерлер кросс-тренингдерге (бөлүм арасы алмашуу) жиберилип турат	+	-	-	-	-
Техниканы колдонуу боюнча тренингдер өткөрүлөт	-	-	-	-	-
Персонал иштери					
Кесиптик стандарттар менен персонал таанышып, ага кол койгон	+	+	+	+	+
Ар бир кызматкердин ишкана менен иш келишими түзүлгөн	-	-	+	-	+
Кызматкерлер санитардык китепчелерин кадрлар бөлүмүнө өткөргөн	+	+	+	+	+
Кызматкерлер жаңы ишке киргенде кесипке багыттоо иштери жүргүзүлөт	+	+	+	+	+
Кызматкер аймак тууралуу, о. э. өткөрүлүп жаткан иш-чаралар тууралуу толук маалымат бере алат	-	-	-	+	+
Кызматкер КР эмгек кодексине жараша жумасына 48 саат иштейт	-	-	-	-	-
Ооруу өргүүсүнө бир жылда 15 күндөн көп чыкпайт	-	+	-	+	+
Кызматкер ишкананын сырларын башкаларга айтпайт	+	+	+	+	+
Ар бир персоналдын соц. пакеттери ай сайын төлөнөт	-	-	+	-	+
Ар бир персонал легалдуу иштейт	-	-	+	-	+

3-ТИРКЕМЕ

Тазалоо кызматтары бөлүмүнүн башкаруу натыйжалуулугун өлчөө ыкмасы

Химиялык каражаттар	Жооптор				
Кесиптик химиялык каражаттар колдонулат	-	+	+	+	+
Кызматкерлерге химиялык каражаттарды туура колдонуу боюнча тренингдер өтүлөт	-	-	-	-	-

Химиялык каражаттар жаратылышка зыян келтирбейт	-	-	-	-	-
Химиялык каражаттар туура сакталат жана сакталуучу атайын жери бар	-	-	+	+	-
Каражаттар убагында келип, ар дайым толукталып турат	+	+	+	+	+
Ар бир каптама үчүн тийиштүү химиялык каражаттар колдонулат	-	-	+	+	+
Кызматкерлер химиялык каражаттарды стандартка жараша үнөмдүү колдонушат	-	-	-	-	-
Химиялык каражаттар үнөмдүү жана колдонулушу оңой	-	-	+	+	+
Химиялык каражаттарды колдонуу боюнча жылда 1-2 жолу тренинг өткөрүлөт	-	-	-	-	-
Химиялык каражаттардын колдонуу көлөмүнө ар бир айда эсеп жүргүзүлөт	-	-	-	-	-
Техника жана жабдуулар					
Электрдик жабдуулар толугу менен жетиштүү	+	+	+	+	+
Техниканы туура колдонуу боюнча тренингтер жылда 1-2 жолу өтүп турат	-	+	-	-	-
Электрдик жабдууларды колдонууда коопсуздук эрежелери сакталат	+	+	+	+	+
Кызматкер электр жабдууларды өзү оңдобош керек экендигин билет	+	+	+	+	+
Күн сайын жумушчу жабдуулардын абалын көзөмөлдөйт (кабель, корпус, ж. б. у. с)	-	+	+	+	+
Электрдик жабдуулар профессионалдуу жана колдонгонго ыңгайлуу	-	-	-	-	-
Швабра, аарчыган чүпүрөктөр колдонулуп бүткөндөн кийин 70 же андан ашык температурада жуулат	-	-	-	-	-
Жабдуулар башкарууга оңой: үнсүз, оңой жүрөт жана ашыкча физикалык жүктөм кошпойт	-	-	-	-	-
Арабалар көп функционалдуу, колдонуучу каражаттарды, жабдууларды, материалдарды ж. б. ташууга ыңгайлуу	-	-	-	-	-
Техникалык көрсөтмөгө (инструкция) жараша тазаланып турат	-	-	-	-	-
Тазалоо стандарттары					
Мейманкананы тазалоо стандарттарын кызматкерлердин баары билет	-	-	+	+	+
Генералдык тазалоо планы бар	-	-	-	-	-
Тазаланган бөлмөлөр текшерилгенден соң сатылат	+	+	+	+	+
VIP коноктор үчүн стандарттар бар	-	+	+	+	-
Профилактикалык жумуштар жасалып турат	+	+	+	+	+
“Экологияны коргоо үчүн шейшеп менен сүлгүнү колдонууну каалайм” жазуусу бөлмөлөргө коюлган	-	+	-	+	+
Кызматкерлер бөлмөлөрдү тазалап жатканда жыйноо ирээтин сактайт	-	-	+	-	-
Кызматкерлер бөлмөлөрдү жыйноодо коноктордун жеке буюмдарын колдонбойт жана тийбейт	+	+	+	+	+
Коноктордун унутулган/калып калган/жоголгон буюмдары Lost and Found бланкы толтурулгандан кийин керектүү жерге тапшырылат	-	+	-	-	-
Иш убактысы бүткөндө отчет жазат жана менеджерине билдирет	+	+	+	+	+
Персоналдын өзгөчөлүктөрү жана командада иштөөсү					
Кызматкерлердин тышкы көрүнүшү жана гигиена стандарттары иштелип чыккан	+	+	+	+	+
Кызматкерлер жоопкерчиликтери менен милдеттерин билет	+	+	+	+	+
Эмгек мыйзамына жараша жумасына 48 саат иштейт	-	-	-	-	-
Кызматкерлер жетиштүү	-	-	-	-	+
Кызматкерлер өз ара ынтымактуу жана бир бирине жардам беришет	+	+	-	-	-
Кызматкерлердин соц. пакети ай сайын төлөнөт	-	-	-	-	-
Кызматкерлер ар дайым позитивдүү жана жүзү жарык	+	-	-	+	-
Кесипке багыттоо иши жүргүзүлүп турат	-	+	+	+	+
Кызматкерлер конокторго туура мамиле жасаганды билет	+	+	+	+	+
Кесиби боюнча теориялык жана практикалык жактан жетиштүү маалыматка ээ	-	-	-	-	-
Мотивация					
Кызматкерлердин баары медициналык көзөмөлдөн өткөн	+	+	+	+	+
Мотивация берүү планы иштелип чыккан	+	+	+	+	+
Мейманкананын жалпы жана бөлмөлөрдүн планын персонал билет	+	+	+	+	+
Профессионалдуу жана өздүк өнүгүү тренингтерге жылда катышышат	-	-	-	-	-

Кызматкерлер кросс-тренинге жиберилип турат	-	-	+	-	-
Отелде көйгөйлөр, маселелерди чечүү үчүн үзгүлтүксүз жыйналыштар өткөрүп турат	+	+	+	+	+
Кызматкерлерге өз убагында эмгек акысы төлөнөт	+	+	+	+	+
Кызматкерлерге майрамдарга белектер берилет: Жаңы жыл, эл аралык аялдар күнү, туулган күнү ж. б. у. с.	+	+	+	+	+
Кызматкерлерге мотивация берүү катары кошумча акы, бонус, премия сыяктуулар каралган	+	+	+	+	+
Тимбилдинг иш чаралары уюштурулуп турат	+	+	+	+	+
Иш шарттары					
Кызматкерлерге бир маал тамак жана танапис берилет	+	+	+	+	+
Кызматкерлердин соц пакеттери үзгүлтүксүз төлөнөт	-	-	-	-	-
Иш шарттарын жакшыртуу жана эмгекти коргоо боюнча иш-чаралар жыл сайын кайра каралып турат	+	+	+	+	+
Кесиптик жана карьердик жактан өсүү мүмкүнчүлүгү бар	+	-	-	+	+
Бокс-мейд кызматкерлерге ыңгайлуу жерде жайгашкан	-	-	-	-	-
Мыкты кызматкерлерге ай/квартал/жыл сайын премия, бонус берилип турат	+	-	+	+	+
Мейманкананы ар бир кабатында арабаларды жана таза текстильди коюучу атайын шкафтар/офис бар	-	-	-	-	-
Персоналдын ден-соолук өргүүсү төлөнөт	-	-	-	-	-
Кызматкерлер КР Эмгек кодексинин шартына жараша катталат	-	-	-	-	-
Кызматкерлер жеке буюмдарын кое турган атайын шкаф берилет	+	+	+	-	-
Коопсуздук					
Биринчи жардам тренингин персоналдын 100% өткөн	-	-	-	-	-
Персоналга коопсуздук эрежелери үйрөтүлгөн	+	+	+	+	+
Кызматкерлердин баары өрт коопсуздук эрежелерин сактайт жана билет	+	+	+	+	+
Дөңгөлөктүү арабаларды пайдаланууда коопсуздук сакталат	+	-	-	-	-
Кызматкерлердин 50% өз ден соолугуна кам көрүү тренингин өткөн	+	-	-	+	+
Ар бир кабатта жана бөлмөлөрдө эвакуация планы илинип турат	+	+	+	+	+
Коркунучтуу кырдаалдарды алдын алуу боюнча профилактикалык жумуштар жүргүзүлүп турат	+	+	+	+	+
Мейманкананын ар кабаттында өрт өчүрүүчү каражаттар орнотулган	+	+	+	+	+
Жумуш ордунда эмгек коопсуздугу боюнча ар бир 6- ай инструктаж өтүлөт	+	+	+	-	-
Форс мажор учурунда персоналдын ар бири жасачу иштерин билет	-	-	+	+	-
Камсыздандыруу					
Ар бир кызматкерге униформа берилет	+	+	+	+	+
Униформа кызматкерлерге ыңгайлуу тигилген	+	-	+	+	-
Арабалар жетиштүү	-	-	-	-	-
Суу токтотулган учурда суу менен камсыздандыруу системасы бар	-	+	+	+	-
Генератор бар	+	+	-	-	-
Арабаларды түшүрүү үчүн атайын (персонал колдонгон) лифтер бар	-	-	-	-	-
Мини парфюмерия (логотиптүү өндүрүм) убагында толукталып турат	+	+	+	+	+
Медициналык камсыздандыруу жана татыктуу эмгек акы бар	-	-	-	-	-
Коллектив ынтымактуу жана бири-бирине жардам берет	+	+	+	+	+
Колкап, тряпка, химиялык каражаттар жетиштүү санда берилет	+	+	+	+	+

4-ТИРКЕМЕ

Антикризистик башкаруу натыйжалуулугун өлчөө ыкмасы

Кризисти алдын алуу
Менеджер туризм тармагындагы тренингтерге жылда эң аз 2 жолу катышат.
Менеджер өз бөлүмүндөгү ар бир персоналдын ишин аткара алат.
Квартал сайын даяр форма боюнча атаандаштардын анализи жүргүзүлөт.

Коллективдин ынтымагы бири бирине жардамдашканынан билинет
Коомчулуктун оюна таасир бере алган жана ишканынын талабын талаша турган адамдар бар.
Мамлекеттик органдарга ачык жана так отчет берилет.
Ишкана кирешесинен 5-10% форс мажор фондуна ай сайын бөлөт
Кардарлардын толук базасы бар.
Ички факторлор (тайпа руху, финансы, имараттын техникалык абалы, маркетинг иш-чаралар ж. б.) ай сайын көзөмөлдөнүп отчеттор даярдалат
Ишкана туризм тармагында 1 же андан көп ассоциациялар менен клубдарда мүчө (КАТОС, Дестинация, КАТО, Ресторандар ассоциациясы, ХОРЕКА, ж. б).
Кризиске даярдык дэңгээли.
Персонал жылына 1-2 жолу кризиске даярдык тренингдерине катышып турат.
Кризис учурунда аткара турган иш-чаралардын алгоритми иштелип чыккан.
Кризисти башкаруу тайпа мүчөлөрү такталган.
Ишканынын жумушчуларынын жарымынан көбү ишканынын оор акыбалында таштап кетпегенине ишеним бар.
Кризис кокус пайда болсо, каржылоого даяр болгон 1-2 инвестор бар.
Кризис көйгөйлөрүн чечүүгө жардам бере турчу адистер/ өнөктөш/дос/туугандар бар.
Ишканынын кризистен чыгуу шаблону иштелип чыккан.
Ишканада персонал тез тез ротация болуп турат
Кризис учурунда алынган чечимдер 15 минуттан 2 саатка чейинки убакытта ишке ашырылышы абзел болгондугун персонал билет
Кризиске каршы мейманканынын саясаты иштелип чыккан (киши санын азайтуу, бюджетти кыскартуу, жарнамалык чыгымдарды кыскартуу ж. б).
Ишканынын жалпы абалы
Кызматкерлердин 10% көбү туризм тармагында эң аз 6 айлык билими бар.
Жалпы персоналдын 50% көбү 3 жылдан ашуун эмгектенет.
Керек болгон учурда жаңы персонал тез эле (1 жумада) табылат.
Ишкана азыркы учурда 2 ден ашуун рынокто иштейт.
Ишканынын ишмердүүлүгү айлана-чөйрөгө зыянсыз.
Ишканынын башка мекеме жана ишканалар менен көйгөйү жок.
Ишканынын бухгалтердик эсеби же балансы 100% ишенимдүү сакталат.
Ишкана койгон максаттарынын 90% дан көбүнө жетет.
Интернет карталарда ишкана белгиленген.
Имараттын көрүнүшү жана физикалык акыбалы жакшы деңгээлде.
Өнөктөштөр жана медиа
Өнөктөштөр менен ишеничтүү мамилелер түзүлгөн.
Өнөктөштөр дайыма жардам берүүгө даяр (медицина, финансы, медиа).
Ишканынын алтернативдүү камсыздоочулары бар.
Ишкана бирден көп туроператор жана турагенство менен иш жүргүзөт.
Ишканынын интернет веб-баракчасы активдүү (сайт, соцтармактар).
Веб-баракчада ишкана менен байланышуу үчүн оңой жолдору бар.
СММ иш планы 90% жогору аткарылат.
СММ-адиси тажрыйба топтоо максатта тренингтерге жылда 1-2 жолу барып турат.
Ишкана жарнамага жылдык кирешенин 1-15% бөлүп берет.
Ишканага чейин жол көрсөтүүчү такталар орнотулган.
Финансылык чөйрө
Ишканага болгон суроо-талап жыл бою 80% жогору.
Ишкана керек болгон учурда кредит жана инвестиция алуу мүмкүнчүлүгү 80% жогору.
Ишкана кошумча 5 булактан киреше табат.
Кошумча кирешелер (экстра кызматтар) жалпы кирешенин 40% жогору.
Ишканада жылда 1-2 жолу инвентаризация жасалат.

Финансылык план жылдын башында бекитилип, 90% көбү ишке ашырылат.
Кредит/дебет карталары менен төлөм кабыл алынат.
Ишкана кадрларын окутуу жана өнүктүрүү үчүн айлык кирешенин 5-10% бөлөт.
Ишкана төлөп берген айлыктар атаандаштардыкынан төмөн эмес.
3 жылдан көп иштеген персоналдын айлык акысына кошумча % кошулат.
Персоналды шыктандыруу
Персоналды шыктандыруу планы жыл башында бекитилип ишке ашырылат.
Планда жазылган критерийлер боюнча аткарылган ишке акчалай сый акы каралган.
“Мыкты кызматкер” наамы ай/квартал/жыл сайын берилет.
Ашыкча иштелген сааттар төлөнөт.
Кызматкерлерге майрам күндөрү иштегени үчүн кошумча төлөмдөр каралган.
Квалификациясын жогорулатуу курстарына ар бир персонал жылда бир жолу катышат.
Жамааттын биримдигин бекемдөө үчүн тимбилдинг жылына бирден көп жолу өткөрүлөт.
Берилген тапшырмалар менен коюлган максаттар ачык жана түшүнүктүү.
Ишкана атаандаштардын арасында топ 3 кө кирет.
Жылдык эс алуу жана ооруу өргүүсү төлөнүп берилет
Ишкана санитариясы
Тамак-аш азыктардын температуралык режими жана сактоо мөөнөтү текшерилет.
Ар бир колдонулган өндүрүм стреч менен оролуп, ачылган күндүн тарыхы чапталат.
Тейлөө кызматкерлердин колун жууган өзүнчө жай бар.
Кеңселер күндө 2 жолу желдетилет.
Ооруксунуп калган персонал өргүүгө жөнөтүлөт.
Кызматкерлердин кийим алмаштыруучу кенен жайы бар.
Кызматкерлердин кийим алмаштыруучу жайында душ, даараткана жана ар бирөөнө тийиштүү шкаф бар.
Ишканада тазалык гигиена стандарттары боюнча жасалат.
Антисептиктер менен дезинфекторлор ишканада кенен коюлган.
Күнгө ишканада дезинфекциялоо иштери жасалат (эшик/терезе туткалары, тосмолор ж. б.)
Табигый кырсыктарга даярдык деңгээли
“Жер титирөөгө каршы имарат” сертификаты бар.
Эвакуация планы ар бир бөлмөдө илинген.
Өрт өчүрүүчү каражат бар жана ар бир персонал аны менен иштегенди билет.
Персонал кырсык учурунда жасалчу иштердин алгоритмин билет.
Коопсуздук тренингдерине ар бир персонал жылда бир жолу катышат.
Биринчи медициналык жардам тренингдерине ар бир персонал жылда бир жолу катышат.
Ар бир персонал медициналык биринчи жардам бере алат.
Генератор бар.
Суу токтотулган учурда суу камсыздандыруу системасы бар.
Ишканада колдонулган техниканын колдонмосу менен таанышкандан соң тийиштүү персонал атайын журналга кол койгон.

5-ТИРКЕМЕ

Микро-мейманкана номеринин сметасы

№п/п	Иш, ресурс, чыгым аталышы	Өлчөө бирдиги	Саны	1 бирдик баасы (сом)	Бардыгы (сом)	Транспорт 5%	Жалпы баасы
A1	Жер казуу иштери	M3	21	300	6300	315	6615

	Бетон М100 Фундамент	М3	30	5000	150000	7500	157500
	Гидроизоляция	М2	60	400	24000	1200	25200
A2	Кыштан дубал тургузуу (саман)	шт	6480	13	84240	4212	88452
	Раствор М10	м3	7,5	2500	18750	937,5	19687,5
	Расходник	in	5	5000	25000	1250	26250
A3	Шыбак	М2	165	200	33000	1650	34650
	Раствор М10	М3	5	2500	12500	625	13125
	Цемент	Кг	1400	7	9800	490	10290
	Расходник	in	5	5000	25000	1250	26250
A4	Перекрытие						
	П/устун(лес) 50*150	М3	6,75	2200	14850	742,5	15592,5
	Мык 100мм	Кг	10	110	1100	55	1155
A5	Чатыр (Односкатная)				0	0	0
	П/устун(лес) 50*150	М3	0,96	2200	2112	105,6	2217,6
	Рейки 50*50	М3	1,02	2200	2244	112,2	2356,2
	Мык 100мм	кг	10	110	1100	55	1155
	Профнастил т=5мм	М2	61,2	750	45900	2295	48195
	Шуруп	кг	9	250	2250	112,5	2362,5
	Чатыр жабуу иштери	шт	5	5600	28000	1400	29400
A6	Электр камсыздандыруу						
	Кабель ВВГ 2*2,5	Мп	285	80	22800	1140	23940
	Монтаж	мп	285	30	8550	427,5	8977,5
	Подрозетник	шт	35	200	7000	350	7350
	Щит	шт	5	1200	6000	300	6300
	Щит иши	шт	5	1200	6000	300	6300
	Распред Коробка	шт	5	200	1000	50	1050
	Розетка	шт	20	250	5000	250	5250
	Включатель	шт	15	250	3750	187,5	3937,5
	Асмашам	шт	5	1000	5000	250	5250
	Плафон (водонепроницаемый)	шт	5	500	2500	125	2625
A7	Санитардык түйүн (Кыш)	шт	650	10	6500	325	6825
	Раствор М10	М3	0,65	2500	1625	81,25	1706,25
A8	Санитардык түйүн шыбагы	М2	32,5	200	6500	325	6825
	Раствор М10	М3	0,975	2500	2437,5	121,875	2559,375
	Цемент	Кг	275	7	1925	96,25	2021,25
	Унитаз	шт	5	2500	12500	625	13125
	Кафель	М2	8	900	7200	360	7560
	Кафель монтажи	М2	8	700	5600	280	5880
	Раковина	шт	5	4300	21500	1075	22575
	Смеситель	шт	5	2500	12500	625	13125
A9	Санитардык түйүн сантехникасы						
	Канализация түтүгү Ф100 Пластик	мп	25	1500	37500	1875	39375

	Канализация түтүгү Ф50 Пластик	мп	25	120	3000	150	3150
	Отвод Ф100	шт	10	120	1200	60	1260
	Отвод Ф50	шт	10	100	1000	50	1050
	ГВС/ХВС Ф15	мп	75	60	4500	225	4725
	Тройник Ф15	шт	5	50	250	12,5	262,5
	Отвод Ф15	шт	4	60	240	12	252
	Гребёнка	шт	5	100	500	25	525
	Аристон	шт	5	10000	50000	2500	52500
A10	Актоо иштери	M2	138,2	100	13820	691	14511
	Акиташ	кг	50	40	2000	100	2100
A11	Бөлмө жертаманы (Пол)						
	Стяжка	M2	45	250	11250	562,5	11812,5
	Бетон M100	M3	3,15	5000	15750	787,5	16537,5
A12	Линолиум	M2	36,6	1000	36600	1830	38430
	Жылуулагыч (Утеплитель)	M2	36,6	40	1464	73,2	1537,2
	Төшөө иштери	M2	36,6	500	18300	915	19215
A13	Фасад						
	Штукатурка	M2	165	200	33000	1650	34650
	Раствор M10	M3	5	2500	12500	625	13125
	Терезе	шт	5	8000	40000	2000	42000
A14	Эшик	шт	5	8000	40000	2000	42000
Бардыгы							1002652,88

6-ТИРКЕМЕ

Душ бөлмөсүнүн сметасы

B	Иш, ресурс, чыгым аталышы	Өлчөө бирдиг	Саны	1 бирдик баасы (сом)	Бардыгы (сом)	Трансп орт 5%	Жалпы баасы
B1	Жер иштери	M3	14	400	5600	280	5880
B2	Бетон M100 Фундаменты	M3	20	5000	100000	5000	105000

B3	Гидроизоляция	М2	12	400	4800	240	5040
B4	Саман кыш	шт	4380	13	56940	2847	59787
	Раствор М10	м3	4,5	2500	11250	562,5	11812,5
	Расходник	шт	5	4000	20000	1000	21000
	Цемент	кг	765	7	5355	267,75	5622,75
	Сетка мак 25см	шт	75	85	6375	318,75	6693,75
B5	Электр камсыздандыруу						
	Кабель ВВГ 2*1,5	Мп	50	80	4000	200	4200
	Монтаж	мп	50	30	1500	75	1575
	Подрозетник	шт	5	200	1000	50	1050
	Включатель	шт	5	250	1250	62,5	1312,5
	Розетка	шт	5	250	1250	62,5	1312,5
B6	Штукатурка	М2	110	200	22000	1100	23100
	Раствор М10	М3	3,5	2500	8750	437,5	9187,5
	Цемент	Кг	980	7	6860	343	7203
	Расходник	шт	5	3000	15000	750	15750
B7	Кафель	М2	75	800	60000	3000	63000
	Монтаж Кафель	М2	75	700	52500	2625	55125
B8	Актоо	М2	35	100	3500	175	3675
	Акиташ	кг	25	40	1000	50	1050
	Сырткы Фасад	М2	95	200	19000	950	19950
	Раствор М10	М3	3	2500	7500	375	7875
B9	Чатыр (Односкатная)						
	П/лес 50*150	М3	0,36	2200	792	39,6	831,6
	Рейка 50*50	М3	0,24	2200	528	26,4	554,4
	Мык 100мм	кг	5	110	550	27,5	577,5
	Профнастил т=5мм	М2	25	700	17500	875	18375
	Шуруп	кг	6	250	1500	75	1575
	Чатыр жабуу иштери	шт	5	5600	28000	1400	29400
	Перекрытие				0	0	0
	П/лес 50*150	М3	0,75	2200	1650	82,5	1732,5
	Мык 100мм	Кг	5	110	550	27,5	577,5
	Базальт	М2	15	800	12000	600	12600
B10	Санитардык түйүн сантехникасы						
	Канализация түтүгү Ф100 Пластик	мп	25	150	3750	187,5	3937,5
	Канализация түтүгү Ф50 Пластик	мп	25	140	3500	175	3675
	Отвод Ф100	шт	10	120	1200	60	1260
	Отвод Ф50	шт	10	100	1000	50	1050
	ГВС/ХВС Ф15	мп	75	80	6000	300	6300
	Тройник Ф15	шт	5	60	300	15	315
	Отвод Ф15	шт	4	70	280	14	294
	Гребёнка	шт	5	100	500	25	525
	Аристон	шт	5	10000	50000	2500	52500
B11	Эшик	шт	2	8000	16000	800	16800
B12	Терезе	шт	2	4000	8000	400	8400

	Бардыгы	597481,5
--	---------	----------

7-ТИРКЕМЕ

Даараткана сметасы

Б	Иш, ресурс, чыгым аталышы	Өлчөө бирдиги	Саны	1 бирдик баасы (сом)	Бардыгы (сом)	Транспорт 5%	Жалпы баасы
Б1	Жер иштери	М3	12,25	300	3675	183,75	3858,75

Б2	Бетон М100 Фундамент	М3	17,5	5000	87500	4375	91875
Б3	Гидроизоляция	М2	10,5	4000	42000	2100	44100
Б4	Кыш тургузуу (Кирпичная кладка)	шт	3780	13	49140	2457	51597
	Раствор М10	м3	3,78	2500	9450	472,5	9922,5
	Цемент	кг	643	7	4501	225,05	4726,05
	Расходник	шт	5	5000	25000	1250	26250
Б5	Электроснабжение						
	Кабель ВВГ 2*1,5	Мп	25	110	2750	137,5	2887,5
	Монтаж	мп	25	30	750	37,5	787,5
	Подрозетник	шт	5	200	1000	50	1050
	Включатель	шт	5	250	1250	62,5	1312,5
Б6	Шыбак	М2	95	200	19000	950	19950
	Раствор М10	М3	3	2500	7500	375	7875
	Цемент	Кг	840	7	5880	294	6174
	Расходник	шт	5	3000	15000	750	15750
Б7	Кафель	М2	75	800	60000	3000	63000
	Кафель монтажи	М2	75	700	52500	2625	55125
Б8	Актоо иштери	М2	35	100	3500	175	3675
	Акиташ	кг	25	40	1000	50	1050
Б9	Фасад	М2	95	200	19000	950	19950
	Раствор М10	М3	3	2500	7500	375	7875
Б10	Чатыр						
	П/лес 50*150	М3	0,36	2200	792	39,6	831,6
	Рейка 50*50	М3	0,24	2200	528	26,4	554,4
	Мык 100мм	кг	5	110	550	27,5	577,5
	Профнастил т=5мм	М2	25	700	17500	875	18375
	Шуруп	кг	6	300	1800	90	1890
	Чатыр жабуу иши	шт	5	5600	28000	1400	29400
Б11	Перекрытие						
	П/лес 50*150	М3	0,75	2200	1650	82,5	1732,5
	Мык 100мм	Кг	5	110	550	27,5	577,5
	Базальт	М2	15	800	12000	600	12600
Б12	Эшик	шт	2	8000	16000	800	16800
Б13	Терезе	шт	2	4000	8000	400	8400
	Бардыгы						530529,3

8-ТИРКЕМЕ

Ашкана менен тамактануучу жайга керектүү каражаттар

Аталышы	Саны (шт)	Бирдик баасы	Жалпы (KGS)
Самоор 20 л	1	7000	7000
Сковородка 30 см.	2	1500	3000
Кесүү үчүн такта 5 түс	5	500	2500

Тегерек ташуучу табак	2	450	900
Бычак 5 түс	5	500	2500
Кесе	50	150	7500
Табак	100	220	22000
Чыны	50	50	2500
Чайнек	15	350	5250
Шекер үчүн идиш	15	120	1800
Бычак	50	90	4500
Вилка	50	90	4500
Кашык	100	75	4500
Графин	10	450	4500
Дасторкон (м)	120	350	42,0
Жалпы:			118,0

9-ТИРКЕМЕ

Номерлерге керектүү каражаттар (миң сом)

Аталышы	Саны	Бирдик баасы	Жалпы (KGS)
Керебет (2 кишилик)	5	12000	60,0
Поролон матрац (бозүй)	12	3000	36,0
Матрац 2 кишилик (микро отель үчүн)	5	10000	50,0
Кошумча төшөк	12	2500	30,0
Жууркан 1 кишилик	18	3500	63,0
Керебет топтомдору (180*200)	10	1800	18,0
Уктоочу керебет топтомдору (100*200)	16	1500	24,0
Сүлгүлөр (70*40, 35*75)	100	270	27,0
Фен	4	1500	6,0
Таштанды челеги	25	500	12,5
Жууркан 2 кишилик	5	4500	22,5
Жаздык	23	700	16,1
Бардыгы:			365,1

КОЛДОНУЛГАН БУЛАКТАР

1. **Аверина О. И.** Этнотуризм: мода или дань уважения? [Текст]: / О. И. Аверина, Ю. В. Кабанова, А. А. Лябушева // Финно-угорский мир. - Саранск, 2014. - №4. - С. 100-103.

2. Автоматизация бизнеса [Электронный ресурс]. – Программа автоматизации учёта для отелей и гостиниц Кыргызстана., 2024. – Режим доступа: <https://yagos.kg/product/yagos-otel/> . – Загл. с экрана
3. **Агеенко Д. Е.** Методы государственного регулирования гостиничного хозяйства в РФ [Текст]: / Д. Е. Агеенко // Известия СПбГЭУ. – Санкт Петербург, 2011. - №6. - С. 60-62
4. **Артемова Е. Н.** Основы гостеприимства и туризма [Текст]: учебное пособие / Е. Н. Артемова, В. А. Козлов. – Орёл.: ГТУ. - 2005. – 104 с.
5. **Асанова К. Т.** Housekeeping- управление и организация [Текст]: учебное пособие / К. Т. Асанова. - Б.: Деми Принтинг, - 2012. – 125 с.
6. **Асанова К. Т.** Мейманканалардын башкаруусунда өзгөчөлүктөр [Текст] / К. Т. Асанова, М. Т. Кадыралиев // Вестник КЭУ. - 2016. - № 3 (37). - . С. 253-256.
7. **Асанова К. Т.** Бишкек шаарынын мейманкана бизнесинин өнүгүүсүнүн божомолу [Текст] / К. Т. Асанова, Ж. Ганиев, А. В. Бабосюк // Известия ВУЗов Кыргызстана. – 2024. - №1 (февраль) . – 172-176-б. DOI:10. 26104/IVK. 2023. 45. 557
8. **Атантаев И.** Өндүрүштү башкаруунун негиздери [Текст] / Атантаев. И. - Бишкек: КМУУ, 2000. - 84 б.
9. **Атантаев И.** Проблемы функционирования предприятий в современных условиях [Текст] / И. Атантаев. - Бишкек: Техник, 2007. - 322 с.
10. **Атышов К. А.** Традиции народов в анимационных программах в гостиничных предприятиях как фактор развития туризма и укрепления межкультурных связей [Текст] / К. А. Атышов, К. Т. Асанова // Традиционные спортивные игры тюркских народов: сб. материалов XII межд. симп. – Бишкек, 2023. - С. 179-187
11. **Атышов К. А.** Бишкек шаарынын 4 жана 5 жылдыз мейманканаалардын өнүгүү тенденциясы жана сунган кызматтары [Текст] / К. А. Атышов, К. Т. Асанова, // Вестник КЭУ. – Бишкек, 2024. - № 1 (62). - 98-101-б.

12. **Балабанов И. Т.** Экономика туризма [Текст]: уч. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 1999. – 176 с.
13. **Бекбоева М. А.** Экономические проблемы развития туристского рынка в Кыргызской Республике [Текст]: дисс... д-ра экон. наук: 08. 00. 05 / М. А. Бекбоева. - Бишкек, 2016. – 280 с.
14. **Бекбоева М. А.** Совершенствование и организация индустрии гостеприимства [Текст] / М. А. Бекбоева, Н. Расулова // сб. науч. трудов Национальная экономика КР: проблемы и перспективы развития. - Б., 2015. – С. 63-71
15. Бишкек самый грязный крупный город мира, - швейцарская компания IQAir [Электронный ресурс]. – 2024. - Режим доступа: <https://economist.kg/novosti/2019/11/29/bishkek-priznan-samym-gryaznym-kрупным-gorodom-mira/> – Загл. с экрана
16. **Бобушев Т. С.** Туризм как форма устойчивого развития горных территорий в Кыргызстане [Текст] / Т. С. Бобушев // Реформа. – 2016. – № 2(70). – С. 6-9
17. **Боронина Л. Н.** Основы управления проектами [Текст]: учеб. пособие / Л. Н. Боронина, З. В. Сенук. - Ег: Изд-во Урал. федер. ун-та, 2015. – 112 с.
18. Выгоды стандартизации для общества [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа: https://unece.org/DAM/trade/wp6/AreasOfWork/EducationOnStandardization/Benefits_of_standardization_to_society_Rus.pdf. – Загл. с экрана
19. **Выжитович А. М.** Развитие системы контроля репутационных рисков финансирования инвестиционных проектов [Текст] / А. М. Выжитович, Н. В. Кельзина // Развитие территорий. - 2022. - №3 (29) – 80-86 с.
20. **Ганиев Ж.** Башкаруу экономикасы [Текст] / Ж. Ганиев. – Бишкек: КТМУ, 2021. - 192 б.
21. Глуховская А. Стремительное развитие гостиничного бизнеса [Электронный ресурс]. - 2006. Режим доступа: <http://prohotel.ru/article-4132/0/> . – Загл. с экрана
22. **Гостенина Т. Н.** Менеджмент в гостиничном бизнесе [Текст]: дисс. на соискание уч. степ. к. э. н.: 08. 00. 05 / Т. Н. Гостенина – Москва, 2004. – 173с.

23. **Гусейнова Л. Ш.** Совершенствование механизма управления предприятиями гостиничного бизнеса в современных условиях [Текст]: дис. на соиск. уч. степени к. э. н.: 08. 00. 05 / Гусейнова Л. Ш. – Махачкала, 2008. – 137 с.
24. **Даниленко Н. Н.** Оценка зарубежного опыта государственного регулирования сектора альтернативных средств размещения [Текст]: / Н. Н. Даниленко, О. А. Суранова // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы: сборник научных трудов X Международной научно-практической конференции №10. – Ч. 2. – Москва, МГИИТ им. Ю. А. Сенкевича, 2017. – С. 47-59.
25. **Данилова Н. С.** Особенности определения стартовых условий системы управления устойчивым развитием организации [Текст] / Н. С. Данилова // Современные инновационные технологии и проблемы устойчивого развития общества: сб. науч. статей X международной научно-практической конференции. – Минск, 2017. – С. 295-298.
26. **Данилова Н. С.** Холакратия как новая модель самоуправления [Текст] / Н. С. Данилова, А. О. Мельник // Современные инновационные технологии и проблемы устойчивого развития общества: Материалы XI международной научно-практической конференции. - Минск, 2018. – С. 236-239.
27. **Джумалиева Г. М.** Современное состояние гостиниц города Бишкек [Текст] / Г. М. Джумалиева, Р. Р. Абакирова // Известия ВУЗов Кыргызстана. - 2019. - №. 1. - С. 93-96.
28. **Доброжанская Е. Б.** Управление инновационной деятельностью в сфере гостеприимства [Текст]: дис. на соискание уч. степени к. э. н.: 08. 00. 05 / Е. Б. Доброжанская. – Санкт-Петербург, 2011. - 139 с.
29. Достопримечательности в Бишкеке [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://www.tripadvisor.ru/Attractions-g293948-Activities-Bishkek.html>

30. Доходы глобального туризма достигнут \$15. 5 трлн. к 2033 году [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа: <https://www.interfax.ru/business/917117>. – Загл. с экрана
31. **Драгныш Е. Ю.** Европейский гостиничный маркетинг [Текст]: уч. пособие / Е. Ю. Драгныш. – М: Финансы и статистика, 2004. – 224 с.
32. **Дудашвили С. Д.** К вопросу о сертификации объектов размещения. Туризм Кыргызстана [Текст] / С. Д. Дудашвили. - Бишкек: Раритет, 2001. - 80 с.
33. **Дудашвили С. Д.** Туристские ресурсы Кыргызстана [Текст]: учебное пособие / С. Д. Дудашвили. - Бишкек: Раритет, 2004. – 278 с.
34. **Ёхина М. А.** Организация обслуживания в гостиницах [Текст]: учебное пособие / М. А. Ёхина. - 4-е изд., – Москва: Академия, 2012. – 208 с.
35. Жениш Н. Туристическая отрасль в Кыргызстане: тенденции и вызовы [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <https://ucentralasia.org/media/xxvbuh5w/usa-ippa-wp42rus.pdf>. – Загл. с экрана
36. Загрязнение воздуха [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа: <https://kloop.kg/blog/2020/01/16/air-pollution-bishkek/>. – Загл. с экрана
37. **Зачиняев П. Н.** География международного туризма [Текст] / П. Н. Зачиняев, Н. С. Фалькович. – М: Мысль, 1972. – 264 с.
38. **Игнатъев А. В.** Методы формирования и механизмы реализации инновационной стратегии управления туристским бизнесом [Текст]: дисс. на соиск. уч. степени д. э. н.: 08. 00. 05 / А. В. Игнатъев. – Москва, 2011. - 275 с.
39. Исследование со сбором данных для продвижения индустрии туризма в странах Центральной Азии [Электронный ресурс]. - 2024. – Режим доступа: <https://openjicareport.jica.go.jp/pdf/12363982.pdf>. – Загл. с экрана
40. **Кабушкин Н И.** Менеджмент гостиниц и ресторанов [Текст] / Н. И. Кабушкин, Г. А. Бондаренко. – Минск: Новое знание, 2001. - 216 с.
41. **Кабушкин. Н. И.** Менеджмент туризма [Текст]: учебник / Н. И. Кабушкин. - Минск: Новое знание, 2002. – 432 с.

42. **Кадыралиев М. Т.** Основные направления развития малого бизнеса в индустрии гостеприимств [Текст] / М. Т. Кадыралиев, К. Т. Асанова // М: интернет журнал Интернаука. - 2016. - № 2 (2). - С. 32-33.
43. **Кадыралиев М. Т.** Туристический потенциал Кыргызской Республики [Текст] / М. Т. Кадыралиев, К. Т. Асанова // М: интернет журнал Интернаука. - 2016. - № 2 (2). - С. 34-37.
44. **Кадыралиев А. Т.** О научном наследии ученого - оглядываясь на труды профессора К. А. Атышова [Текст] / А. Т. Кадыралиев, У. Б. Бакас // Вестник КЭУ. – 2019. – № 1(46). – С. 15-18.
45. **Кадыров Ы.** Кыргыз маданиятынан тамган тамчылар [Текст] / Ы. Кадыров. - Б: Бийиктик плюс, 2014. - 300 б.
46. Казахстанская образовательная социальная сеть [Электронный ресурс]. 2024. – Режим доступа: <https://www.kazedu.kz/>. – Загл. с экрана
47. Капсульные отели [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://hotelier.pro/hostels/item/1177-podhotels> . – Загл. с экрана
48. Капсульные отели [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа: <http://prohotel.ru/news-108553/0/> . – Загл. с экрана
49. Как звучит загрязненный воздух Бишкека. Послушайте, чем вы дышите! [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <http://ekois.net/kak-zvuchit-zagryaznennyj-vozduh-bishkeka-poslushajte-chem-vy-dyshite/> . – Загл. с экрана
50. **Катькало В. С.** Международные гостиничные сети: специфика организации и типология стратегий развития [Текст] / В. С. Катькало, В. Н. Мукба // Вестник Санкт-Петербургского Университета. - 2004. - №32 (8) вып. 4. - С. 3-30.
51. **Кобяк М. В.** Теория и методология эффективного управления гостиничными предприятиями [Текст]: дисс. на соискание уч. степени д. э. н.: 08. 00. 05 / М. В. Кобяк. – Москва, 2013. – 464 с.
52. **Колесников В. В.** Стиль руководства и его роль в возникновении и регулировании конфликтов в организации [Текст] / В. В. Колесников // Пенза: Наука и Просвещение. - 2020. - № 2 (2). –, 2020. – С. 176-181.

53. Колесо бизнес-баланса [Электронный ресурс]. – 2024. - Режим доступа: <https://upgradebiz.ru/koleso-biznes-balansa> . – Загл. с экрана
54. **Колотилин Ю. Ю.** Эффективность системы управления гостиничным бизнесом в условиях высокой конкуренции [Текст]: дисс. на соиск. уч. степени к. э. н.: 08. 00. 05 / Ю. Ю. Колотилин. – Санкт-Петербург, 2006. – 181 с.
55. **Кононова И. В.** Управление качеством обслуживания в гостиничном бизнесе [Текст]: дис. на соиск. уч. степени к. э. н.: 08. 00. 05 / И. В. Кононова. - Санкт-Петербург, 2012. – 145 с.
56. **Корягина Е. В.** Развитие и совершенствование системы стратегического управления организацией гостиничного бизнеса [Текст]: дисс. ... к. э. н.: 08. 05. 00 / Е. В. Корягина. – Сочи, 2011. – 141 с.
57. **Кузьмина О. В.** Стиль управления организацией и его влияние на трудовую мотивацию сотрудников [Текст] / О. В. Кузьмина, Т.А. Юшкова, Е. Г. Корнильцева // Интернет-журнал «Мир науки». - 2017. - № 5 (5). – 1-7 с. Режим доступа: <https://mir-nauki.com/PDF/59PSMN517.pdf>
58. Кыргызстандагы мейманканалардын эко сертификация модели [Текст] / [М. Кызанлыклы, Н. Маргазиева, К. Асанова ж. б.]. - Бишкек: КТМУ. - 2023. -70 б.
59. Кыргызстандын гастрономиялык туризми жана тамак-аш картасы [Текст] / [Ж. Инже, Т. Гөк, Г. Саматова ж. б.]. – Б: КТМУ, 2019. - 200 б.
60. Кыргызстанда иш алып барган жайгаштыруу ишканаларын жиктөө менен байланыштуу бир модел сунушу [Текст] / Э. Акгөз, Эрдем Б., Гөк Т., Инже Ж., Алимов У., Турганбаева Н., Асанова К. - Б: BYR Publishing,- 2018. – 216 б.
61. Кыргызстандарт [Электронный ресурс]. – 2024. – Кируу режими: <http://www.nism.gov.kg> . – Загл. с экрана
62. Кыргыз республикасынын экономика жана коммерция министрлигине караштуу стандартташтыруу жана метрология боюнча борбору [Электрондук ресурс], - Кируу режими: <https://www.nism.gov.kg/categories/examination-of-standards> – Загл. с экрана

63. Кыргызстандын стенди сыйлыка татыды [Электрондук ресурс]. – 2019. – Кирүү режими: <https://sputnik.kg/20180128/kyrgyzstandyn-stendi-festivalda-syjlykka-tatydy-1037468733.html> – Загл. с экрана
64. Кыргызстан туристтерди өзгөчө саякат менен тартат [Электрондук ресурс]. – 2018. – Кирүү режими: <https://www.bbc.com/kyrgyz/kyrgyzstan-41902016b> – Загл. с экрана
65. **Лайко М. Ю.** Мировая индустрия гостеприимства [Текст]: учеб. пособие / М. Ю. Лайко, Д. А. Штырно. - М; Федеральное агентство по образованию, Российская экономическая акад. им. Г. В. Плеханова., 2006. – 229с.
66. **Маргазиева Н. К.** Туризмди өнүктүрүүдө жергиликтүү калктын туризмдик аң сезимин тарбиялоонун жана өнүктүрүүнүн мааниси [Текст] / Н. Маргазиева, К. Т. Асанова К. // Национальный конгресс туризма Образование в сфере туризма в Кыргызстане: Текущее состояние, проблемы и пути их решения. - Бишкек. - 2008. - С. 201-208.
67. Международные стандарты в сфере гостеприимства. Требования ВТО. Особенности их внедрения и поддержания [Электронный ресурс]. - 2007. – режим доступа: <https://umhos.ru/upload/iblock/c2f/c2f2ddb6c05c1718fdeb6e8482369211.pdf>. – Загл. с экрана
68. Микро-отель – современный комфорт по разумной цене [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа: <https://prohotel.ru/news-108553/0/>. – Загл. с экрана
69. Мировая практика. Как регулируется туризм в США [Электронный ресурс]. - 2017. – режим доступа: <https://atorus.ru/news/press-centre/new/39701.html>. – Загл. с экрана
70. Миф о китайской угрозе мешает развитию туризма в КР [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа: **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.** . – Загл. с экрана

71. Налог на основе патента для индивидуальной предпринимательской деятельности по Аламудунскому району [Электронный ресурс]. - 2024. - Режим доступа: https://sti.gov.kg/stsStorage/websti/2023/11/24/stidocument_df15dcf2-5c9d-4f66-9b8f-22bb3a770556.pdf. – Загл. с экрана
72. Национальная программа развития Кыргызской Республики до 2026 года [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://www.gov.kg/ru/programs/16>. – Загл. с экрана
73. **Нескоромных В. В.** Оптимизация в геологоразведочном производстве [Текст]: учеб. пособие / В. В. Нескоромных. - М.: ИНФРА-М; Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2015. – 199 с.
74. **Низамиев А. Г.** Туризм Кыргызстана: социально – экономические аспекты [Текст] / А. Г. Низамиев. - Ош.: Вега, 2005. – 208 с.
75. Онлайн брондоо платформасы [Электрондук ресурс]. – 2023. – Кируу режими: <https://booking.com>. – Загл. с экрана
76. Организация и управление гостиничным бизнесом [Текст]: учебник / под ред. А. Л. Лесника, А. В. Чернышева. – М.: Издательский дом “Альпина”, 2001. – 238 с.
77. **Орлов А. И.** Менеджмент. [Текст]: учебник / А. И. Орлов. М.: Издательство "Изумруд", 2003. - 298 с.
78. **Орозова Г. Ж.** Кыргызстандын улуттук маданияты: Байыркы доордон 19-кылымдын аягына чейин [Текст] / Г. Ж. Орозова. – Бишкек.: КАУ, 2010. -132 б.
79. Отели с самыми маленькими номерами в мире [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://supersmall.ru/top-7-oteley-s-samyimi-malenkimi-ponerami-v-mire/>. – Загл. с экрана
80. О чем говорят звезды? [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа: <https://www.tazabek.kg/news:1362686>. – Загл. с экрана
81. **Перельман М. А.** Инновационное управление ресторанно-гостиничным бизнесом [Текст]: дис. на соис. уч. степени к. э. н.: 08. 00. 05 / М. А. Перельман – Москва, 2003. – 145 с.

82. Положение о Единой государственной системе классификации коллективных средств размещения в КР [Электронный ресурс]. -2008. – Режим доступа: <https://cbd.minjust.gov.kg/300943/edition/433607/ru> . – Загл. с экрана
83. **Попруга В.** Оценка горнолыжного туризма в Кыргызстане [Текст] // Мировая наука. - 2018. - №12 (21).
84. Помощник предпринимателя в сфере стандартизации, метрологии и сертификации [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://www.pompred.ru> . – Загл. с экрана
85. Портал для профессионалов гостиничного и ресторанного бизнеса [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа: <http://prohotelia.com> . – Загл. с экрана
86. Портал онлайн зачисления в учебные заведения КР [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа: https://2020.edu.gov.kg/statistics/report_UF. – Загл. с экрана
87. Почему в Бишкеке не выгодно открывать рестораны и гостиницы [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа: <https://vesti.kg/zxc/item/55167-pochemu-v-bishkeke-nevygodno-otkryvat-restorany-i-gostinitsy.html>. – Загл. с экрана
88. Программа Правительства Кыргызской Республики развития сферы туризма на 2019-2023 годы [Электронный ресурс]. - 2023. – режим доступа: <https://www.gov.kg/ru/programs/11>. – Загл. с экрана
89. **Расулова Н. К.** О необходимости развития региональных гостиниц Кыргызстана [Текст] / Н. К. Расулова // Наука и новые технологии. – 2011. – № 2. – С. 173-178.
90. **Расулова Н. К.** Совершенствование организации и управления гостиничной индустрии в Кыргызской Республике [Текст]: дис. на соиск. уч. степени к. э. н. 08. 00. 05 / Н. К. Расулова. – Бишкек, 2013. – 205 с.

91. **Расулова Н. К.** Развитие малого и среднего бизнеса в гостиничной индустрии Кыргызстана [Текст] / Н. К. Расулова, Г. К. Байжанова // Экономика. Управление. Образование. – 2015. – № 2. – С. 130-134.
92. Рейтинг самых загрязненных крупных городов в режиме реального времени [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа: <https://www.iqair.com/ru/world-air-quality-ranking> . – Загл. с экрана
93. **Роганская Н. И.** Сбалансированная система показателей как инструмент управления организацией [Текст] / Н. И. Роганская, С. И. Роганская / Актуальные проблемы экономики и менеджмента: сб. материалов межвузовской научно-практической конф. – Омск, 2017. – С. 105-109.
94. **Романенко А. И.** К анализу современного состояния рынка гостиничных услуг в Краснодарском крае [Текст]: / А. И. Романенко, А. Д. Челидзе, Н. Т. Шамкова // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы: сборник научных трудов X Международной научно-практической конференции №10. – Ч. 2. – Москва, МГИИТ им. Ю. А. Сенкевича, 2017. – С. 139-148.
95. Российский сайт торговли, бизнеса, товароведения и экспертизы [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://znaytovar.ru>. – Загл. с экрана
96. **Рубаник А. Н.** Технологии въездного туризма [Текст] А. Н. Рубаник, Д. С. Ушаков. – 2-е изд., исп. – Ростов н/Д: Изд. центр «МарТ», 2010. – 384 с.
97. **Савельевич С. В.** Организация международного туризма [Текст] / С. В. Савельевич. - Москва: "Финансы и статистика". - 2003. - 118 с.
98. Сельскохозяйственный и фермерский бизнес [Электронный ресурс]. 2017. – Режим доступа: <http://www.landwirt.ru>. – Загл. с экрана
99. **Сергиевская Н. В.** Влияние стилей руководства на эффективность деятельности трудового коллектива [Текст] / Н. В. Сергиевская // Экономические и управленческие технологии XXI века: теория и практика, подготовка специалистов: сб. мат. всероссийской методической и научно-практической

- конференции имени доктора экономических наук, профессора Т. Р. Терёшкиной. - Санкт-Петербург, 2022. – С. 107-111.
100. **Семенова И.** История менеджмента [Текст] / И. Семенова. - Москва: Юнити-Дана 1999. - 199 с.
101. Система классификации гостиниц РФ [Электронный ресурс]. 2019. – Режим доступа: <http://expertresort.ru> . – Загл. с экрана
102. Сколько отелей в мире и где больше всего “пятизвездников” [Электронный ресурс]. 2019. – Режим доступа: <http://surl.li/upljzj>. – Загл. с экрана
103. **Славин Б. Б.** Современные формы гибких систем управления организациями в России [Текст] / Б. Б. Славин // Управленческие науки. – № 12 (4). - Москва, 2022. – С. 48 – 62. DOI: 10. 26794/2304-022X-2022-12-4-42-62
104. Метрология, Стандартизация и Сертификация [Текст]: учебник для ВУЗов / А. С. Сигов, В. И. Нефедов, В. К. Битюков и др. – Москва: "ФОРУМ", 2008. - 624 с.
105. Собственник Корстон-Казань внедрил в отеле холократию [Электронный ресурс]. - 2024. – Режим доступа: <https://www.frontdesk.ru/news/sobstvennik-korston-kazan-vnedril-v-otele-holakratiyu>. – Загл. с экрана
106. Санариптик өнүктүрүү министрлиги жөнүндө [Электрондук ресурс]. – 2024. – Кируу режими: <https://digital.gov.kg/ky/about/>. – Загл. с экрана
107. **Сукоркин А. А.** Особенности формирования имиджа гостиничного предприятия [Текст] / А. А. Сукоркин, Т. Е. Одаренко // Таврический научный обозреватель. – 2016. - № 11-1 (16). - С. 277-279.
108. **Султанов Ж. М.** Этнотуризмди өнүктүрүүдө улуттук баалуулуктардын мааниси [Текст] / Ж. М. Султанов А. Г. Низамиев К. Т. Самиев // ЖАМУнун Жарчысы. – 2021. - №4. – Б. 199-203
109. **Султыгова Х. М.** Колесо жизненного баланса: практический аспект гармонизации сфер жизни человека [Текст] / Х. М. Султыгова, С. А. Петров //

Инновационное управление персоналом: сб. матер. X междунар. кадрового форума им. А. Я. Кибанова. - Москва, 2019. - С. 195-198.

110. **Турдумамбетов Б.** Проблемы и перспективы развития туризма в горных условиях Кыргызской Республики [Текст] / Б. Турдумамбетов. - Бишкек, 2005. - 175 с.

111. **Турдумамбетов Б.** Итоги туристического сезона 2011 и «старые» проблемы отрасли [Текст] / Б. Турдумамбетов // *Reforma*. – 2012. - № 2(54). – Б. 50-53.

112. **Турдумамбетов Б.** Как открыть отель в Кыргызстане и Турции: сравнительный анализ истории развития сектора и организационно - правовых аспектов [Текст] / Б. Турдумамбетов, И. Гундогду, А. Исмаилова // *Manas Journal of Social Studies*. – 2017. - № 6 (5) – С. 179-194 .

113. Туризм в Кыргызстане, Национальный статистический комитет Кыргызской Республики за 2019-2023 годы [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://stat.kg/kg/publications/sbornik-turizm-v-kyrgyzstane/>. – Загл. с экрана

114. **Удалов Д. Э.** Организационно-правовые нормы, регулирующие отдельные виды туризма [Текст]: / Д. Э. Удалов // *Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы: сборник научных трудов X Международной научно-практической конференции №10. – Ч. 2. – Москва, МГИИТ им. Ю. А. Сенкевича, 2017. – С. 385-397.*

115. **Ускова Т.** Социально-экономический ресурс туризма [Текст] / Т. Ускова, В. Орлова, Л. Дубиничева. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2011. – 182 с.

116. **Ушаков Д. С.** Стратегическое планирование в туризме [Текст] / Д. С. Ушаков. - Ростов на Дону: Феникс, 2007. - 286с.

117. **Хаванова Н. В.** Туризм как особый вид экономической деятельности и его влияние на развитие региона [Текст] / Н. В. Хаванова, С. К. Бокарев, А. А. Бахвалов // *Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса*. – 2021. - № 15 (2). С. 81-94.

118. Цифровой туризм [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://youtube.com/playlist?list=PLMi3cAj2tpBzyzuFe6WCg20P9kAuDh5SZ>. –

Загл. с экрана

119. Чижкова О. Инвестиции в гостиничный бизнес окупаются долго, но надежно. Выгодно ли строить отели в Москве? [Электронный ресурс]. – 2018. –

Режим доступа: <http://rusturinvest.ru/article/investicii-v-gostinichnyy-biznes-okupayutsya-dolgo-1195.html>. – Загл. с экрана

120. **Чодураев Т. М.** Опыт внедрения аспектов Циркулярной экономики в устойчивую строительную среду [Текст] / Т. М. Чодураев, Ч. М. Садыкова, Э. Т. Токторалиев [и др.] // Вестник Кыргызского государственного университета имени И. Арабаева. – 2023. – № 1. – С. 24-31.

121. **Чонтоев Д. Т.** Основные приоритетные направления развития горного туризма Кыргызской Республики и особенности их регулирования [Текст] / Д. Т. Чонтоев // Вестник КазНУ. – 2013. - №1 (36). – С. 72-74

122. **Чонтоев Д. Т.** Основные направления развития экологического туризма на биосферной территории «Ысык-көл» [Текст] / Д. Т. Чонтоев, М. К. Абыкеева // Вестник ИГУ. – 2006. - № 16. - С. 5-9.

123. **Чубурова Ж. Т.** Индикаторы устойчивого развития туризма [Текст] / Ж. Т. Чубурова, М. Д. Кочкорбаева // Наука, новые технологии и инновации Кыргызстана. – 2019. – № 11. – С. 97-104.

124. **Чубурова Ж. Т.** О некоторых направлениях устойчивого развития туризма в Кыргызстане [Текст] / Ж. Т. Чубурова, К. Т. Бердибаева, К. Джакыпова // Вестник КЭУ. – 2020. – № 1(48). – С. 55-57.

125. **Шаханова А. М.** Развитие въездного туризма в Республике Казахстан [Текст] / А. М. Шаханова // Известия вузов Кыргызстана. – 2017. - №9. - С. 74-76.

126. **Щелконогов А. В.** Роль и место гостиничной индустрии в структуре туризма [Текст] / А. В. Щелконогов // Актуальные вопросы экономических наук. 2010. - №15-2. – С. 246-250

127. **Штеле Е. А.** К вопросу о понятии “эффективность” [Текст] / Е. А. Штеле, О. Б. Вечерковская // Экономический анализ: теория и практика. – 2017. - №16 (5). – С. 935–947.
128. Жарлыкка ылайык жаңы парк [Электрондук ресурс]. – 2022. – Эркин тоо. Кирүү режими: <https://erkin-too.kg/zharlykka-ylajyk-zha%D2%A3y-park/> . – Загл. с экрана
129. 2018-2040 – жылдары Кыргыз Республикасын өнүктүрүүнүн улуттук стратегиясы [Электрондук ресурс]. – 2020. – Кирүү режими: <https://mfa.gov.kg/kg/zhogorku-menyu/tyshky-sayasat/gosudarstvennye-programmy/2018-2040-zhyldary-kyrgyz-respublikasyn-nktrnn-uluttuk-strategiyasy>. – Загл. с экрана
130. **Arionesei G.** Tourism Today: Why is it a global Phenomenen? [Electronic resource] [Text] // International Conference Sustainable Development in Conditions of Economic Instability. – 2014. – Т. 240. – С. 248. - Access mode: **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки..** – Загл. с экрана
131. **Akgöz E.** Otel İşletmeciliği: Düşünceden uygulamaya [Text] / E. Akgöz. - Ankara: İlksan Matbaası. – 2013. 171 s.
132. **Akgöz E.** Yöresel Yemeklerin Sürdürülebilir Turizme Etkisi: Kirgiz Mutfağı Örneği [Text] / E. Akgöz, K. Asanova, K. Aşkanbeava // *Diyalektolog*. - 2018. – No:19. – S. 423-436.
133. **Akgöz E.** Turizm İşletmelerinin Etkin Kullanimlerinin Multimoora Tekniğiyle Yillara Göre Karşılaştırılması [Text] / E. Akgöz, N. Margazieva, K. Asanova // Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.– 2020. – No:39. - S. 49-60.
134. **Akgöz E.** Akıllı Otel Endeksine Göre Bişkek’teki Otellerin Sıralanması [Text] / E. Akgöz, K. Asanova, A. Aidarbek kyzy // Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi. – 2021. – No: 1(1). – S. 13-29.
135. **Akgöz E.** Konaklama Sektöründe Stres Kaynaklari Ve Strese Karşı Mücadele Etmeye Yönelik Bir Araştırma [Text] / E. Akgöz, S. Şalvarci, N. Margazieva, K.

Asanova // Journal of Global Tourism and Technology Research. – 2021. – No:2(1). – S. 11-25.

136. **Akgöz E.** Kırgızistan Turizm İşletmeleri ile Mesleki İlişkileri Araştırma ve Geliştirmeye Yönelik Bir Araştırma [Text] / E. Akgöz, E. Tengilimoğlu, K. Asanova, İ. Gündoğdu // Türk Turizm Araştırmaları Dergisi. – 2023. - No:7(3). – S. 372-384.

137. **Akyıldız H.** Verimlilik Ücret İlişkisinin Analizi [Text] / Akyıldız H., Karabıçak M. // S. Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. – 2002. – No:7 (2). S. 57-76.

138. **Ayhan G.** [Text] / G. Ayhan, Y. Dinç // Önbüro Operasyonları ve Yönetimi. - Ankara: Detay Yayıncılık. – 2006. 188 s.

139. Baytik Mountain Resort - все о грандиозном проекте в Чуйской области [Electronic resource]. - Access mode: <https://economist.kg/ekonomika/2023/07/13/gornolyzhnyi-kurort-baytik-mountain-resort-vsie-oghrandioznom-proiektie-v-chuiskoi-oblasti/> . – Загл. с экрана (12/02/2024)

140. Capsule hotel [Electronic resource]. – 2014. – Access mode: https://en.wikipedia.org/wiki/Capsule_hotel . – Загл. с экрана

141. Google Academy [Electronic resource]. – 2020. – Access mode: <https://scholar.google.com/> . – Загл. с экрана (15. 03. 2020)

142. **Çetiner E.** Konaklama İşletmelerinde Yönetim muhasebesi [Text] / Çetiner, E. – Ankara: Tutibay Yayınları, 1995. - 420 s.

143. **Çiçek M. A.** Otel işletmelerinde yönetim [Text] / Çiçek, M. A. - Ankara: Sözkese Matbaacılık, 2013. - 326 s.

144. **Deale C.** Three Countries, Three Universities, and One Tourism Class [Text] / C. Deale. A. Delgado, K. Asanova // International Society of Travel and Tourism Educators. - USA Charlotte North Carolina, 2015. – P. 9 – 14.

145. **Deale C.** Working With Whatsapp: A Case Study Of Its Use In Crosscultural Education Focusing On Tourism And Leadership [Text] / C. Deale, K. Asanova // Bishkek: Reforma, 2018. - No:1 (77), - P. 48-54.

146. Dünya otel haritasında Türkiye 12. sırada [Electronic resource]. – 2019. – Access mode: <https://www.gmdergi.com/guncel/dunya-otel-haritasinda-turkiye-12-sirada/> . – Загл. с экрана (19. 06. 2024)
147. Elsey E. The complete guide to the wheel of life [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.thecoachingtoolscompany.com/wheel-of-life-complete-guide-everything-you-need-to-know/> . – Загл. с экрана (11/02/2024)
148. **Erdem B.** Kırgızistan konaklama sektöründe İnsan kaynakları profili araştırması [Text] / B. Erdem, B. Gülcan, K. Asanova, N. Margazieva // Manas Journal of Social Studies. – 2015. – No:4 (3)/ - 69-92 s.
149. **Erdem B.** The profile of human resources in hotel establishments: a research in Issyk-Kul and Osh regions of Kyrgyzstan [Text] / B. Erdem, K. Asanova // Вестник КЭУ. – 2016. - № 3 (37). – P. 257-262.
150. **Erdem B.** Tourism Supply And Demand Analysis In Kyrgyzstan [Text] / B. Erdem, N. Margazieva, K. Asanova, İ. Gündoğdu // III эл аралык түрк дүйнөсү туризм симпозиуму материалдарынын жыйнагы. – 2017. – S. 413-427.
151. Ghaziasgar S. M. What are the Management Style? How Management Style Can Lead to Efficiency in Workplace? [Electronic resource]. - Access mode: www.researchgate.net/publications/351127664 . – Загл. с экрана (14. 02. 2022)
152. Global & Tourism Catapults Into 2023 Says WTTC [Electronic resource]. - Access mode: <https://wttc.org/news-article/global-travel-and-tourism-catapults-into-2023-says-wttc> . – Загл. с экрана (10. 09. 2024)
153. **Gündoğdu İ.** Customer Satisfaction in Hostel Businesses: The Case of Bishkek / Kyrgyzstan [Text] / İ. Gündoğdu, K. Asanova // 24th International Turkish Cooperative Congress, 2022. – P. 65.
154. **Gulcan B.** Kırsal Turizmde Alternatif Bir Konaklama Birimi Olarak Bozüy [Text] / B. Gulcan, N. Margazieva, K. Asanova // I международный симпозиум туризма тюркского мира. - Turkey, 2015. - P. 827-841.
155. **İçöz O.** Turizm ekonomisi [Text] / O. İçöz, M. Kozak. - Ankara: Turhan Kitabevi, 2002. – 326 s.

156. **İnce C.** Gastronomi turizmi kapsamında yaşayan Kırgız mutfağının farkındalık düzeyi: Üniversite öğrencileri örneği [Text] / C. İnce, G. Samatova // Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 2018. – No: 6(2). - S. 369-386.
157. **İnce C.** Kirgizistan Gastronomi Haritası [Text] / C. İnce, T. Gök, G. Samatova, N. Turganbayeva // Safran Kültür Ve Turizm Araştırmaları Dergisi, 2020. – No:3(3), 360-382 s.
158. International Tourism Highlights [Electronic resource]. – 2020. - Access mode: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152> . – Загл. с экрана (23. 07. 20)
159. International tourism receipts worldwide from 2006 to 2022 [Electronic resource]. – 2024. – Access mode: <https://www.statista.com/statistics/273123/total-international-tourism-receipts/> . – Загл. с экрана (01. 03. 24)
160. Japan capsule hotels [Electronic resource]. – 2018. – Access mode: <https://www.tourism-review.com/travel-tourism-magazine-japan-capsule-hotels-are-perfect-not-only-for-businessmen-article2628> . – Загл. с экрана (26. 07. 2018)
161. **Kaplan R. S.** The balanced scorecard [Text] / R. S. Kaplan, D. P. Norton // Measures that drive performance. Harvard Business Review. 1992. - No:70 (1). - P. 71-79.
162. **Kızanlikli M. M.** An assessment of eco hotel practices and green marketing perceptions: An eco-labelling model proposal for hotels in Kyrgyzstan [Text] / M. M. Kızanlikli, N. K. Margazieva, K. T. Asanova, İ. Gündoğdu // Journal of Cleaner Production. – 2023. – T. 420. (138438) – P. 1 - 12.
163. **Kobu B.** Üretim Yönetimi [Text] / B. Kobu // İstanbul. 1996. - 607 s.
164. Kokaisl P. The lifestyles and changes in culture of Afghan Kyrgyz and Kyrgyz in Kyrgyzstan [Text] / P. Kokaisl // Asian Ethnicity, 2013. – No: 14(4), P. 407–433. – Access mode: <https://doi.org/10.1080/14631369.2012.691369>
165. **Kozak N.** Otel işletmeçiliği: Kavramlar – Uygulamalar [Text] / Kozak, N. – Ankara: Ender Matbaası, 1998. – 256 s.

166. **Kozak N.** Otel İşletmeciliği [Text] / N. Kozak, M. Kozak, M. Azaltun, A. Sokmen. - Ankara: Detay Yayıncılık, 2002. – 256 s.
167. **Kurgun H.** Odalar bölüğü Yönetimi [Text] / H. Kurgun. - Ankara: Detay Yayıncılık, 2010. – 240 s.
168. MBA Knowledge Base [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.mbaknol.com/management-case-studies/tescos-steering-wheel-a-tool-for-strategic-value-creation-and-business-transformation/> . – Загл. с экрана (11/02/2024)
169. **Medlik S.** Otel İşletmeciliği [Text] / S. Medlik // Bursa: Nobel Akademik Yayıncılık, 1997. – 254 s.
170. **Oktay K.** Kırgızistan ve Türkiye konaklama sektörü analizi [Text] / K. Oktay, B. Gülcan, C. Tokmak, K. Asanova, N. Margazieva // Uluslararası Düünden Bugüne Türkiye-Kırgızistan ilişkileri sempozyumu. – Kastamonu, 2015. – P. 46-67.
171. **Olalı H.** Otel İşletmeciliği [Text] / Olalı, H., & Korzay, M. - İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım, 1993. – 418 s.
172. Open acesse theses and dissertation [Electronic resource]. – 2024/ - Access mode: <https://oatd.org/> . – Загл. с экрана
173. **Oral S.** Otel İşletmeciliği ve Otel Verimlilik Analizleri [Text] / S. Oral. - Ankara: Detay Yayıncılık, 2005. – 470 s.
174. Otel işletmelerinde yönetim [Текст] / M. Kozak, M. Fermani, N. Güçlü, D. Çiçek. - Ankara: Detay yayıncılık. - 2013. – 326 s.
175. **Otunchieva A.** The Transformation of Food Culture on the Case of Kyrgyz Nomads - A Historical Overview [Electronic resource] / A. Otunchieva, J. Borbodoev, A. Ploeger // Sustainability. - 2021, 13(15), P. 8371. – Access mode: <https://doi.org/10.3390/su13158371> . – Загл. с экрана
176. R-keeper, автоматизация управления [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа <http://rkeeper.kg> . – Загл. с экрана (01.02.24)
177. Revenue of the hotels market worldwide from 2019 to 2028 [Electronic resource]. – 2024. – Access mode: <https://www.statista.com/forecasts/891187/revenue-in-the-hotels-market-worldwide> . – Загл. с экрана (26/01/2024)

178. **Sormaz Ü.** Evaluation of the gastronomy tourism potential of Bishkek within the scope of sustainable tourism with SWOT analysis [Text] / Sormaz, Ü., Kidiraliyev, N., Turdubekova, S., Turganbayeva, N., Isakova, D., & Samatova, G. // Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi, - 2023. - № 3 (2). - S. 137-154
179. **Şener B.** (2001). Konaklama işletmelerinde ön büro yönetimi [Text] / Şener B. -Ankara, Detay Yayıncılık, 2001. - 411 s.
180. **Şenol F.** Kırgızistan turizminin geliştirilmesinde marka ve imaj algısının önemi [Text] / F. Şenol. K. Asanova // Вестник БГУ. - 2014. - №2 (32). – S. 328 – 333.
181. **Şenol F.** Konaklama işletmeleri için tasarımın önemi: Kırgızistan - Bişkek otellerinde bir araştırma [Text] / F. Şenol, K. Asanova, Ş. Şenol // Вестник БГУ. - 2015. - №4 (30). – S. 267 – 271.
182. **Şenol F.** Konaklama Sektöründe İstihdam Edilen Önbüro Personelinin Kariyer Beklentileri: Bişkek Otellerinde Bir Araştırma [Text] / F. Şenol, K. Asanova, Ş. Yılmaz // 7th International Congress on Entrepreneurship (ICE 2016) Proceedings. - Bishkek, 2016. – P. 250-265.
183. Strategy. Kyrgyzstan review [Electronic resource]. – 2013. – Access mode: <http://rus.gateway.kg/content/strategy/nprs/94> . – Загл. с экрана (08. 04. 2013)
184. **Taşkın E.** Otel İşletmelerinde Yiyecek Maliyetlerinin Kontrolü ve Azaltılması [Text] / E. Taşkın // Balıkesir: Yayınlanmamış Doktora Tezi, 1997. – 178 s.
185. **Tayfun A.** İşletmeler için turizm yatırım potansiyelinin belirlenmesi: Kırgızistan örneği [Text] / A. Tayfun, E. Akgöz, N. Margazieva, K. Asanova // İşletme Araştırmaları Dergisi. – 2020. - №12(1). – S. 693-704.
186. **Thapa B.** Guest reasons for choosing homestay accommodation: an overview of recent researches [Text] / B. Thapa, D. Malini // Asia Pacific Journal of Research. – 2017. – Vol: I. - Issue LV – P. 169-175.
187. The Balanced Business Wheel [Electronic resource]. – 2024. – Access mode: <https://yourplanningpartners.com/the-balanced-business-wheel/> . – Загл. с экрана (11/02/24).

188. **Tokmak C.** Termal Turizmin Geleneksel Kullanımı: Kırgızistan Örneği [Text] / C. Tokmak, K. Asanova // I международный симпозиум туризма тюркского мира. –Kastamonu. - 2015. - S. 149 – 162.
189. Turan B. Standartlar ve standardizasyon [Electronic resource]. – 2014. - Access mode: <http://web.bilecik.edu.tr/bulent-turan/files/2014/11/std.pdf> . – Загл. с экрана
190. Turizm Teşvik Kanunu [Electronic resource]. – 2024. - Access mode: <http://mevzuat.gov.tr> . – Загл. с экрана
191. Ulusal Tez Merkezi [Electronic resource]. – 2021. – Access mode: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> . – Загл. с экрана (01.05.2019)
192. UNWTO. International tourist arrivals could fall by 20-30 % in 2020 [Electronic resource]. – 2020. - Access mode: <https://www.unwto.org/news/international-tourism-arrivals-could-fall-in-2020> . – Загл. с экрана
193. Vesti finance [Electronic resource]. – 2014. – Access mode: <http://www.vestifinance.ru/articles/40467> . – Загл. с экрана (27.05.2014)
194. **Wang S.** Residents’ Perceptions of Cultural Tourism And Quality of Life [Text] / S. Wang, Y. Fu, A. Cecil, S. Avgoustgs // Tourism Today. – 2006. – No 47 (61). – S. 49- 50.
195. WTTC. Economic impact research [Electronic resource]. – 2023. – Access mode: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact> . – Загл. с экрана (30.08.2023)