

**К. КАРАСАЕВ АТЫНДАГЫ БИШКЕК МАМЛЕКЕТТИК
УНИВЕРСИТЕТИ**

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

КИРИШҮҮ	4
Биринчи бап. МЕЙМАНКАНА БИЗНЕСИН БАШКАРУУНУН ТЕОРИЯЛЫК - МЕТОДИКАЛЫК НЕГИЗДЕРИ	
1.1. Мейманканаларды башкаруунун илимий-теориялык негиздери.....	12
1.2. Мейманканаларды башкаруунун методдору	19
1.3. Мейманканаларды башкаруунун эл аралык тажрыйбасы	28
Экинчи бап. БИШКЕК ШААРЫНЫН МЕЙМАНКАНА БИЗНЕСИН ӨНҮКТҮРҮҮНҮН АБАЛЫ	
2.1. Мейманканалардын учурдагы абалы жана өнүгүү тенденциясы	43
2.2. Мейманканаларды тейлөөнү башкаруунун абалы жана көйгөйлөрү	55
2.3. Мейманканаларда улуттук баалуулуктардын өнүгүшү	71
Үчүнчү бап. БИШКЕК ШААРЫНЫН МЕЙМАНКАНА БИЗНЕСИН ӨНҮКТҮРҮҮНҮ БАШКАРУУНУН БАГЫТТАРЫ	
3.1. Мейманкана бизнесин өнүктүрүүнүн келечеги	85
3.2. Мейманкана бизнесин башкарууну жакшыртуунун жолдору	90
3.3. Мейманкана бизнесинин “Байтик” иштиктүү долбоору	105
КОРУТУНДУ	124
ПРАКТИКАЛЫК СУНУШТАР	127
ТИРКЕМЕЛЕР	129
КОЛДОНУЛГАН БУЛАКТАР	149

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 экономиканын эң тез өнүккөн секторлорунун катарында орун алып, дүйнөлүк экономиканын 10,4% түзсө, жер шарындагы ар он кишинин бири бул индустрияда эмгектенет [196]. 2019-жылы туризмден түшкөн киреше дүйнө боюнча 1,5 трлн. АКШ долларына жакындаса, пандемияда 3 эсе азайып, 2023 – жылы 1,532 трлн. долларга чыккан [162]. Дүйнөлүк туризм жана саякат кеңешинин (WTTC) маалыматы боюнча 2033-жылы туризм тармагынын ИДПдагы көлөмү 15 трлн. АКШ долларды түзүп, дүйнө боюнча иштегендердин саны 430 млн. кишиге жетип, эмгекке жарамдуу калктын 12% иш менен камсыз кылынат [155]. Учурда туризм тармагы дүйнөлүк экспорттун көлөмү боюнча химия менен күйүүчү май категориясынан кийинки үчүнчү орунду ээлеп, автоунаа менен тамак-аш өндүрүшүн артта калтырган [161, 8-б.]. Түрдүү кырк бир секторду камтыган түзүмү [171] менен экономиканын элүү төрт тармагынын өнүгүүсүнүн катализатору катары каралган туризм [191] саякатка чыккан адамдардын бардык муктаждыктарын канааттандыруучу бүтүндүккө ээ болуп [146, 70-б.], XXI кылымдын эң ири телекоммуникация жана информация кызмат секторлорунун алдына чыккан [121, 81-б., 181, 328-б.].

Ал эми мейманкана бизнеси туризм тармагын өнүктүрүүдө олуттуу орунду ээлеп, туризмден түшкөн кирешенин 68%ын жана тармактагы бардык жумуш орундарынын 65%ын камтып [79, 12-б] ар туристтин каражатынын жана убактысынын 30%дан ашууну мейманканаларга жумшалгандыгы ДТУ тарабынан баса белгиленет. Бизнесин мындай түрү меймандостук, тамак-аш жана турак жайларды ижарага алуу чөйрөсүндө тейлөө көрсөтүү менен байланышкан коммерциялык ишканалардын тутумун камтыйт. Мунун түпкү максаты жалпы эле келген коноктордун, анын анын ичинде туристтердин керектөөлөрүн канааттандыруу, комфорттун жогорку деңгээлин камсыздоо жана тейлөөнүн ушул түрүн көрсөтүү аркылуу киреше табуу болуп саналат.

Жылына 2 миллионго жакын чет элдик туристтерди тартуу, ошондой эле 400-500 миллион АКШ долларга чейин киреше табуу мүмкүнчүлүгү Кыргыз Республикасынын өнүктүрүү стратегиясында чагылдырылса, Низамиев А. Г. өлкөнүн туризм потенциалы 4 миллиондон кем эмес [77, 96-б.] болгондугун эсептеп чыккан. Бишкек шаары барган сайын кеңейип, натыйжада келген туристтердин саны жыл өткөн сайын арбып жатат. 2023-жылдын маалыматы боюнча республикага алыскы чет мамлекеттерден 52,9% жана КМШ өлкөлөрүнөн келген туристтердин 29,5% Бишкектин үлүшүнө туура келген. Ал эми Бишкек шаарынын мейманкана бизнесинин өсүү динамикасы жалпы республикалык көрсөткүчтөрдөн эки эседен көп болгону аныкталган. Көрүнүп тургандай туризмдин өнүгүшүнө шаарда жайгашкан мейманканалардын мааниси улам барган сайын артылып жатат. Ушундан улам келечекте мейманкана бизнесинин натыйжалуулугун жогорулатуу, уюштурулушун бир нукка салуу, башкаруу чөйрөсүн кыйла жакшыртуу боюнча бир катар көйгөйлөрү келип чыгууда. Мындай келип чыккан жагдай өз кезегинде диссертациянын изилдөө темасынын өтө актуалдуулугун, анын максаттарын жана негизги милдеттерин толук ырастайт.

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 [130, 249-б.] бул жаатта жасалган илимий изилдөөлөр талдалып, мисалы, мейманкананы башкаруу жаатындагы илимий эмгектердин саны Россиянын “Диссертациялар менен авторефераттардын илимий электрондук китепканасында” эки миңден ашканы аныкталды. 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 концептуалдык негизин түзүүчү, эларалык, ошондой эле улуттук деңгээлде колдонулган теоретикалык, методикалык жана прикладдык аспекти чет элдик төмөнкү окумуштуулардын эмгектеринде изилдөө жүргүзүлгөн: Akgöz, E. (2018), Erdem, B. (2015), Tayfun, A. (2020), Kızanlıkı, M. (2023), Kozak, N. (2002), 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.

Кыргыз Республикасынын туризми жана мейманкана бизнеси Атышов К. А. (2024), Чонтоев Д. Т. (2013), Низамиев А. Г. (2021), Бекбоева М. А. (2015), Дудашвили С. Д. (2001), Чубурова Ж. Т. (2020), Расулова Н. К. (2013), Сариева Ш. К. (2015), Джумалиева Г. М. (2019), Султанов Ж. М. (2021), Турдумамбетов Б. (2017), Маргазиева Н. К. (2008), Жениш Н. (2017) Бабосюк А.В (2022), Токторов А.А (2022) ж.б. окумуштуулардын илимий эмгектеринде кеңири чагылдырылган.

Акыркы жылдары Кыргыз Республикасынын туризм жана мейманкана бизнеси боюнча илимий изилдөөр салыштырмалуу кеңейип жаткандыгына карабастан, мейманканаларды башкаруу боюнча чыгарылган илимий эмгектер, айрыкча Бишкек шаары боюнча өтө эле сейрек экендигин белгилөөгө болот. Мейманкана бизнесин башкарууну жакшыртуу жана натыйжалуулугун жогорулатуу боюнча республикада илимий изилдөөлөр дээрлик жүргүзүлбөгөндүгү, ошондой эле бул багыттагы иштерде ирээттүүлүктүн жана комплекстүүлүктүн жетишсиздиги өз кезегинде диссертациялык изилдөөнүн темасынын өтө актуалдуулугун, анын максаттарын жана негизги милдеттерин толук ырастайт.

Диссертациянын темасынын артыкчылыктуу илимий багыттар, ири илимий программалар (долбоорлор), ошондой эле билим берүү жана

илимий мекемелер тарабынан жүргүзүлүп жаткан негизги изилдөө иштери менен байланышы. Диссертациялык иш “2018-2040-жылдары Кыргыз Республикасын өнүктүрүүнүн улуттук стратегиясы” (31 октябрь 2018ж. УП № 221), “2025–2030-жылдарга туризмди туруктуу өнүктүрүү программасы” (18-декабрь 2024 ж., Токтом № 765), “Кыргыз Республикасынын 2026-жылга чейин улуттук өнүктүрүү программасы”, “Кыргыз Республикасынын Өкмөтүнүн 2019-2023-жылдарга туризм чөйрөсүн өнүктүрүү программасы” (31 январь 2019ж. Токтом №36) жана 2021 - 2025 ж. кышкы туризмди туруктуу өнүктүрүү (Helvetas) эл аралык долбоору менен тыгыз байланышкан.

Изилдөөнүн максаты жана милдеттери. Бишкек шаарынын мейманкана рыногун өнүктүрүү, алардын натыйжалуулугун жогорулатуу, башкаруу процесстерин жөнгө салуу жана келечектүү багыттарын экономикалык нукта негиздүү иштеп чыгуу менен теориялык-методикалык жактан, ошондой эле практикалык сунуштарды даярдоо болуп саналат. Мындай максатка жетүү үчүн илимий иште төмөнкүдөй милдеттер коюлган:

1. Туризм индустриясынын мейманкана секторундагы өнүгүүнүн илимий-теориялык негиздерине изилдөө жүргүзүү;
2. Мейманкана секторунун учурдагы өнүгүү тенденциясын ар тараптуу изилдөө;
3. Мейманканаларда туристтердин калуу мөөнөтүн узартууга көмөк көрсөтүүнүн багыттарын аныктоо;
4. Мейманканаларды башкарууну жакшыртуунун моделин түзүү;
5. Бишкектеги мейманкана бизнесин өнүктүрүүнүн келечектеги багыттарын иштеп чыгуу;
6. Мейманканалардын ишин уюштуруу жана башкаруунун моделин иштеп чыгуу;
7. Мейманкана секторунун алкагында иштиктүү бизнес - долбоорун сунуштоо.

Диссертациялык изилдөөнүн илимий жаңылыгы – туризмдин мейманкана секторун өнүктүрүү боюнча теориялык жоболор, методикалык жана практикалык сунуштар иштелип чыкты.

Изилдөөнүн жүрүшүндө төмөнкүдөй илимий натыйжалар алынды:

- туризм комплексинин алкагындагы мейманкана секторун өнүктүрүүнүн түпкү мааниси жана анын экономикадагы ээлеген орду теориялык жактан талданды;
- Бишкек шаарынын мейманкана секторунун потенциалдык мүмкүнчүлүгү, учурдагы өнүгүү тенденциялары, сапаттык көрсөткүчтөрү боюнча изилдөө жүргүзүлдү;
- мейманканаларда келген туристтердин калуу мөөнөтүн узартуу боюнча жүргүзүлгөн изилдөө иштеринин жыйынтыгы көрсөтүлдү;
- жергиликтүү калкты туризм жаатында ишке жайгаштырууну камсыздоо, ошондой эле уюштуруу системасын жеңилдетүү максатында “холократия” уюштуруу системасы мейманкана бизнеси үчүн иштелип чыкты;
- Бишкектеги мейманкана бизнесин өнүктүрүүнүн келечектеги багыттары негизги көрсөткүчтөрү 2030-жылга чейинки аралык боюнча иштелип чыкты;
- мейманканалардын ишин уюштурууну жана башкарууну баалоонун моделинин үлгүсү даярдалды;
- келечекте чет өлкөлүк туристтерди тартуу максатында капсул жана микро отелдери жана боз үй конушу категориясындагы мейманкана кызматтарын камтыган мейманкана комплексинин инвестициялык 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 ашырууга,

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, ошондой эле Кыргыз – Түрк Манас Университетинин Туризм факультетинин “Мейманкана ишмердүүлүгүн уюштуруу”, “Мейманканаларда кризисти башкаруу”, “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, ошондой эле 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 жиктелиши менен диверсификациялоосуна тиешелүү салым кошот. Ошондой эле, иштеп жаткан мейманкана комплекстеринин натыйжалуулугун жогорулатууда, социалдык-экономикалык маселелердин натыйжалуу чечилишине жана экологиялык жактан сезимталдыктын калыптануусуна да оң таасирин тийгизип, экономикалык жактан мааниси жогорулайт.

Диссертацияны коргоого коюлуучу негизги жоболору.

– татаалдыгы жана түрдүүлүгү жагынан өзгөчөлөнгөн, ошондой эле туризмдин олуттуу бөлүгүнө айланган мейманкана бизнесин башкаруунун негизги түшүнүктөрү боюнча комплекстүү жана системалаштырылган илимий көз караштар бир нукка салынып сунушталды;

- мейманкана ишканаларынын натыйжалуулугун жогорулатуу максатында “тең салмактуулук чамгарагы” аталыштагы усулу комплекстүү иштелип чыкты;
- келген туристтердин мейманканадагы калуу мөөнөтүн узартуу жолдору талдалып, аймактагы туристтик ресурстарды иликтөөнүн негизинде жаңы туристтик өндүрүмдөр иштелип чыгып сунушталды;
- Бишкек шаарынын мейманкана секторун келечекте өнүктүрүүнүн негизги көрсөткүчтөрүнүн 2030-жылга чейинки божомолу комплекстүү иштелип чыкты;
- мейманкана секторун өнүктүрүү боюнча бизнес модели иштелип чыгып, “холократия” уюштуруу системасы сунушталды;

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

Изилдөөнүн жыйынтыктарын апробациялоо. Диссертациялык изилдөөнүн жүрүшүндө 17 илимий макала чыгып, төмөнкүдөй 12 эл аралык жана республикалык конференция менен симпозиумдарда баяндоо жасалган: “I Эл аралык түрк дүйнөсүнүн симпозиуму” (Турция, 2015); “Континенттер арасы туризмди башкаруу” МТСОN’20 эл аралык конференциясы (Турция, 2020); “24 - Эл аралык түрк кооперативдер конгресси” (Кипр, 2022); “Экономикалык реалдуулуктун жаңы чакырыктары” конференциясы (Бишкек, 2023); “Түрк элдеринин салттуу спорт оюндарынын XII эл аралык симпозиуму” (Бишкек, 2023). Ошондой эле КАТО (тармактык ассоциация) жана Freedom мейманканасынан ишке ашыруу актылары алынган.

Диссертациянын жыйынтыктарынын басылмаларда чагылдырылышынын толуктугу. Диссертациянын негизги жоболору жана

натыйжалары ар кандай илимий, мезгилдүү 7 басылмаларда чагылдырылган. Алардын ичинен 2 макала КР ЖАК (РИНЦ КР) тарабынан сунушталган басылмаларда (импакт фактор 0,1), 1 макала Scopus индекстөө системасында жарыяланып, жалпы саны 123 балл.

Диссертациянын түзүмү жана көлөмү. Диссертациялык иш кириш сөздү, үч бөлүмдү, корутундуну, практикалык сунушту, пайдаланган адабияттардын тизмесин жана тиркемелерди камтып, 168 беттен, 25 таблицадан, 13 сүрөттөн, 196 библиографиялык тизмеден жана 12 тиркемеден турат.

Биринчи бап. МЕЙМАНКАНА БИЗНЕСИН БАШКАРУУНУН ТЕОРИЯЛЫК - МЕТОДИКАЛЫК НЕГИЗДЕРИ

1.1. Мейманканаларды башкаруунун илимий-теориялык негиздери

“Түтүнсүз өндүрүш” аты менен таанылган туризм индустриясынын 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 [33, 96-б.]. Ал эми экономикасы өнүккөн өлкөлөрдүн ички туристтик рыногу мамлекеттик бюджетке 30%дан 50%га чейин киреше алып келерин эл аралык тажрыйба көрсөтүүдө [39, 16-б.]. Ошондой эле 2030-жылы эл аралык туристтердин саны 1,8 млрд. чыгып, өнүгүп келе жаткан өлкөлөргө 1млрд. ашуун турист келээри [194] жана туризм тармагы дүйнөлүк экономиканын 116% ээ болоору божомолдонууда [32].

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 [177].

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 комплексттүү элементи болгонунан улам аны экономиканын өзүнчө бир тармагы катары каралуусу [94, 131-б.] да маал маалы менен сунушталат.

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; сапат менеджменти; ресурстук агымдарды башкаруу; меймандостук жана туризм индустриясын башкаруу; мейманкана комплексин жогорку стандарттык деңгээлде башкаруу, майнаптуу башкаруунун теориясы жана практикасы; анимациялык кызматтарды башкаруу; персоналды башкаруу; мейманкана бизнесиндеги антикризистик башкаруу; мейманкана бизнесиндеги башкарууну жана өнүгүү детерминанттарын жөндөө; мейманкана кызмат көрсөтүүлөрү чөйрөсүндөгү менеджмент тутумундагы сарптоолорду башкаруу; туристтик бизнестеги тобокелдиктерди 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; мейманкана ишмердүүлүгүнүн технологиясы; уюмдун менеджментинин майнаптуулугу; эл аралык атаандаштык жана артыкчылык; атаандаштыктын стратегиясы; меймандостукка киришүү; меймандостукту башкаруу сыяктуу олуттуу жана маанилүү маселелерди камтыйт.

Көрүнгөндөй, 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 [69, 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, башкарууда матрицалык, сызыктуу – штабдык жана дивизиондук уюштуруу түзүмдөрү болгону менен мейманкана ишмердүүлүгүндө үч гана уюштуруучулук-башкаруучулук түзүмү колдонулат: сызыктуу, функционалдуу жана сызыктуу-функционалдуу [42, 30-б.].

Мейманканадагы *сызыктуу башкаруу*, башка ишканалардагыдай эле, башкаруунун эң жөнөкөй формасы болуп эсептелинет (1.1-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 [36].



1.1-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 маркетингдун жана иш-чара уюштуруучусунун иштерин аткаrsa, официант өзүнүн түз милдеттерине кошумча жүк катары идиштин жана тамактануу жайынын тазалыгын жооптуу болот.

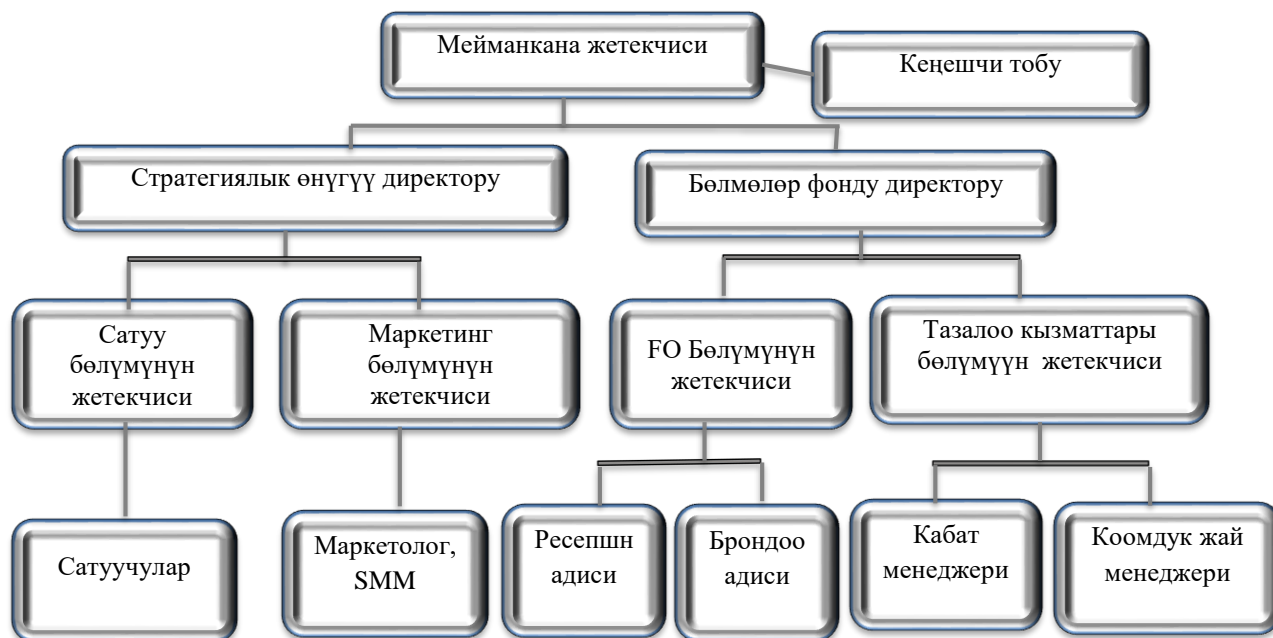
Учурда орто жана чоң мейманканалар *функционалдык башкаруу* формасынын тандоодо. Мындай башкарууда иштер адистешкен бөлүмдөр тарабынан, мисалы, маркетинг, каттоо жана жайгаштыруу, мерчемдөө (пландоо) же тазалоо бөлүмү сыяктуу [36; 42], аткарган функцияларына жараша түзүлгөн бөлүмдөр тарабынан жүзөгө ашырылат. Төмөндө функционалдык башкаруу системасынын уюштуруу түзүмү чагылдырылган (1.2 – сүрөт).



1.2-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 узаганы, ошондой эле өзгөрүүлөргө жай жана оор болгону [36] 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 (1.3 – сүрөт).



1.3 - сүрөт. Мейманкананын сызыктуу-функционалдык башкаруу түзүмү

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Көрүнүп тургандай мейманкана 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 [42; 43].

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, эл аралык аренага чыкканда контракт (келишим) боюнча башкаруу; франчайзинг келишими аркылуу башкаруу; ижарага алуу [42, 40-б.] сыяктуу башкаруу формалары активдүү рол ойноп баштаарын эске алуу зарыл.

Андан сырткары мейманкана бизнесинде акционердик коомдор (АК), биргелешкен ишкаалар (БИ), 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 [18, 16-б. ; 42, 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 экономикалык; уюштуруучулук-административдик; социалдык-психологиялык усулдарын бөлүп көрсөтүүгө болот [42, 45-б.].

Мейманкана бизнесинин ийгилигинин негизинде жогоруда көрсөтүлгөндөй түрдүү факторлор орун алганы талашсыз. Алардын арасында меймандостук модельдеринин дагы орду өзгөчө болгондугун баса белгилөө зарыл. Учурда мейманкана бизнесинде Европа, Азия, Америка жана Чыгыш – Европа моделдери кеңири колдонулуп, алар тууралуу маалымат төмөндө берилген [20].

Европа модели “жогорку даражадагы меймандостук” принциптерине жараша иш алып барат. Бул моделди тандаган мейманканалар жогорку деңгээлде көрсөтүлгөн тейлөөнүн негизинде абройу менен таанымалдыгы жогору болуп, бөлмө санын азайтуу аркылуу конокторуна жекече, тактап айтканда индивидуалдык тейлөө көрсөтүүгө умтулушат. Мындай мейманкана бизнеси люкс жасалгалоого эмес, кылдаттык менен жасалгаланган саркеч жана элеганттуу чечимдерге көңүл бөлүшөт. *Азия меймандостук модели* масштабдуулугу жана байлыгы менен өзгөчөлөнөт. Мындай модельди тандаган мейманкана бизнеси экстерьер менен интерьеринде люкс материалдарды колдонуп, эң чоң, эң бийик, эң кенен, эң кымбат сыяктуу мүнөздөмөсүнүн жанында жеткиликтүү баалары, мыкты инфраструктурасы, түрдүү кызматтары жана “al inclusive” системасы менен туристтерди кызыктырат. *Америка модели* чакан квадратурадагы бөлмөлөрү менен коомдук жайлары, жогорку сапаттагы тейлөө жана саркечтик сыяктуу Европалык модельдин мүнөздөмөсүн камтыганы менен люкс жасалгалоосу жана бай кызмат тизмеси менен өзгөчөлөнөт. Бул модель Азия менен Европа моделинин аралашмасынын негизинде келип чыккандыгы үчүн түрдүү варианттары арбын болот. Ал эми *Чыгыш – Европалык модель* Америка моделине окшош келип, Мурунку Советтер Союзунун өлкөлөрүндө кеңири тараган. Анын Америка моделинен өзгөчөлөнткөн негизги көрсөткүчү бул советтик архитектура болуп саналат.

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 [129; 135]. 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 [175, 21-б.].

Заманбап мейманкана бизнеси 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 [142, 7-б.]. ДТУнун маалыматына жараша ар бир турист саякаттоо бюджетинин 30% мейманкана кызматтарын сунуштаган ишканаларга коротот [93, 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 [173, 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 [43] 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 [146].

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 [141] 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 функцияларын өткөн кылымдын башында француз өнөр жай адиси Анри Файол пландоо, уюштуруу, шыктандыруу жана көзөмөл деп белгилеген. 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 [80]. 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 [43]. 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 [103]; *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];

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 [60]. 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 [154].

Башкаруу илиминде стиль маселеси К. Левин тарабынан биринчи жолу изилденип, авторитардык, демократиялык жана анархиялык деп ажыратылганы менен заманбап менеджментте авторитардык, демократиялык жана либералдык стилдер колдонулат [54] жана алардын кыскача ачыктамасы төмөндө берилген [102].

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.

Жогоруда берилген маалыматта ишкананын ийгилиги үчүн башкаруу методдору менен башкаруучунун туура тандалышы өтө маанилүү болгонун көрөбүз. Эгерде өндүрүштө башкаруучу колдонгон методдору менен стилинен өндүрүмдүүлүк 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 [176]. 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.

Мейманкана бизнесинде жылдын төрт мезгилинде коноктордун саны бирдей болбогондугу, ошондой эле тобокелдик 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.

Сапат эргономикалык, экономикалык, экологиялык, функционалдуулук, убакыт, даам, эстетика сыяктуу түрдүү көрсөткүчтөр аркылуу бааланып, өндүрүмдүн коюлган талаптарга, б.а. стандарттарга, ылайыктуулук даражасы деп аныкталат. Мисалы, коноктун мейманканада жашап жаткан учурда кандайдыр бир көйгөйү жаралса жана анын муктаждыктарын канааттандыруу максатында бөлүмдөр кооперацияланып иштебесе, конокто негативдүү пикир жаралып ишкананын жалпы имиджине терс таасирин тийгизет. Бул фактор ишкананын негизги максатына, б. а. коммерциялык максатта курулган бизнестин кирешесине түздөн түз таасир тийгизет. Мейманкана бизнесинде коноктор тарабынан калтырылган пикирлер, тактап айтканда кардарлардын канааттануу даражасы, сапат – баа катнашынын негизги индикатору болуп, конкреттүү мейманкананын баасы менен тейлөө сапатынын шайкештиги тууралуу маалымат берет.

Мейманкана бизнеси коммерциялык максатта курулгандыгы үчүн тажрыйбалуу жетекчилер пландоодо төмөндөгү 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 процесске 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 каталардын себептери жана ким тарабынан каталар кетирилгендигин изилдөө үчүн көзөмөлдөө функциясы да өз ишин аткарышы керек [170].

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 [134]. 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 жооптуу 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. Эл аралык 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 [145].

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, ошондой эле ишкананын аброюн жогорулатуу, б. а. “адамдар менен биргелешип ишкананын койгон максаттарына жетүү” [169] 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, ошондой эле 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.

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 [138, 24-б.].

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

1.3. Мейманканаларды башкаруунун эл аралык тажрыйбасы

Туризмдин негизин түзгөн мейманкана бизнесинин тарыхы монастырлардан, караван сарайлар менен конок үйлөрүнөн баштап, заманбап мейманкана бизнесинин алгачкы үлгүлөрү батыш өлкөлөрдө пайда болгону маалым. “Hotel” сөзү 1760-жылдары Англияда, андан соң Европада, бөлмөлөрүн ижарага берген имараттарды “Hotel Garni” (чоң үй) деп атап башташкан [173, 7-б.]. Ал эми 1794-жылы Америкада эң алгачкы мейманкана ачылгандан соң [68, 38-б.] көп өтпөй *чынжыр мейманкана* жана *мейманкана менеджменти* түшүнүктөрү дүйнөгө тарап баштаган. Жылдан жылга көбөйгөн чет элдик жана жергиликтүү саякатчылардын саны меймандостук индустриясынын ылдам өнүгүүсүнө негиз түзүп, анын тарыхый өнүгүүсү Козак тарабынан деталдуу изилденип, “Мейманкана ишмердүүлүгү” багытындагы эмгектеринде берилген [168; 169]. 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 [151, 74-б.].

Пандемияга чейин дүйнөдө 1073500 жайгаштыруу каражаты болсо анын 41%ы (5* - 6,2%, 4* - 22,5%, 3* - 43,9%, 2* - 21,6%, 1* - 5,8%) жылдыздары

менен даражаландырылган [105; 149]. 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 бизнесе эмгектенет.

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 [185, 6-б. ; 181, 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 [195]. 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, тандоону жеңилдетет [123].

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 [48]. Документтин эң негизги милдети берилген аймакта мыкты өндүрүм же кызмат өндүрүү болуп, көп өлкөлөрдө нормативдүү документ катары кабыл алынат [98]. 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), НАССР - Hazard Analysis and Critical Control Points, 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 [107, 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 [100, 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. Стандарттарды калыптандырууда эл аралык уюм тарабынан кабыл алынган жана аймактык стандарттар, БУУнун Европалык комиссиясынын мыйзам чыгаруу бийлигинин эрежелери менен улуттук стандарттар эске алынат [70, 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 [87].

Ал эми стандартташтыруунун экономикалык функциясы дагы өзгөчө мааниге ээ жана алар 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 аныкталып [88], алар төмөндө көрсөтүлгөн:

- жиктөө системасы конокторго так маалымат бергенине кепилдик берет;
- жиктөө системасынын критерийлери www.hotelstars.org сайтында эң аз дегенде англис жана эне тилдеринде көрсөтүлөт;
- мейманканалардын жылдызы жана жылдыздарды алуу системасы тууралуу маалымат толук жана түшүнүктүү;
- мыйзам чегинде ишмердүүлүктү жүргүзүү жиктөөнүн негизги талабы;
- жиктөө системасы бардык жылдыз категориялары үчүн тазалык менен тийиштүү тейлөөнү камсыздайт;
- жиктөө системасы сапат башкаруу аспаптарын колдонууну колдоп, дем берет;
- туроператор, турагент жана брондоо сайттарынын каталогдорунда (review sites) расмий жиктөө системасына таянган маалымат чагылдырылат. Эгерде ишкананын өзүнө таандык рейтинг системасы колдонулса анда ал белгиленет;
- жиктөө системасы мейманканалардын рейтинги тууралуу так жана актуалдуу маалымат берет;
- жылдыздардын саны 1-5 арасында болот;

- жылдыздар текшерүүдөн өтүп тастыкталгандан кийин гана берилет;
- текшерүү байма-бай өткөрүлөт;
- текшерүүлөр ишканада өткөрүлөт;
- жиктөө тууралуу колдонуучулардын арыздары системалуу түрдө каралат;
- жиктөө тууралуу чечимдер мейманканалардын жетекчилигине жеткиликтүү;
- ар бир жиктөө системасын иштеп чыккан уюм колдонуучуларынын жиктөөдөн өткөндөн соң алган жыйынтыгы тууралуу пикирин алып, анализдейт;
- жиктөө системасы критерийлердин ийкемдүүлүк диапозону алкагында даражаландырылат;
- жиктөө системасынын критерийлери базар талаптарына жараша үзгүлтүксүз талдалат, оңдолот жана өзгөртүлөт.
- жиктөө системасы жаатындагы изилдөөлөр жана анын жыйынтыктары НОТРЕСтин бардык мүчөлөрүнө жеткиликтүү;
- жиктөө системасындагы бардык өзгөрүүлөр өлкөлөр арасы гармонизацияны жеңилдетүү үчүн жасалат;
- жиктөө системасында өзгөрүүлөр киргизилип жаткан учурда гармонизация жараянын жеңилдетүү үчүн өлкөлөр арасы кызматташууга басым жасалат;
- жиктөө системасы меймандостук индустриясынын өзгөчөлүктөрүн, талаптарын эске алат жана мамлекет көзөмөлдөгөн өлкөлөрдө мамлекеттик органдар менен жеке сектор тыгыз байланышта иштөөсү өзгөчө мааниге ээ [104].

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 [142; 5]:

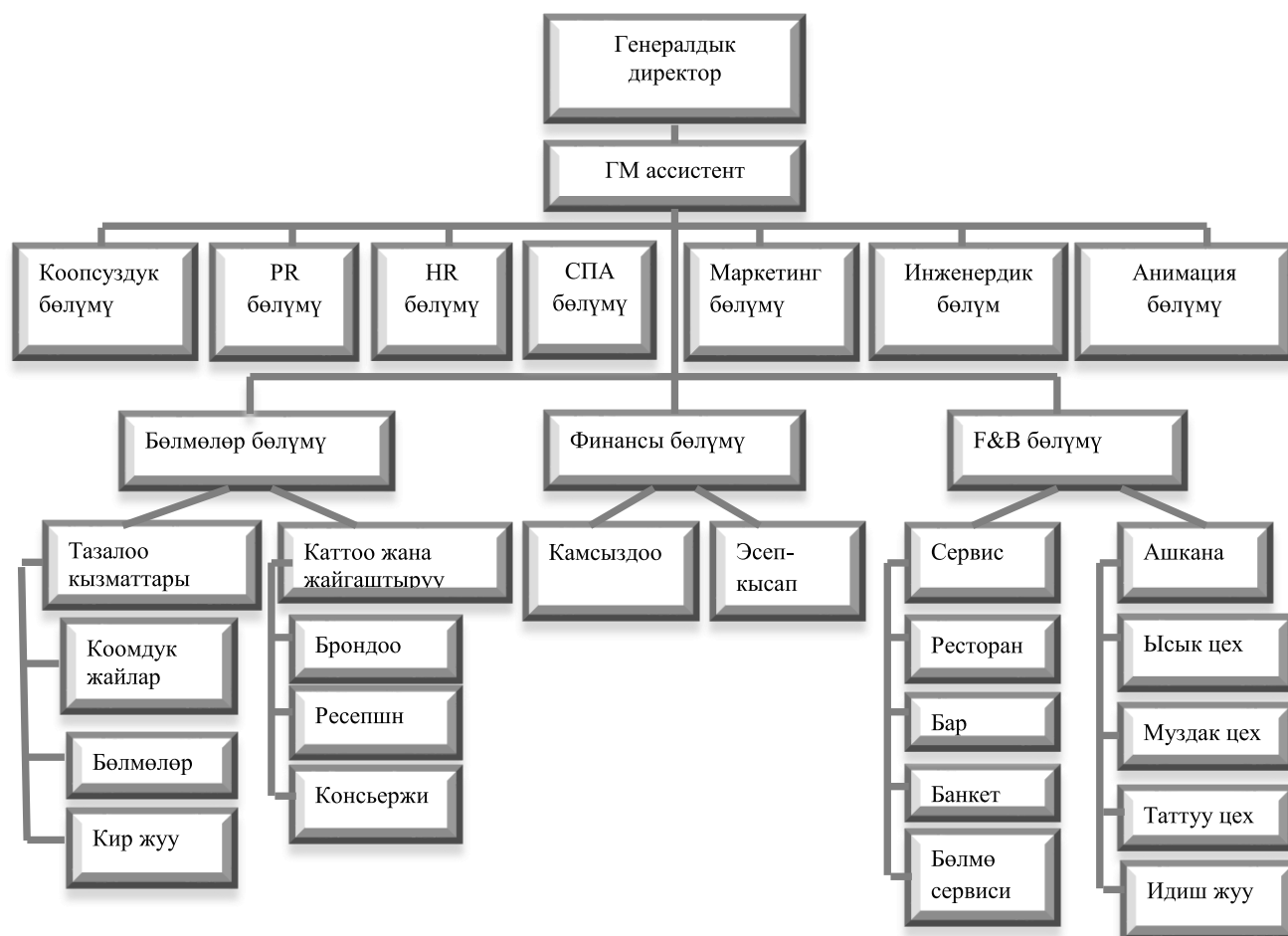
- кызмат сунуштаган убакыты боюнча: жыл бою иштеген жана мезгилдик;

- 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 жана эксклюзивдүү.

Мейманканалардын жиктелиши көп түрдүү болгонун жогоруда берилген маалыматтан көрүүгө мүмкүн. Ошул сыяктуу 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. Ар бир мейманкана өндүрүмдүүлүгүн жогорулатуу үчүн өзүнө ыңгайлуу уюштуруу түзүмүн тандайт жана аткарган функцияларын бөлүштүрөт. Чоң жана ири ишканалар тарабынан көп учурда тандалган уюштуруу түзүмү мисал катары төмөндө берилген (1.4 - сүрөт).

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 [181, 183-б.]. Ишкана үчүн түзүлгөн уюштуруу схемасында ар бир бөлүмдүн ордун көрсөтүлүп, бөлүмдөрдө иштегендердин саны да белгилениши мүмкүн. Ал эми жетекчилердин, администраторлор менен кызматкерлеринин жоопкерчилиги жана милдеттери ишканана тарабынан кабыл алынган ички стандарттары менен бөлүмдүн аткарган функциясына жараша калыптанат.

Мейманкана бизнесинин узун жылдар бою жогоруда көрсөтүлгөн уюштуруу түзүмүндө ишмердүүлүгүн жүргүзүп келгени анык. Бул башкаруу



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

түзүмүнүн артыкчылыктары жана кемчиликтери эске алынып, инновациялык активдүү мейманкана бизнеси жаңы идеялардын булагы, аймактын илимий-техникалык жана социалдык-экономикалык өнүгүүсүнүн мультипликатору болгонунан улам аны башкарууда эски форматтан баш тартуу керектиги аныкталган [53, 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 [56].

2014 - жылы Фредерик Лалу келечектин ишканалары (бирюзовые организации) деген аталышта *холократия* системасында иштеген ишканалар туурлауу айтып [28], анын ар бир кызматкери өнөктөш катары иш жүргүзүп, келечекте ишкер катары калыптануусуна мүмкүнчүлүк түзүлгөнүн баса белгилеген. Мындай башкаруу түзүмүндө иерархия жоюлуп, максатка жетүү үчүн эң алды менен иштер аткарылып, ишкананын ийкемдүүлүгү жана жоопкерчилиги жогорулап, креативдүүлүк жана инициативдүүлүк бааланат. Мында ар бир кызматкер-өнөктөш өзүнүн иш күнүн, бюджетин, иш көлөмүн, өргүүсүн ж. б. өзү белгилеп, башка өнөктөрү жана бизнес ээси менен тунук мамиле калыптандыра алганы аныкталган. Талдоого жараша акыркы убактарда мейманкана бизнесинде дагы классикалык башкаруу түзүмүнүн ордуна “холократия” башкаруу түзүмү колдонулгандыгы көрүлүүдө. Иерархия эмес, жандуу организмдин клеткалары сымал тегерекчелерден түзүлгөн уюштуруу формасында кызматкерлер бир эле ишти аткарбастан, кээде бири бири менен байланышпаган түрдүү иштерди аткарышып, бири экинчисине кардар, ал эми иш берүүчүгө өнөктөш болуп [105], көрсөтүлгөн тейлөөлөрдүн сапатын жогорулатууда ийгиликтүү мисалдарды жаратууда.

Билингендей, мейманкананын тейлөө сапаты деталдуу жазылган ички нормативдик документтер аркылуу жөнгө салынып, белгиленген убакыт аралыгында текшерилет. 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; кардарлардын керектөөлөрүн канааттандыруу боюнча күч-аракеттердин үзгүлтүксүз процесси катары сапатты кабыл алуусу; тейлөөнүн сапаты менен корпоративдик маданияттын ортосундагы байланышты аңдоо [34; 53; 57].

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 [56].

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 персоналдын 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 төмөнкү элементтерди камтууга тийиш: жүргүзүлгөн маркетинг иш-чараларга ылайык мейманкананы уюштуруу жана башкаруу; корпоративдик маданиятты калыптандыруу; тейлөөнүн техникалык жана кызматтык сапат стандарттарын киргизүү (Мисалы 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 [53; 93].

Андан тышкары 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).

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 [25, 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» [84, 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 керек.

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» [30, 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» [58, 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. 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 стилдери жана эл аралык тажрыйбасы ар тараптуу иликтенип, меймандостук моделдери талданды. Учурда мейманкана бизнеси туруктуу өнүгүп, аларды башкаруу

жаатында көптөгөн социалдык-маданий-экономикалык көйгөйлөр илимий жактан талкууга алынгандыгына карабастан бул багыттагы илимий иштер али аз болгондугу аныкталды.

Мейманкана бизнесин башкарууда ыңгайлаштырылган классикалык менеджменттин принциптери, пландоо, уюштуруу, шыктандыруу жана координациялоо функциялары, ошондой эле административдик, экономикалык жана социалдык-психологиялык методдору колдонулгандыгы аныкталып, жетектөө стилин өзгөчө кылдаттык менен талдоо керек экендиги ырасталды. Ошондой эле мейманкана бизнесин башкарууда заманбап технологиянын жана инновациялардын орду каралып, туура тандалган программа менен жабдыктардын убакытты үнөмдөөгө, ресурстарды натыйжалуу колдонууга жана көзөмөл процессинин тездеши менен жеңилдешине алып келээри ырасталды.

Иште мейманканалардын түрдүү уюштуруу түзүмдөрү иликтенип, анын натыйжасында дүйнөдө бири бирине 100% окшош болгон уюштурууну табуу мүмкүн эмес болгондугу аныкталып, акыркы убакта классикалык уюштуруу түзүмүнөн баш тартып “холократия” системасында ишмердүүлүгүн жүргүзгөн мейманканалардын пайда болгондугу белгилүү болду. Тейлөө чөйрөсүндө ишмердүүлүк жүргүзгөн мейманкана бизнесинин сапатынын туруктуулугу ишкананын жиктелиши жана колдонгон стандарттары менен тыгыз байланыштуу болуп, иштелип чыккан стандарттар кардарларды канааттандыруунун гарантиясы катары кабыл алынгандыгы ырасталды. Ушундан улам бул бөлүмдө эл аралык 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 ӨНҮКТҮРҮҮНҮН АБАЛЫ

2.1. Мейманканалардын учурдагы абалы жана өнүгүү тенденциясы

Орто Азиянын маанилүү туризм потенциалына ээ болгон Кыргыз Республикасы бай маданияты, жаш калкы жана бузулбаган жаратылышы менен артыкчылыкка ээ [63, 90-б.]. Туризмдин өнүгүүсүнө ыңгайлуу шарттары болгон республиканын эл аралык туризм тармагынан жыл сайын 400 – 500 АКШ долларга чейин киреше таап, жергиликтүү мейманканаларда чет өлкөлөрдөн келген 2 миллионго жакын туристтерди жайгаштыра алат. Эл аралык туризм тышкы экономиканын маанилүү тармагы [12, 176-б.] болгондугу үчүн Кыргызстанга туристтерди тартууда коңшу жана алыскы чет өлкөлөргө багытталган маркетингдик иш чыралардын сапатына жана санынын көбөйүшүнө көңүл буруу абзел [91]. Уюштурулган «Дүйнөлүк көчмөн оюндары» өлкөнүн туристтик дараметин жогорулатуу, сергек жашоо мүнөзүн пропагандалоо, спорттун улуттук түрлөрүн колдоо жана өнүктүрүү максатында ишке ашырылып, Кыргызстан этносport багытында жаңы форматтагы мелдештердин биринчи уюштуруучусу болуп бүт дүйнөгө таанылып, өлкөнүн туризм тармагын өнүктүрүүгө салымын кошкон [13, 75]. Мамлекет тарабынан туризм тармагынын өнүгүшүнө колдоо көрсөтүлүп, түрдүү улуттук программаларда жана өлкөнү өнүктүрүү стратегияларында приоритеттүү орун алганына [133; 75] карабастан, иштиктүү туризм маркетинг планы жана стратегиясы болбогондугу үчүн түшкөн киреше дүйнөлүк масштабда төмөн болгону анык [116, 184-б.].

2018-жылы Кыргызстанга келген 750,0 миң туристтин 99,0 миңи алыскы чет өлкөлөрдөн болгон. 2019-жылы алыскы чет өлкөлөрдөн келгендердин саны 73 миңге түшүп, бир жылдын ичинде 10 эсе азайганына карабастан, пандемия бүткөндөн кийин тез эле, 2023 – жылы, 161,3 миңге жетип, КМШ

өлкөлөрүнөн келген туристтердин саны 2023 - жылы 2019 - жылга салыштырмалуу 2,7 эсе жогорулаганы 2.1– таблицасынан көрүнөт.

2.1-таблица. Кыргызстанда туризм ишканалары тейлеген туристтердин саны, миң киши [117]

	2019	2020	2021	2022	2023	Өсүүсү (5 жыл)
КМШ өлкөлөрү	94,0	12,4	34,6	139,3	257,0	2,7 эсе
Башка өлкөлөр	73,0	7,1	23,7	84,4	161,3	2,2 эсе
Кыргызстан	643,0	236,8	606,4	924,5	1414,3	2,2 эсе
Бардыгы	809,6	256,3	664,7	1148,2	1832,5	2,3 эсе

Көрүнгөндөй, акыркы жылдары тейленген турист саны пандемияга чейинки көрсөткүчтөрдөн да өйдө болуп, 2019-жылы 810 миң турист тейленсе, 2023-жылы 2 млн. жакындаган.

Бишкеке КМШ өлкөлөрүнөн келген туристтердин 29,5% жана алыскы чет өлкөлүктөрдүн 52,9% келгени төмөндөгү 2.2 - таблицадан көрүнөт.

2.2-таблица. Кыргызстанга 2023 - жылы келген туристтердин Бишкеке тийген үлүшү [117]

Аймак	Бардыгы	Анын ичинен		
		Алыскы чет өлкөлөр, миң	КМШ өлкөлөрү	Кыргызстан
Баткен	20,3	0,2	0,5	19,6
Жалал-Абад	139,3	2,7	4,7	132,0
Ысык Көл	555,8	20,0	83,5	452,3
Нарын	103,0	20,1	2,0	80,4
Ош	156,0	4,4	7,4	144,2
Талас	110,2	0,6	0,426	109,2
Чүй	199,0	22,2	13,0	163,7
Бишкек ш.	274,0	85,3	75,8	112,7
Ош шаары	276,0	0,174	0,523	19,6
Бардыгы	1832,5	161,3	257,0	1414,3

Талдоого жараша Бишкекке келген туристтердин саны барган сайын көбөйүп, пандемияга чейинки көрсөткүчтөрдөн кеминде 2 эсе өскөнү 2.3 – таблицасында көрүнөт.

2.3 - таблица. Бишкеке келген туристтердин санынын өсүү тенденциясы, миң адам [117]

Жыл	Бардыгы	Анын ичинен		
		Алыскы чет өлкөлөр	КМШ өлкөлөрү	Кыргызстан
2019	117,5	47,7	25,2	44,6
2020	29,0	6,6	6,2	16,1
2021	52,3	137,7	12,8	25,7
2022	181,7	64,4	49,3	68,0
2023	273,8	85,3	75,8	112,7

Жогоруда берилген таблицада жергиликтүү туристтердин саны 2,5% эсе, КМШ өлкөлөрүнөн үч эсе, алыскы өлкөлөрдөн 1,8 эсе көбөйгөнү көрсөтүлгөн. Албетте, туристтерди өлкөгө алып келүү тuroператорлор менен туристтик агенттиктердин ишинен көз каранды болгонуна улам, алардын санындагы өзгөрүүлөр төмөндөгү 2.4 - таблицасында берилген.

2.4 - таблица. Туроператорлор жана туристтик агенттиктердин саны [117]

Жылдар	2019	2020	2021	2022	2023
Бишкек	2006	2157	2198	2261	2388
Кыргыз Республикасы	2680	2878	2941	3061	3229

Таблицадан көрүнгөндөй жылына туристтик агенттиктер менен тuroператорлордун саны республика боюнча орточо эсеп менен 112 ишканага көбөйсө, Бишкек шаарында 93 ишканага көбөйгөн.

Туристтердин саны арбыган сайын мейманкана бизнеси чөйрөсү жанданып, атаандаштык күч алып, сунушталган кызмат сапатында олуттуу өзгөрүүлөр байкалат [174, 46-б.]. Жүргүзүлгөн изилдөөлөргө карата алыскы чет мамлекеттерден келген туристтердин 60% көбү 13 суткадан, ал эми КМШ өлкөлөрүнөн келгендердин 70% көбү 6 суткадан көп убактысын Кыргызстанда өткөрүшөт [101, 97-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 дүйнөлүк 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 мейманканалардын санынын көбөйгөндүгү. 1990-жылы 40 мейманкана, 3358 жатак орду болсо [93, 72-б.] 2023-жылы жайгаштыруу каражаттарынын саны 2792, анын ичинен мейманканалар 1489 ду түзүп, жатак орундары 79,2 миңге чыкканы 2.5 – таблицасында көрсөтүлгөн. Демек, 33 жылда Кыргызстандын мейманкана сектору 1449 ишканага жана 75,8 миң жатак орунга, б.а. жыл сайын жаңы 2,3 миң жатак орду менен 44 ишкана ачылган.

2.5 - таблица. Кыргызстанда мейманкана секторунун өнүгүү динамикасы [117]

Жыл	Бардыгы	Анын ичинен		Орун (койка), миң	Номерлер	Мейманканалар жана ресторандардын көрсөткөн тейлөө көлөмү млн. сом	Туристтик кызмат көрсөтүүнүн экспорту, АКШнын млн. долл.
		Мейманкана	Конок үй				
2019	2437	1287	1150	41,6	4322	25663,5	613,1
2020	2537	1361	1176	21,2	3731	16017,2	120,4
2021	2625	1403	1222	31,0	3564	21315,6	142,4
2022	2688	1439	1249	69,4	14530	29849,2	696,4
2023	2792	1489	1303	79,2	16302	41191,1	994,4

Көрүнүп тургандай беш жылдын ичинде катталган юридикалык жана жеке мейманканалар 202 ге, ал эми конок үйлөрү 153кө көбөйгөн (*Мындан ары туризм ишканалары жана эс алуу мекемелери о.э. санатордук курорттук мекемелер жана башка жайгаштыруунун адистеш тирилген каражаттары конок үй деп берилет*). Орточо эсеп менен беш жылда республика боюнча мейманканалар жыл сайын

40ка, конок үйлөрү 31ге көбөйүп, жатак орун саны пандемияга чейин 41,6 миң болсо 2023-ж 79,2 миңге чейин өскөн.

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 [29]. Бишкектин мейманкана рыногунун пандемия убагында өсүүсү басаңдаганы менен жалпысынан туруктуу өскөнү 2.6 – таблицада көрсөтүлгөн.

2.6 - таблица. Бишкек шаарындагы мейманкана секторунун өсүү динамикасы [117]

Жылдар	2019	2020	2021	2022	2023
Мейманкана саны	125	144	149	154	165
Конок үйлөрү	87	83	92	102	114
Дүң киреше (млн сом)	1205,4	398,9	1037,2	2553,2	3457,4
Жатак орун саны (миң)	2,4	2,2	2,1	8,6	11,0
Жайгаштырылган адамдардын саны, миң адам	108,0	28,0	50,0	169,9	251,2
Көрсөтүлгөн суткалык орун, миң	195,1	55,2	76,2	271,7	324,0
Бардык номерлердин саны, бирдик	1611	1494	1524	6510	6948
Бир кишилик жатак орундун баасы сом (орточо суткасына)	2823	2850	3110	3000	3150
Резиденттер үчүн суткалык орундун орточо наркы, сом	2670	2 700	2705	2500	2800
Резидент эместер үчүн суткалык орундун орточо наркы, сом	2975	3 000	3515	3500	3500

Бишкектеги мейманканалар көлөмү, отурукташкан корпоративдик маданияты жана эл аралык стандарттары менен таанылса, элет жергесиндеги ишканалар улуттук баалуулуктары жана үй-бүлөлүк башкаруусу менен өзгөчөлөнөт. Кыргызстандын туризм рыногу өзүнүн «табигый» жолу менен, мамлекеттин түздөн-түз кийлигишүүсү жок өнүгүүдө болгонун жана андай өнүгүүнүн жакшы натыйжаларды бергенин айрым эксперттер баса белгилейт

[115, 51-б.]. Башаламан өнүгүү тенденциясы мейманкана бизнеси чөйрөсүнө дагы таандык болуп, тилекке каршы көптөгөн көйгөйлөрдү жаратууда. Анын негизги себеби жөнгө салуучу регулятивдик документтердин, стратегиялык өнүгүү планынын жоктугу, мейманканалардын классификациядан өтүүсү толук ыктыярдуу болгону менен стандарттардын СССР убагынан бери жаңыланбаганы, бирдиктүү реестрдин жоктугу ж.б. Мисалы 2023-жылы Booking.com онлайн брондоо платформасында Бишкек шаары боюнча 450 жайгаштыруу каражаты туристтерди кабыл алууга даяр болсо (1-тиркеме), бул маалымат статистикалык булактарда тастыкталбай, статистика чөйрөсүндө көптөгөн көйгөйлөр болгондугун ырастайт. Төмөндөгү 2.7 – таблицанда Кыргызстанда жана Бишкектин мейманкана рыногунун (конок үй, мейманкана) өсүү пайызы эсептелинген.

2.7 - таблица. Мейманкана бизнесинин өсүү динамикасы [117]

Жылдар	Мейманканалардын саны жана мурунку жылга салыштырмалуу өсүү пайызы		Конок үйлөрдүн саны жана мурунку жылга салыштырмалуу өсүү пайызы	
	Кыргызстан	Бишкек	Кыргызстан	Бишкек
2023	1489 (3,5%)	165 (7,1%)	1303 (4,3%)	114 (11,8%)
2022	1439 (2,6%)	154 (3,4%)	1249 (2,2%)	102 (10,9%)
2021	1403 (3,0%)	149 (3,5%)	1222 (3,9%)	92 (10,8%)
2020	1361 (5,7%)	144 (15,2)	1176 (2,3%)	83 (0%)
2019	1287 (5,5%)	125 (11,6%)	1150 (7,7%)	87 (14,4%)
Орточо %	4%	8,2%	4%	9,6%

Көрсөтүлгөн маалыматка карата беш жылда орточо эсеп менен республика боюнча мейманканалар менен конок үйлөр 4% га, ал эми Бишкекте мейманканалар 8,2%, конок үйлөр 2020 – жылы эч өсүү болбогонуна карабастан 9,6% га өскөн. Жүргүзүлгөн анализ борбор шаардын өсүү динамикасы республикалык көрсөткүчтөрдөн 2 эседен көп болгонун көрсөткөн. Ошондой эле Кыргыз Республикасында жана Бишкек шаарындагы мейманкана бизнесинин өнүгүүсү түрдүү формалардын пайда болушу менен коштолууда. Мисалы учурда конок үйлөрү, хостел, мотел, глэмпинг, А-фрейм,

бешик үй, таш үй, жыгач үй, тематикалык жана дизайнердик мейманканалар ишмердигин жүргүзүүдө. Тилекке каршы жогоруда аталган мейманкана түрлөрү мамлекеттик, тактап айтканда расмий булактарда көрсөтүлбөйт. Ушундан улам алар тууралуу маалыматты жарнамалардан гана топтоо мүмкүн.

Кыргызстандын мейманкана бизнесинде өзүн өзү жарнамалоого жана туристтерди түздөн түз табуу жаатында популярдуу онлайн платформа болуп Booking.com саналат. Ушундан улам актуалдуу маалыматты, өзгөчө категорияга жараша бөлүнгөн, тактап айтканда жылдыз саны боюнча мейманканалар тууралуу маалыматты жалгыз гана бул платформа көрсөтөт. Ошондой эле бул сайтта эко-энбелгиси болгон ишканалар “жашыл” категорияда көрсөтүлөт.

Сайттын 2023 - жылы берген маалыматына жараша ‘hotel’ категориясында 76 сунуш, анын ичинен алтоо 5* мейманкана [11, 99-б.], жыйырма жетөө 4* жана отуз беши 3* мейманкана категориясында болгону көрүнөт. Ал эми бир жылдан кийин сайттын маалыматына жараша Бишкектеги 79 мейманканын жетиси 5*, отуз жетиси 4* категориясында болгону көрсөтүлгөн (1-тиркеме). Төмөндөгү 2.8 - таблицада интернет платформадагы баяндамага жараша Бишкекте ишмердигин жүргүзгөн беш жылдыздуу ишканалардын кыскача маалыматы көрсөтүлгөн.

Топтолгон маалыматтардын негизинде жүргүзүлгөн талдоого 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 [115, 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 [179].

2.8 - таблица. Бишкек шаарындагы 5* мейманканалардын тизмеси

Аты	Адреси	Веб сайт	Стандарт бөлмө баасы	Бөлмө саны	Сыйым дуулук	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	Медеров 117	https://jannat.kg/regency-bishkek/	1 орун - 90 \$ 2 орун - 120\$	114	228	8,5
Sheraton Bishkek	Киев 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/	1орун - 144 \$ 2 орун - 157 \$	95	190	6,9

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

Талаптын туруктуу өсүшү, инвестицияларды актоо мөөнөтү менен алынган киреше көлөмүнүн жагымдуулугу, туризм инфраструктурасына инвестицияларды тартып, туристтер муктаж болгон өндүрүм менен кызматтардын түрдүүлүгүнө, ошондой эле 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, ошондой эле мамлекеттик бюджеттин көбөйүшү дегенди билдирет [129].

Заманбап меймандостук индустриясы көптөгөн кызматтарды өзүнө камтып, түрдүү критерийлерге жараша жиктелет жана мейманкананын инфратүзүмү, стандарттары, кызмат сапатын баалоо системасы багыттарында [57, 143-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 [63, 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-жылы КМШ өлкөлөрү тарабынан кабыл алынган мейманканаларды классификациялоо стандартына карата жылдыз же разряд берүү жагы Кыргыз Республикасынын Экономика жана коммерция министрлигине караштуу Стандартташтыруу жана метрология борбору (Кыргызстандарт) тарабынан жөнгө салынган [64]. Тилекке каршы бул иш толук ыктыярдуу болгону, ошондой эле КМС сунуштаган стандарттар актуалдуулугун жоготкондугу үчүн [63; 65] ишканалар классификациядан баш тартышып, бул сектор баш аламан түрдө өнүгүүдө. Мындай көрүнүштүн

негизинде эл аралык 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 [85]. 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 түрдүү мейманкана ишканалары кездешет жана КМС тарабынан расмий түрдө 2017-ж. жылдызы тастыкталган төрт гана мейманкана [83] болсо, 2024-ж. жалгыз гана Жаннат Ридженси отелинин жылдыздарын тастыктаган документи болгону аныкталган. Бул көйгөйдүн негизинде Советтер Союзу убагынан бери жаңыланбаган, мисалы бөлмөлөрдө радионун орнотулушу, Cl (хлор) жазуусу болгон чаканын бассейнин көрүнүктүү жерине орнотулушу сыяктуу талаптар жатат. Андан сырткары интернет ылдамдыгы, бизнес борбор же СПА кызматтары сыяктуу заманбап туристтин муктаждыгын канааттандыра турган талаптардын киргизилбегендиги. 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 [63] камтылган жиктөө системасы сунушталган. Боз үйлөр заманбап жашоодо дагы деле жашап жаткан көчмөн маданиятынын жаркын бир үлгүсү [157, 827-б.] болгону үчүн бул жиктөөдө өзгөчө маани берилип, анын санына жараша боз үй ордосу жана боз үй конушу деп бөлүнүп сунушталган [63]. 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, ошондой эле 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 [110].

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 [95; 38; 16; 51]. Туризм тармагы экологиялык принциптерге жараша өнүгүүсү керек экендиги мамлекет тарабынан баса белгиленсе дагы [75] кыш айларында көмүр жагылгандыгы үчүн абанын сапаты начарлаган Бишкек шаары потенциалдуу туристтерди үркүтүп, 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. Бул көйгөй келген туристтерди гана шаардан качырбастан, жергиликтүү тургундарды да борбордон алыс болууга мажбурлоодо [51; 16; 38]. Бул жагдайга байланыштуу Бишкек шаарынын тегерегинде жайгашкан мейманканаларга талап жогорулаган жана талапка жараша сунуш дагы көбөйгөн.

Кыргызстанга дүйнөлүк “туруктуу өнүгүү” тенденциясы өз таасирин тийгизип, республикада түрдүү долбоорлордун ишке ашырылышына себеп болду. Учурда туризм, анын ичинде жайгаштыруу каражаттарына багытталган окутуулар жана эко-энбелги берүү иштери түрдүү уюм жана долбоорлор тарабынан ишке ашырылууда (КТМУ, Good Travel Seal (Helvetas), PERETO (SWITCH-Asia), GO4SDGs (ЮНЕП). Себеби мейманканалардын жаратылышка тийгизген таасири көп болгондугунан улам суу менен энергия ресурстарын үнөмдөө жана таштандыларды бөлүштүрүү же кайрадан колдонуу [165] учурдун актуалдуу маселелеринин арасында орун алат. Эгерде батыш өлкөлөрдө эко долбоорлор көптөн бери жүргүзүлсө [86], Кыргызстанда бул темага акыркы гана убактарда көңүл бурулуп, изилдөөлөрдүн саны көбөйүүдө. 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, ошондой эле тийиштүү эко иштердин жүзөгө ашырылышы менен жабылаары [124] аныкталган. Ошондой эле Кыргызстандын мейманканалары үчүн эко энбелгисинин зарылдыгы башка бир долбоордун натыйжасында аныкталып, ал долбоордун алкагында жүргүзүлгөн сурамжылоонун респонденттери “тейлөө стандарттарын камсыз кылуу үчүн эко-энбелгилөө системасы маанилүү жана мейманканаларда экологиялык стандарттарды белгилөө үчүн эко-энбелги сертификаттоо системасы зарыл” [61, 41-б.] деп белгилешкен. Кыргызстандын али бузулбаган жаратышылы жана туризмдин өнүгүүсү экономикалык жактан алдыда болгон өлкөлөрдүн экологиялык колониясына айлануу коркунучу [126] тууралуу

айтылса дагы, туризмдин өнүгүүсү экологияны, улуттук баалуулуктарды сактоодо жана жергиликтүү элди бизнеске шыктандырууда маанилүү курал.

Түрдүү тоскоолдуктарга карабастан Бишкектин мейманкана сектору туруктуу өнүккөнү жана бул жаатта илимий изилдөөлөрдүн дээрлик жүргүзүлбөгөндүгү - жасалышы керек болгон иштердин масштабы кенен болгодугун ырастайт. Джумалиева менен Абакирова Бишкектин мейманкана рыногун өнүктүрүүдө мейманканаларды заманбап рынок шарттарында башкаруунун принциптерин талдоону; туруктуу толтуруу пайызын камсыздоодо чынжыр мейманканалар колдонгон жеке брондоо системаларды жергиликтүү рынокко адаптациялоону; сыйымдуулук, интерьер, персоналдын кесипкөйлүгү, жабдуулардын сапаты, жан жана мүлк коопсуздуктугу сыяктуу өзгөчөлүктөргө ээ болгон мейманкана өндүрүмдөрүн калыптандырууну; башкарууда нормативдик, маркетингдик, репродуктивдүү жана функционалдык ыкмаларды колдонууну; тейлөө сапатын жогорулатуу үчүн персоналдын кесипкөйлүгүн жогорулатууга багытталган иш-чараларды байма-бай жүргүзүүнү; мейманкана ишмердүүлүгүн актуалдуу багытта өнүктүрүү үчүн тийиштүү иштерди жүргүзүүнү [29] сунушташат. 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 жана көйгөйлөрү

Бир аймактын же туристтик борбордун кубаттуу экономикалык системасы катары таанылган мейманкана бизнеси мейманкана, мотел, кемпинг сыяктуу түрдүү жайгаштыруу каражаттарында кыска мөөнөттүү жашоону жана тейлөөнү уюштурууда [59]. Мейманкана бизнеси тобокелдиги

жогору болгон тармака тийиштүү болгондугу үчүн тышкы жана ички факторлордон тездик менен таасирленет. Ушундан улам аны башкарууда жалгыз гана ички процесстердин гана эмес, сырткы, мисалы өкмөт же эларалык деңгээлдеги иштердин дагы шайма-шай кетиши маанилүү.

Кыргызстандын туризм тармагы жана мейманкана бизнеси 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 дагы таасирин тийгизүүдө [4].

Өлкөнүн мейманкана бизнесинин өнүгүүсү сунушталган кызматтын сапатынан түздөн түз көз каранды болгондугу [94, 133-б.] эксперттер тарабынан баса белгиленет жана адамга адам кызмат кылган чөйрөдө эң эле орчундуу маселе - бул кадр маселеси болуп саналат. Учурда Кыргыз Республикасынын булуң бурчунда мейманкана бизнеси өнүккөндүгүнөн улам, улуттук туризм, анын ичинде мейманкана индустриясынын өнүгүүсү үчүн сапаттуу кадрларды даярдоодо маселесинин актуалдуулугу жогору [37]. Себеби Кыргызстандын мейманкана бизнесинде, өзгөчө туризми өнүгүп жаткан аймактарда, туризм багытында жогорку билим алган персоналдын саны өтө аз [152, 261-б.]. Туризм багытында окутуулар персоналдын чыгармачылыгын өстүрүп, жаңылыкка ачык болууга шыктандырат жана туризмдеги тенденциялар менен технологияларды жакындан үйрөнгөн персонал жаңы туристтик өндүрүм жаратып, кардарларынын канааттануу деңгээлине оң таасирин тийгизет [140, 374-б.].

Кыргыз Республикасынын 15 жогорку билим берген окуу жайында 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 [89, 91]. Ошого карабастан даярдалган кадрлардын сапатынын төмөндүгү жана жетишсиздиги жаатындагы көйгөйлөр мейманкана бизнесинде көп. Мисалы, Кыргызстанга келген туристтердин көбү дүйнөнүн түрдүү мамлекеттеринен келгендигинен улам, туризм индустриясында иштеген кадрлардын чет тилдерди мыкты деңгелде билүүсү [29] жана түрдүү маданияттын өкүлдөрү менен оңой тил табышуусу маанилүү [147, 10-б.] болгонуна карабастан тилекке каршы андай эмес. 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 [37, 37-б.] болгонуна карабастан андай түр кыска мөөнөттүү тренингдер пландуу түрдө өткөрүлбөйт.

Талдоолорго жараша өлкөнүн мейманкана бизнесин башкарууда жана бул спецификалык чөйрөдөгү сапаттын башкарылышы жаатында көйгөйлөр арбын. Мисалы Кыргызстандын туризм жаатындагы мыйзамдардын жетишсиздиги, жылдыз берүү системасынын көп жылдан бери талдалып оңдолбогондугу, кызмат көрсөтүүдө жалпы 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 бар. Мындай көйгөйлөр жалпы өлкөнүн жана региондун имиджине терс таасирин тийгизип, эл аралык, ошондой эле улуттук базарда атаандаштык дараметин төмөндөткөнү шексиз [63].

Жогоруда айтылгандай 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 эл аралык чынжыр мейманканалар менен кээ бир жергиликтүү бренддердин тейлөө сапаты эл

аралык 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 экономиканын түрдүү багыттар менен тыгыз байланышта болуп, динамикалуу өзгөчөлүккө ээ болгонунан улам масштабдуу жана комплекстүү каралып, тез-тезден толукталып өзгөрүшү шарт. Кыргызстанда алгачкы “Туризм жөнүндө мыйзамы” 1999-жылы күчүнө кирип, 2003, 2013, 2017 жана 2024- жылдары редакцияланган. Ал эми Россия Федерациясында туризм мыйзамы Кыргызстанга караганда 3 жыл мурун кабыл алынып [118, 386-387-б], күнүбүзгө чейин биздин өлкөбүзгө караганда ченемдик – укуктук базасы абдан кеңейтилген. 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 [192], АКШда тескерисинче, мамлекет өзүнүн таасирин минимумга түшүргөн [72].

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 жана башка ушул сыяктуу 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 [3, 61-б.]. Бул жерден кошумчалай кетчү нерсе болуп, мамлекет тарабынан мейманкана секторунун стихиялык өнүгүүсүн көзөмөлгө алып көмүскө экономикададан чыгаруу үчүн жалаң гана тыюу аспаптарын [26, 49-б.] эмес, шыктандыруу үчүн мыйзам, жобо же бүтүмдөрдүн иштелип чыгышы [192] 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 [93, 59-б.]. Учурда Кыргызстанда КМШ өлкөлөрү арасында кабыл алынган стандарттар КМС тарабынан колдонулганы менен, Jannat Regency отелинен башка мейманканалардын жылдыздарын тастыктоочу документтери жок. Ошол эле учурда Бишкекте ишмердигин жүргүзгөн Hyatt Regency 5*, Sheraton 5*, Novotel 5* жана Ramada 4* тийиштүү болгон эл аралык чынжырлардын ички процедураларына ылайык берилген жылдыздары менен мейманканалардын категориясын белгилөөдө.

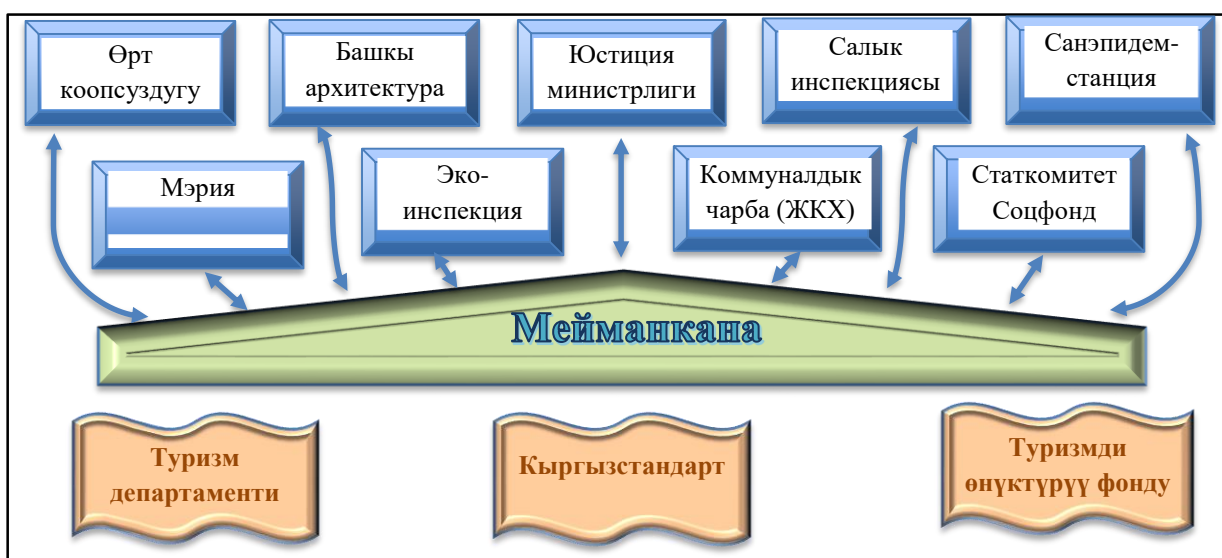
Актуалдуу жана деталдуу Туризм мыйзамынын болбогондугу, классификация системасы мамлекет тарабынан жөнгө салынбагандыгы, ошондой эле актуалдуу стандарттардын жана мамлекеттик органдарда мейманкана бизнеси жаатында дасыккан адистердин жетишпегендигинен улам Кыргызстандын мейманкана бизнесинде таза атаандаштык принциптерине туура келбеген чөйрө жаралып, өзүн – өзү каалагандай жарнамалоосу Кыргыз Республикасынын Жарнама жөнүндөгү мыйзамына жана Керектөөчүлөрдүн укуктарын коргоо жөнүндөгү мыйзамына туура келбегенин адистер талкуулап 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. Бул сертификат туризм тармагын колдоо жаатындагы түрдүү программалардан колдонууга жана салыктан түрдүү жеңилдетүүлөрдү алууга мүмкүндүк берет.

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. Төмөндө Бишкек шаарындагы

мейманкана бизнесинин мамлекет тарабынан башкарылышы чагылдырылган (2.1 – сүрөт).

Схемада 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. Туризм тармагы менен байланышкан мамлекеттик органдары менен мейманкана бизнесинин байланышы болбогондой эле тармактык ассоциациялар менен дагы эч бир байланышы жок.



2.1-сүрөт. Бишкектеги мейманканалардын мамлекеттик башкарылуусу

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Кыргызстандын мейманкана бизнесине таандык болгон көйгөйлөрдүн арасында туристтик сезондун кыска болушу, Бишкекке келген туристтердин калуу мөөнөтү орточо 1-2 түндөн ашпаганы, туруктуу өнүгүү принциптерине дал келбеши жана статистикалык маалыматтарда тактыктын жоктугу (жылдыз, категория, өлкөлөргө жараша тейленген киши саны ж.б.), о.э. маалыматтардын түрдүү тармактардын статистикалык көрсөткүчтөрүндө чаржайыт жайылганы [101, 97-б.] орун алат. Албетте, туризм секторунун, анын ичинде мейманкана бизнесинин туруктуу өнүгүүсү үчүн эң биринчиден

аң сезимдүүлүктүн жогорулатылышы жана финансылык каражаттардын жетиштүү деңгээлде жумшалышы керек. Эгерде биринчиси байма бай уюштурулган тренингдер жана түрдүү маалымат булактары аркылуу ишке ашырылса, экинчиси “туризм салыгы” аркылуу чечилиши ыктымал. Мисалы көптөгөн өлкөлөр менен айрым шаарларда “туризм салыгы” кириш акысы же авиабилеттердин баасына кошулган бир жолку төлөм катары, же мейманканада түнөгөн ар бир түн үчүн салык алынат [15]. Учурда мындай салыктын суммасы өлкөлөргө жараша өзгөрүп, суткасына 1ден 250 АКШ долларына чейин чогултулган каражаттар жаратылыш менен туризм объектилерин коргоого жана туристтик инфраструктураны жакшыртууга жумшалат.

Кыргызстандын мейманкана рыногунда ишмердигин жүргүзгөн ишканалардын түрүнүн такталышында жана мейманканаларга жылдыз берүү системасындагы көйгөйлөрдөн улам расмий булактардан бул тууралуу маалыматты алуу мүмкүн эмес. Бирок, Booking.com платформасында өзүн жарнамалаган ишканалар жогоруда белгиленген маалымат менен бөлүшкөндүгү үчүн эл аралык онлайн брондоо сайтынан алынган маалыматтын негизинде анализ жүргүзүлгөн.

Онлайн брондоо платформасы 4 жана 5 жылдыз мейманканаларды гана электөөдөн өткөргөндүгү үчүн аталган эки категориядагы ишканалардын сунуштаган кызматтары талданган. Ал үчүн ишкананын интернет баракчаларынын контент анализи жасалып, сурамжылоо жана жеке көзөмөлдөө методдору колдонулган.

Топтолгон маалыматта 5* мейманканалардын сунуштаган кызматтары жалпысынан окшош болгону байкалат жана 5 жылдыз мейманканалардын бардык бөлмөлөрү кондиционер, сейф, сыналгы, фен, минибар менен жабдылып, гигиена каражаттары, текстиль, чай жана кофе топтомдору менен камсыздалган. Бири биринен болгон айырмачылыгы бул, Orion мейманканасынын ар бир бөлмөсүндө кофе машинасы орнотулгандыгы, Hyatt Regency Bishkek отелинин бөлмөлөрүндө үтүктөө топтому бар болгону жана

Sheraton отели конокторуна бекер велосипед бергени 2.9 – таблицасында көрсөтүлгөн .

2.9 - 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	+	+	+	-	+	+
Эртем	+	+	+	+	-	+
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	+	+	+	+	+	+

* NS (non smoking) тамеки чегилбеген бөлмө * HDC, физикалык мүмкүнчүлүктөрү чектелгендер үчүн бөлмө,

Беш жылдыздуу мейманканалардын кызматтары салыштырылган соң Бишкекте жайгашкан төрт жылдыз мейманканалардын кызматтары өз ара салыштырылып төмөндөгү 2.10 - таблицада берилди. Таблицада 2023-жылдын 1-сентябрына карата Booking.com сайтындагы 4* мейманканалардын тизмеси жана алардын рейтинги каралып, 9 - 9,5 балл категориясынан Park hotel; 8,5 -

9,0 категориясынан алфавитке жараша биринчи орунда турган Ambassador hotel, 8,0 - 8,5 категориясынан Resident hotel жана 7,5 - 8,0 категориясынан Discovery мейманканалары тандалып, алардын сунуштаган кызматтары талдалды.

2.10 - таблица. Бишкекте жайгашкан 4* мейманканалардын сунуштаган кызматтарынын тизмеси [11, 100-б.]

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

Булак: Автор тарабынан түзүлдү.

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 [78].

Бишкек шаарында жайгашкан мейманканалардын расмий интернет баракчаларынын контент анализинин негизинде сунуштаган кызматтарынын түрүнүн көп болгону аныкталган. Андан сырткары бирдей категориядагы мейманканалардын, башкача айтканда түз атаандаштардын бааларында айырмачылык болгону көңүлдү бурат. Бааларды калыптандыруу түрдүү факторлордон (колдонулган материал, персонал саны, жайгашкан жери ж.б.) көз каранды болуп, жалпы бизнестин, ошол эле учурда рыноктун өнүгүүсүндө маанилүү роль ойнойт.

Мейманкана секторун өнүктүрүүдө мамлекет тарабынан баа саясаты менен стратегиясы иштелип чыгышы маанилүү [114] болуп, ар бир мамлекет өкмөттүн саясатына же күчүнө жараша иш алып барат. Мисалы жакын кошунабыз Өзбекстанда баалар мамлекет тарабынан көзөмөлдөнсө, Кыргызстанда талап менен атаандаштык артыкчылыктарына карата калыптанат [11, 100-б.].

Стратегия - негизги максаттарды, кабыл алынган саясатты жана иш-аракеттерди ырааттуу бир бүтүндүккө бириктирген план [120]. 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 [99, 384-б.] экономикалык рычагдардын жардамы менен мейманкананын 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, өлкөнүн узак мөөнөттүү кызыкчылыктарына зыян келтирүүсүн жана убактылуу пайда алуу азгырыгынын алдын алынуусу үчүн, о.э. туристтердин кызыкчылыгын коргоо максатында бул иштер жүргүзүлүп, өлкөнүн аброюн бекемдөөдө оң таасирин тийгизет [119].

Өкмөт мейманкана рыногунун ишмердигин эл аралык мамилелерди бекемдөөгө багытталган ченемдик укуктук актыларды иштеп чыгуу; улуттук туризм сунуштарды дүйнөлүк рынокто таанытуу; туризм секторунда укуктар менен кызыкчылыктардын корголушун камсыздоо; стандартташтыруу жана сертификация иштерин жүргүзүү; тармакты колдоо жана шыктандыруу программаларын ишке ашыруу; салык жана бажы иштеринде жеңилдиктерди камсыздоо; финансылык колдоонун түрлөрүн иштеп чыгуу; сапаттуу кадрларды даярдоого көмөк көрсөтүү; илимий-изилдөөлөрдүн санынын көбөйүшүнө көмөктөшүү; туризм ишканаларынын эл аралык туризм программаларына катышуусун колдоо жана картографиялык өндүрүмдөрдү иштеп чыгуу [99, 384-б.] аркылуу жөнгө салат.

Мейманкана ишмердүүлүгүнүн жай өнүгүүсүнүн негизинде мамлекеттик жөнгө салуунун начар болгону, инфраструктуранын канааттандыраарлык деңгээлде болбогону, инвестициялык чөйрөнүн коопсуздугундагы көйгөйлөр, ошондой эле, туризмдин илимий көз караштан жетишсиз деңгээлде изилдениши жатат. Аталган көйгөлөргө карабастан, Кыргызстандын мейманкана сектору жай болсо да туруктуу өнүгүүдө. 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.

Адамдарды тейлөө чөйрөсүнө таандык болгон мейманкана бизнесинин башкарылышы өтө татаал процесс болуп саналат жана аны башкарууда маркетингдик, өндүрүштүк, инвестициялык, бухгалтердик жана адам-

ресурстары жагынан башка өндүрүш ишканаларынан айырмалангандыгын эске алуу керек [6, 255-б.]. Мисалы мейманканада өндүрүү менен керектөө бир убакытта болуп, аны сактоо же алдын ала сыноо мүмкүнчүлүгү болбогону 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, ошондой эле 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 үзгүлтүксүз окутуу, стандарттар менен чек листтер аркылуу гана туруктуу деңгээлде сакталышы мүмкүн.

Маалымат-медиа жана технологиянын өнүгүүсү менен биргеликте «стандарт» түшүнүгү дүйнөдө жайылып, заманбап атандаштык таймашында жеңүүнүн маанилүү куралы катары каралат. Демек, сапаттуу өндүрүм менен сапаттуу тейлөө мейманкана ишмердигинин атаандаштык артыкчылыгы болуп саналат.

Өндүрүш иштеринин жөнгө салынышында стандартташтыруу тийиштүү жеңилдиктерди жаратат, талапка жараша өндүрүмдөрдүн сапаттын камсыздап, массалык өндүрүштүн пай дубалын түптөйт, ысырапкерчиликке жол бербейт, сактоо жана ташуу иштерин оңойлотот, артыкча запастардын топтолуусуна жол бербейт жана чыгымдардын азайуусунда өндүрүүчүгө көмөкчү болот. Ал эми стандартташтыруу керектөөчүгө салыштыруу жана

тандоо мүмкүнчүлүгүн тартуулайт, баа-сапат жагынан кепилдик берип керектөөчүнүн маалымдуулугун жогорулатат, о.э. өмүрүн, ден соолугун же мүлкүнүн сактайт [190].

Стандарттар үч топто: жасалуу, курулуу өзгөчөлүгү боюнча; колдонуу чөйрөсү жана ыкмасы (методу) боюнча каралат. *Жасалуу, курулуу өзгөчөлүгү боюнча стандарттар* - берене стандарттары; даяр өндүрүм стандарттары; өндүрүм стандарттары; методдук (усулдук) стандарттар; кызмат стандарттары. *Колдонуу чөйрөсү боюнча стандарттар* - ишкердик (бизнес); улуттук; өнөр жайдык; региондук (жергиликтүү) жана эл аралык [19] деп бөлүнөт. *Колдонуу ыкмасы (методу) боюнча стандарттар* - жеке каалоого жараша (колдонулуусу милдеттүү эмес) жана милдеттүү стандарттар [190] деп бөлүнгөн.

Туристтер үчүн стандарттар маанилүү болгону менен айрым учурда башка критерийлер алдыңкы планга чыгышы мүмкүн. 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 аныкталган [62, 24-б.]. Гастрономиялык өндүрүм мейманкана секторунун маанилүү бөлүгү болуп, дестинациялардын жагымдуулугун камсыз кылууда өзгөчө роль ойнойт. Ушундан улам, гастрономия жаатында коопсуздук, тейлөө стандарттары, даам, түрдүүлүк жана нукуралуулук абдан маанилүү [11, 100-б.].

Стандарттар азык түлүк менен болгон тармактардагы коопсуздукту камсыздоодон тышкары, коноктордун тамактанбаган учурларында дагы сакталышы зарыл. Мисалы ири мейманканаларда бөлмөлөрдүн тазалыгы жаатында жыйырмадай түрдүү стандарттарга баш ийилиши керек. Алардын ар бири орточо эсеп менен 3-4 барактан (кээде андан да көп) турушу мүмкүн [5]. Мейманканаларда эл аралык же улуттук стандарттардан тышкары жеке ишканага гана таандык тейлөө стандарттары иштелип чыгат. Ал документте кийим, сервировка, тейлөө убактысы, персоналдын мамилеси сыяктуу ишкананын концепциясына байланыштуу пункттар жазылат.

Ал эми улуттук стандарттар мамлекет тарабынан кабыл алынып, бардык ишканалар тарабынан милдеттүү аткарылышы зарыл болот. 3 же андан көп өлкө арасында же эл аралык уюм тарабынан иштелип чыккан стандарттар эл аралык статуска ээ, мисалы Hotelstars Union же ISO стандарттары. Дүйнөлүк тажрыйбада ишкананын жеке стандарттарын иштеп чыгып эл аралык же улуттук стандарттарга кошумча документ катары колдонгондор, же эл аралык жана улуттук гана стандарттар менен чектелген ишканалар кездешет. Ушундан улам жетекчиликтин өзгөчөлүктөрүнө ишкананын миссиясы, элеси, стратегиясы, максаты жана колдонулган стандарттары айырмаланышы мүмкүн.

Жогоруда айтылгандай өлкөдө Стандартташтыруу жана метрология борбору “Кыргызстандарттын” узун жылдар бою иштегенине карабастан стандарттар жана стандартташтыруу маселелеринде көптөгөн көйгөйлөр бар. Мисалы Кыргызстандартта туризм жаатында жалпы иштелип чыккан 47 стандарт бар, алардын жыйырма тогузу (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, ошондой эле ыкташтыруу, текшерүү, көзөмөлдөө жана стимулдоо сыяктуу багыттарда иштерди жеңилдетет.

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 [109] түзүлгөн. Бул чечим калктын, ошондой эле 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 эл аралык 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 [178]. Ошондой эле рынокто 2018-жылдан бери ишмердүүдүгүн жүргүзгөн 1С компаниясынын мейманканалар үчүн жазылган Ярослав программасы [2] дагы таанымал. Ал эми чакан мейманканалар, хостел же конок үй сыяктуу ишканалар баасы ыңгайлуу жана чакан ишканалар үчүн ыңгайлуу болгон ctmx.kg, pos-service.kg сыяктуу жергиликтүү программисттердин өндүрүмдөрүн же Excel таблицасынын негизинде түзүлгөн брондоо “шахматка”сын колдонууда.

Бишкек мейманканалары автоматташтыруу системаларынан тышкары OTA-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.

2.3. Мейманканаларда улуттук баалуулуктардын өнүгүшү

Ааламдашуу доорунда туризм тармагынын өнүгүүсү үчүн ар бир өлкө тарыхый, маданий, табигый жана рекреациялык баалуулуктарына басым жасоодо. Ошондой эле туризмдин өнүгүүсү үчүн айрым учурларда өлкөнүн же дестинациянын жайгашкан жери дагы маанилүү рол ойнойт. Туризмден көп киреше тапкан лидер өлкөлөр финансылык пайдадан тышкары калктын жумуш менен камсыздалышы жаатында дагы пайда көрөт [103, 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; 136, 424-б.]. Себеби, алардын жашоо тиричилиги нукуралулугу жана оригиналдуулугу туристтердин кызыгуусун тартат [125]. 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 туризм тармагынын SWOT анализинин жыйынтыгында “этно туризм” багыты “перспектива” бөлүгүндө орун алган [45, 37-б.]. Бул тренд батыш өлкөлөрүндө жылдар мурун башталып, учурда абдан популярдуу багытка айланган. Кызыктуу тематикада жасалгаланган имарат айырмачылык издеген туристтерди тарткандыгынан улам ачылып жаткан ишкана кандайдыр бир концепцияда, кызыктуу тематикада же дизайнердик чечимдер менен жасалгаланышы [159], жергиликтүү калктын тарыхы менен маданиятын, географиялык же жаратылышынын өзгөчөлүктөрүн чагылдырышы маанилүү. Буларга жараша атайын чөйрө калыптандырылып, тейлөө өзгөчөлүктөрү дагы ыңгайлаштырылышы керек. 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.

Кыргыз элинин бай тарыхы, улуттук каада-салт, үрп-адат, ырым-жырымдары, б. а. тарыхый жана маданий баалуулуктары, этнотуризмдин өнүгүшүнө ыңгайлуу шарт түзүүдө. Айрыкча, Кыргызстанда Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары үч жолу ийгиликтүү өтүп, Кыргызстандын көчмөн маданиятынын имиджин калыптандырууга салым кошту [41]. Ал эми

мамлекет тарабынан жүргүзүлгөн түрдүү имидждик жана таанытуу иш-чаралары дагы эл аралык деңгээлде талкууга алынууда. Мисалы East Mediterranean International Tourism and Travel Exhibition көргөзмөсүндө Кыргызстандын стенди “Нукуралык” номинациясынын жеңүүчүсү болсо [66], Лондондо өткөн “Дүйнөлүк саякат жарманкесинде” Кыргызстандын стенди абдан көп катышуучунун көңүлүн бурган [67].

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 ашкананы, кыргыз элинин меймандостугун, каада-салт менен үрп-адаттарын, оюндары менен фольклерун мамлекеттин туристтик имиджинин калыптануусунда колдонулушун сунуштаган [182, 333-б.]. Жогоруда сунушталгандын олуттуу пайызы ишке ашып, Кыргызстандын этно туризми жалгыз гана чет элдик туристтердин көңүлүн бурбастан, өз баалуулуктарын унутуп бара жаткан элдин, өзгөчө шаардыктардын кызыгуусун ойготууда.

Заманбап туристтердин эс алуу түшүнүгү өзгөргөндүгү үчүн туризм түрлөрү кеңейип, анын ичинде, айыл туризмдин өнүгүшүнө ыңгайлуу шарт түзүлдү. Аны менен бирге термалдык булактардын да популярдуулугу өнүгүп, суу менен байланышкан уламыштары жана ырым жырымдары туристтерди кызыктырат [189]. Өлкөдө чоң инвестиция талап кылбаган, түзүлүшү жана сунуштаган кызматы менен классикалык мейманканалардан айырмаланган боз үй ордолору жана “үй пансиондору”, 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 өнүгүүсүнө 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 кандайдыр бир деңгээлде чечилип, Бишкеке келген туристтердин калуу мөөнөтүн узартуу боюнча олуттуу иштер жасалышы керек.

Дүйнө тажрыйбасында туристтердин калуу мөөнөтү туристтик өндүрүмдү дифференциациялоо жана диверсификациялоо аркылуу узарганы белгилүү. Ал үчүн эң алгач туризм түрлөрүн тактап, болгон ресурстарды иликтөө абзел.

Кыргызстанда чоң капиталдык салымдарды талап кылбаган, ошол эле учурда чет өлкөлүк туристтерди тарткан тобокелдүү туризм [73], рекреациялык туризм, альпинизм, Улуу Жибек жолу тур-өнүмдөрү, спелеология, пляж туризми, рафтинг, тоо лыжасы, жайлоо туризми, фото аңчылык, аңчылык, илимий туризм, трекинг, жаратылыш жана жапайы жаныбарлар көзөмөлү, экотуризм, айыл чарба туризми, зыярат туризми, этно туризм сыяктуу туризм түрлөрү өнүгүүдө. Саналган туризм түрлөрү өлкөнүн элет жерлеринде өнүгүп, борбор шаардын туристтеринин калуу мөөнөтүн узартууга эч бир таасир тийгизбейт. Бирок, Бишкек шаары жайгашкан Чүй облусу, б. а. Бишкектин тегерегинде өнүккөн рафтинг, вело жана жөө турлары, хайкинг жана кыш спорттору сыяктуу туристтик өндүрүмдөр [153, 404-б.] о.э. маданий ресурстар борбор шаардын туристтерине сунушталышы мүмкүн. Ушундан улам борбордун жана анын айланасындагы табигый ресурстар толугу менен тизмектелип, аларга байланыштуу туристтик өнүмдөр төмөндөгү 2.11 - таблицаларда көргөзүлдү.

Көрүнгөндөй Кыргызстанда туристтерге массалык түрдө али сунушталбаган фото аңчылык, зорбинг, Саманчынын жолуна байкоо жүргүзүү, жапайы жаныбар жана жаратылыш көзөмөлү, экологиялык турлар, даары чөптөрдү таанытуу сыяктуу туристтик өндүрүмдөр орун алган.

2.11 - таблица. Бишкек шаары жана анын айланасындагы табигый туризм ресурстары жана туристтик өндүрүмдөр

Табигый туризм ресурстары	Туризм өндүрүмдөрү
Ала-Арча жаратылыш паркы; Сейил паркы; Кегети капчыгайы; Аламүдүн капчыгайы; Белогорка капчыгайы; Чуңкурчак; Татыр; Адыгене көлү; Ысык суу – термалдык булактар: Теплые ключи, Воронцовка, Ысык-Ата. Дарыялар: Чүй, Аламүдүн, Ала-Арча, Сокулук, Кичи Кемин, Ысык ата	Альпинизм, тоого чыгуу, кемпинг; Лыжа борборлору: Зил, Нооруз, Супара, Орловка, Байтик; Рафтинг (Чоң Кемин); Аскага чыгуу (Скалолазание); Фото-аңчылык; Зорбинг; 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 чөптөрдү таанытуу / чогултуу. Суу жээгинде таң тосуу; Фестивалдар жана оюндар: Көчмөн оюндары, Оймок Оймо ж.б. фестивалдары.

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Ал эми 2.12 - таблицада адам баласы жараткан туризм ресурстары тизмектелип, аларга байланыштуу туристтик өндүрүмдөр көрсөтүлгөн. Мисалы медициналык борборлор айрым өлкөлөрдө туристтерге гана иштеп, медициналык туризм алкагында каралат. Анын өндүрүмдөрү стоматология, хирургия, көз дарылоо, наркология сыяктуу кызматтардан туруп, өлкөнүн экономикасына туруктуу киреше булагы катары каралат.

Акыркы жылдары чет өлкөлөрдө мейманкана имараттарын медициналык максатта колдонуп, же медициналык борборлорду мейманкана сыяктуу куруп, аларга таандык болгон кызматтар сунушталууда.

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

Адам баласы жараткан туризм ресурстары	Туристтерге сунуштала турган туризм өндүрүмдөрү
<p>Мейманкана (глэмпинг, боз үй, таш-үй, А-фрейм) жана конференция борборлору; Этно-маданий жана дизайнердик комплекстер: Супара, Супара Чуңкурчак, Архар, Ак сөөк, Кыргыз айылы, Мурас Сайрандоо борборлору жана тойканалар: Ресторан, бар, кафе, караоке, дискотека, балык чарбачылыктары ж. б.;</p> <p>Муз майдандары: Абстракт, У дяди Тома, Кашка-Суу.</p> <p>Базарлар: Ош, Дордой, Сары-Өзөн, Аламүдүн, Орто-Сай, мал базар.</p> <p>Завод фабрикалар: Риха, Торро, Тойбос; Белая Река, Шоро, Үмүт, Шин-лайн, Куликовский, Таттуу, Ширин, Восточная сладость ж. б. ; Медициналык борборлор.</p> <p>Музейлер жана архитектуралык эстеликтер: Бурана, Кузнечная крепость, Пишпек чеппи, археологиялык калдыктар, көчмөндөрдүн кургандары;</p> <p>Спорт майдандары <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; Диний зыяраттар: Мечит, чиркөө, мазар; Устаканалар: Тумар, Дилбар, Чепкен, М галереясы, "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>Интеллектуалдык өндүрүмдөр: Илимий конференциялар; Предприниматель, Грабли найт, Шамал, Интеллектуалдык жарыш жана квесттер, викторина жана хакатондор.</p> <p>Гастро туризм: тамак-аш, азык-түлүк жана суусундук менен ичимдиктердин дегустациясы: "Дикий ужин"; палло жарышмасы; нан фестивалы; өрүк, карагат, кымыз, айран, эт фестивалдары; ашчылар конкурсу; улуттук ашканалары көргөзмөсү ж. б.</p> <p>Медициналык туризм: стоматология жана косметология. 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, куудулдар, 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 сүңгүп кирүү максатында зыяраттар же үй бүлөөдө жашоо мүмкүнчүлүгү</p>

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Кыргызстан үчүн медициналык туризм жаңы багыт болгонуна карабастан, учурда Нова Клиник медициналык борбору жана айрым

стоматологиялык клиникалар бул багытта ийгиликтүү иш алып барууда. Аталган медициналык борбордун бейтаптарынын олуттуу пайызы чет өлкөлөрдөн келип, аларга ресторандын менюсунан тамактар сунушталып, беш жылдыз мейманкананын деңгээлиндеги бөлмөлөрдө түрдүү процедуралардан кийин калыбына келишүүдө.

Ал эми өз убагында мейманкана болгон Урмат Ордо (Исанова 85) Лайф бейтапканасы жана Грин сити (Ч.Айтматов 16/1) мейманканасы учурда Ала-Тоо эл аралык бейтапкана категориясында ишмердүүлүгүн жүргүзүүдө.

Бишкек шаары Советтер Союзу заманында жашыл шаар катары таанылып, азыркыга чейин келген туристтерди көптөгөн парктары жана бак-дарактуу көчөлөрү менен суктандырат. 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 [31].

Орозова улуттук маданиятты руханий жана материалдык деп экиге бөлгөн. [81]. *Руханий*: мифология, диний ишенимдер; элдик медицина, тил, алфавит; аскер, согуш өнөрү; турмуш-тиричилик, үй-бүлө; каада-салт, билим - илим, ырым-жырым; жыл сүрүү, ай, күн календары; орто кылымдагы адабият; элдин оозеки чыгармачылыгы; элдик искусство (күү, оюн, бий ж. б.). *Материалдык*: скульптура, тамак-аш; турак-жай; кол өнөрчүлүк; архитектура; кийим-кече.

Кыргыздардын көчмөн жашоо образына ылайыкталып жасалган жана элдин маданиятынын, социалдык, ошондой эле коомдук мамилелеринин эң байыркы өзгөчөлүктөрүн камтылган боз үй заманбап кыргыз туризминин ажырагыс бөлүгү. Йоркширдеги “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 калтырылган [13].

Ковид 19 пандемиясы дүйнөлүк туризмге терс таасирин тийгизгени менен Кыргызстандын ички туризмнин 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, туризм ишканалары (транспорт, жайгаштыруу, тамактануу, гид), табигый жана адам баласы жараткан ресурстардан куралат.

Меймандостук ишканалары, тактап айтканда ресторан жана мейманкана бизнеси, бардык тур өндүрүмдөрдүн негизги компоненти болуп саналат. Учурда улуттук баалуулуктарды туризм менен ширетип, аларды сактап калуу максатында меймандостук ишканалардын өнүмдөрү бул көз караштан кайрадан калыптандырылууда. Туризм жана этно сөздөрү бир арада колдонулганда эң эле алгач улуттук турак жай, кол өнөрчүлүк, каада-салттар менен тамак-аштар ойго келет. Ата - бабадан калган мурас, улуттун казынасы болгон көркөм кол өнөрчүлүк, улуттун тарыхын, руханий дүйнөсүн, көркөм ой жүгүртүүсүн маданиятын, тиричилигин жана мүнөзүн чагылдырганы анык. Демек, этнотуризм багытын өнүктүрүү аркылуу унутта калып бара жаткан улуттук баалуулуктарды сактап калуу мүмкүнчүлүгү жаралат. Мисалы чет элдик туристтер улуттук колоритеги буюмдарды алууну көздөшөт. Ушундан улам кол өнөрчүлүк менен алектенген уста, уз, чебер, зергерлерди туризм борборлорунагы атайын ачылган чакан устаканаларга тартуу маанилүү [111].

Учурда кол өнөрчүлүк Кыргызстанда популярдуу болуп, кыргыз улуттук кийимин кийүү модага айланып, турак жай менен имараттын жасалгалоосунда “этно” стиль 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 [47].

Ал эми гастро-туризмди Бишкектеги түрдүү табитке жооп берген тамактануу жайларынын саны жана түрдүүлүгү, жергиликтүү калктын меймандостугу [180, 146 -б.], о.э. ар кандай форматтагы фестивалдар менен жарманкелер өнүктүрүүдө маанилүү рол ойнойт. Бишкеке келген туристтер өз табитине ылайык түрдүү сапатта, баа категориясында, дизайнда кызмат сунуштаган ашканалар менен ресторандарды таба алат. Акыркы жылдары бул сектор өтө тездик менен өнүгүп, коңшу Казакстандын мурунку борбор шаары болгон Алматаны дагы артта калтырды [90]. 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 [117].

Ресторан секторунун өнүгүшү туризмдин да өнүгүшүнө чоң таасирин тийгизет. Учурда тамактануу секторунун негизги өндүрүмдөрү менен улуттук баалуулуктардын айкалышы туристтерди тартууда маанилүү рол ойнойт. Маданияттын негизги бөлүгү катары каралган ашкана маданий туризмдин өнүгүшүнө олуттуу салым кошуп, дестинациянын тандалышында негизги факторлордун бири болууда. Улуттун нукуралуулугун 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 кеңейтүүнү 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 [158].

Ресторан жана туризм дегенде гастро туризм, анын ичинде, улуттук ашкана эске түшөт. Туристтер барган өлкөнүн улуттук тамактарынан даам татууну жактырышат, себеби, улут маданиятынын бардык түрлөрүнүн ичинен эң байыркысы жана эң туруктуусу тамак-аш болуп, элди жана жерди таануунун негизги булагы болуп эсептелинет. Туризмдин аркасынан улуттук жана табигый мурастар баа жеткис байлыкка айланганын дүйнөлүк тажрыйба ырастоодо. 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 кой, уй, төө, топоз, эчки, жылкы, сыяктуу жогорку калориялуу эт азыктары басымдуулук кылып алардын ичинен жылкы эти эң сыйлуу болуп эсептелинет. Андан тышкары сүт азыктары жана андан жасалган түрдүү ар тамактар дагы бар. Кыргыздар этти негизинен сууга бышырып жана куурдак кылып кууруп жешкени менен таш кордо сыяктуу бышыруу ыкмаларын дагы колдонушкан. 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. Сүтөн 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 [35].

Заманбап кыргыз ашканасы башка калктардын ашканасынын маданиятыбызга ыңгайлашуусу менен калыптанып, учурда эки жүздөн ашык тамак-аш жана суусундуктары менен белгилүү. Андагы эт азыктары, таттуулары жана өзгөчө жасалган тамактары 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, паллоо сыяктуу тамактар жана негизги сый тамагы болгон бешбармак жогору калориялуу келип, заманбап кыргыз ашканасынын негизги түзүүчүлөрү [160]. 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 максимум 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 [167] гастрономиялык туризмди өнүктүрүүгө чоң салымын кошору талашсыз.

Бул илимий иштин алкагында жүргүзүлгөн веб сайттардын анализинин жыйынтыгында Кыргызстандын чоң жана ири мейманкана ишканаларында этно багыттагы иш-чаралардын дээрлик өткөрүлбөгөнү аныкталган. Кээ бир гана Ысык-Көл облусунда жайгашкан пансионаттарда улуттук музыка кечелери уюштурулса, “Радуга” эс алуу борборунда конокторду боорсок менен тосуп алганы жана улуттук тамактарды чет элдик коноктордун табитине жараша ыңгайлаштырылып жасалганы аныкталды. 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 жайылтуусуна себеп боло алат. Мисалы Кыргызстандын мейманкана кызматтарын сунуштаган ишканаларда тамак-аштан сырткары, кыргыз маданиятынын башка багыттарына дагы көңүл буруп, өнүктүрүлсө туристтик өндүрүмдүн түрдүүлүгү кеңейет, маркетинг тили менен айтканда дифференциация же диверсификацияланат. Мисалы, келген туристтерге:

- тил менен алфавитти үйрөтүү; Мисалы: картинага эски кыргыз алфавити менен баалуулуктарды чагылдырылган сөздөрдү жазып өздөрү менен алып кетиши;
- Театрлаштырылган турларды уюштуруу, farolero world жана klokwalker.com сыяктуу;
- улуттук оюндарын 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, ошондой эле кыргыз элинин каада-салты менен үрп-адаттарынын сакталышына да чоң салым кошот деген ишеничтебиз.

Экинчи бөлүмдүн жыйынтыгы

Бул бөлүмдө түрдүү терс факторлорго карабастан Кыргыз Республикасынын жана Бишкек шаарынын мейманкана бизнесинде туруктуу өсүү динамикасы болгону аныкталып, Бишкекке келген туристтердин саны пандемияга чейинки көрсөткүчтөрдөн 2 эсе көп болгону аныкталды. Бишкектеги мейманканалар көлөмү, отурукташкан корпоративдик маданияты, ал эми элет жергесиндеги мейманкана бизнеси улуттук баалуулуктары жана үй-бүлөлүк башкаруусу менен өзгөчөлөнөт. Учурда мейманкана бизнесинин өнүгүүсү түрдүү формаларда, тактап айтканда конок үй, хостел, мотел, глэмпинг, А-фрейм, бешик үй, таш үй, жыгач үй, дизайнердик же тематикалык жайгаштыруу каражаттары сыяктуу ишканалар менен мүнөздөлүп, жиктөө жараяны толук ыктыярдуу болгондугу жана бул түр ишканалар расмий статистикада чагылдырылбагандыгы үчүн жарнамаларда гана кездештирүүгө мүмкүн болгондугу ырасталды.

Терс экологиялык көрсөткүчтөрдөн улам туристтер Бишкектин тегерегинде жайгашкан мейманканаларды тандаганы рыноктогу сунуштардын өсүшүнөн байкалып, бул тенденция жалгыз гана экологиялык көрсөткүчтөргө негизделбестен, учурда дүйнөдөгү 3 «L» тенденциясынын өнүгүүсү менен дагы ырасталат. Туруктуу туризмди өнүктүрүү тенденциясынын алкагында өлкөдө “эко” долбоорлор жүргүзүлүп, мейманкана бизнесинин өкүлдөрү үчүн “жашыл” багытта окутуулар жана эко-энбелги берүү иштери түрдүү уюмдар тарабынан ишке ашырылгандыгы (КТМУ, Good Travel Seal - Helvetas, PERETO) белгилүү болду. Заманбап базар экономикасынын талаптарына жана атаандаштыктын күчөшүнөн улам мейманканаларга жаңы талаптар коюлуп жаткандыгы аныкталды. Ушундан улам эл аралык мейманкана базар алкагында туруктуу өнүгүү жана стандартташтыруу маанилүү экендиги аныкталып, “жашыл” концепцияга байланышкан ишканалардын санынын көбөйүшүнүн маанилүүлүгү белгиленди.

Бишкектин мейманкана бизнесинин өнүгүүсүнө түрдүү саясий жана жаратылыш кризистери; тейлөө сапатынын төмөндүгү; өкмөт деңгээлинде

тийиштүү документациялардын жетишсиздиги (мыйзам, жобо, план, жиктөө ж.б.); туристтик сезондун кыска болушу жана борборго келген туристтердин 1-2 түн гана түнөгөнү, ишканаларды категориялаштыруудагы жана статистикалык маалыматтагы көйгөйлөр, туризм жаатында иш алып барган мамлекеттик органдар менен байланыштын жоктугу жана туруктуу туризмди өнүктүрүү принциптерине ылайыктуу келбегени сыяктуу түрдүү көрүнүштөр терс таасирин тийгизүүдө. Ошондой эле өлкөдө 15 жогорку окуу жайы, 2 орто кесиптик жана 21 кесиптик лицей туризм жана мейманкана бизнеси үчүн кадрларды даярдаганына карабастан рынокто квалификациялуу кадрлардын жетишсиздиги, анын натыйжасында рынокто демпингге жол берилүүсү; маркетингдик, өндүрүштүк, инвестициялык, бухгалтердик жана адам капиталы жагынан өзгөчөлүктөр эске алынбагандыгы үчүн кардарлардын канааттануу деңгээлинин төмөн болгону аныкталган.

Бул бөлүмдө мейманкана бизнесинин учурдагы абалы жана көйгөйлөрү талдалып, Бишкек шаарынын өзүндө жана анын айланасындагы туризм ресурстары, тактап айтканда табият баалуулуктары, тарыхый жана маданий мурастар, ошондой эле жана адам баласы жараткан туризм ресурстары кеңири иликтенип, алар менен байланышкан туристтик өндүрүмдөр сунушталган.

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 [29, 94-б.; 92, 173-б.], андан соң башка региондорго жол тартышат. Бул көрсөткүчтү мейманкана бизнесинен түшкөн кирешенин да олуттуу пайызы Бишкек шаарына таандык болгону тастыктайт.

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

Албетте, туризм өлкөгө валютанын туруктуу киришине негиз түзгөнү, анын ичинде мейманканалар туризмдин негизги валюта булагы болгондугу, ушундан улам чет элдик туристтердин талаптарына жооп берген мейманканалардын курулушу Кыргызстандын туризм тармагында көптөгөн илимий эмгектери менен таанымал болгон Атышов К. А. тарабынан баса белгиленет [46]. “Туристтердин талабына жараша” деген түшүнүк жаңы форматтагы мейманканалардын санынын өсүшү дегенди эле эмес, туристтерди тейлөө сапатынын жогору болушу дегенди дагы 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.

Экономикалык ишмердүүлүктө божомолдоо туруктуу түрдө жасалуусу зарыл жана анын орду өзгөчө. Божомолдоодон алынган маалымат мамлекеттин же бизнестин рыноктогу өзгөрүүлөргө ыңгайлашуусуна, ресурстарды оптималдаштырууга жана атаандаштардан өзгөчөлөнүүгө мүмкүнчүлүк түзөт. Ушундан улам бул илимий ишти даярдоонун жүрүшүндө борбор калаадагы мейманкана бизнесинин келечегине божомолдоо жүргүзүлдү. Божомолдоо үчүн Eviews программасынын 13 - версиясы колдонулду.

Божомолдоонун жыйынтыктары жөнөкөй регрессия модели аркылуу алынып, көз карандысыз өзгөрмө - жылдар, ал эми көз каранды өзгөрмө катары статистикалык көрсөткүчтөр алынган. Регрессиялык анализдин жардамы менен көз карандысыз өзгөрмөлөрдөгү өзгөрүүнүн көз каранды өзгөрмөлөргө тийгизген таасирин аныктоого мүмкүн. Башкача айтканда, максатталган белгилүү бир өзгөрмөгө таасир тийгизүүчү факторлорду жана алардын таасир күчүн табуу регрессиялык анализдин негизги максаты болуп саналат. Ошондой эле регрессия анализинде детерминация коэффициенти (R^2) 1 ге жакын болгону, жасалган эсептөөдө ката өтө эле аз болгонун билдирет. Тагыраак айтканда регрессия менен чыныгы көрсөткүчтүн айырмасы (ката - error) абдан төмөн. Ошондой эле Акаике жана Шварц критерийлерине регрессия моделин түзүүдө маани берүү керек, себеби алар 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 [22].

Төмөндөгү 3.1- таблицасында эконометрикалык ыкма менен жүргүзүлгөн анализдин негизинде Бишкек шаарынын мейманкана рыногунун бардык көрсөткүчтөрү туруктуу өсө тургандыгы, тагыраак айтканда 2030 –

жылы 2023 – жыл менен салыштырганда 1,4 - 2,1 эсе көбөйөрү эсептелинип чыккан.

3.1- таблица. Бишкек шаарынын мейманкана бизнесинин өсүү божомолу

Жыл	2023 факт	Божомол						
		2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Мейманкана, бирдик	165	173	182	191	200	210	219	228
Конок үй, бирдик	114	130	145	161	178	196	216	237
Жатак орун саны, миң	9,1	10,3	11,5	12,8	14,2	15,7	17,3	18,9
Бөлмөлөр фонду, миң	6,2	7,0	7,8	8,8	9,7	10,8	11,8	13,0
Бишкеке келе турган туристтердин саны, миң	138,4	148,7	159,0	169,3	179,7	190,0	200,3	211,0
Мейманкана тейлөөлөрүнөн түшкөн киреше, млрд. сом	3,6	3,8	4,0	4,2	4,4	4,6	4,8	4,9

Булак: Автор тарабынан түзүлдү.

Бул илимий иштин алкагында жүргүзүлгөн изилдөөдө көз карандысыз өзгөрмө катары Trend чоңдугу катары убакыт, б. а. жылдар алынса, мейманкана, конок үйлөрү, жатак орун саны, бөлмөлөр фонду, Бишкеке келе турган туристтердин саны жана мейманкана тейлөөлөрүнөн түшкөн кирешенин статистикалык көрсөткүчтөрү көз каранды өзгөрмө катары берилген. Түзүлгөн моделде жылдардын көз каранды өзгөрмөлөргө тийгизген таасири, формулалары жана детерминация коэффициенти төмөндөгү 3.2 – таблицада көрсөтүлүп, алардын деталдуу таблицалары 12 – тиркемеде берилген.

Жасалган божомолдо детерминация коэффициенти 0,82 – 0,97 арасында болгону моделдин туура тандалганын жана регрессия анализинин ишенимдүүлүгүнүн жогорулугун билдирет.

Көрүнгөндөй эконометрикалык анализдин натыйжасында мейманканалар жылына орточо эсеп менен 9 жаңы ишканага көбөйөөрү күтүлүүдө, ал эми алгачкы жылдары конок үйлөрүнүн саны жайыраак ылдамдык менен өсүп, барган сайын өсүш арымы ылдамдаганы аныкталган. Ошондой эле Бишкек шаарынын мейманкана рыногунун кирешесинин,

бөлмөлөр фондунун, жатак орундарынын жана келген туристтердин санында туруктуу өсүү күтүлүүдө.

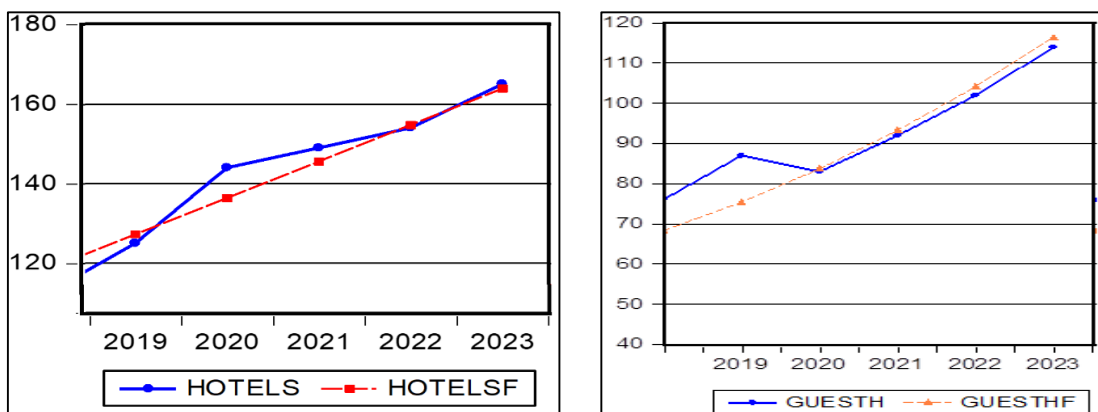
3.2- таблица. Бишкек шаарынын мейманкана бизнесинин өсүү божомолунун регрессия моделдери

	Регрессия модели	Детерминация коэффициенти R^2	Түшүндүрмөсү
Мейманкана, бирдик	$Y = a + bt + u$ $Y = 72,32 + 9,15t$	0,97	Жылына орточо эсеп менен мейманканалардын санынын 9 га көбөйүүсү күтүлүүдө
Конок үй, бирдик	$Y = a + bt^2 + u$ $Y = 52,31 + 0,64 t^2$	0,95	Жылына орточо эсеп менен конок үйлөрдүн санынын 18ге көбөйүүсү күтүлүүдө
Жатак орун саны, миң	$Y = a + bt^2 + cd + u$ $Y = -3.16 + 0,04 t^2 + 4,4d$	0,82	Жатак орундардын санынын жылына 1,4 миңге көбөйүүсү күтүлүүдө
Бөлмөлөр фонду, миң	$Y = a + bt^2 + cd + u$ $Y = -2164,3 + 27,7 t^2 + 2910,7d$	0,82	Бөлмөлөр фонду жылына 1000 бөлмөгө көбөйүүсү күтүлүүдө
Бишкеке келе турган туристтердин саны, миң	$Y = a + bt + cd + u$ $Y = -57632,8 + 10316,4 t + 92866,9d$	0,92	Келе турган туристтердин санынын жылына орточо эсеп менен 10,4 миңге көбөйүүсү күтүлүүдө
Мейманкана тейлөөлөрүнөн түшкөн киреше, млрд сом	$Y = a + bt + cd + u$ $Y = -1173,5 + 186,8 t + 2195,6d$	0,86	Жылына орточо эсеп менен 186 млн. сомго көбөйүүсү күтүлүүдө

Булак: Автор тарабынан түзүлдү.

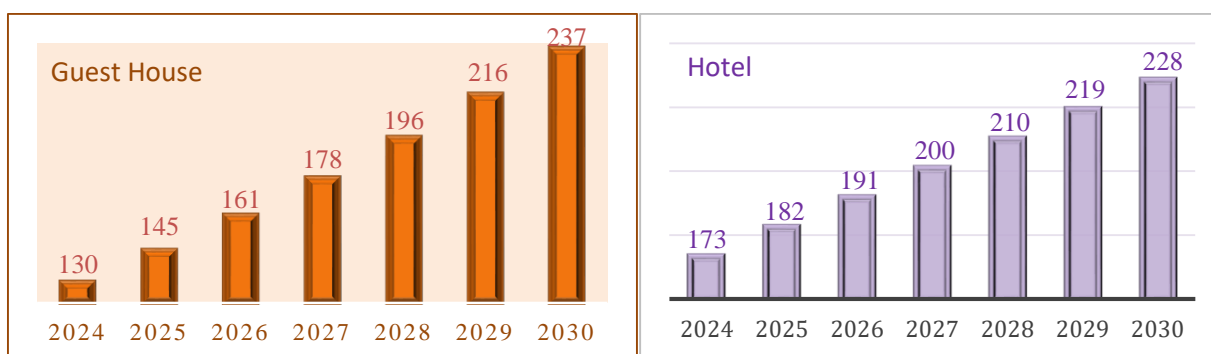
Төмөндө мейманканалар менен конок үйлөрдүн чыныгы жана регрессия моделинен табылган көрсөткүчтөр графикалык түрдө берилген (3.1- сүрөт). Көрүнгөндөй, регрессия чийини чыныгы көрсөткүчтөрдөн кээде өйдө өтсө, кээде төмөн өтөт жана бул айырмалар регрессиянын ката чоңдугун чагылдырат. Өзгөчө акыркы жылдары, регрессия моделинен табылган көрсөткүчтөрдүн чыныгы көрсөткүчтөргө абдан жакын. Бул дагы алдыңкы жылдарга эсептелген божомолдун ишенимдүүлүгүн кандайдыр бир деңгээлде

кепилдейт. Ошондой эле сүрөттөн конок үйлөрдүн саны 2020-жылы Ковид 19 пандемиясынан улам бир аз кыскарып, 2021-жылдан баштап кайра тездик менен көбөйүп жатканын, ал эми мейманканалардын санында азайуу болбогонун көрүүгө болот.



3.1-сүрөт. Бишкек шаарынын мейманканаларынын жана конок үйлөрүнүн чыныгы жана регрессия маанилери

Төмөндө статисталык маалыматтын негизинде 2030 - жылга чейинки мейманканалардын жана конок үйлөрүнүн санынын өсүшүнө жасалган божомолдун графикалык түрдө чагылдырылышы көрсөтүлгөн (3.2-сүрөт).



3.2-сүрөт. Бишкек шаарынын мейманканаларынын жана конок үйлөрүнүн өсүү божомолу.

Булак: Автор тарабынан түзүлдү

Көрүнүп тургандай мейманканалар менен конок үйлөрдүн өсүү тенденциясы божомолдонгон жылдарда да уланат. 2023- жылы

мейманканалар 165, ал эми конок үйлөрдүн саны 114 болгон болсо, 2030 – жылы мейманканалар 228, конок үйлөр 237ге жетет.

Бул бөлүмдө Бишкектеги ишмердигин жүргүзгөн мейманканалар менен конок үйлөрдүн, алардын номерлер фондусунун жана жатак орундарынын, ошондой эле келе турган туристтердин санынын жана түшкөн кирешенин келечекке карай божомолу жасалып, бул көрсөткүчтөрдүн бардыгы туруктуу өсө турганы ырасталды. Мейманканалардын санында туруктуу өсүүсү бул чөйрөдөгү атаандаштыктын күчөшү тууралуу маалымат берип, мейманканалардын тейлөө сапатына көңүл буруу, башкаруусун жакшыртуу жана мейманканалардын натыйжалуулугун жогорулатуу жаатында көптөгөн иштердин жасалышы керектигин ырастайт.

3.2. Мейманкана бизнесин башкарууну жакшыртуунун жолдору

Башкаруунун тажрыйбасына ылайык жеткиликтүү даярдалган уюштуруу схемасы, тагыраак айтканда тиешелүү ишкананын өзөгү, бизнестин ийгилигинин негизинде болгону белгиленет [27]. 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 [52, 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 толтурууга олуттуу таасирин тийгизет. Мисалы, Hyatt Regency Bishkek башка атаандаш мейманканалар пайда болгонго чейин эл аралык донорлордун, элчиликтердин жана масштабдуу чоң долбоорлордун бирден бир өзөгү болуп келген. Учурда Супара этнокомплекстери 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, ошондой элелоялдуу 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 [131]. 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 [76]

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 [141] 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 [131]. Андан кийинки этапта бул термин 1911-жылы жарык көргөн “Ревю Д Экономика Политика” журналында Алберт Афталиондун “Les Trois Notions De La Productivite 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, киреше менен чыгымдардын ортосунда болгон айырма (чыгашанын кирешеге болгон катышы) деп түшүндүрүлөт. Заманбап өндүрүштө натыйжалуулук өндүрүлгөн өндүрүмдүн көлөмүнөн тышкары өндүрүшкө сарпталган убакытты жана жумшалган бардык ресурстардын көрсөткүчтөрүн да камтыйт [141]. Ал эми мейманкана бизнесинин башкаруусунун натыйжалуулугу жалпы жонунан анын рентабелдүүлүгү менен аныкталат. Бирок бул көрсөткүчкө персоналдын агымы, ишкананын имиджи, атаандаштык артыкчылыгы, инновациялык башкаруу [25; 30; 84; 40] жана тейлөө сапаты сыяктуу көптөгөн багыттардын

таасир берээри унутулбашы шарт. Инновациялык активдүүлүк учурдун маанилүү талабы катары каралып, анын оң таасири жалгыз гана мейманкана бизнесине болбостон жалпы региондо дагы болоору талашсыз [113]

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 [166] 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: ички бизнес жараяндары, персоналдын билими, финансы, жана кардарлар [96, 105-б. ; 164].

Ишкананын натыйжалуу ишмердүүлүгү анын ар бир ишинин бир арада кынтыксыз 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. Учурда BSC моделинен сырткары KPI (Key Performance Indicator\эффективдүүлүктүн негизги көрсөткүчтөрү) жана MBO (Management by Objectives / натыйжалар боюнча башкаруу) модельдери дагы рынокто бар.

Давид Нортон менен Роберт Капландын айтымына жараша бул төрт багыт керек болгон учурда ишкананын өзгөчөлүгүнө жараша ылайыкташтырылып, баалануучу багыттар көбөйүшү мүмкүн [96]. Төмөндө Нортон менен Каплан тарабынан сунушталган BSC баалоо модели мейманкана бизнесине ылайыкташтырылып түзүлүп, мисал катары төмөндө берилген (3.3 – сүрөт).



3.3 - сүрөт. Мейманканаларда баалоо моделинин үлгүсү (BSC)

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

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 ишкананын кардарлар менен болгон мамилесинин реалдуу сүрөттөлүшүн алууга мүмкүнчүлүк түзөт. Ички бизнес-процесстер болсо иш өндүрүмдүүлүгү, каталардын саны жана өндүрүш убактысын камтыса,

финансылык көрсөткүчтөрү тапкан акча каражаттарды, ал эми ишкананын персоналы туризм жаатында алган билими, иштен канааттануу деңгээли, ишканага болгон лоялдуулугу, кесиптик жана жумшак көндүмдөрү менен бааланат.

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, ошондой элесапаты 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 [137, 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 негизги бөлүмдөрүнүн ишинин анализин жүргүзүү үчүн жана анын натыйжасында бизнес процесстерди жакшыртуу жана натыйжалуулукту жогорулатуу үчүн “Тең салмактуулук чамгарагы” усулу иштелип чыгып сунушталган. “Тең салмактуулук чамгарак” усулу 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 коучингде 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 [150]. 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 “Тең салмактуулук чамгарагы” [21], “Бизнес баланс” [55; 188] же “Steering Wheel” [172] аты менен колдонулууда. Ар бир сегмент тең салмактуу 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 “Тең салмактуулук чамгарагы” бул илимий иш алкагында иштелип чыгып Бишкек шаарында ишмердигин жүргүзгөн мейманканаларда сыноо жүргүзүлгөн. Мейманкананын ишмердүүлүгүнүн негизги бөлүмдөрү болгон Тазалоо кызматтары менен Каттоо жана жайгаштыруу бөлүмүнүн ишин анализдөө, ошондой эле Ковид-19 пандемиясынан улам улуттук туризмдин көрсөткүчтөрүндөгү терс динамика [128] 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 [112] 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, ошондой эле “жок” деп белгиленген жооптор оңдолушу керек болгон иштерди так белгилөөсү чоң артыкчылык болуп саналат.

2023-жылдын ноябрь айында Бишкекте ишмердүүлүгүн жүргүзгөн беш 4 жылдыздуу мейманкананын жетекчилери менен Каттоо жана жайгаштыруу

бөлүмүн ишинин натыйжалуулугун өлчөө максатында сурамжылоо жүргүзүлүп анын жыйынтыгында чамгарак чийилген (3.4 – сүрөт).



3.4-сүрөт. Бишкектеги 4жылдыздуу мейманканалардын Каттоо жана жайгаштыруу бөлүмүнүн тең салмактуулук чамгарагы
Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Сурамжылоого катышкан жетекчилер түзүлгөн суроолордун жеңилдигин баалашып, туризм жана мейманкана жаатында билими же терең тажрыйбасы жок болгон кызматкерлер тарабынан деле толтурулушу жеңил болгондугун баса белгилешкен.

Чамгарак сегиз бөлүктөн туруп анын бешөө персоналга, үчөө бөлүмдүн иштерине тийиштүү суроолордон түзүлгөн (2-тиркеме). Анын себеби учурда адамдын сапаты менен өзгөчөлүктөрүнө таянган атаандаштык стратегиялары күч алып турган мезгил [151, 89-б.] болгонунан бөлүмдүн ишмердүүлүгүнүн, деги эле жалпы мейманкана бизнесинин натыйжалуулугу персоналдан көз каранды. Дагы бир себеп, бул бөлүмдүн кызматкерлеринин кардарлар менен болгон тыгыз мамилеси. Ушундан улам бөлүмдүн персоналынын билим сапатына, этика эрежелерин сактаганына, ишке болгон лоялдуулугуна өтө маани берилет. 2016-ж Бишкектеги 19 мейманканын каттоо жана

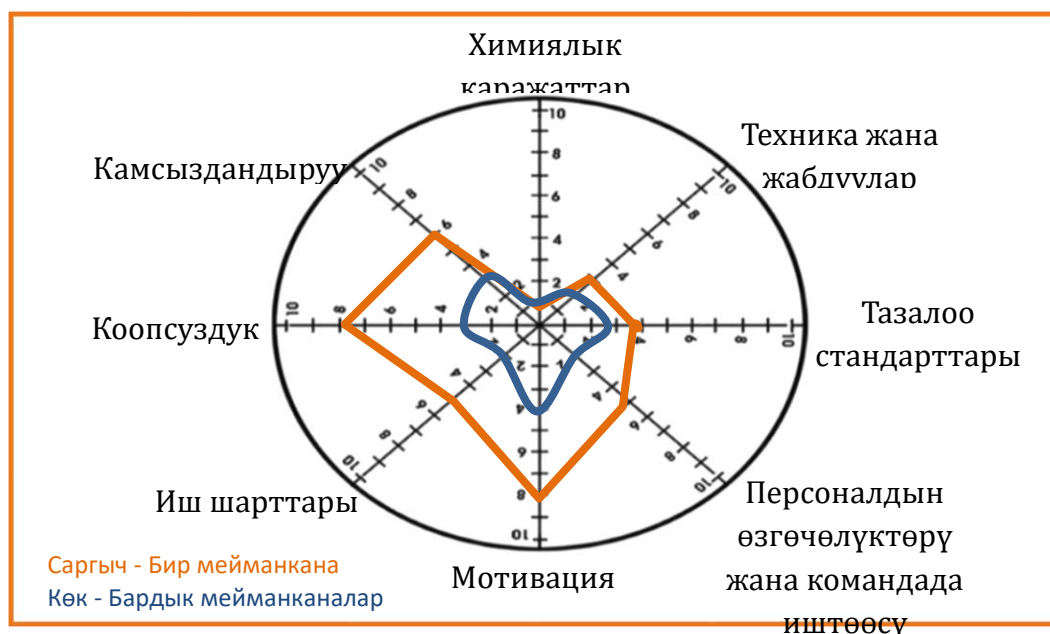
жайгаштыруу бөлүмүнүн кызматкерлери арасында жүргүзүлгөн изилдөөдө сурамжылоого катышкан 63 кишинин 93% карьерасын бул багытта жасаарына ишенгендиги жана 67% ишкананын карьера саясатын жактыргандыгы аныкталган [184].

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 олуттуу пайызын 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 шаймашай иштөөсүн талап кылган бөлүмдүн ишинин анализи өтө татаал болуп,

түзүлгөн суроо-талаптар бул иштин жеңилдетүүсү үчүн жардамчы аспап болот, Бишкекте жайгашкан беш 3 жылдыз 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, жетекчиликтин Тазалоо кызматтары бөлүмүнө көңүл бурбагандыгы аныкталып, анын негизинде көңүл коштук менен билиминин жетишсиздиги жатканы билинген [183, 270-б.]. Бул түр көйгөйлөр улангандыгын эске алып, Тазалоо кызматтары бөлүмүнүн ишин оңой жана түшүнүктүү жол менен жөнгө салууну мүмкүн кылган бул ыкманын суроолору деталдуу түрдө түзүлүп 3 - тиркемеде берилгип, сурамжылоонун жооптору төмөндө көрсөтүлгөн (3.5 - сүрөт).



3.5 - сүрөт. Бишкектеги 3 жылдыздуу мейманканалардын Тазалоо кызматтары бөлүмүнүн тең салмактуулук чамгарагы

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

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

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, ошондой элересурстарды үнөмдөө максатында тийиштүү эскертмелер, жоготулган буюмдарды сактоо жана ээлерине кайтарып берүү алгоритми, VIP коноктор үчүн стандарттар;

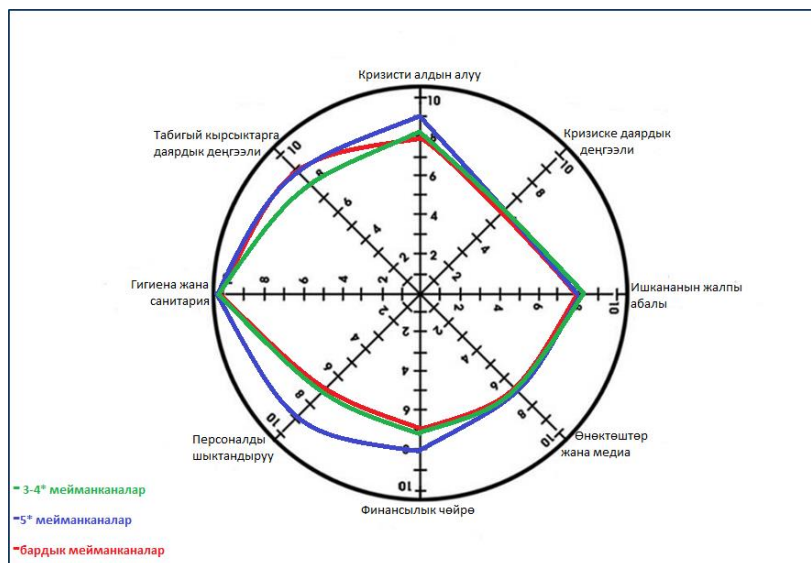
- *персоналды окутуу* - тазалоо стандарттары, биринчи медициналык жардам, өзгөчө кырдаал учурунда жоопкерчиликтерин үйрөтүү жана карьералык өсүү мүмкүнчүлүгүн жаратуу үчүн башка бөлүмдөргө практикага жиберүү;

- *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 тең салмактуулук 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 төмөндө чагылдырылган (3.6 – сүрөт).

Көрүнгөндөй 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, 4-тиркемеде берилген.



3.6 - сүрөт. Бишкектеги мейманканалардын антикризистик башкаруусунун тең салмактуулук чамгарагы

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

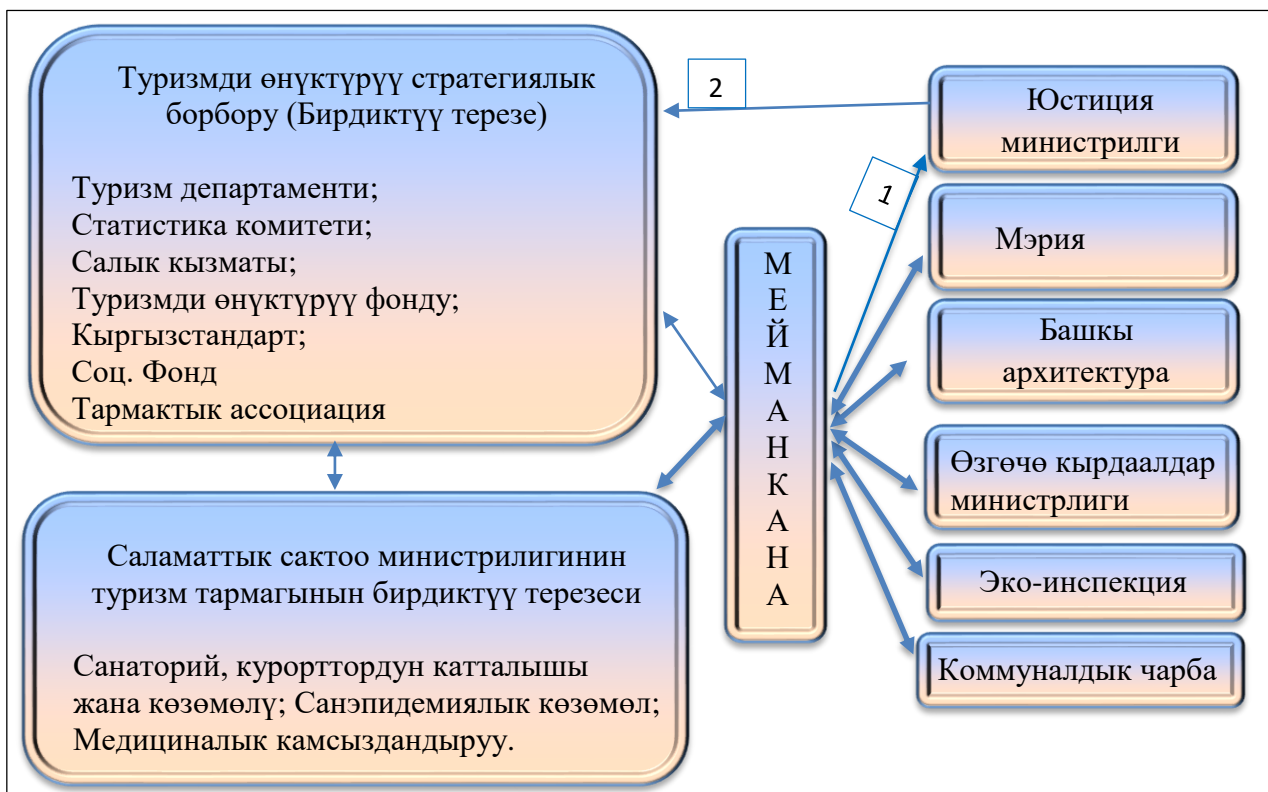
Тең салмактуулук чамгарагында жашыл түс менен 3 жана 4 жылдыздуу мейманканалардын орточо көрсөткүчтөрү берилген. Көк түс менен 5 жылдыздуу мейманканалардын учурдагы абалы чагылдырылган. Ал эми кызыл түс менен сурамжылоого катышкан бардык 22 мейманканын орточо көрсөткүчү чагылдырылган. Чамгаракта 5* мейманканын кризиске даярдыгы 3 жана 4 жылдыздуу мейманканага караганда жакшы болгону көрүнүүдө. Эң эле төмөн көрсөткүч “кризиске даярдык деңгээли” сегментине таандык болуп, бул сегментте 22 ишканын 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 “ишканын 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 “тең салмактуулук 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 [148] жардамы менен чечүү мүмкүн. Андан сырткары үч бөлүм үчүн иштелип чыккан тең салмактуулук 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 [139, 22-б.], б. а. кызмат сапаты персоналдын маанайынан көз каранды болгону.

Жогоруда мейманкана ишмердүүлүгүнүн башкарылышын жакшыртуу жана натыйжалуулугун жогорулатуу үчүн ыңгайлуу ыкма иштелип чыгып сунушталды. Мейманкана бизнесинин ийгилиги жалгыз гана ички процесстерден көз каранды эмес. Ички процесстер сыяктуу эле тышкы факторлор дагы маанилүү. Ушундан улам Кыргыз Республикасынын туризм тармагын, анын ичинде мейманкана бизнесин мамлекет тарабынан жөнгө салуусун жакшыртуу үчүн, учурда актуалдуу болгон түрдүү көйгөйлөрдү жокко чыгаруу максатында төмөндө чагылдырылган уюштуруу модели иштелип чыкты (3.7 – сүрөт).



3.7 - сүрөт. Бишкектеги мейманканаларды мамлекеттик уюштуруунун модели

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Бул моделге жараша жайгаштыруу ишканалар, тактап айтканда мейманкана, хостел, конок үй, боз үй лагерлери ж.б. эң алгач Юстиция министрлигинде катталгандан соң Туризмди өнүктүрүү стратегиялык борборунун бирдиктүү терезесине кайрылышат. Борбор эң алгач Туризм департаментинен “туризм ишканасы статусун” алат жана Кыргызстандарттан ишкананын категориясын тактайт. Алгачкы эки этап бүткөндөн кийин Статистика комитетине, Салык кызматына жана Соцфондго тийиштүү документтердин камдалышы үчүн талап билдирилет жана Туризмди өнүктүрүү фонду менен санэпидемиялык көзөмөлгө жаңы ачылган ишкана боюнча маалымат жиберет. Андан соң мейманкананы ачуу иштери эбактан берки келаткан системада жүргүзүлөт. Мисалы жарнама же территория тууралуу иштер үчүн Мэрия менен иштешишет, ал эми имаратты өзгөртүү боюнча Башкы архитектурага кайрылат. Ошондой эле өрт коопсуздугу жана коммуналдык чарба иштери боюнча тийиштүү документацияларды бүтүрүүсү шарт.

Моделде тармактык ассоциациялардын дагы орду өзгөчө, себеби тармактык ассоциациялар күчтүү болгону ал тармактын көптөгөн көйгөйлөрүнүн тез арада чечилүүсү жана өндүрүмдөрүнүн сапатынын жогорулашы дегенди билдирет. Мисалы Түркия Республикасынын туризмди өнүктүрүү моделинде мейманканалар мыйзамдын талабына жараша тармактык ассоциацияга мүчө болуусу шарт коюлган. Бирок, Кыргыз Республикасынын мыйзамында тармактык ассоциацияга мүчө болуу маселеси каралбаганынан улам дагы көптөгөн иштер жасалышы абзел.

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 [44, 32-б.]. Себеби, дестинациянын маданиятын жана жергиликтүү калктын жашоо турмушун жакындан таанып билүү менен бирге, өз ден соолугуна жана билимине салым кошууну көздөгөн туристтер 4 жана 5 жылдыздуу, же эл аралык чынжырга тиешелүү мейманканалардын ордуна улуттук колориттеги чакан мейманканаларды тандаганы белгилүү. Андыктан Бишкек шаарында жайгашкан мейманканалардын олуттуу пайызы чакан же орто кубаттуулукта болгону заманбап талаптарга ылайыктуу сунуш жараткандыгын ырастайт. Ошондой эле мамлекеттен кандайдыр бир колдоо жана жардам күтпөстөн жергиликтүү ишкерлер мыйманканалардын мындай түрүнө инвестицияларды тартканы Кыргызстан туризминин өнүгүүсүндө өтө маанилүү [186, 703-б.] индикатор.

Жогорку сезондо мейманканаларда орун табылбаганы Бишкек шаарынын мейманкана рыногунун негизги көйгөйү катары каралып [29] 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, ошондой элетүз жана кыйыр түрдө жумушчу орундарын түзүү [17; 127] 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 [94, 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 боз үйлөрдөн 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 эл аралык туристтердин ар бир он төртүнчүсү гана бул дестинацияга кызыкса, учурда ар бир төртүнчү турист кызыканы үчүн өлкөнүн мейманкана ишканаларына инвестициялар артууда [125].

Мейманкана секторуна болгон инвестициялар 5 жылдыздуу мейманкана 10 жылда 10-12% киреше, 4 жылдыздуу мейманкана 8–10 жылда кирешеси 11–13%, ал эми, 15–17% киреше менен 3* мейманканалар орточо эсеп менен жети же сегиз жылда акталат [23]. Албетте, бул көрсөткүчтөр ишкананын түрүнөн, кубаттуулугунан жана өлкөдөгү шарттарга карата өзгөргөндүгүнөн улам 5 жылдыздуу мейманканалардын инвестициялык акталыш мөөнөтү 15-20 жыл,

ал эми эксклюзивдик мейманкана долбоорлору үчүн орточо 20 жыл [123] 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 [121].

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 [193] альтернативдүү мейманкана ишканалары акыркы убактарда туристтер тарабынан көбүрөөк тандалууда жана бул көрүнүштүн динамикасы туруктуулук менен өсүүдө [182].

“Байтик” мейманкана - комплекси Бишкек шаарынын түштүк-батышында, борбор калаанын так чегинде жайгашкан Байтик айылында курулуусу пландалган.

Байтик айылы Кыргызстандын маанилүү туристтик объекти болгон Ала-Арча жаратылыш паркына 12 км жетпейт жана учурда аталган айыл өкмөтүн туристтик объект катары колдонуу пландары өкмөт тарабынан тилге келтирилип, көптөгөн жаңы инициативалар баштоодо.

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, ошондой эле конок үйлөрү менен эс алуучуларды өзүнө тартат [132].

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, парашютизм учуу кызматы, ат жана трекинг жолдору, 3100 метр бийиктикке чейин созулган канат жолдору 1800га аянтта курула тургандыгы пландаштырылууда [143]. 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, Bed & Breakfast (BB) системасында алма бактуу жана мал короосу болгон 50 сотка (5000м²) аянтта ишмердүүлүгүн жүргүзөт. Талап жогору болгон учурда ‘Home stay’ форматында конокторду кабыл алуу үчүн 1948 – жылы курулган саман үй колдонулат.

Чакан мейманкана бизнеси акыркы убакта ири мейманкана бизнесине олуттуу атаандаштык чөйрөсүн түзүп, талапка жараша чечим алуу, базардын өзгөрүүлөрүнө жараша жогору ийкемдүүлүгү, ошондой эле түрдүү категориядагы туристтерди тейлөөдө [79, 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 [163] хостел концепциясында кызмат сунуштап, эшиги бекиген, кондиционер менен кээде телевизор бар ячейка [49; 50]. Бул түр ишкананы 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 [156, 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 мейманкана бөлмөсүндөй жабдылып жасалгаланат. Салттуу мейманканалардын бөлмөлөрүнөн аянтынын тардыгы менен айырмаланат. Аянттын тардыгы ар бир квадраттын натыйжалуу колдонулушун зарыл кылат [82]. Комплексте тигиле турган улуттук боз үйлөр 4 кишиге ылайыктуу болуп, ар бир боз үй улуттук колоритте болуп, б.а. 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 [187, 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 3.3 - таблицанда “Байтик” мейманкана - комплексинин бөлмөлөрүнүн саны жана бир сутканын сыйымдуулугу берилген.

3.3 -таблица. “Байтик” мейманкана - комплексинин 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 долбоорлонууп 1979-жылы Осака шаарынын Умеда районунда ачылган. Бул түр мейманканалардын популярдуулугу баасынын төмөндүгүнөн жана обочолонгонго мүмкүнчүлүк берген ячейкаларынан улам жогорулаган [163; 49; 144].

2x1×1,25 өлчөмүндөгү капсулада жайлуу төшөктөн сырткары сыналгы, текче, wi-fi, энергия булагына кошулчу түйүн, тартма, аскы же шкаф каралган

[144]. Ал эми микро отелдер (микробутик деп аталганы да кездешет) дүйнөлүк финансылык кризистен бир аз мурун «арзан баада жайлуулук» 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 [71].

“Байтик” мейманкана - комплекси курорттук зонада 20 жатак орунга чейинки мейманкана кызматтарын сунуштаган ишканалар үчүн жеңилдетилген салык төлөйт. Тагыраак айтканда ар бир жатак орду үчүн айына 600 сом төлөнүүчү патент алат [74]. Кыргыз Республикасынын Салык кызматынын байланыш борбору (116) менен 2024-жылдын 6-августунда 11:12 - 11:18 арасы байланышып, патенттин баасын эсептеткен учурда айына 13323 сом төлөнүшү керектиги аныкталган.

Документация иштеринен соң башталгыч чекитин белгилөө үчүн болгон ресурстар иликтенип (5 - тиркеме), “Байтик” мейманкана – комплексине керектелүүчү каражаттары төмөндөгү 3.4 - таблицада көрсөтүлдү.

Негизги капиталга бардыгы 3893,7 миң сом талап кылынганын жогоруда берилген таблицадан көрүүгө болот. Таблицада көрсөтүлгөн микро отель бөлмөлөрүнүн сметасы 6-тиркемеде, душ бөлмөлөрүн куруу сметасы 7-тиркемеде, дааратканаларды куруунун деталдуу сметасы 8-тиркемеде, ашканага керек болгон идиш-аяк менен аспаптардын тизмеси 9-тиркемеде, ал эми номерлерге керектүү болгон керебет, жаздык, жууркан, таштанды челектер жана текстиль сыяктуу өндүрүмдөрдүн тизмеси жана деталдуу эсеп-кысаптары 10 -тиркемеде берилген.

3.4-таблица. “Байтик” мейманкана - комплексинин негизги мүнөздөмөлөрү

Аталышы	Баасы, миң, сом
Маркетингдик инвестициялар (брендбук, көрнөк, жол көрсөткүч)	50,0
Микро отель куруу сметасы	1002,7
Мейманкананын капсулунун сметасы (6 капсул)	240,0
Даараткана куруу сметасы	530,5
Душ куруу сметасы,	597,5
Идиш аяктар	118,0
Бөлмө жабдуулары жана каражаттары	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.

Төмөндөгү 3.5- таблицада “Байтик” мейманкана - комплексинде сунушталуучу кызматтар тизмектелген. Туруктуу туризм өнүгүү концепциясына жараша сунушталган кызматтарды жергиликтүү калк туристтерден сырткары шаар тургундарына да сунуштоосу максатталган.

3.5-таблица. “Байтик” мейманкана - комплексинде 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.

Айылда ат арабалары трансфери; номерлерди тазалоо; авто жана велопарковка; интернет сыяктуу кээ бир кызматтар негизги туристтик өнүмдүн түзүүчүсү катары каралып, аларга өзүнчө баа талап кылынбайт. Ошондой эле “Байтик” мейманкана - комплексинде «конок колдонгонуна гана төлөйт» жана В&В системалары колдонулат. Эртең үчүн ‘шведдик стол’ эмес, ‘table d’hôte’ менюсү 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 өнүктүрүү үчүн жана келген туристтерге улуттук баалуулуктарды жашатып, башкача айтканда сүңгүп кирүүсүн камсыздап, туристтерге тажрыйба алуусун камсыз кылууну максат койгон “Байтик” мейманкана комплекси үчүн 2 жумалык этно программасы иштелип чыгып, төмөндөгү 3.6 - таблицасында көрсөтүлгөн [10, 185-б.].

Иштелип чыккан программага жараша келген туристтер 2 жуманын ичинде улуттук баалуулуктардын көбү менен жөн эле таанышпастан, аларды жашап, жаңы тажрыйба алууга үлгүрүшөт [10, 185-б.]. Байкалып тургандай программа оюн зоок, кечки сайрандоо, көргөзмө менен жарманке жана кыргыз даамы аттуу төрт негизги бөлүктөн туруп, эки жумага ылайыкташтырылган түрдүү иш-чаралардан түзүлгөн. Кыргыз улутунун заманбап ашканасында палоо, куурма шорпо, манты, куурдак, лагман [136, 425-б.], дымдама сыяктуу популярдуу болгон тамактар туристтерге негизги тамак катары буюртмага жараша жасалып берилиши пландаштырылган.

3.6 - таблица. Этно - анимациялык программа

Оюн зоок		Көргөзмө, жарманке, мастер класстар		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 Курак	Тери буюмдары МК Билерик	Каттама, самоор чай	Майда манты, жарма	Ак чөлмөк	Санжыра кечеси
Упай топтомой	Ширенке (микадо)	Зергерчилик МК Чачпак	Эркек кийимдери МК Калпак	Май токоч, 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	Аңчылык 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	Акыйне к айтышы
Таяк тартыш	Жоолук таштамай	Сүрөт МК Сөөк санаты	Музыкалык аспаптар МК Тай туяк	Бешбармак, ак серке	Куурдак, көк чай	Селкинчек	Эпос Манас

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

“Байтик” мейманкана - комплексинин 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; бо зүй – 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 боз үйлөр 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 - таблицада 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.

3.7 - таблица. Мейманкана - комплексинин 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 (30күн)	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 (7 ай)	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.

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.

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 каталарды 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 [24, 164-б.] белгилеген.

Жаңы ачылып жаткан чакан мейманкана бизнесинин заманбап базар шартында иштеп кетүүсүнүн бирден бир жолу Холократия башкаруу системасын [28] киргизүү болуп саналат жана “Байтик” мейманкана - комплексинин уюштуруу түзүмү системада иштелип чыгып (3.8-сүрөт), 3 позиция үчүн кишилердин алынуусу пландаштырылган.



3.8-сүрөт. “Байтик” мейманкана – комплексинин холократия башкаруу системасынын уюштуруу түзүмү

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Көрүнгөндөй штаттагы персоналдан тышкары аутсорс кызматтарын сунуштаган кишилер да маал маалы менен мейманканада кандайдыр бир кызмат көрсөтүшү мүмкүн болуп, алардын баасы кызмат алган учурда такталат.

Бул система боюнча Казан шаарындагы мейманканалар бир топ жылдардан бери иштейт [108], ал эми Бишкекте жайгашкан 3 жылдыздуу мейманкана “социократия 3.0” системасын (холократиянын бир мурунку версиясы) 5 жылдан бери колдонот. Мейманканада бир кызматкер ресепшнист, маркетолог 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.

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. Төмөндөгү 3.8 - 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.

3.8 - таблица. “Байтик” мейманкана – комплексинин 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. 3.9 - таблицада пландаштырылган минималдуу маркетингдик иш-чаралар жана аларга жумшалуучу каражаттар көрсөтүлгөн.

3.9 - таблица. “Байтик” мейманкана-комплексинин маркетингдик чыгымдары

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 – комплексинин 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. om, HRS. om, Orbitz. om, hotelhunter. om, hotels. om, HotelsCombined. om (нет своей базы), Trivago.ru, hostelworld.com, Orbitz.com, hotels24.ua, Bookit.com.ua жана

makeMyTrip. Ал эми, аталган сайттарды колдонууну үйрөткөн видео материалдар Санарип инсан долбоору алкагында даярдалып, Internet Society Kyrgyz Chapter баракчасында жарыяланган [122]. 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 чүн бир кишиге 200с (11 – тиркеме), ал эми тазалык иштерине керектелген химиялык каражаттар 70с деп белгиленген. Төмөндөгү 3.10 - таблицадан мейманкананын толтурулуу пайызына жараша бир айлык чыгымдарды көрүүгө болот.

3.10- таблица. Мейманкананын толтурулуу пайызына жараша өндүрүштүк чыгымдар (миң сом)

Өндүрүштүк чыгымдар (бир ай)	Сутка 1 киши	100%	80%	50%	40%	30%	20%
Тамак аш азыктары	200сом	120,0	96,0	60,0	48,0	36,0	24,0
Тазалык каражаттары	70сом	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 3.11 - таблицада бир айдын жана 1 сезондун жалпы чыгымдары эсептелген. Таблицада туруктуу чыгымдар бир айда 213,0 миң сомду түзүп, 1 сезон үчүн 1491,2 миң сом болгону аныкталган.

3.11 - таблица. “Байтик” мейманкана - комплексинин туруктуу чыгымдары
(миң сом)

Чыгым түрлөрү	Айлык	1 сезон (7ай)
Кызматкер - өнөктөштөргө төлөмдөр	182,1	1274,7
Маркетинг чыгымдары (СММ жана виндсёрфер)	7,6	53,2
Коммуналдык чыгымдар (суу, канализация, таштанды, электр тогу)	10,0	70,0
Жеке ишкер патенти	13,3	93,3
Бардыгы	213,0	1491,2

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Туруктуу чыгымдар кирешенин көлөмүнөн эч көз карандысыз болуп, ай сайын сөзсүз түрдө төлөнө турган сумма дегенди билдирет. Ал эми 3.12 - таблицада “Байтик” Мейманкана - комплексинин акталуу мөөнөтү эсептелип чыккан.

3.12 - таблица. “Байтик” мейманкана – комплексине жумшалуучу
каражаттын
акталуу мөөнөтү (жыл сайын 10% өсүүсүндө)

1-вариант	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.

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% [97, 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 [119, 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 акталышынын эсеп-кысабы 3.13 - таблицада чагылдырылган.

Таблицада 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. Таблицада көрсөтүлгөндөй бул долбоордун рентабелдүүлүгү 21%дан кем эмес болуп, ийгиликтүү инвестиция чечими катары каралат.

3.13 - таблица. “Байтик” мейманкана - комплексине жумшалуучу каражаттын акталуу мөөнөтү (ар дайым бирдей толтурулуу пайызда иштеген учурда)

2-вариант	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

Тилекке каршы жогоруда саналып көрсөтүлгөн эки сценарий ишке 100% ашпашы мүмкүн. Себеби, ишкана жандуу организм сымал болгондугунан улам жылдар бою же бир эле сезондун ар бир айында окшош толтурулуу пайызы менен иштебейт. Тажрыйба көрсөткөндөй 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 эл аралык мейманкана бизнесинин туруктуу өнүгүү жолдору каралып, Бишкек шаарынын 2030-жылга чейинки өсүү божомолу даярдалды. Жасалган божомолдоодо Бишкек шаарынын мейманканалары жылына 9га, ал эми конок үйлөрү 18 жаңы ишканага көбөйө тургандыгы аныкталды. Ошондой эле 2030 – жылга чейин Бишкек шаарынын мейманкана номерлеринин, жатак орун, тактап айтканда сыйымдуулугунун, алыскы чет өлкөлөрдөн келген туристтердин жана алардан түшкөн кирешесинин божомолу жасалды.

Жыл сайын курчуган атаандаштык чөйрөдө ишкананын атаандаштык артыкчылыгын күчтөндүрүү максатында мейманканалардын натыйжалуулугун жогорулатуунун мааниси белгиленген. Мейманкананы өнүктүрүүнүн негизги активдери аныкталып, ишмердиктин ийгилигине жакшы таасир тийгизүүчү факторлор көрсөтүлгөн. Башкаруу жараянын жөнгө салууда жана жакшыртууда, натыйжада ишкананын эффективдүүлүгүнүн жогорулоосунда тийиштүү салымын кошо турган “Тең салмактуулук чамгарагы” методикасы иштелип чыгып Бишкектин 32 (отуз эки) мейманканасында сыноодон өткөрүлдү.

Ошондой эле бул бөлүмдө Бишкек шаарында гана эмес, элет жерлерге дагы курууга ыңгайлуу мейманкана комплексинин бизнес-моделинин эсептери деталдуу түрдө көрсөтүлдү. Анда капсула менен микро мейманканасы жана боз үй конушунун сметасы, жумшалган каражаттардын актоо мөөнөтү реалдуу, пессимисттик жана оптимисттик жактан талдалды. Ошондой эле учурда популярдуу болгон хоумстей кызматы да каралып, мейманкана комплексинин уюштуруу түзүмү дагы “холократия” аталышындагы заманбап башкаруу системасында пландаштырылды. Ошондой эле улуттук баалуулуктарды туристтерге жашатуу жана унутулгус тажрыйба менен өз өлкөлөрүнө кайтуусун камсыздоо үчүн үчүн эки жумалык “этно-анимациялык программа” даярдалды.

КОРУТУНДУ

1. Туризмдин мейманкана сектору заманбап бизнестин негизги компоненттеринин бири болуп саналат. Айрыкча бизнес, илимий, саясий өз ара аракеттенүүнүн алкагын кеңейтүүдө, татыктуу өмүр сүрүүнүн сапаттык көрсөткүчтөрүн жакшыртууда, спорт менен туризм тармагын жигердүү өнүктүрүүдө олуттуу орунду ээлейт. Сегменттин мындай түрү дүйнөлүк жана улуттук деңгээлде туруктуу киреше табууну камсыз кылуу жагы менен дагы олуттуу айырмаланат. Алсак, учурда дүйнө боюнча туризмге жумшалуучу каражаттардын 30% мейманканаларды өнүктүрүүгө керектелет. Ушундай жагдайды эске алуу менен мейманканалардын туруктуу иштешин камсыз кылуу жана натыйжалуулугун жогорулатууга байланыштуу эл аралык тажрыйба иликтенип, уюштуруу өзгөчөлүктөрү, башкаруу методдору менен стилдери иликтенди.

2. Иште мейманканаларда тейлөөнүн сапаттуулугу тиешелүү ишкананын даражасына карата ылайыкталып иштелип чыгуучу стандарттардын көрсөткүчтөрүнө тыгыз байланыштуу экендиги аныкталды. Заманбап мейманкана бизнесиндеги стандарттар менен жиктөө системалары эң алды менен ар тараптуу талдалып, адам капиталынын, тагыраак айтканда ээлеген орду кеңири талданып, коопсуздукка жана ишенимдүүлүккө байланыштуу көйгөйлөр иликтенди.

3. Иликтөө көрсөткөндөй Кыргызстан эгемендүүлүгүн алгандан бери орточо эсеп менен жылына 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, ошондой эле “жашыл” концепцияга негизделген ишканалардын санын көбөйтүүнүн зарылчылыгы келип чыккандыгы аныкталды.

4. Бишкек шаарынын мейманкана рыногунун сапаттык жана сандык, көрсөткүчтөрүнө талдоо жүргүзүлүп, анын жыйынтыгында бир катар сунуштар тизмектелип көрсөтүлдү. Мында Бишкек шаарынын чеги барган сайын кеңейгендигинен улам ага жакын жайгашкан тоо этегиндеги жерлердин туристтик - рекреациялык ресурстарынын потенциалы изилденип, туристтик өндүрүмдөр талдалды.

5. Кыргызстанда конок үйлөрү менен мейманканалар акыркы 5 жылда 4% га өскөнү, ал эми Бишкектеги мейманканалар 8,2%, конок үйлөрдүн саны 2020 – жылы 9,6% га өскөнү белгиленген. Ушундай жагдайды эске алуу менен экономикалык - математикалык ыкманы колдонуу менен жүргүзүлгөн эсептөөлөрдүн негизинде Бишкек шаарынын мейманкана сектору 2030 - жылга чейин туруктуу өсүүсү улана тургандыгы аныкталды. Бул эсептөөнүн жыйынтыгы боюнча Бишкекте жылына 9 жаңы мейманкана ишке берилип, конок үйлөрүнүн саны орточо эсеп менен 18 ишканага көбөйөт. Мындан тышкары шаардын тоо этектериндеги жаратылышы кооз, экологиялык жактан таза жерлерге келген туристтерди жана шаардыктарды тейлей турган, заманбап талаптарга шайкеш келгидей чакан комплекстерди куруу жагы дагы иштелип чыкты.

6. Мейманкана комплексинде улам күч алып бара жаткан атаандаштыктын шартында кошумча жаңы тейлөө кызматтарын ачуу анын өнүгүүсүнүн прогрессивдүү багытын ырастайт. Ошол эле учурда, практика көрсөткөндөй, жаңы мейманканадагы тейлөөлөрдү уюштуруу жана ишке ашыруу процесси өз кезегинде көптөгөн факторлорду камтыйт жана аны жүзөөгө ашыруу үчүн тиешелүү иликтөөнү талап кылат. Ушундай жагдайды эске алуу менен мейманкананын өнүгүүсүндөгү негизги активдер жана ишкананын иштешине оң таасир тийгизүүчү факторлорду аныктоонун негизинде, тиешелүү ишкананын натыйжалуулугун жогорулатууга салымын кошуучу “Тең салмактуулук чамгарагы” аталыштагы ыкма иштелип чыкты.

7. Иликтөө көрсөткөндөй чакан мейманкана бизнесинин өсүү динамикасы ири мейманканаларга караганда кыйла жогору экендиги менен олуттуу

айырмаланат. Ушундай орун алган алгылыктуу тенденцияны эске алуу менен Бишкектин четинде иштетүүгө ыңгайлуу болгудай чакан мейманкана комплексинин долбоору иштелип чыкты. Долбоор капсул жана микро отелди, ошондой эле боз үй конушунан турган мейманкана комплексинин инвестициялык планын камтыйт. Буларга жумшалган каражаттардын актоо мөөнөтү пессимисттик, реалдуу жана оптимисттик жактан толук эсептелип, тиешелүү жыйынтык чыгарылды. Бизнес долбоордун алкагында “холократия” уюштуруу түзүмү сунушталып, ишкананын маанисин жогорулатуу максатында улуттук баалуулуктар туристтик өндүрүмдүн негизи катары “этно - анимациялык программа” даярдалды.

ПРАКТИКАЛЫК СУНУШТАР

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

- шаарда жайгашкан мейманканаларынын өнүгүү тенденциясы, ошондой эле анын тоо этегиндеги жаратылыш жана туристтик объекттери илимий негизде комплекстүү талданып, жыйынтыкталган материалдарды мамлекеттик органдар Бишкек туризмдин өнүктүрүүгө байланыштуу стратегиялык багыттарын аныктоого, мамлекеттик программаларды түзүүгө, ошондой эле туристтик агенттиктер жаңы туристтик продуктуларын калыптандырууда колдонуу сунушталат;

- Бишкеке келген чет өлкөлүк туристтердин басымдуусу шаардын тоо этектериндеги кооз жерлерде эс алууну каалайт. Шаардын аймагына жаңыдан кошулган жерлерде чакан конок үй комплекстерин курууга чет өлкөлүк жана жергиликтүү инвестицияларды көбүрөөк тартуу зарыл. Илимий иштеги шаардын чекесине курууга сунуштаган мейманкана бизнесинин долбоору учур талабына толугу менен жооп берет жана туристтерди тартууга, жергиликтүү калкты жумуш менен камсыздоого, кирешени табууга жана салыкты чогултууга белгилүү деңгээлде мүмкүнчүлүк түзөт.

- “Туризм салыгы” категориясындагы салыктар улам барган сайын дүйнө өлкөлөрүндө көбөйгөнүн эске алуу менен Кыргыз Республикасында, анын ичинде Бишкекте салыктын бул түрүн киргизүү талапка шайкеш келет. Салыктын мындай түрү өлкөгө кирип жатканда бир жолку төлөм формасында, же мейманканага келген туристтерден ар сутка үчүн алынышы ыктымал. Мындай кошумча киреше булагы мамлекет тарабынан эске алынып, тийиштүү иштин жүргүзүлүшү абзел.

- мейманканалардын бөлүмдөрүнүн ички аудитин оңой жана тез жүргүзүү үчүн бул илимий иште иштелип чыккан “Тең салмактуулук чамгарак” методунун колдонулушу сунушталат. Натыйжасында ишканалар бөлүмдөрүнүн натыйжалуулугун жана чабал жактарын так аныктай алат, бул

өз кезегинде аларды кыска мөөнөттүн ичинде тартипке келтирүүгө мүмкүнчүлүк түзөт.

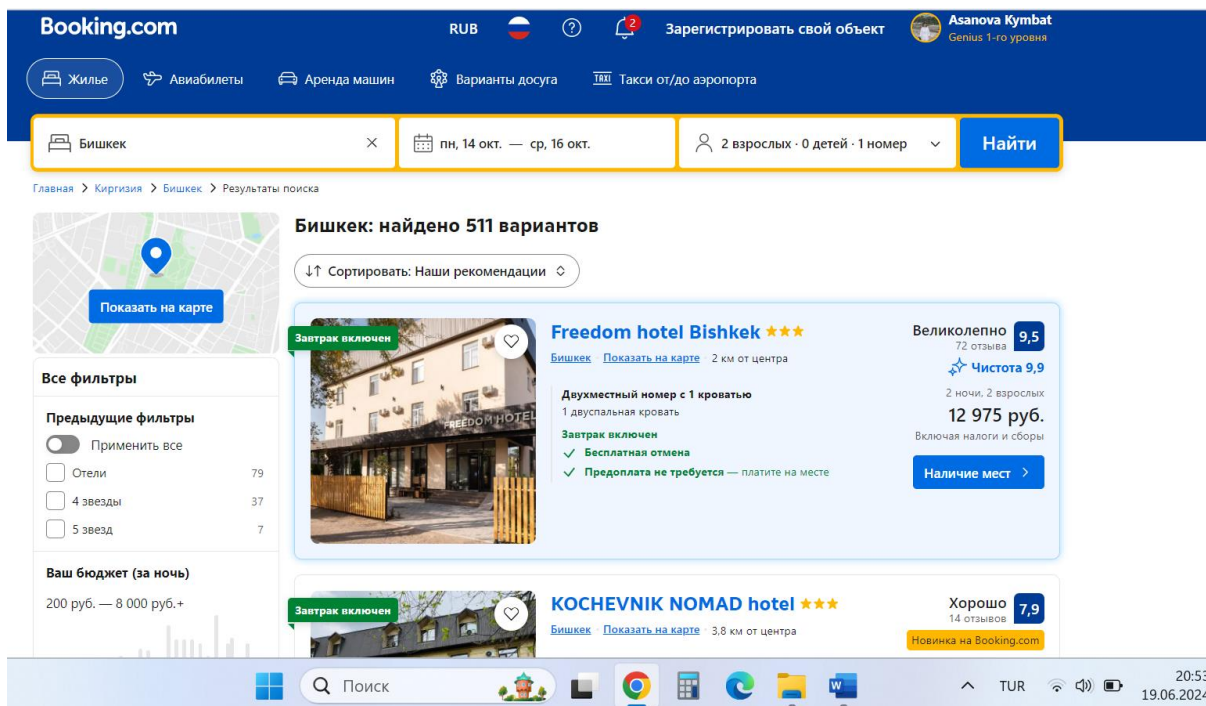
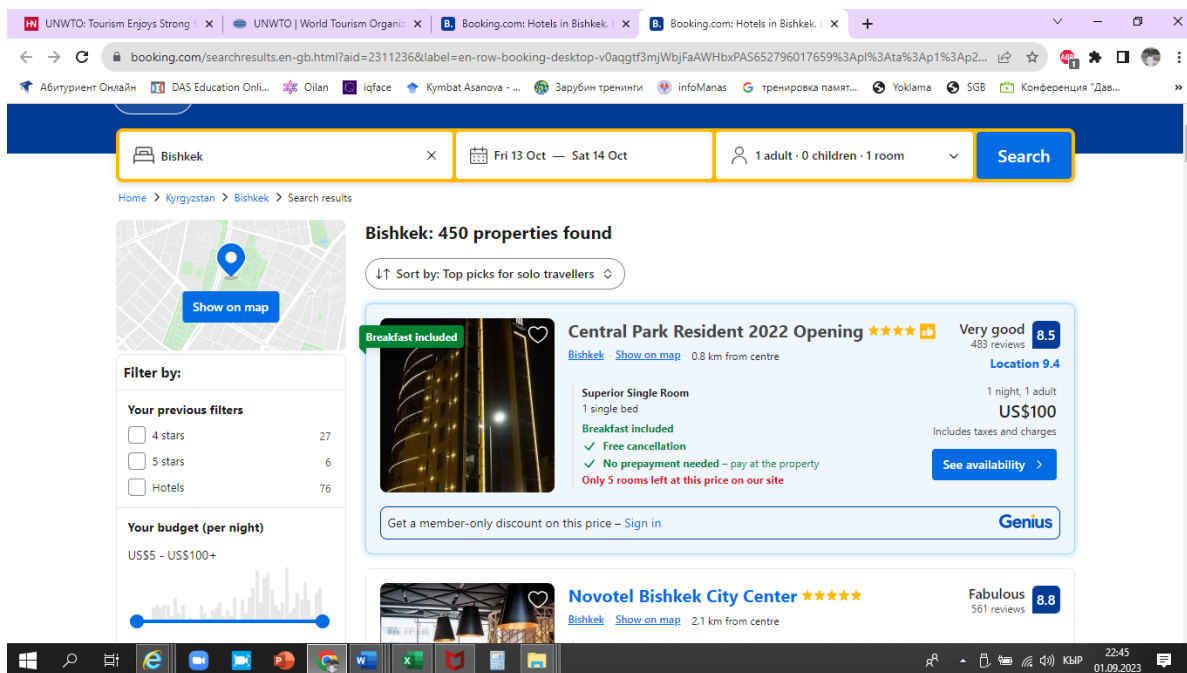
- республикадагы, анын ичинде Бишкектеги ишкердик менен алектенген чакан мейманкана комплекстери “Холократия” башкаруу түзүмүнө өтүүсү сунушталат. Башкаруунун мындай прогрессивдүү ыкмасы ишканалардын ишинин натыйжалуугун кыйла артылат, ошондой эле келген туристтердин лоялдуулугунун көрсөткүчтөрү дагы жогорулайт. Жыйынтыгында келип бул ишкананын жалпы кирешесинин өсүшүнө тиешелүү салымын кошуп турат.

- Бишкектеги мейманкана бизнесинде туруктуу өнүгүүсүнө жетишүү үчүн жетекчилердин талапка дал келгидей билим деңгээлинин практикалык жүргүзгөн ишинин шайкеш келиши учурдун башкы көйгөйлөрүнүн бири болууда. Андыктан КАТО ассоциациясынын алкагында “Отельерлер борборун” ачуу жана «Кыргызстандагы мейманканалардын эко сертификация модели» долбоорунун негизинде сунушталган эко-энбелгисин мамлекеттик деңгээлде кабыл алып, мейманканаларды мамлекеттик деңгээлдеги сертификациялоодон өткөрүү сунушталат.

ТИРКЕМЕЛЕР

1-ТИРКЕМЕ

Бишкекте мейманкана кызматтарын сунуштаган ишканалар. Booking.com, 01.09.2023



Каттоо жана жайгаштыруу бөлүмүнүн натыйжалуулугун өлчөө жана жогорулатуу үчүн иштелип чыккан тең салмактуулук чамгарагы усулунун суроолору

Жалпы камсыздандырылышы	Жооптор				
Каттоо жана жайгаштыруу бөлүмүнүн бэк офиси бар	+	+	+	+	+
Ресепшн 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 тышкаркы 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					
Ресепшн 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 ишканынын 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 ишканынын сырларын башкаларга айтпайт	+	+	+	+	+
Ар бир персоналдын соц.пакеттери ай сайын төлөнөт	-	-	+	-	+
Ар бир персонал легалдуу иштейт	-	-	+	-	+

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Тазалоо кызматтары бөлүмүнүн башкаруу натыйжалуулугун өлчөө жана жогорулатуу үчүн иштелип чыккан тең салмактуулук чамгарагы усулунун суроолору

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 менеджрине 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 кабатында 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 өнүм) убагында толукталып турат	+	+	+	+	+
Медициналык камсыздандыруу жана татыктуу эмгек акы бар	-	-	-	-	-
Коллектив ынтымактуу жана бири-бирине жардам берет	+	+	+	+	+
Колкап, тряпка, химиялык каражаттар жетиштүү санда берилет	+	+	+	+	+

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Мейманкана бизнесинин антикризистик башкаруусунун натыйжалуулугун өлчөө жана жогорулатуу үчүн иштелип чыккан тең салмактуулук чамгарагы усулунун суроолору

Кризисти алдын алуу	
Менеджер туризм тармагындагы тренингтерге жылда эң аз 2 жолу катышат.	19
Менеджер өз бөлүмүндөгү ар бир персоналдын ишин аткара алат.	21
Квартал сайын даяр форма боюнча атаандаштардын анализи жүргүзүлөт.	14
Коллективдин ынтымагы бири бирине жардамдашканынан билинет	22
Коомчулуктун оюна таасир бере алган & ишкананын талабын талаша турган адамдар бар	20
Мамлекеттик органдарга ачык жана так отчет берилет.	20
Ишкана кирешесинен 5-10% форс мажор фондуна ай сайын бөлөт	11
Кардарлардын толук базасы бар.	18
Ички факторлор (тайпа руху, финансы, имараттын техникалык абалы, маркетинг иш-чаралар ж. б.) ай сайын көзөмөлдөнүп отчеттор даярдалат	22
Ишкана туризм тармагында 1 же андан көп ассоциациялар менен клубдарда мүчө (КАТОС, Дестинация, КАТО, Ресторандар ассоциациясы, ХОРЕКА, ж. б).	13
Кризиске даярдык дэңгээли.	
Персонал жылына 1-2 жолу кризиске даярдык тренингдерине катышып турат.	13
Кризис учурунда аткара турган иш-чаралардын алгоритми иштелип чыккан.	15
Кризисти башкаруу тайпа мүчөлөрү такталган.	14
Ишкананын жумушчуларынын 50% көбү ишкананын оор акыбалында таштап кетпегенине ишенем.	20
Кризис кокус пайда болсо, каржылоого даяр болгон 1-2 инвестор бар.	10
Кризис көйгөйлөрүн чечүүгө жардам бере турчу адистер/ өнөктөш/дос/туугандар бар.	12
Ишкананын кризистен чыгуу шаблону иштелип чыккан.	13
Ишканада персонал тез тез ротация болуп турат	10
Кризис учурунда алынган чечимдер 15 минуттан 2 саатка чейинки убакытта ишке ашырылышы абзел болгондугун персонал билет	15
Кризиске каршы мейманкананын саясаты иштелип чыккан (киши санын азайтуу, бюджетти кыскартуу, жарнамалык чыгымдарды кыскартуу ж. б).	15
Ишкананын жалпы абалы	
Кызматкерлердин 10% көбү туризм тармагында эң аз 6 айлык билими бар.	19
Жалпы персоналдын 50% көбү 3 жылдан ашуун эмгектенет.	10
Керек болгон учурда жаңы персонал тез эле (1жумада) табылат.	11
Ишкана азыркы учурда 2 ден ашуун рынокто иштейт.	18
Ишкананын ишмердүүлүгү айлана-чөйрөгө зыянсыз.	19
Ишкананын башка мекеме жана ишканалар менен көйгөйү жок.	19
Ишкананын бухгалтердик эсеби же балансы 100% ишенимдүү сакталат.	22
Ишкана койгон максаттарынын 90% дан көбүнө жетет.	19
Интернет карталарда ишкана белгиленген.	22
Имараттын көрүнүшү жана физикалык акыбалы жакшы деңгээлде.	22
Өнөктөштөр жана медиа	
Өнөктөштөр менен ишеничтүү мамилелер түзүлгөн.	15
Өнөктөштөр дайыма жардам берүүгө даяр (медицина, финансы, медиа).	14
Ишкананын алтернативдүү камсыздоочулары бар.	12
Ишкана бирден көп туроператор жана турагенство менен иш жүргүзөт.	22
Ишкананын интернет веб-баракчасы активдүү (сайт, соцтармактар).	22
Веб-баракчада ишкана менен байланышуу үчүн оңой жолдору бар.	19
СММ иш планы 90% жогору аткарылат.	14
СММ-адиси тажрыйба топтоо максатта тренингтерге жылда 1-2 жолу барып турат.	10

Ишкана жарнамага жылдык кирешенин 1-15% бөлүп берет.	11
Ишканага чейин жол көрсөтүүчү такталар орнотулган.	12
Финансылык чөйрө	
Ишканага болгон суроо-талап жыл бою 80% жогору.	20
Ишкана керек болгон учурда кредит жана инвестиция алуу мүмкүнчүлүгү 80% жогору.	16
Ишкана кошумча 5 булактан киреше табат.	8
Кошумча кирешелер (экстра кызматтар) жалпы кирешенин 40% жогору.	8
Ишканада жылда 1-2 жолу инвентаризация жасалат.	17
Финансылык план жылдын башында бекитилип, 90% көбү ишке ашырылат.	16
Кредит/дебет карталары менен төлөм кабыл алынат.	22
Ишкана кадрларын окутуу жана өнүктүрүү үчүн айлык кирешенин 5-10% бөлөт.	11
Ишкана төлөп берген айлыктар атаандаштардыкынан төмөн эмес.	18
3 жылдан көп иштеген персоналдын айлык акысына кошумча % кошулат.	15
Персоналды шыктандыруу	
Персоналды шыктандыруу планы жыл башында бекитилип ишке ашырылат.	21
Планда жазылган критерийлер боюнча аткарылган ишке акчалай сый акы каралган.	18
“Мыкты кызматкер” наамы ай/квартал/жыл сайын берилет.	14
Ашыкча иштелген сааттар төлөнөт.	20
Кызматкерлерге майрам күндөрү иштегени үчүн кошумча төлөмдөр каралган.	15
Квалификациясын жогорулатуу курстарына ар бир персонал жылда бир жолу катышат.	9
Жамааттын биримдигин бекемдөө үчүн тимбилдинг жылына бирден көп жолу өткөрүлөт.	16
Берилген тапшырмалар менен коюлган максаттар ачык жана түшүнүктүү.	21
Ишкана атаандаштардын арасында алдыңкы 3 кө кирет.	11
Жылдык эс алуу жана ооруу өргүүсү төлөнүп берилет	17
Ишкана санитариясы	
Тамак-аш азыктардын температуралык режими жана сактоо мөөнөтү текшерилет.	21
Ар бир колдонулган өндүрүм стрейч пленка менен оролуп, ачылган күндүн тарыхы чапталат.	21
Тейлөө кызматкерлердин колун жууган өзүнчө жай бар.	22
Кеңселер кундө 2 жолу желдетилет.	18
Ооруксунуп калган персонал өргүүгө жөнөтүлөт.	21
Кызматкерлердин кийим алмаштыруучу кенен жайы бар.	22
Кызматкерлердин кийим алмаштыруучу жерде душ, даараткана жана ар бирөөнө тийиштүү шкаф бар.	19
Ишканада тазалык гигиена стандарттары боюнча жасалат.	22
Антисептиктер менен дезинфекторлор ишканада кенен коюлган.	22
Күнгө ишканада дезинфекциялоо иштери жасалат (эшик/терезе туткалары, тосмолор ж. б.	22
Табигый кырсыктарга даярдык деңгээли	
“Жер титирөөгө каршы имарат” сертификаты бар.	14
Эвакуация планы ар бир бөлмөдө илинген.	22
Өрт өчүрүүчү каражат бар жана ар бир персонал аны менен иштегенди билет.	22
Персонал кырсык учурунда жасалчу иштердин алгоритмин билет.	22
Коопсуздук тренингдерине ар бир персонал жылда бир жолу катышат.	21
Биринчи медициналык жардам тренингдерине ар бир персонал жылда бир жолу катышат.	18
Ар бир персонал медициналык биринчи жардам бере алат.	15
Генератор бар.	17
Суу токтотулган учурда суу камсыздандыруу системасы бар.	17
Ишканада колдонулган техниканын колдонмосу менен таанышкандан соң тийиштүү персонал атайын журналга кол койгон.	19

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

“Байтик” мейманкана - комплексинин алгачкы ресурстары

Аталышы	Саны	Аянты	Түшүндүрмөсү
Алма бак	100 түп	15 сотка	5 жылдык жаш алма бак
Унаа токтотуучу аянт	10 унаа	130 м2	Шагыл таш төшөлгөн
Капсул отелинин имараты	Имарат	7×3. 4	Китепканасы менен (500 китеп)
Чыгдан	1	13x5	3 казан жана жабдылган ашкана
Тамактануу бөлмөсү	Ашкана	35 м2	Жабдылган
Тапчан	2	3x5	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.

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	М3	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 (1 скатная)						
	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 (водонепрониц)	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 монтажы	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	М2	138,2	100	13820	691	14511
	Акиташ	кг	50	40	2000	100	2100
A11	Бөлмө жергаманы (Пол)						
	Стяжка		45	250	11250	562,5	11812,5
	Бетон М100		3,15	5000	15750	787,5	16537,5
A12	Линолиум		36,6	1000	36600	1830	38430
	Жылуулагыч (Утеплитель)		36,6	40	1464	73,2	1537,2
	Төшөө иштери		36,6	500	18300	915	19215
A13	Фасад						
	Штукатурка		165	200	33000	1650	34650
	Раствор М10		5	2500	12500	625	13125
	Терезе	шт	5	8000	40000	2000	42000
A14	Эшик	шт	5	8000	40000	2000	42000
Бардыгы							1002652,88

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Душ бөлмөсүнүн сметасы

В	Иш, ресурс, чыгым аталышы	Өлчөө бирдиги	Саны	1 бирдик баасы (сом)	Бардыгы (сом)	Транспорт 5%	Жалпы баасы
B1	Жер иштери	М3	14	400	5600	280	5880
B2	Бетон М100 Фундаменты	М3	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	267,8	5622,75
	Сетка мак 25см	шт	75	85	6375	318,8	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			597482			

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Даараткана сметасы

Б	Иш, ресурс, чыгым аталышы	Өлчөө бирд	Саны	1 бирдик баасы (сом)	Бардыгы (сом)	Транспорт 5%	Жалпы баасы
Б1	Жер иштери	М3	12,3	300	3675	183,8	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	225,1	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

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

9-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

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

10 - ТИРКЕМЕ

Номерлерге керектүү каражаттар (миң сом)

Аталышы	Саны	Бирдик баасы	Жалпы (KGS)
Керебет (2 кишилик)	5	12000	60,0
Поролон матрац (боз үй)	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

Булак: автор тарабынан түзүлдү.

Эртемдин калькуляциясы

Эртем үчүн стандарттык топтом				Меню “А”			
1 порция	кг/ад	баасы кг/ад	Баасы, сом	1 порция	кг/ад	баасы кг/ад	Баасы, сом
Йогурт	1	29,75	29,75	Быштак каймак менен			
Көк чай	1	3,8	3,8	Быштак	0,15	300	45
Кара чай	1	3,8	3,8	Каймак 20%	0,03	450	13,5
кофе 3/1	1	11,92	11,92	Сууда бышырылган жумуртка			
Кара кофе	1	10,96	10,96	Жумуртка (тоок)	2	7	14
Алма ширеси	0,2	62	12,4	Булочка			
Алча ширеси	0,2	62	12,4	Ун	0,058	50	2,9
Малина вареньеси	0,02	195	3,9	Шекер	0,009	60	0,54
Карагат вареньеси	0,02	195	3,9	Суу май же маргарин	0,005	325	1,625
Кант	0,01	115	1,15	Жумуртка (ад)	1	7	7
Май (сливочный)	0,02	325	6,5	Кургак ачыткы	0,001	320	0,32
Бал	0,02	350	7	Ашкана тузу	0,008	25	0,2
Нан				Ун (сепкенге)	0,001	60	0,06
Ун	0,058	50	2,9	Майлаганга май	0,005	89	0,445
Шекер	0,009	60	0,54				85,59
Ачыткы кургак	0,001	320	0,32	Стандарттык топтом			111,44
Туз	0,008	25	0,2				197,03
			111,44				

Меню “Б”				Меню “С”			
1 порция	кг/ад	баасы кг/ад	Баасы, сом	1 порция	кг/ад	баасы кг/ад	Баасы, сом
Ботко (күрүч)				Ботко (таруу)			
Күрүч дандары	0,045	69	3,105	Таруу дандары	0,04	69	2,76
Тартылбаган сүт	0,1	73	7,3	Тартылбаган сүт	0,1	73	7,3
Суу	0,064	0	0	Суу	0,064	0	0
Ашкана тузу	0,005	25	0,125	Ашкана тузу	0,005	25	0,125
Шекер	0,05	60	3	Шекер	0,005	60	0,3
Май (сливочный)	0,05	325	16,25	Май (сливочный)	0,005	325	1,625
Классикалык омлет				Куурулган жумуртка (глазунья)			
Жумуртка (тоок)	2	7	14	Жумуртка (тоок)	2	7	14
Ашкана тузу	0,003	25	0,075	Ашкана тузу	0,003	25	0,075
Май (сливочный)	0,05	325	16,25	Май (сливочный)	0,05	325	16,25
Мейиз менен булочка				Мектеп булочкасы			
Ун	0,058	50	2,9	Ун	0,058	50	2,9
Шекер	0,009	60	0,54	Шекер	0,009	60	0,54
Май (сливочный)	0,005	325	1,625	Майлаганга май	0,005	325	1,625
Жумуртка (ад)	1	7	7	Жумуртка (ад)	1	7	7

Кургак ачыткы	0,001	320	0,32	Кургак ачыткы	0,001	320	0,32
Мейиз	0,001	150	0,15	Туз	0,008	25	0,2
Туз	0,008	25	0,2	Сепкенге ун	0,001	60	0,06
Сепкенге ун	0,001	60	0,06	Майлаганга май	0,005	89	0,445
Майлаганга май	0,005	89	0,445	апельсин	0,2	140	28
Алма	0,2	50	10	Алма	0,2	50	10
			83,345				93,525
Стандарттык топтом			111,44	Стандарттык топтом			111,44
			194,79				204,97

Меню “Д”				Меню “Е”			
1 порция	кг/ад	баасы кг/ад	Баасы, сом	1 порция	кг/ад	баасы кг/ад	Баасы, сом
Ботко (манка)				Ботко (манка)			
Манка дандары	0,045	68	3,06	Манка дандары	0,045	68	3,06
Тартылбаган сүт	0,1	73	7,3	Тартылбаган сүт	0,1	73	7,3
Суу	0,064	0	0	Суу	0,064	0	0
Ашкана тузу	0,005	25	0,125	Ашкана тузу	0,005	25	0,125
Шекер	0,005	60	0,3	Шекер	0,005	60	0,3
Май (сливочный)	0,005	325	1,625	Май (сливочный)	0,005	325	1,625
Сууда бышырылган жумуртка				Сууда бышырылган жумуртка			
Жумуртка (тоок)	2	7	14	Жумуртка (тоок)	2	7	14
Булочка жөнөкөй				Быштак менен булочка			
Ун	0,058	50	2,9	Ун	0,058	50	2,9
Шекер	0,009	60	0,54	Шекер	0,009	60	0,54
Суу май же маргарин	0,005	325	1,625	Суу май же маргарин	0,005	325	1,625
Жумуртка (ад)	1	7	7	Быштак (9 % көп эмес)	0,01	300	3
Кургак ачыткы	0,001	320	0,32	Жумуртка (ад)	1	7	7
Ашкана тузу	0,008	25	0,2	Кургак ачыткы	0,001	320	0,32
Сепкенге ун	0,001	60	0,06	Туз	0,008	25	0,2
Майлаганга май	0,005	89	0,445	Сепкенге ун	0,001	60	0,06
Банан	0,2	135	27	Майлаганга май	0,005	89	0,445
Алма	0,2	50	10	Банан	0,2	135	27
			76,5	Алма	0,2	50	10
Стандарттык топтом			111,44				79,5
			187,94	Стандарттык топтом			111,44
							190,94

Меню “Ж”				Меню “И”			
1 порция	кг/ад	баасы кг/ад	Баасы, сом	1 порция	кг/ад	баасы кг/ад	Баасы, сом
Сырник каймак менен				Запеканка быштак	0,14	300	42
Быштак (9 % чейин)	0,178	300	53,4	Жумуртка (40 гр)	0,016	7	0,112
Ун	0,035	60	2,1	Сүт	0,058	70	4,06
Жумуртка (40гр)	0,5	7	3,5	Манка даны	0,014	68	0,952
Май (сливочный)	0,005	325	1,625	Шекер	0,006	60	0,36
Каймак (15 % чейин)	0,02	450	9	Май (сливочный)	0,032	325	10,4
Сууда бышкан жумуртка				Булочка			
Жумуртка (тоок)	2	7	14	Ун	0,058	50	2,9
Мектеп булочкасы				Шекер	0,009	60	0,54
Ун	0,058	50	2,9	Суу май /маргарин	0,005	325	1,625
Сахар	0,009	60	0,54	Жумуртка (ад)	1	7	7
Суу май же маргарин	0,005	325	1,625	Кургак ачыткы	0,001	320	0,32
Жумуртка (ад)	1	7	7	Туз	0,008	25	0,2
Кургак ачыткы	0,001	320	0,32	Сепкенге ун	0,001	60	0,06
Ашкана тузу	0,008	25	0,2	Майлаганга май	0,005	89	0,445
Сепкенге ун	0,001	60	0,06	Алмурут	0,2	78	15,6
Майлаганга май	0,005	325	1,625	Алма	0,2	50	10
			97,895				96,574
Стандарттык топтом			111,44	Стандарттык топтом			111,44
			209,34				208,01

Регрессия моделинин таблицалары

Dependent Variable: ROOMS (бөлмөлөр фонду)			Sample: 2009 - 2023	
Method: Least Squares			Included observations: 15	
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-2164.317	777.4743	-2.783779	0.0165
TREND^2	27.72314	3.784287	7.325856	0.0000
DUMMY	2910.674	698.2142	4.168740	0.0013
R-squared	0.821924	Mean dependent var		2234.200
Adjusted R-squared	0.792245	S.D. dependent var		1843.549
S.E. of regression	840.2930	Akaike info criterion		16.48223
Sum squared resid	8473108.	Schwarz criterion		16.62384
Log likelihood	-120.6168	Hannan-Quinn criter.		16.48073
F-statistic	27.69350	Durbin-Watson stat		1.015717
Prob(F-statistic)	0.000032			

Булак: Автор тарабынан түзүлдү.

Dependent Variable: TOURISTS (турист)			Sample: 2013 - 2023	
Method: Least Squares			Included observations: 11	
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-57632.76	14277.89	-4.036503	0.0038
TREND	10316.37	1402.688	7.354715	0.0001
DUMMY	92866.90	11500.52	8.075019	0.0000
R-squared	0.915907	Mean dependent var		69931.09
Adjusted R-squared	0.894884	S.D. dependent var		42106.90
S.E. of regression	13651.71	Akaike info criterion		22.10812
Sum squared resid	1.49E+09	Schwarz criterion		22.21663
Log likelihood	-118.5946	Hannan-Quinn criter.		22.03971
F-statistic	43.56666	Durbin-Watson stat		2.463280
Prob(F-statistic)	0.000050			

Булак: Автор тарабынан түзүлдү.

Dependent Variable: PROFIT (кырыш)			Sample: 2009 - 2023	
Method: Least Squares			Included observations: 15	
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1173.504	394.8821	-2.971783	0.0117
TREND	186.7786	25.03044	7.462060	0.0000
DUMMY	2195.624	318.1313	6.901627	0.0000
R-squared	0.859655	Mean dependent var		2036.820
Adjusted R-squared	0.836264	S.D. dependent var		944.7676
S.E. of regression	382.2937	Akaike info criterion		14.90711
Sum squared resid	1753782.	Schwarz criterion		15.04872
Log likelihood	-108.8033	Hannan-Quinn criter.		14.90560
F-statistic	36.75173	Durbin-Watson stat		1.704425
Prob(F-statistic)	0.000008			

Булак: Автор тарабынан түзүлдү.

Көз каранды өзгөрмө: GuestH (Конок үй)		Үлгү топ: 2013 – 2023 жылдар		
Ыкма: Эң кичине квадраттар		Байкоолордун саны: 11 жыл		
Көз карандысыз өзгөрмө	Коэффициент	Стандарттык ката	T - критерий	Ыктымалдуулук
C (Константа) Trend^2 (убакыт^2)	52,31582	2,44126	21,42984	0.0000
	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			
Көз каранды өзгөрмө: Hotels (Мейманкана)		Үлгү топ: 2013 – 2023 жылдар		
Ыкма: Эң кичине квадраттар		Байкоолордун саны: 11 жыл		
Көз карандысыз өзгөрмө	Коэффициент	Стандарттык ката	T - критерий	Ыктымалдуулук
C (Константа) TREND (Убакыт)	72.31818	3.102600	23.30890	0.0000
	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			
Dependent Variable: CAPACITY (жатак орун саны)		Sample: 2009 - 2023		
Method: Least Squares		Included observations: 15		
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-3.159236	1.155776	-2.733432	0.0182
TREND^2	0.040070	0.005626	7.122693	0.0000
DUMMY	4.394445	1.037950	4.233773	0.0012
R-squared	0.815101	Mean dependent var		3.360667
Adjusted R-squared	0.784285	S.D. dependent var		2.689542
S.E. of regression	1.249161	Akaike info criterion		3.459679
Sum squared resid	18.72485	Schwarz criterion		3.601289
Log likelihood	-22.94759	Hannan-Quinn criter.		3.458170
F-statistic	26.45021	Durbin-Watson stat		0.987208
Prob(F-statistic)	0.000040			

Булак: Автор тарабынан түзүлдү.

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 [Эл. 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. - 322с.
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. **Беляев А. В.** Налогообложение сектора туризма в европейских странах [Текст] / А. В. Беляев, И. А. Плужников, И. А. Кузнецов // Сборник материалов XXI международной научно-практической конференции «Фундаментальная наука и технологии - перспективные разработки» Morrisville, 2020. - С. 86-89.
16. 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-kрупnym-gorodom-mira/> – Загл. с экрана
17. **Бобушев Т. С.** Туризм как форма устойчивого развития горных территорий в Кыргызстане [Текст] / Т. С. Бобушев // Реформа. – 2016. – № 2(70). – С. 6-9
18. **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.
19. Выгоды стандартизации для общества [Эл. ресурс]. – 2024. – Режим доступа: https://unesce.org/DAM/trade/wp6/AreasOfWork/EducationOnStandardization/Benefits_of_standardization_to_society_Rus.pdf. – Загл. с экрана

20. **Брашнов Д. Г.** Основы индустрии гостеприимства [Текст]: учеб. пособие / Д. Г. Брашнов, Е. В. Мигунова. - М; ФЛИНТА., 2013. – 218с.
21. **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.
22. **Ганиев Ж.** Башкаруу экономикасы [Текст] / Ж. Ганиев. – Бишкек: КТМУ, 2021. - 192 б.
23. Глуховская А. Стремительное развитие гостиничного бизнеса [Электронный ресурс]. - 2006. Режим доступа: <http://prohotel.ru/article-4132/0/>. – Загл. с экрана
24. **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.
25. **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. – 137с.
26. **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.
27. **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.
28. **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.

29. **Джумалиева Г. М.** Современное состояние гостиниц г.Бишкек [Текст] / Г. М. Джумалиева, Р. Р. Абакирова // Известия ВУЗов Кыргызстана.- 2019.- №. 1.-С.93-96.

30. **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.

31. Достопримечательности в Бишкеке [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://www.tripadvisor.ru/Attractions-g293948-Activities-Bishkek.html>

32. Доходы глобального туризма достигнут \$15. 5 трлн. к 2033г. [Электронный ресурс].–2024.–Режим доступа: <https://www.interfax.ru/business/917117>. – Загл. с экрана

33. **Драгныш Е. Ю.** Европейский гостиничный маркетинг [Текст]: уч. пособие / Е. Ю. Драгныш. – М: Финансы и статистика, 2004. – 224 с.

34. **Дудашвили С. Д.** К вопросу о сертификации объектов размещения. Туризм Кыргызстана [Текст]/ С. Д. Дудашвили.- Бишкек: Раритет, 2001.- 80с.

35. **Дудашвили С. Д.** Туристские ресурсы Кыргызстана [Текст]: учебное пособие / С. Д. Дудашвили. - Бишкек: Раритет, 2004. – 278 с.

36. **Ёхина М. А.** Организация обслуживания в гостиницах [Текст]: учебное пособие / М. А. Ёхина. - 4-е изд., – Москва: Академия, 2012. – 208 с.

37. 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

38. Загрязнение воздуха [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа: <https://kloop.kg/blog/2020/01/16/air-pollution-bishkek/> . – Загл. с экрана

39. **Зачиняев П. Н.** География международного туризма [Текст] / П. Н. Зачиняев, Н. С. Фалькович. – М: Мысль,1972. – 264 с.

40. **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.
41. 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
42. **Кабушкин Н И.** Менеджмент гостиниц и ресторанов [Текст] / Н. И. Кабушкин, Г. А. Бондаренко. – Минск: Новое знание, 2001. - 216 с.
43. **Кабушкин. Н. И.** Менеджмент туризма [Текст]: учебник / Н. И. Кабушкин. - Минск: Новое знание, 2002. – 432 с.
44. **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.
45. **Кадыралиев М. Т.** Туристический потенциал Кыргызской Республики [Текст] / М. Т. Кадыралиев, К. Т Асанова // М: интернет журнал Интернаука. - 2016. - № 2 (2). - 34-37.
46. **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.
47. **Кадыров Ы.** Кыргыз маданиятынан тамган тамчылар [Текст] / Ы. Кадыров. - Б: Бийиктик плюс, 2014. - 300 б.
48. Казахстанская образовательная социальная сеть [Электронный ресурс]. 2024. – Режим доступа: <https://www.kazedu.kz/>. – Загл. с экрана
49. Капсульные отели [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://hotelier.pro/hostels/item/1177-podhotels> . – Загл. с экрана
50. Капсульные отели [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа: <http://prohotel.ru/news-108553/0/> . – Загл. с экрана
51. 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

52. **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.
53. **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.
54. **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.
55. Колесо бизнес-баланса [Электронный ресурс]. – 2024. - Режим доступа: <https://upgradebiz.ru/koleso-biznes-balansa> . – Загл. с экрана
56. **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.–181с.
57. **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.
58. **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.
59. **Котлер Ф.,** Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе [Текст] / Ф. Котлер, Х. Картаджайа, А. Сетиаван // Москва Эксмо, 2018. -378 с.
60. **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>
61. Кыргызстандагы мейманканалардын эко сертификация модели [Текст] / [М.Кызанлыклы, Н.Маргазиева, К.Асанова ж. б.]. - Бишкек:КТМУ.-2023-70б.

62. Кыргызстандын гастрономиялык туризми жана тамак-аш картасы [Текст] / [Ж. Инже, Т. Гөк, Г. Саматова ж. б.]. – Б: КТМУ, 2019. - 200 б.
63. Кыргызстанда иш алып барган жайгаштыруу ишканаларын жиктөө менен байланыштуу бир модел сунушу [Текст] / Э. Аkgөз, Эрдeм Б., Гөк Т., Инже Ж., Алимов У., Турганбаева Н., Асанова К. - Б: BYR Publishing,- 2018. – 216 б.
64. Кыргызстандарт [Электронный ресурс]. – 2024. – Кирүү режими: <http://www.nism.gov.kg> . – Загл. с экрана
65. Кыргыз республикасынын экономика жана коммерция министрлигине караштуу стандартташтыруу жана метрология боюнча борбору [Электрондук ресурс], - Кирүү режими: <https://www.nism.gov.kg/categories/examination-of-standards> – Загл. с экрана
66. Кыргызстандын стeнди сыйлыка татыды [Электрондук ресурс]. – 2019. – Кирүү режими: <https://sputnik.kg/20180128/kyrgyzstandyn-stendi-festivalda-syjlykka-tatydy-1037468733.html> – Загл. с экрана
67. Кыргызстан туристтерди өзгөчө саякат менен тартат [Электрондук ресурс]. – 2018. – Кирүү режими: <https://www.bbc.com/kyrgyz/kyrgyzstan-41902016b> – Загл. с экрана
68. **Лайко М. Ю.** Мировая индустрия гостеприимства[Текст]: учеб. пособие / М. Ю. Лайко, Д. А. Штычно. - М; Федеральное агентство по образованию, Российская экономическая акад. им. Г. В. Плеханова., 2006. – 229с.
69. **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.
70. 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

71. Микро-отель – современный комфорт по разумной цене [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа: <https://prohotel.ru/news-108553/0/>. – Загл. с экрана
72. Мировая практика. Как регулируется туризм в США [Электронный ресурс]. - 2017.–режим доступа:<https://atorus.ru/news/press-centre/new/39701.html>. – Загл. с экр
73. Миф о китайской угрозе мешает развитию туризма в КР [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа: https://rus.azattyk.org/a/kyrgyzstan_sadanbekov_blogs/24634349.html . – Загл. с экрана
74. 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
75. Национальная программа развития Кыргызской Республики до 2026 года [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://www.gov.kg/ru/programs/16>. – Загл. с экрана
76. **Нескоромных В. В.** Оптимизация в геологоразведочном производстве [Текст]: учеб. пособие / В. В. Нескоромных. - М.: ИНФРА-М; Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2015. – 199 с.
77. **Низамиев А. Г.** Туризм Кыргызстана: социально – экономические аспекты [Текст] / А. Г. Низамиев. - Ош.: Вега, 2005. – 208 с.
78. Онлайн брондоо платформасы [Электрондук ресурс]. – 2023. – Кируу режими: <https://booking.com>. – Загл. с экрана
79. Организация и управление гостиничным бизнесом [Текст]: учебник / под ред. А. Л. Лесника, А. В. Чернышева. – М.: Издательский дом “Альпина”, 2001. – 238 с.
80. **Орлов А. И.** Менеджмент. [Текст]: учебник / А. И. Орлов. М.: Издательство “Изумруд”, 2003. - 298 с.

81. **Орозова Г. Ж.** Кыргызстандын улуттук маданияты: Байыркы доордон 19-кылымдын аягына чейин [Текст] / Г. Ж. Орозова. – Бишкек.: КАУ, 2010. - 132 б.
82. Отели с самыми маленькими номерами в мире [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://supersmall.ru/top-7-oteley-s-samyimi-malenkimi-nomerami-v-mire/>. – Загл. с экрана
83. О чем говорят звезды? [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа: <https://www.tazabek.kg/news:1362686> . – Загл. с экрана
84. **Перельман М. А.** Инновационное управление ресторано-гостиничным бизнесом [Текст]: дис. на соис. уч. степени к. э. н.: 08. 00. 05 / М. А. Перельман – Москва, 2003. – 145 с.
85. 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
86. **Попруга В.** Оценка горнолыжного туризма в Кыргызстане [Текст] // Мировая наука. - 2018. - №12 (21).
87. Помощник предпринимателя в сфере стандартизации, метрологии и сертификации [Электронный ресурс]. – 2018. - Режим доступа: <http://www.pompred.ru> . – Загл. с экрана
88. Портал для профессионалов гостиничного и ресторанного бизнеса [Электронный ресурс]. – 2009.–Режим доступа: <http://prohotelia.com> . – Загл. с экрана
89. Портал онлайн зачисления в учебные заведения КР [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа: https://2020.edu.gov.kg/statistics/report_UF. – Загл. с экрана
90. 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

91. 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
92. **Расулова Н. К.** О необходимости развития региональных гостиниц Кыргызстана [Текст] / Н. К. Расулова // Наука и новые технологии. – 2011. – № 2. – С. 173-178.
93. **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.
94. **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.
95. 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
96. **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.
97. **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.
98. Российский сайт торговли, бизнеса, товароведения и экспертизы [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://znaytovar.ru>. – Загл. с экрана
99. **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.

100. **Савельевич С. В.** Организация международного туризма [Текст] / С. В. Савельевич. - Москва: “Финансы и статистика”. - 2003. - 118 с.
101. **Сариева Ш. К.** Анализ расходов внутренних туристов Кыргызстана [Текст] / Ш. К. Сариева // Известия ВУЗов Кыргызстана. - 2015. - №. 4. - С. 97-99.
102. **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.
103. **Семенова И.** История менеджмента [Текст] / И. Семенова. - Москва: Юнити-Дана 1999. - 199 с.
104. Система классификации гостиниц РФ [Электронный ресурс]. 2019. – Режим доступа: <http://expertresort.ru> . – Загл. с экрана
105. Сколько отелей в мире и где больше всего “пятизвездников” [Электронный ресурс]. 2019. – Режим доступа: <http://surl.li/uplzi>. – Загл. с экрана
106. **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
107. Метрология, Стандартизация и Сертификация [Текст]: учебник для ВУЗов / А. С. Сигов, В. И. Нефедов, В. К. Битюков и др.– Москва: “ФОРУМ”, 2008.- 624с.
108. 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

109. Санариптик өнүктүрүү министрлиги жөнүндө [Электрондук ресурс]. – 2024. – Кирүү режими: <https://digital.gov.kg/ky/about/>. – Загл. с экрана
110. **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.
111. **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
112. **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.
113. **Токторов А.**, Организационно-экономический механизм формирования туристского кластера в регионе [Текст] / А. Токторов, М. Байтокова, А. Эргешов // Вестник КГУСТА. – 2022. - № 2(76). – Б. 783-787.
114. **Турдумамбетов Б.** Проблемы и перспективы развития туризма в горных условиях Кыргызской Республики [Текст] / Б.Турдумамбетов. - Бишкек, 2005.-175с.
115. **Турдумамбетов Б.** Итоги туристического сезона 2011 и «старые» проблемы отрасли [Текст] / Б. Турдумамбетов // Reforma. – 2012. - № 2(54). – Б. 50-53.
116. **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 .
117. 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

118. **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.
119. **Ускова Т.** Социально-экономический ресурс туризма [Текст] / Т. Ускова, В. Орлова, Л. Дубиничева. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2011. – 182 с.
120. **Ушаков Д. С.** Стратегическое планирование в туризме [Текст] / Д. С. Ушаков. - Ростов на Дону: Феникс, 2007. - 286с.
121. **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.
122. Цифровой туризм [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://youtube.com/playlist?list=PLMi3cAj2tpBzyzuFe6WCg20P9kAuDh5SZ>. – Загл. с экрана
123. **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
124. **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.
125. **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
126. **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.

127. **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.
128. **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.
129. **Шаханова А. М.** Развитие въездного туризма в Республике Казахстан [Текст] / А. М. Шаханова // Известия ВУЗов Кыргызстана. – 2017. - №9. - С. 74-76.
130. **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
131. **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.
132. Жарлыкка ылайык жаңы парк [Электрондук ресурс]. – 2022. – Эркин тоо. Кирүү режими: <https://erkin-too.kg/zharlykka-ylajyk-zha%D2%A3y-park/>. – Загл. с экрана
133. 2018-2040 – жылдары Кыргыз Республикасын өнүктүрүүнүн улуттук стратегиясы [Электрондук ресурс]. – 2020. – Кирүү режими: <http://surl.li/iipsqc>. – Загл. с экрана
134. **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: <http://surl.li/frmmeu> – Загл. с экр.
135. **Akgöz E.** Otel İşletmeciliği: Düşünceden uygulamaya [Text] / E. Akgöz. - Ankara: İlksan Matbaası. – 2013. 171 s.
136. **Akgöz E.** Yöresel Yemeklerin Sürdürülebilir Turizme Etkisi: Kirgiz Mutfağı Örneği [Text] / E. Akgöz, K. Asanova, K. Aşkanbeava // *Diyalektolog*.- 2018.– No:19.-S.423-436.

137. **Akgöz E.** Turizm İşletmelerinin Etkin Kullanımlarının Multimoora Tekniğiyle Yillara Göre Karşılaştırılması [Text] / E. Akgöz, N. Margazieva, K. Asanova // Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.– 2020. – No:39. - S. 49-60.
138. **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.
139. **Akgöz E.** Konaklama Sektöründe Stres Kaynakları 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.
140. **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.
141. **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.
142. **Ayhan G.** Önbüro Operasyonları ve Yönetimi [Text] / G. Ayhan, Y. Dinç / - Ankara: Detay Yayıncılık. – 2006. 188 s.
143. 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-oghgrandioznom-proiektie-v-chuiskoi-oblasti/> . – Загл. с экрана (12/02/2024)
144. Capsule hotel [Electronic resource]. – 2014. – Access mode: https://en.wikipedia.org/wiki/Capsule_hotel . – Загл. с экрана
145. **Çetiner E.** Konaklama İşletmelerinde Yönetim muhasebesi [Text] / Çetiner, E. – Ankara: Tutibay Yayınları, 1995. - 420 s.
146. **Çiçek M. A.** Otel işletmelerinde yönetim [Text] / Çiçek, M. A. - Ankara: Sözkese Matbaacılık, 2013. - 326 s.

147. **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.
148. **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.
149. 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)
150. 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)
151. **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.
152. **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.
153. **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.
154. 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)
155. 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)
156. **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.

157. **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.
158. **İçöz O.** Turizm ekonomisi [Text] / O. İçöz, M. Kozak. - Ankara: Turhan Kitabevi, 2002. – 326 s.
159. **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.
160. **İnce C.** Kirgizistan Gastronomi Haritasi [Text] / C. İnce, T. Gök, G. Samatova, N. Turganbayeva // Safran Kültür Ve Turizm Araştırmaları Dergisi, 2020. – No:3(3), 360-382 s.
161. International Tourism Highlights [Electronic resource]. – 2020. - Access mode: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152> .–Загл. с экрана (23.07.20)
162. 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 (22. 11. 24)
163. 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)
164. **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.
165. **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.
166. **Kobu B.** Üretim Yönetimi [Text] / B. Kobu // İstanbul. 1996. - 607 s.

167. 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>
168. **Kozak N.** Otel işletmeçiliği: Kavramlar – Uygulamalar [Text] / Kozak, N. – Ankara: Ender Matbaası, 1998. – 256 s.
169. **Kozak N.** Otel İşletmeciliği [Text] / N. Kozak, M. Kozak, M. Azaltun, A. Sokmen. - Ankara: Detay Yayıncılık, 2002. – 256 s.
170. **Kurgun H.** Odalar bölümü Yönetimi [Text] / H. Kurgun. - Ankara: Detay Yayıncılık, 2010. – 240 s.
171. **Lundberg, D. E.** Tourism Economics [Text] / D. E. Lundberg, M. Krishnamoorthy, M. H. Stavenga - USA: John Wiley and Sons, 1995. – 208 p. ISBN – 10: 0471578843
172. 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)
173. **Medlik S.** Otel İşletmeciliği [Text] / S. Medlik // Bursa: Nobel Akademik Yayıncılık, 1997. – 254 s.
174. **Oktay K.** Kırgızistan ve Türkiye konaklama sektörü analizi [Text] / K. Oktay, B. Gülcan, C. Tokmak, K. Asanova, N. Margazieva // Uluslararası Dünden Bugüne Türkiye-Kırgızistan ilişkileri sempozyumu. – Kastamonu, 2015. – P. 46-67.
175. **Oral S.** Otel İşletmeciliği ve Otel Verimlilik Analizleri [Text] / S. Oral. - Ankara: Detay Yayıncılık, 2005. – 470 s.
176. Otel işletmelerinde yönetim [Текст] / M. Kozak, M. Fermani, N. Güçlü, D. Çiçek. - Ankara: Detay yayıncılık. - 2013. – 326 s.
177. **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

178. R-keeper, автоматизация управления [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа <http://rkeeper.kg> . – Загл. с экрана (01. 02. 24)
179. 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)
180. **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
181. **Şener B.** (2001). Konaklama işletmelerinde ön büro yönetimi [Text] / Şener B. -Ankara, Detay Yayıncılık, 2001. - 411 s.
182. **Şenol F.** Kırgızistan turizminin geliştirilmesinde marka ve imaj algısının önemi [Text] / F. Şenol, K. Asanova // Вестник БГУ. - 2014. - №2 (32). – S. 328 – 333.
183. **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.
184. **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.
185. **Taşkın E.** Otel İşletmelerinde Yiyecek Maliyetlerinin Kontrolü ve Azaltılması [Text] / E. Taşkın // Balıkesir: Yayınlanmamış Doktora Tezi, 1997. – 178 s.
186. **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.

187. **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.
188. The Balanced Business Wheel [Electronic resource]. – 2024. – Access mode: <https://yourplanningpartners.com/the-balanced-business-wheel/> . – Загл. с экрана (11/02/24).
189. **Tokmak C.** Termal Turizmin Geleneksel Kullanımı: Kırgızistan Örneği [Text] / C. Tokmak, K. Asanova // I международный симпозиум туризма тюркского мира. –Kastamonu. - 2015. - S. 149 – 162.
190. **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
191. Turizm Sektörünün yapısı, büyüklüğü ve ekonomiye katkısı [Electronic resource]. – 2014. - Access mode: <https://web.ogu.edu.tr/Storage/YasarSari/Uploads/aktobarastirma.pdf>. – Загл. с экрана
192. Turizm Teşvik Kanunu [Electronic resource]. – 2024. - Access mode: <http://mevzuat.gov.tr> . – Загл. с экрана
193. 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
194. Vesti finance [Electronic resource]. – 2014. – Access mode: <http://www.vestifinance.ru/articles/40467> . – Загл. с экрана (27. 05. 2014)
195. **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.
196. WTTC. Economic impact research [Electronic resource]. – 2023. – Access mode: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact> . – Загл. с экрана (30. 08. 2023)