

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА  
МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

**САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ**

**М.Қ. Пардаев, А.Н. Холиқулов,  
Ҳ.А. Рахимов**

**МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИКЛАРИДА  
САМАРАДОРЛИКНИ ОШИРИШ  
МУАММОЛАРИ**

Монография

**ТОШКЕНТ – ИҚТИСОДИЁТ – 2013**

УЎК 338.48.46(075.8)

КБК75.81

*Туркизи*

Пардаев М.Қ., Холиқулов А.Н., Рахимов Ҳ.А. Меҳмонхона хўжаликларида самарадорликни ошириш муаммолари. Монография. -Т.: «Иқтисодиёт», 2013. – 212 б.

Монография меҳмонхона хўжаликларида самарадорликни оширишнинг назарий масалалари, асосий йўналишлари ва истикболларига, меҳмонхона хўжаликларида сервис фаолияти ва унинг ўзига хос хусусиятларига ҳамда сервис сифати, уни баҳолаш ва оширишнинг асосий йўналишларига бағишланган.

Монография илмий изланувчиларга, олий ўқув юртларида таҳсил оладиган талабаларга, магистрларга, докторант ва профессор-ўқитувчиларга мўлжалланган. Ундан соҳа мутахассислари ва мавзуга қизиқувчи кенг китобхонлар оммаси ҳам фойдаланишлари мумкин.

Масъул муҳаррир: и.ф.д., проф. Қудратов Ғ.

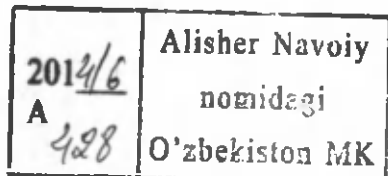
Тақризчилар: и.ф.д., профессор Тухлиев И.С.,  
и.ф.и., доцент Усманова Д.Қ.

ISBN 978-9943-4021-4-0

*Ю 11816  
291*

УЎК 338.48.46(075.8)

КБК75.81



© «Иқтисодиёт» нашриёти, 2013.

## МУНДАРИЖА

	<b>КИРИШ</b> .....	5
<b>I боб.</b>	<b>МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИКЛАРИДА САМАРАДОРЛИКНИ ОШИРИШНИНГ НАЗАРИЙ МАСАЛАЛАРИ</b>	7
1.1.	Ўзбекистон миллий иқтисодиётини ривожлантиришда меҳмонхона хўжалиklarининг ўрни ва аҳамияти.....	7
1.2.	Жаҳон меҳмонхона хўжалиklари тури, таснифи ва уларнинг ўзига хос хусусиятлари.....	19
1.3.	Меҳмонхона хўжалиklарида самарадорликнинг назарий масалалари.....	30
<b>II боб.</b>	<b>МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИНИНГ ШАКЛЛАНИШ САБАБЛАРИ, УНДА КЎРСАТИЛАДИГАН ХИЗМАТ ТУРЛАРИ ВА УЛАРНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ</b> .....	34
2.1.	Мамлакатимизда туризмнинг ривожланиши – меҳмонхона тизимини шакллантиришнинг асосий омили.....	34
2.2.	Туризм хизматлари тизимида меҳмонхона хўжалиги хизматларининг ўрни, турлари ва уларнинг ўзига хос хусусиятлари.....	45
2.3.	Меҳмонхона хўжалигида кўрсатиладиган хизматларнинг турлари ва ўзига хос хусусиятлари.....	48
2.4.	Меҳмонхона хўжалигида кўрсатиладиган хизматлар, уларнинг мазмуни билан боғлиқ назарий масалалар.....	59
<b>III боб.</b>	<b>МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ САМАРАДОРЛИГИНИ ИФОДАЛОВЧИ КЎРСАТКИЧЛАР ТИЗИМИ, УЛАРНИНГ ТАСНИФИ, АНИҚЛАНИШ ВА ТАҲЛИЛ ҚИЛИШ ЙЎЛЛАРИ</b> .....	63
3.1.	Меҳмонхона хўжалиги фаолиятини ифодаловчи кўрсаткичлар тизими ва улар таркибида самарадорлик кўрсаткичлари.....	63
3.2.	Меҳмонхона хўжалигида самарадорликни ифодаловчи кўрсаткичлар ва уларга таъсир этувчи омиллар таҳлили.....	73
3.3.	Меҳмонхона хўжалигида меҳнат самарадорлигини оширишнинг персонални бошқариш тамойиллари ва усулларини такомиллаштириш билан боғлиқ йўллари.....	77
3.4.	Меҳмонхона хўжалигида меҳнат самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичларни баҳолаш ва таҳлил қилиш орқали уни оширишнинг ички имкониятларини аниқлаш йўллари.....	81

3.5.	Меҳмонхона хўжалигида рентабелликни оширишнинг ички имкониятлари ва уларни аниқлаш йўллари.....	92
<b>IV боб.</b>	<b>МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИКЛАРИДА САМАРАДОРЛИКНИ ОШИРИШНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ ВА ИСТИҚБОЛЛАРИ.....</b>	<b>97</b>
4.1.	Меҳмонхона хўжаликларида самарадорликни ифодаловчи кўрсаткичлар ва уларни аниқлаш йўллари.....	97
4.2.	Меҳмонхона хўжаликларида сервис самарадорлигига таъсир этувчи омиллар ва уларни аниқлаш йўллари.....	109
4.3.	Меҳмонхона хўжаликларида самарадорликни оширишнинг асосий йўналишлари ва истиқболлари.....	119
<b>V боб.</b>	<b>МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИКЛАРИДА СЕРВИС СИФАТИ, УНИ БАҲОЛАШ ВА ОШИРИШНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ.....</b>	<b>133</b>
5.1.	Хизмат соҳасида сифатни баҳолаш эволюцияси ва меҳмонхона хўжаликларида сервис сифатининг ўзига хос хусусиятлари.....	133
5.2.	Меҳмонхоналарда сервис сифатини оширишнинг концептуал йўналишлари ва уни баҳолашнинг илмий-назарий ва услубий масалалари.....	139
5.3.	Меҳмонхона хўжалигида сервис сифатини ифодаловчи кўрсаткичлар ва уларни аниқлаш йўллари.....	150
5.4.	Меҳмонхона хўжаликларида сервис сифатининг ҳолати ва уни ошириш имкониятлари.....	156
<b>VI боб.</b>	<b>МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИКЛАРИДА СЕРВИС МАДАНИЯТИ ВА УНИ ОШИРИШНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ.....</b>	<b>172</b>
6.1.	Меҳмонхона хўжаликларида хизмат кўрсатиш маданиятининг назарий масалалари.....	172
6.2.	Меҳмонхона хўжалиги маданиятини ифодаловчи кўрсаткичлар тизими ва уларни аниқлаш йўллари.....	179
	<b>ХУЛОСА.....</b>	<b>184</b>
	<b>АДАБИЁТЛАР.....</b>	<b>189</b>
	<b>ИЛОВАЛАР.....</b>	<b>197</b>

## КИРИШ

Мамлакатнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланишида аҳолига хизмат кўрсатувчи соҳаларнинг ўрни ва роли сезиларли бўлиб, бунда туризмнинг аҳамияти бошқа хизмат кўрсатиш соҳаларига нисбатан юқори суръатларда ривожланиш даражаси билан белгиланади. Шунинг учун кейинги йилларда Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш билан боғлиқ масалаларга жуда катта эътибор берилиб, унинг туристик салоҳиятидан самарали фойдаланиш йўллари шаклланимда ва қарор топмокда.

Ўзбекистонда туризмнинг шаклланиши ва ривожланишига асосий эътибор мустақилликка эришилгандан сўнг бошланди. Жумладан, мамлакатимизда туризм соҳаси бўйича миллий компаниянинг ташкил этилиши уни халқаро майдонга чиқиш имкониятини яратди. 1993 йилда Ўзбекистон Республикаси Жаҳон туризм ташкилотига аъзо бўлди. Бу мамлакатимизда туризмни ривожлантириш заруратини юзага келтирди. Чунки бу соҳа ҳам иқтисодий соҳасининг ажралмас қисми сифатида мамлакат молиявий-иқтисодий қудратининг юксалишига ҳисса қўшади.

Меҳмонхоналарнинг сони ва сифати халқаро талабларга жавоб берадиган даражага етказилди. Аммо тан олиб айтишимиз керакки, ҳали хорижий меҳмонларга, жаҳон андозалари талабларига жавоб берадиган хизмат тизими, айниқса, сервис даражаси етарлича шаклланимаган.

Сўнгги йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантириш бўйича изчил чоралар кўрилмокда. Аммо таъкидланганидек, улар ҳали юқори талаб даражасида эмас. Бу қарорларнинг амалга оширилиши хизматлар бозори таркиби хизматларнинг янги истиқболли турлари бўлган туризм, банк-молия, сугурта, ахборот-коммуникация хизматлари ва бошқаларни ривожлантириш ҳисобига такомиллашиб боради ва уларнинг қўламини кескин кўпайтириш имконини яратади.

Ўзбекистонга кейинги йилларда ҳар йили ўртача бир миллионга яқин хорижий туристлар ташриф буюрган. Аммо экспертларнинг баҳосига қура, Ўзбекистоннинг туристик ресурслари йилига ўртача 6 млн. кишини қабул қилиш имкониятига эга. Бу даражаларга эришиш учун туристик ресурслардан оқилона, тўлиқ фойдаланиш, сервис сифатини яхшилаш йўллари тадқиқ қилишни тақозо этади. Ўзбекистоннинг туристик салоҳияти дунё мамлакатлари орасида ўртача кўрсаткичдан юқори ҳисобланади. Демак, мамлакат

экспортда ва ЯИМда туризмнинг улуши юқори бўлиши керак. Лекин ҳозирги кунда Ўзбекистон ЯИМда туристик хизматларнинг улуши 0,7 %дан 0,9 %гачани ташкил этади. Бу кўрсаткич ҳам мавжуд туристик ресурслардан самарали фойдалана олмаётганлигимизни билдиради. Бу бевосита меҳмонхоналаримизда сервис сифатининг пастлиги билан ҳам боғлиқ.

Қайд этиш жоизки, бизда ҳозиргача туризмни ривожлантиришда меҳмонхоналарнинг ўрни алоҳида эканлигига, уларнинг жаҳон стандартлари талабларига жавоб берадиган даражада эмаслигига дуч келмоқдамиз. Бу ҳолатни ижобий баҳолаб бўлмайди. Шунинг учун мавжуд меҳмонхоналар сервис сифати ва самарадорлигини ошириш имкониятларини тўлиқ ишга солиш учун уларни алоҳида тадқиқ этишни, илмий жиҳатдан асосланган таклиф ва тавсияларни ишлаб чиқишни тақозо этмоқда. Бу тадқиқотлар меҳмонхоналар сервис сифати ва самарадорлигини халқаро андозаларга жавоб берадиган даражага кўтаришга қаратилиши лозим.

Монография қуйидаги муаллифлар ҳамкорлигида, яъни: Кириш М.Қ.Пардаев; I боб. М.Қ. Пардаев, Х.А.Рахимов; 1.2. А.М. Холиқулов; II ва III боблар Х.А. Рахимов; IV боб. М.Қ. Пардаев, Х.А. Рахимов; V боб. А.М. Холиқулов; VI боб. А.М.Холиқулов, М.Қ.Пардаев томонидан тайёрланган.

# I боб. МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИКЛАРИДА САМАРАДОРЛИКНИ ОШИРИШНИНГ НАЗАРИЙ МАСАЛАЛАРИ

## 1.1. Ўзбекистон миллий иқтисодиётини ривожлантиришда меҳмонхона хўжаликларининг ўрни ва аҳамияти

Меҳмонхона хўжалиги мамлакатимиз ҳудудида энг қадимги хўжалик юритувчи субъектлардандир. Авваллари меҳмонлар асосан от-уловларда юрганлиги туфайли меҳмонхоналар бир вақтнинг ўзида ҳам от-уловларни жойлаштиришга, юкларни сақлашга ва кишиларнинг яшаши учун шароит яратишга мослашган.

Меҳмонхона хўжалиги туризм соҳасининг таркибий қисми ҳисобланади. Шу сабабли туризм ривожланиши меҳмонхоналар фаолиятининг кенгайишига олиб келади. Жаҳон амалиёти кўрсатишича, туризм умумий иқтисодий ўсишга, кам тараққий этган ҳудудларнинг ривожланишига кўмаклашади. Бундай ҳудудларда туристик марказларни очиш кўпгина давлатларнинг иқтисодиётини ривожлантиришнинг асосий усули ҳисобланади. Тоғ ва кишлоқ жойларида туристик марказларнинг ташкил қилиниши шу жойларнинг ўзлаштирилишига, аҳоли яшаш даражаси яхшиланишига ёрдам беради.

Ўзбекистонда бой туристик ресурсларга эга бўлишига қарамай, мавжуд имкониятдан фойдаланиш даражаси талаб қилинган ҳолатдан анча кам. Ушбу соҳанинг яна бир муҳим жиҳати, кишлоқда ортиқча иш кучини ишчи билан таъминлаш масаласини ҳам ҳал қилишга кўмаклашувчи муҳим соҳа эканлигидир. Чунки, хусусий тадбиркорлик учун жозибador бўлган кўпгина анъанавий хизмат турлари шаҳарда ҳам кишлоқда ҳам, етарли даражада ривожланган эмас. Айниқса, кишлоқ жойларда бу соҳанинг ривожланиши учун охириги пайтларгача ҳеч қандай таъсирчан чоралар кўрилмасдан келинди. Шу туфайли “Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 2006 йил 17 апрелдаги Ўзбекистон Республикаси Президентининг Қарорида: “Маҳаллий ҳокимият органлари раҳбарлари бу муҳим тармоққа керакли даражада эътибор қаратмаётганлигига мутлақо тоқат қилиб бўлмайди”<sup>1</sup>, -деб таъкидланди. Албатта, эътибор

<sup>1</sup>Каримов И.А. “Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарори. //Халқ сўзи, 2006 йил 18 апрел.

берилмаган соҳанинг самарадорлиги ҳам ўзига яраша бўлади. Хизмат кўрсатиш соҳасининг ялпи ички маҳсулотдаги улуши 2005 йилда 38,3 фоизни ташкил қилди. 2010 йилга бориб ушбу кўрсаткичнинг миқдори 49,0 фоизни ташкил қилиши кўрсатилган. Аммо бу ҳам кам. Чунки, дунёнинг ривожланган мамлакатларида хизмат кўрсатувчи тармоқларнинг ялпи ички маҳсулотдаги улуши 60-80 фоизни ташкил этади. Ушбу мамлакатлар иқтисодиётида банд бўлган аҳолининг 70 фоизи шу хизмат кўрсатиш соҳасида фаолият юритади.

Хизмат ва сервис соҳасининг ривожланмаганлиги аҳолининг истеъмол харажатлари таркибига ҳам таъсир қилади. Мамлакатимиз аҳолисининг истеъмол харажатлари таркибида хизматларнинг улуши бор-йўғи 15,4 фоизни ташкил қилади<sup>2</sup>. Ваҳоланки, ушбу кўрсаткичнинг миқдори ривожланган мамлакатларда 50-60 фоиздан кам эмас<sup>3</sup>.

Кейинги йилларда кўпгина мамлакатларда, хусусан ўзимизда ҳам шаҳарларда яшовчиларнинг хордиқ чиқариши учун дам олиш кунлари қишлоқларга чиқиши одат тусига кириб бормоқда. Бу шунга олиб келдики, қишлоқ аҳолиси туризм билан боғлиқ иккинчи ихтисосликка эга бўлиш ва қишлоқнинг хушманзара жойларида туристик мажмуаларни қуриб ишга туширишни тақозо этади. Бу эса, ўз навбатида қишлоқ аҳолисининг турмуш шароитини яхшилаб олиш имконини яратади.

Туризмнинг кўлами кенгайиши билан хизмат кўрсатиш корхоналари, жумладан меҳмонхоналарнинг сони ҳам ошиб бораверади. Булардан ташқари туризмнинг ривожланиши билан боғлиқ соҳага яна кўплаб корхоналар, хўжалик юритувчи субъектлар (овқатланиш шахобчалари, транспорт, кўнгилочар объектлар ва б.) киради ва улар туристик мавсум давомида фаолият юритади. Уларнинг пул айланмаси туристлар сонига қараб ортади.

Туризмнинг ривожини минтақаларда сезиларли иқтисодий ўсишга, меҳмонхона хўжалигининг ривожланишига олиб келиши табиий. Шу ўринда Ўзбекистон Республикасида аҳолига кўрсатилган туристик хизматлар ҳажмини таҳлил қиладиган бўлсак, Тошкент шаҳри, Самарқанд ва Навоий вилоятларининг туристик хизматлар кўрсатишдаги улуши юқори эканлиги кузатилади. Туризм хизмат кўрсатиш соҳасига тегишли бўлиб, иқтисодиётнинг тезлик билан

<sup>2</sup>Социальное развитие и уровень жизни населения в Узбекистане 2004. –Т.: Госкомстат Узбекистана, 2005, С. 72.

<sup>3</sup>Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни мақддлаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарори. //Жалл сўзи, 2006 й. 18 апрель.



ривожланаётган тармоқларидан бири ҳисобланади. Ўзбекистонда туризмнинг юқори суръатлар билан ўсиши, катта ҳажмдаги валюта тушумларини таъминлаш орқали иқтисодийга ижобий таъсир этиб, мамлакат туризм индустрияси ривожланишига ҳам имкон беради. Чунки, туризм тарихига назар ташлайдиган бўлсак, унинг асосида меҳмондўстлик ётади. Бу инсониятнинг азалий одатига айнан ва шундай бўлиб қолмоқда. Олдин меҳмонлар ўз уйида, хонадонида кутиб олинган. Ҳозир унинг мазмуни ўзгарди. Одатда одамлар бир неча кун, hafta, ой мобайнида уйдан узоқда яшашига тўғри келади. Унга «бегона» кишиларнинг қўллаб-қувватланиши ва ёрдами керак бўлади. Бу эса меҳмондўстлик орқали амалга оширилади.

Ўзбек тилининг изохли луғатига мувофиқ меҳмондўстлик “меҳмондўстга хос хислат, хатти-ҳаракат, меҳмон кутишни ўрнига қўйиш” демакдир. Ҳозирги кунда меҳмондўстлик билан қилинган ташрифлар ҳам кимнингдир хонадонларида эмас, балки меҳмонхоналарда тунаш ва дам олиш билан боғлиқ равишда амалга оширилмоқда. Шу туфайли меҳмондўстлик ва туризм атамаларини иқтисодий адабиётларда<sup>4</sup> бир-бири билан боғлиқ ҳолда қўлламоқдалар. Мамлакатимиз олимлари меҳмондўстлик ўрнига “меҳмоннавозлик” иборасини ҳам ишлатмоқда<sup>5</sup>. Булардан ҳам кўриниб турибдики, меҳмондўстлик тушунчасининг табиатини очиб бериш туризмнинг назарий масалаларини қарашда муҳим аҳамият касб этади. Бунинг учун ҳар бир тушунчанинг таърифини ишлаб чиқишни тақозо этади. Меҳмондўстлик ҳозирги пайтда туризмда кўрсатиладиган хизматларнинг тури бўлиб, маълум даражада тадбиркорлик аломатларига ҳам эга. Унинг шу мазмунидан келиб чиқиб меҳмондўстликка қуйидагича таъриф беришни мақсадга мувофиқ, деб топдик. Меҳмондўстлик меҳмонларни жойлаштириш, овқатлантириш, транспортда ташиш, экскурсия қилдириш, конференция ўтказиш, кўнгилочар каби хизматларни амалга ошириш билан боғлиқ муносабатлар мажмуидир.

Меҳмондўстлик туризмнинг бир қисми сифатида мазкур соҳанинг ривожланиши учун катта аҳамиятга эга. Шу туфайли меҳмондўстлик индустриясини ташкил қилиш ҳам соҳанинг барқарор ривожланишини таъминлайди. Буларни инобатга олиб меҳмондўстлик индустриясининг ҳам таърифини ишлаб чиқиш

<sup>4</sup>Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства (отели и рестораны). –М.: ОАО НПО: “Экономика”, 2000.; Уокер Дж. Введение в гостеприимство. Учебник / пер. с англ. –М.: ЮНИТИ, 1999.; Основы управления предприятиями и организациями индустрии гостеприимства / Под ред. А. Браймера. –М.: ЮНИТИ 1994.

<sup>5</sup>Маматқулов Х.М. Туризм ва сервисга оид изохли луғат. –Самарқанд: СамИСИ, 2010. –151 б.

мақсадга мувофиқ, деб топилди. Меҳмондўстлик индустрияси деганда меҳмондўстликни амалга ошириш билан боғлиқ хизматлар бозорини шакллантириш ва ривожлантиришга қаратилган тадбиркорлик фаолияти тушунилади.

Туризмга оид адабиётларда «туризм ва меҳмондўстлик индустрияси» термини кенг қўлланилиб келинмоқда<sup>6</sup>. Унда эътироф этишилича меҳмондўстлик туризмга нисбатан кенгрок ва умумий тушунча деб қаралмоқда. Чунки, унинг вазифаси нафақат туристларнинг эҳтиёжларини, балки барча истеъмолчилар эҳтиёжларини қондиришга қаратилган, дейилмоқда. Фикримизча, туризм ва меҳмондўстликни айри ҳолда қараб бўлмайди. Шу туфайли меҳмондўстлик индустриясини ҳам алоҳида кўриб чиқиш мумкин эмас, чунки туристлар ҳам саёҳат мақсадига боғлиқ равишда ўзига хос эҳтиёжларга эга бўлган истеъмолчилар ҳисобланади.

Меҳмондўстлик индустрияси тарихан турли меҳмонхона корхоналари, яъни жойлаштириш хизматларини кўрсатувчи тармоқларда шаклланган. Умумий ҳолда меҳмонхона деганда ташриф буюрувчилар учун мебеллар билан жиҳозланган, яшаш учун тайёр ҳолга келтирилган хоналардан иборат бино тушунилади. Замоनावий шароитда меҳмонхона фуқароларга, шунингдек, алоҳида туристлар ёки махсус гуруҳларга меҳмонхона хизматларини кўрсатувчи корхона ҳисобланади. Аммо бу тушунча бўйича ҳам турли қарашлар мавжуд. Уларни умумлаштириб, меҳмонхонага қуйидаги таърифни бериш мақсадга мувофиқдир.

Меҳмонхона деганда меҳмонлар (туристлар)нинг вақтинча яшashi, яъни дам олиши ва ишлаши учун зарур шароитлар яратилган ва талаб қилинадиган қўшимча хизматларни кўрсатишга мўлжалланган махсус хўжалик тушунилади. Фикримизча, ушбу таъриф меҳмонхонанинг мазмунини ўзида тўлиқ акс этади.

Замоनावий меҳмонхона корхонаси истеъмолчиларга нафақат тураржой ва овқатланиш хизматлари, балки транспорт, алоқа, кўнгилочар экскурсия хизматлари, тиббиёт, спорт, гўзаллик салонлари каби кенг қамровли хизматларни таклиф этади. Амалда меҳмонхона корхонаси туризм ва меҳмондўстлик индустрияси таркибида асосий функцияларни бажаради, истеъмолчиларга комплекс хусусиятларга эга меҳмонхона маҳсулотини таклиф этади. Бу маҳсулотнинг шаклланиши ва сотилишида туризм ва

<sup>6</sup>Туризм и гостиничное хозяйство. Учебник / Под ред. проф. д.э.н. А.Д. Чудновского. –М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Изд-во ЭКМОС, 2001. – 400 с.

меҳмондўстлик индустриясининг барча секторлари ҳамда элементлари иштирок этади. Шу нуқтаи назардан ишда меҳмонхона бизнесини туризм ва меҳмондўстлик индустриясининг таркибий қисми сифатида мустақил кўриб чиқишни мақсадга мувофиқ, деб топдик. Шу боис баъзи масалалар маълум даражада туризм ва меҳмондўстлик индустрияси билан узвий алоқада ўрганилди.

Меҳмондўстлик индустрияси фан ва техника ривожланиши натижасида инсонларга қулайлик яратувчи миллионлаб ходимлар фаолият юритувчи кучли индустрияга айланди. Меҳмондўстлик индустрияси инсон касбий фаолиятининг турли соҳаларини бирлаштиради: туризм, меҳмонхона ва ресторан бизнеси, умумий (оммавий) овқатланиш, дам олиш ва кўнгилочар хизматлар, анжуманлар ва кўргазмалар ташкил этиш, спорт, музей, кўргазма, экскурсия фаолияти, шунингдек, меҳмондўстлик соҳасидаги касбий йўналишларни ўз ичига олади.

Туризм хизмат кўрсатиш соҳасига тегишли бўлиб, иқтисодийётнинг жадал ривожланаётган тармоқларидан бири бўлганлиги туфайли мамлакатимизда ҳам унинг юқори суръатлар билан ўсиши, катта ҳажмдаги валюта тушумларини таъминлаш орқали иқтисодийётга ижобий таъсир этиб, туризм индустриясининг ривожланишига имкон яратмоқда. Кейинги йилларда меҳмонхона бозорида таклифнинг ортиши билан бир вақтда жойлаштириш хизматларига талабнинг пасайиши кузатилмоқда. Бу ҳолат рақобатнинг кучайишига олиб келди. Меҳмонхона бизнесида рақобатда устунликка эришишнинг асосий йўналишларидан бири рақобатчиларга юқори сифатли хизматларни таклиф этишдир.

Ўзбекистонда минтақалар бўйича турли кўрсаткичларни таҳлил қилиш мумкин. Булардан бири туристик хизматларни кўрсатиш харажатларидир. Зеро, ҳар қандай фаолият маълум даражада меҳнат ва вақт сарфини талаб этар экан, улар албатта моддий харажатлар билан ҳам боғлиқдир.

Тадқиқот маълумотларига кўра, Самарқанд вилоятида 2006 йилда туристик харажатлар улуши 10,35 %ни ташкил этиб, Тошкент шаҳридан кейин иккинчи ўринни эгаллаган. 2012 йилга келиб эса, Самарқанд вилояти шу ўринни сақлаб қолган ва унинг улуши 8,31(18,66-10,35) %га кўтарилган. Шу даврда вилоятда туристик харажатлар ҳажми 7 баробардан кўпроқ ошган. Республикаимизнинг туристик хизматларни кўрсатиш бўйича етакчи

худудлардан бири бўлган вилоят учун бу ҳолатни ижобий баҳолаш мумкин.

Худди шунингдек, туристларга хизмат қилиш ва уларни меҳмонхоналар билан таъминлаш жараёни ҳам маълум харажатларни талаб этади. Шунинг учун туризм харажатлари таркибида меҳмонхона харажатларининг салмоғини таҳлил қилиш ҳам мақсадга мувофиқ. Таҳлил натижасида меҳмонхона харажатларининг туризм харажатлари таркибида юқори эканлигини кўриш мумкин. Ўзбекистонда туристик хизматлар таркибида меҳмонхона хўжаликлари хизматлари салмоқли ўрин эгаллайди.

Таdqикотларга кўра, меҳмонхона хизматлари бўйича жойлаштиришдан тушум 2012 йилда 39,8 %ни ташкил қилган, бу 2006 йилга нисбатан 20,65 банд (39,8 – 60,45) кам демакдир. Унинг ўсиш суръати 7,55 мартани ташкил этади. Меҳмонхона хизматлари ичида овқатланиш хизматларидан келадиган даромад 2009 йилда 13,6 %ни ташкил этган ва бу камайиш тенденциясига эга бўлган, чунки 2006 йилда унинг миқдори 23,4 %га тенг бўлган. Аммо суммадаги миқдори 4,4 марта ошган. Худди шундай ҳолатни бошқа кўрсаткичлар бўйича ҳам айтиш мумкин. Хулоса қилиб айтганда, шу даврда умумий овқатланиш соҳасида нархларнинг кескин ўзгариши рўй берган.

Замонавий меҳмонхоналарнинг бош мақсади туристларга хизмат кўрсатиш ҳисобланади. Туристларга кўрсатилаётган хизматлар ичида жойлаштиришга оид хизматлар 39,8 %ни, овқатлантириш хизматлари 13,6 %ни, транспорт хизматлари 9,35 %ни, экскурсия хизматларини кўрсатиш 4,24 %ни, маданий-маърифий, кўнгилочар хизматлар 0,88 %ни, виза ва сафарни расмийлаштириш хизматлари 0,4 %ни, тиббиёт хизматлари 0,03 %ни ҳамда турли бошқа хизматлар 31,7 %ни ташкил этади (1.1-расм).

Меҳмонхоналарга туризмда банд шахсларнинг 56 % ва даромадларнинг 39,8 %и тўғри келади. Туристлар оқимини кўпайтириш учун уларнинг сонини янада ошириш лозим.



**1.1-расм. Мамлакатимизда 2012 йилда туристларга кўрсатилган хизматлар таркиби (%)\***

\*Манба: Ўзбекистоннинг статистик ахборотномаси

Туризмни ривожлантириш бўйича 2015 йилгача мўлжалланган тадбирларни амалга ошириш мазкур соҳанинг ўсиш суратини жадаллаштириш ва бошқа иқтисодий кўрсаткичлари ошишига олиб келди. Хорижий давлатлар валюталарини олиб келиш, туристик ташкилотларнинг фойда ва даромадлари ортиши, иш ўринлари кўпайиши ва аҳолининг амалдаги даромади ўсиши таъкидланган тадбирларни амалга ошириш натижаси бўлади.

Туризм соҳаси мамлакат иқтисодиётида етарли ўринга эга бўлиб бормоқда. Мамлакатимиз иқтисодиёти ривожланишига нисбатан ушбу соҳанинг ривожланиши жадаллиги билан ажралиб туради (1.1-жадвал).

**1.1-жадвал**

**Ўзбекистонда ЯИМнинг ва туристик хизматларнинг 2000-2012 йилларда ўсиш суръати\***

Кўрсаткичлар	Йиллар									
	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
ЯИМ ўсиш суръати	3,8	7,0	7,3	9,5	9,0	8,1	8,5	8,3	8,2	
Туристтик хизматларнинг ўсиш суръати, %	31,6	47,0	55,9	11,1	2,3	123,2	24,6	43,9	18,3	

\*Манба: Ўзбекистоннинг статистик ахборотномаси. Тегишли йилларда келтирилган маълумотлар.

Жадвал маълумотларига кўра, 2000 йилда мамлакат ЯИМ 3,8 % ўсган бўлса, туристик хизматларнинг ўсиш суръати 31,6 %ни ташкил этган. 2005 йилда ЯИМ 7,0 %га ошган бўлса, туристик хизматларнинг ҳажми 123,2 %га ошган. 2012 йилга келиб ЯИМнинг ўсиш суръати 8,2 %ни ташкил қилган бир паллада туристик маҳсулотлар 18,3 %га ошган. Булардан кўриниб турибдики, мамлакат иқтисодиётида меҳмонхона хизматларининг йилма-йил ўсиш суръати анча юқори.

Туристтик хизматлар мамлакат ЯИМга нисбатан юқори ўсиш суръатига эга. Фақат 2004 йилда ушбу кўрсаткичнинг миқдори кам бўлган. Бунда 2003 йилдаги экстримистик ҳаракатларнинг таъсирини инкор этиб бўлмайди. Аммо 2005 йилда унинг кескин ошганлигини сабаби шу йили “Шарқ тароналари” халқаро мусиқа фестивалининг Самарқандда юқори савияда ўтиши бу кўрсаткичнинг ўсишига катта таъсир кўрсатди.

“Ўзбектуризм” миллий компаниясининг туристик хизматларини сотиш ҳажми 2000 йилга нисбатан, 2009 йилга келиб хизматларни сотишдан тушган фойда 7,0 мартадан (3105,6 : 443) ошиб кетди.

## 1.2-жадвал

### Ўзбекистон Республикасида 2010-2011 йиллар мобайнида хизмат кўрсатиш соҳасидаги таркибий ўзгаришлар\*

№	Хизмат турлари	2010 йил			2011 йил		
		млрд. сўм	ўсиш	таркиби	млрд. сўм	ўсиш	таркиби
			фоиз	(фоиз)		фоиз	(фоиз)
	<b>Хизматлар жами</b>	<b>32749,8</b>	<b>115,1</b>	<b>100,00</b>	<b>41083,3</b>	<b>113,2</b>	<b>100,00</b>
	Жумладан						
1.	Савдо хизматлари	6134,4	120,9	18,73	8607,5	118,6	20,95
2.	Транспорт хизматлари	10547	113	32,20	12350,2	104,1	30,06
3.	Алоқа ва ахборотлаштириш хизматлари	2062,5	128,7	6,30	2630	139,9	6,40
4.	Молия-банк хизматлари	753,8	119,4	8,41	3507,5	118,6	8,54
5.	Туристтик-экскурсия хизматлари	44,7	115,3	0,14	64,1	127,3	0,16
6.	Меҳмонхона хизматлари	97,5	107,8	0,30	112,4	106,5	0,27
7.	Коммунал хизматлар	3852,1	99	11,76	4780,5	99,9	11,64
8.	Маиший хизматлар	561,4	122,8	1,71	534,5	120,9	1,30
9.	Автомобилларни таъмирлаш хизматлари	314,2	124,6	0,96	367,8	118,9	0,90
10.	Бошқалар	6382,2	116,6	19,49	8128,9	118,5	19,79

\*Манба: И.А. Каримовнинг "2012 йил - Ватанимиз тараққиётини янги bosқинга кўтарадиган йил бўлади" маълумотидаги маърузасини ўрганиб буйича ўқув қўлланма –Т.: ТДИУ, 2012, 48-б.

Мамлакатимиз иқтисодиётини ривожлантиришнинг ҳозирги ва яқин келажақдаги устувор вазифаларидан бири – хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантиришдан иборатлигига ҳеч қандай шубҳа йўқ. Президентимиз И.А. Каримовнинг 2005 йилда мамлакатни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва 2006 йилда иқтисодий ислохотларни чуқурлаштиришнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамаси мажлисидаги маърузасида иқтисодиётда сифат ўзгаришларини таъминлаш натижасида “2010 йилгача саноатнинг, шу жумладан қурилиш индустриясининг ялпи ички маҳсулотдаги улушини босқичма-босқич 24-26 фоизгача, хизмат соҳасининг улушини 45-47 фоизгача кўпайтириш даркор”, деган катий вазифани қўйган эди. Бунга тўлиқ эришилди.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2012 йил 10 майда имзолаган “2012-2016 йилларда Ўзбекистон Республикасида хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш давлат дастури тўғрисида”ги ПҚ - 1754-сонли қарори эълон қилинди. Бунда ҳам мазкур соҳани мамлакатимизда хизмат кўрсатиш соҳасининг алоҳида турлари бўйича ва алоҳида ҳудудлар бўйича прогноз кўрсаткичлари ишлаб чиқилди. Унга кўра 2015 йилда хизмат кўрсатиш соҳасининг мамлакат ЯМИдаги улуши 55 %га етказилиши кўзда тутилган. Мазкур маълумотлар қуйидаги жадвалда келтирилган (1.3-жадвал).

### 1.3-жадвал

#### Ўзбекистонда хизмат кўрсатиш соҳасининг 2012-2016 йилларга мўлжалланган прогноз кўрсаткичлари\*

Т/р	Хизматларнинг турлари	Хизматларнинг прогноз кўрсаткичлар					2016 й. 2012 й.га нисбатан
		2012 й.	2013 й.	2014 й.	2015 й.	2016 й.	
1.	Хизматларнинг ЯИМ-даги улуши, %	52,0	52,5	53,0	54,0	55,0	
2.	Жами хизматларнинг ўсиш суръати, %	114,9	115,6	116,2	116,9	117,4	2,1 марта
3.	Туристик хизматлар (меҳмонхона хизматлари билан биргаликда)	116Д	116,6	117,5	118,9	119,1	2,3 марта

\*Маъна: Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2012 йил 10 майда имзолаган “2012-2016 йилларда Ўзбекистон Республикасида хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш давлат дастури тўғрисида”ги ПҚ-1754-сонли қарорида келтирилган иловадан олинган.

Ушбу жадвал маълумотларига кўра, келгусида, яъни 2016 йилда 2012 йилга нисбатан жами хизматлар соҳаси 2,1 мартага ўсиши кўзда тутилган. Аммо туристик хизматлар меҳмонхона хизматлари билан

биргаликда шу даврда 2,3 мартага оширилиши кўзда тутилган. Кўриниб турибдики, туристик ва меҳмонхона хизматлари умумий хизматларга нисбатан жадал ривожланади. Режалаштирилаётган тадбирлар амалга оширилиши натижасида туризмдан олинадиган фойда 2016 йилда 6,5 млрд. сўмдан ошади.

Туризм асосан, инсонларнинг кўнгил ёзиш, хордиқ чиқариб дам олишга мўлжалланган ҳатти-ҳаракатларини ўз ичига олади. Бундан ташқари, туризмга иш ҳамкорлари ва узоқдаги дўст-қариндошлар билан учрашиш кабилар ҳам кирса-да, бундай саёҳатлар давомида ҳам кўнгилхушлик ва хордиқ ёзишлардан воз кечилмайди.

Жумладан, сайёҳнинг ёши талаб сегментининг улушини ва бирор-бир ёш гуруҳларнинг туризм хизматларига асосий талабларини (болаларга, ёшларга аталган, ўртача ёшлилар) белгилайди Масалан, бугунги кунда ёши белгиси бўйича талаблар туризм бозорининг долзарб гуруҳини 35 ёшгача бўлган оиласиз ёшлар ташкил этадики, улар билим даражасининг юқорилиги муваффақиятга интилишлари, моддий жиҳатдан таъминланганликлари, ўзининг оила ва уй ташишлари билан боғлашни истамасликлари билан характерланади.

Европанинг йирик саноат шаҳарларида “ёлғиз”лар гуруҳи умумий аҳоли сонининг қарийб 50 %ини ташкил этади. Туризмнинг ғарбий бозорида фақат шу сегмент билан ишлайдиган фирмалар мавжуд. Жумладан, Германияда бу сегментдаги талаб даражаси 6-8 миллион кишини ташкил этади, ёки талабнинг яна бир истиқболли ёш гуруҳи “сенъиорлар” (50 ёш ва ундан катта ёшдагилар)дир. Бу гуруҳ вакиллари моддий жиҳатдан таъминланганлар ҳаётдан фаол хузурланишга интиладилар ва шахсий эҳтиёжларига “чиройли ҳаёт”га пул сарфлашга тайёрдирлар<sup>7</sup>.

Туризм оқимларининг статистик таҳлилга кўра, дунё миқёсида катта ёшдаги саёҳатчилар сони доимий равишда ўсиш тенденциясига эга бўлмоқда ва ХХ асрнинг охирларига келиб 55 ёшдан ўтган кишилар халқаро туризмда муҳим роль ўйнай бошладилар. Сайёҳлар бу тоифасининг асосий қисми кекса аҳолиси мавжуд бўлган АҚШ, Канада, Япония каби бир қанча мамлакатларга тўғри келади. Умр кўришнинг ўртача даражаси 1985 йилдан 1995 йилгача Японияда 1-2 йилга, Европа ва АҚШда 1 йилга кўпайди. Кишилар узоқ яшабгина қолмай, балки қариган чоғида ҳам юқори жисмоний

<sup>7</sup>Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для вузов. Второе издание. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2002. – 1063 с.



Ўзбекистон Республикаси бўйича 2000-2009 йиллар давомида туризмнинг  
 ривожланиш динамикаси (базис йилга нисбатан фонз ҳисобида)\*

№	Кўрсаткичлар	Йиллар									
		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1.	Жами туристик хизматлар ҳажми	100	147	229,3	254,6	260,0	581,4	666,2	875,8	1081,0	1355,7
2.	Жами фойда	100	251	-	34,0	-	171,2	234,0	590,0	546,2	701,0
3.	Хизмат кўрсатилган туристлар сони	100	92,5	92,1	93,5	93,5	79,0	85,3	96,8	102,8	113,1
	Қабул қилинган	100	95,9	80,6	85,3	91,2	86,0	89,3	108,1	117,4	128,9
	Шундан хорижий меҳмонлар	100	83,2	71,3	82,9	94,1	87,0	98,1	127,3	133,2	138,1
	Жўнатилган туристлар	100	84,1	121,3	114,3	99,3	61,4	75,0	68,0	65,5	72,8
	Шулардан: Хорижга	100	75	80,1	108,0	67,1	47,9	48,5	50,0	62,0	55,5
	МДХ мамлакатларига	100	58,6	149,9	114,3	156,6	159,4	25,9	51,8	51,8	51,5
	Ўзбекистон Республикаси бўйлаб	100	89,4	131,3	116,3	104,2	56,5	88,0	75,3	67,8	80,3
4.	Туристларга кўрсатилган хизмат ҳажми	100	91,3	80,4	80,2	79,0	80,4	106,3	104,0	108,9	114,8
5.	Хизматлар экспорти	100	81,4	78,9	86,4	102,7	103,1	156,6	188,2	230,1	361,5

\*Маълумот: «Ўзбектуризм» миллий компанияси маълумотлари асосида муаллифнинг ишланмаси.

2014/16  
 A 488  
 Alisher Navoiy  
 nomida  
 O'zbekiston MK

фаоллигини сақлаб қолмоқда. Катта ёшдаги кишилар анча соғлом бўла бошладилар. Бу бизда ҳам рўй берди. Фақат мустақиллик йилларида мамлакатимиз аҳолисининг ўртача ёши 3-4 йилга ўсганлиги бунинг яққол мисолидир. Бу ҳолат аҳолининг иқтисодий жиҳатдан таъминланганлигидан, фаровонлигининг ошиб бораётганлигидан, дунё бўйлаб саёҳат қилиш учун зарурий шарт-шароитлар яратилаётганлигидан далолат бериб турибди. Ҳозирда 55 ёшдан 59 ёшгача бўлган кишилар йилига ўз мамлакати доирасида 2-4 марта, сафарга чет элларга 0,8 марта чиқадилар. 2005 йилгача бўлган маълумотга кўра, Буюк Британия, АҚШ ва Японияда 55-59 ёшгача мамлакат ҳудудига 18,8 млн. чет элга эса тахминан 6,3 млн. киши саёҳат қилди. Шуниси характерлики, охириги пайтларда оилавий туризм ҳам ривожланмоқда. Унинг ўзига хос хусусияти шундаки, оила билан боғлиқ туризмни икки гуруҳга, биринчиси болалар билан бирга ва иккинчиси, болаларсиз туризмга бўлиш мумкин. Касб белгиси бўйича туризмга бўлган талаблардан келиб чиқиб, одамларнинг бирон муассасада ёки иқтисодиётнинг муайян соҳасида ишлайдиган муайян касбга эгаллиги билан бирлашган гуруҳларини келтириш мумкин.



**1.2-расм. Ўзбекистон Республикасида хизмат кўрсатилган туристлар, хорижий меҳмонлар ва жўнатилган туристларнинг 2000-2009 йиллардаги динамикасининг графиги\***

\*Манба: Ўзбекистоннинг статистика хабаротномаси. Тегшли йилларда келтирилган маълумотлар

Туризм мураккаб ижтимоий-иқтисодий тизим сифатида турли вазифаларни бажаради. Уларга: таништирув, рекреацион ёки

соғломлаштириш, сиёсий, иқтисодий, тарбиявий йўналишларни киритиш мумкин. Саёҳат орқали инсон дунёни танийди, тажриба орттиради, янгиликлар кашф этади, ўзининг дунёқарашини шакллантиради ва бунинг натижасида фан, маданият, санъатни ривожлантириб ижтимоий ривожланишнинг асосий омилларига айланади. Саёҳат орқали кишилар ўзларининг саломатликларини тиклайдилар, янги таассуротлар олиб ўзларининг физик ва психологик ҳолатларини яхшилайдилар. Туризм ёрдамида мамлакатлар ташқи иқтисодий алоқаларни йўлга қўядилар. Чунки тарихан туризм доимо тинчлик ва дўстлик тимсоли сифатида мамлакатларни ўзаро боғлаган. Буларнинг барчаси миллат маданиятини кенгайтирган ва ўзаро тинч муносабатларни ўрнатган.

Туризмнинг иқтисодий вазифаси шуки, туризм бу мамлакатда илғор тармоқ бўлиб, туризм билан ҳамкорликда ишлаётган айрим иқтисодий фаолият турлари ривожланишига ёрдам беради. Туризмнинг тарбиявий йўналишдаги вазифаси шундан иборатки, инсон саёҳат натижасида билим ва тажриба олади, бундан ташқари чиниқади, кийинчиликларни бартараф этади, мамлакатини соғинади ва қадрлайди, бошқа миллат дунёқарашига, урф-одатларига ҳурмат билан қарайдиган бўлади.

## **1.2. Жаҳон меҳмонхона хўжаликлари тури, таснифи ва уларнинг ўзига хос хусусиятлари**

Туризм фаолиятининг асосий йўналишларидан бири сайёҳларни жой билан таъминлаш масаласини ҳал этишдир. Саёҳат давомида туристларга кўрсатиладиган комплекс хизматлар ичида жойлаштириш хизмати марказий ўринда туради ва ҳар бир турнинг таркибий қисми ҳисобланади.

Жойлаштириш воситаси сифатида ётоқ учун эпизодик ёки доимий жой берадиган ҳар қандай объектни киритиш мумкин. Туризмда банд шахсларнинг 56 % ва даромадларнинг 39,8 %и бу соҳага тўғри келади. Янги жойлаштириш объектларини қуриш туристларнинг қизиқиши ортишига сабаб бўлади ва туристлар оқимининг ошишига олиб келади. Жойлаштириш бўйича юқори Меҳмонхона индустрияси иқтисодий фаолият сифатида меҳмонхона хизматлари кўрсатиш ва меҳмонхона, кемпинг, мотель ва ётоқхоналарда қисқа муддатли яшашни билдиради. Бу фаолиятга ресторан хизматлари ҳам киритилади.

Шуни таъкидлаш жоизки, ҳозирги кунда меҳмонхоналар меҳмонларнинг тоифаларига қараб ҳамма хизмат турларини кўрсатишга қодир эмаслар. Шу туфайли улар махсус йўналишлари бўйича бир қанча турларга бўлинади. Бу бевосита меҳмонхоналарнинг ихтисослашувини талаб этади. Шу жиҳатдан олиб қараладиган бўлса, меҳмонхоналар ҳозирги шароитда қуйидаги турларга эга бўлишлари мумкин (1.3-расм).



1.3-расм. Меҳмонхоналарнинг турлари

\*Мавба: Меҳмонхона турлари бўйича Ю.Ф.Волковнинг "Экономика гостиничного бизнеса" (Изд. 2-е - Ростов н/Д. Феникс, 2005 -112-113 с.) асарига келтирилган турлардан фойдаланган ҳолда муаллифлар томонидан тузилди.

Мазкур расмда келтирилган меҳмонхонанинг турлари мамлакатимизда ҳам мавжуд. Аммо ихтисосланиш даражаси унчалик кучли эмас. Шу туфайли меҳмонхоналарни жойлашишига ва кимларга хизмат қилишига қараб ихтисослаштириш мақсадга мувофиқ.

Ўзбекистонда меҳмонхоналар фаолияти ривожланган ҳудудларга Тошкент шаҳри, Самарқанд ва Бухоро вилоятларини киритиш мумкин (1.5-жадвал).

Жадвалдан кўриниб турибдики, Самарқанд вилояти мамлакатимиздан ташриф буқорувчи туристлар бўйича 2006 йилда учинчи ўринда турган бўлса 2009 йилга келиб иккинчи ўринга чиқиб олди. Аммо хорижий туристларнинг келиши бўйича 2006 йилда иккинчи ўринда турган бўлса, 2009 йилга келиб тўртинчи ўринга тушиб қолди. Бундан кўриниб турибдики вилоятда хорижий туристларга кўрсатиладиган хизматларни кенгайтириш билан бирга уларга кўрсатиладиган хизматларнинг сифатини ҳам оширишга тўғри келмоқда.

Ўзбекистон Республикаси ҳудудлари бўйича меҳмонхоналарга жойлашган  
ташриф буюрувчиларнинг 2006-2009 йиллардаги ўзгариш динамикаси\*

Ҳудудлар	2006 йил				2009 йил				2009 й 2006 йилга нис. %			
	Жами	ҳудудлар улуши % да	Шу жумладан		жами	ҳудудлар улуши % да	Шу жумладан		жами фарқи	ўзгариш динамикаси	Шу жумладан	
			ЎзР фуқароларининг ҳудудлар улуши % да	хорижий фуқароларнинг ҳудудлар улуши % да			ЎзР фуқароларининг ҳудудлар улуши % да	хорижий фуқароларнинг ҳудудлар улуши % да			ЎзР фуқароларининг 2009 й. 2006 й.га нис. %	хорижий фуқароларнинг 2009 й. 2006 й.га нис. %
Ўзб. Рес.	621915	100	100	100	840987	100	100	100	219072	135,2	136,6	133,4
Қор қал. Рес.	21134	3,4	5,7	0,2	18006	2,1	3,3	0,54	-3128	85,2	78,1	365,7
Андижон	14046	2,3	3,7	0,3	27700	3,3	5,3	0,5	13654	197,2	196,5	208,4
Бухоро	46729	7,6	4,8	11,3	80364	9,6	4,8	16,2	33635	172	137,8	191,6
Жиззах	16098	2,6	4,3	0,2	30423	3,6	6,0	0,34	14325	189	188,6	196,6
Қашқадарё	24792	3,4	6,3	0,8	18377	2,2	3,3	0,61	-6415	74,1	71,2	106,1
Навоий	29297	4,7	7,7	0,6	37426	4,5	7,4	0,4	+8129	127,8	130,5	79,6
Наманган	12048	1,9	3,0	0,5	28321	3,4	5,5	0,4	+16273	235,1	249,2	107,8
<b>Самарқанд</b>	<b>57339</b>	<b>9,3</b>	<b>9,3</b>	<b>9,1</b>	<b>71492</b>	<b>8,5</b>	<b>9,0</b>	<b>7,8</b>	<b>+14153</b>	<b>124,7</b>	<b>132,1</b>	<b>114,3</b>
Сурхондарё	6817	1,1	1,5	0,6	10496	1,2	1,6	0,8	+3679	154	145,7	182,4
Сирдарё	2799	0,5	0,7	0,1	6936	0,8	1,4	0,01	+4137	247,8	281	13,3
Тошкент	21737	3,6	5,8	0,4	34123	4,1	6,6	0,5	+12386	157	156,4	168,7
Фарғона	28000	4,6	6,9	1,3	28121	3,3	4,7	1,4	+121	100,4	93,8	148,9
Хоразм	26796	4,4	1,9	7,6	43949	5,2	1,7	10,2	+17153	164	81,1	179,6
Тошкент ш.	314283	50,6	38,4	67,0	405253	48,2	39,5	60,3	90970	128,9	140,4	120,0

\*Маъна: Давлат Статистика қўмитаси мавжумотлари асосида муаллифларнинг ишланмаси.

Меҳмонхоналарнинг турлари борасида гап кетганда жаҳон туристик ташкилоти томонидан меҳмонхоналарни таснифлаш бўйича тавсиясини инобатга олиш лозимдир. Мазкур ташкилот жойлаштириш воситалари бўйича стандартларини ишлаб чиқди ва унга асосан меҳмонхоналарга қуйидаги талаблар қўйилади:

- минимал белгиланган миқдордан (одатда 10 тадан) кўп номерга эга бўлиш ва ягона раҳбариятга бирлашиш;

- асосий (ҳар куни номерларни тозалаш, тўшакларни тартибга келтириш) ва қўшимча (кир ювиш, кимёвий тозалаш, саргарошхона, автомобилларни ижарага бериш ва бошқалар) хизматлар кўрсатиш;

- хизматлар таркиби, жиҳозланишига кўра меҳмонхоналарни миллий стандартлар талаблари асосида синфлар ва тоифаларга гуруҳлаш.

Россия стандартларига (ГОСТ Р 50645-94 «Туристтик-эксплуатацияли хизматлар кўрсатиш. Меҳмонхоналар таснифи») кўра «меҳмонхона» деганда вақтинча яшаш учун мўлжалланган жой тушунилади. Меҳмонхона мулкӣ комплекс бўлиб, хизмат кўрсатишга мўлжалланган.

Жойлаштириш воситалари жамоавий ва индивидуал бўлиши мумкин. Меҳмонхона кўринишидаги жамоавий жойлаштириш воситаларига: меҳмонхоналар, мотеллар, пансионатлар ва ётоқхоналар киради.

Ихтисослаштирилган жамоавий жойлаштириш воситаларига санаториялар, профилакториялар, дам олиш уйлари, туристик ва спорт базалари, дам олиш базалари, овчилар уйлари, конгресс марказлари, кемпинглар, ботеллар, флотеллар, ротеллар ва бошқалар киради.

Жойлаштиришнинг индивидуал воситаларига ижарага бериладиган хонадонлар, ундаги хоналар, уйлар, котежлар киради<sup>1</sup>.

Турли адабиётларда меҳмонхоналар турли мезонлар (белгилар)га кўра таснифланган бўлиб, кенг тарқалганларига қуйидагиларни киритиш мумкин:

- комфортлик даражасига кўра;
- қабул қилиш ҳажмига кўра;
- функционал мақсадига кўра;
- жойлашувига кўра;
- хизмат кўрсатиш давомийлигига кўра;

<sup>1</sup>Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: Учебное пособие для студентов вузов. –Минск: БГЭУ, 1999, с. 215-219.

- овқатланиш хизматлари мавжудлиги бўйича;
  - мижозларнинг туриш давомийлиги ва бошқаларга кўра.
- Буларнинг чизмасини куйидагича ифодалаш мумкин (1.4-расм).



#### 1.4-расм. Меҳмонхоналарни таснифлаш белгилари\*

\*Манба: тадқиқотлар натижасини умумлаштирган ҳолда муаллифлар ишланмаси.

Меҳмонхоналарнинг комфортлилик даражаси комплекс мезон бўлиб, унинг ташкил этувчиларига куйидагилар киради:

- хоналар фонди ҳолати ва таркиби: хоналар юзаси, бир ўринли ва кўп ўринли хоналар улуши, коммунал қулайликлар мавжудлиги;
- мебель, инвентарь, санитар-гигиеник жиҳозлар ҳолати;
- овқатланиш хизматлари мавжудлиги, ҳолати ва иш тартиби;
- меҳмонхона биноси, унга кириш йўлаклари, ҳудуддаги ободонлаштириш ҳолати;

- ахборот технологиялари таъминоти ва техник жиҳозланиши, яъни телефон, сунъий йўлдошли алоқа, телевизор, кондиционер, минибар, минисейфлар, музлаткич ва бошқалар;

- қўшимча хизматлар кўрсатишга имконият яратилганлиги.

Меҳмонхоналарни комфортлилигига кўра таснифлаш дунёнинг барча мамлакатларида қўлланилади. Бундан ташқари, ходимларнинг тайёргарлик даражаси, малакаси, маълумоти, ёши, соғлиги, тил билиши, ташқи кўриниши, хулқ-атвори кабилар учун ҳам талаблар қўйилади. Ҳозирги пайтда комфортлилик даражасини белгилашда

ўттизга яқин таснифлаш тизимлари мавжуд бўлиб, улардан кенг тарқалганларини кўриб чиқиш мақсадга мувофиқ.

Меҳмонхонанинг жойлаштириш қобилияти деганда бир вақтнинг ўзида мижозларга таклиф этиш мумкин бўлган койка-ўринлар ёки хоналар сони тушунилади. Койка-ўрин – бир киши томонидан фойдаланишга мўлжалланган кароватли майдон.

Номер деганда бир ёки бир нечта койкали ўринлардан иборат, тегишли меҳмонхона тоифасига мос жиҳозланган хона ёки хоналар тушунилади. Номерлар бир ўринли, икки ўринли, уч ўринли, бир хонали, икки хонали, уч хонали ва ҳоказо бўлиши мумкин. Мақсадига кўра бизнес-класс, эконо-класс, апартамент номерлар бўлади. Бизнес класс номерлар ишбилармонлик мақсадида келган туристларга мўлжалланган бўлиб, стандарт муҳитдан ташқари бу ердаишлашучун ёзув столи, телефон, факс, компьютер ва бошқалар бўлиши лозим. Эконом номерлар кенг туристлар оmmasига мўлжалланган бўлиб, камтарона жиҳозланиши, паст нархи билан ажралиб туради. Апартамент номерлар икки, уч ва тўрт хонали бўлиб, одатда узоқ муддатга оилавий жойлашишга мўлжалланган бўлади.

Меҳмонхоналарни туркумлашда турли мамлакатларда ҳар хил тизим қўлланади, ҳозирги кунга келиб 30 дан ортиқ тизим шаклланди.

Дунёдаги меҳмонхоналарни ягона туркумга ажратиш учун бир қатор омиллар ҳалақит беради. Бу омиллар сайёҳлик фаолияти кўрсатувчи давлатларнинг маданий-тарихий ривожланиши, уларнинг миллий хусусиятлари, хизмат кўрсатиш сифатини баҳолаш ўлчовларидан фарқлар ва бошқалар билан боғлиқ.

Энг кўп тарқалган туркумларга қуйидагилар киради:

- юлдузлар ёрдамида туркумлаш тизими (Францияда, Австралия, Венгрия, Миср, Россия, Хитой каби мамлакатларда);
- ҳарфлар ёрдамида туркумлаш (Грецияда);
- «Тождлар ёрдамида туркумлаш (Буюк Британияда);
- даражалар ёрдамида туркумлаш.

Энди бу туркумларнинг хусусиятларини кўриб чиқамиз. Энг кўп учрайдиган туркумлашдан бири француз миллий туркумлашидир. Бунга кўра меҳмонхоналар қулайлигига қараб шартли равишда юлдузлар билан белгиланадиган туркумларга бўлинади .

<sup>9</sup>Туризм и гостиничное хозяйство. Учебник / Под ред. проф., д.э.н. А.Д. Чудновского. –М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Изд-во ЭКМОС, 2001. – 400 с.



Австрия сайёҳликни қабул қилиш бўйича дунёда тан олинган моделлардан бири ҳисобланади. Шунинг учун мамлакат тоғли қисмларининг ўзида 20 мингдан ортиқ меҳмонхона мавжуд. Энг арзон жойлашиш воситаларига Австрияда 100 тадан кам бўлмаган «youth hotells» киради (солиштириш учун: Россияда 10 тадан кам). Бу қиммат бўлмаган, ёшларга мос ётоқхоналарда хоҳловчилар тунаб қолишлари мумкин, лекин бу ерда алоҳида қулайликлар мавжуд эмас.

Австрия меҳмонхоналари 5 юлдузли тизим бўйича баҳоланади, лекин қишлоқ жойларида «туркумдан ташқари меҳмонхоналар» ҳам мавжуд. Улар бир, икки, уч қаватли уйлардан иборат бўлиб, кўпинча фермер оилалари томонидан очилган бўлади.

Австриядаги 3 ва 5 юлдузли меҳмонхоналар бир-биридан деярли фарқ қилмайди. Бу классдаги кўп меҳмонхоналарда бассейн (ҳовуз), сауна, ресторан, буфет ва шу каби хизмат кўрсатиш турлари мавжуд. Ўхшашлик Австрияда тарқалган меҳмонхона интерьерини «романтик услуб»да безатиш билан чуқурланади. Бу услубда замонавий техника қадимий туркум анжомлари билан уйғунлашиб кетади. Баъзан, уч юлдузли меҳмонхонадаги ускуналар тўрт юлдузли меҳмонхонадан яхшироқ бўлиши мумкин (масалан, бассейн мавжудлиги учун). Умуман, икки олий туркумдаги меҳмонхона ўзининг юлдузлилигини кенг номерлари ва кўрсатиладиган хизматлар тўпламининг кўплиги ёрдамида оқлайдилар. Беш юлдузли меҳмонхоналар тўрт юлдузлилардан кўра кўпроқ қўшимча юқори даражадаги хизмат кўрсатиши билан ажралиб туради. Мисрда меҳмонхоналарни туркумлашда ҳам юлдузлар ишлатилади, лекин Европа туркумидан фарқли ўлароқ юлдузлар тахминан 1/2 юлдузга оширилган.

Хитойда 1996 йилнинг бошига келиб 4000 га яқин жойлашиш воситалари мавжуд эди. Уларни баҳолашда кўп тарқалган 5 юлдузли тизим қўлланилади. Бундан ташқари мамлакатда ўзига хос шкала ҳам мавжуд бўлиб, унга кўра энг оддий қабул қилиш жойларига «меҳмон уйлари» киради. Бу карвонсарой ёки хотелларни талаба ётоқхоналари билан тенглаштириш мумкин. «Меҳмон учун уйлар» қулайроқ ҳисобланиб, булар 2 юлдузли меҳмонхоналар қаторига киради. Янада нуфузли уч ва тўрт юлдузли даражадаги талабларга жавоб берувчи меҳмонхоналарга – сайёҳлар меҳмонхоналарни, беш юлдузли даражага – «вино уйлари»ни киритиш мумкин. Бунда Хитой стандартлари Европа стандартларидан қолишмайди.

Грецияда, гарчи меҳмонхона олд томонларида одатий юлдузлар қўйилган бўлса-да, ҳарфлар ёрдамида туркумлаш оммалашган. Ҳамма грек меҳмонхоналари 4 гуруҳга бўлинади: А, В, С, Д.

А гуруҳдаги меҳмонхоналар – 4 юлдузли,

В гуруҳдаги – 3 юлдузли,

С 2 юлдузли даражага киради.

Олий классдаги меҳмонхоналар кўпинча «deluxe» туркумига киради. Лекин, келтирилган туркумларга қарамай, Грецияда бир хил гуруҳдаги меҳмонхоналар бир-биридан маълум даражада фарқ қилади.

«С» гуруҳдаги (2 юлдузли) меҳмонхоналарда хизматлар тўплами таклиф этилади ва улар денгиз қирғоқларида жойлашган.

«В» гуруҳдаги (3 юлдузли) меҳмонхоналар деярли ҳар доим курорт зонада, денгиз бўйида жойлашган бўлади.

«А» гуруҳдаги (4 юлдузли) меҳмонхоналар юқори даражада хизмат кўрсатиш билан ажралиб туради ва шаҳар марказларида жойлашган бўлади.

Олий даражага даъво қилувчи меҳмонхоналар Д гуруҳига киради ва улар одатда дунё талабларига жавоб берувчи меҳмонхоналардир.

Англия меҳмонхоналарининг туркумланиши бирмунча мураккаб. Баъзи каталогларда анъанавий юлдузли туркумлаш қўлланса-да, меҳмонхоналарнинг олд томонида юлдузлар эмас, тожлар тасвирланган. Меҳмонхона даражасини «тожлар тилида» юлдузли туркумлашга ўтказиш учун тожлар умумий сонидан биттасини олиб ташлаш керак. Мисол учун, Лондондаги «RoyalNorfolkHotel» меҳмонхонаси 3 юлдузли ёки 4 тожли деб кўрсатилиши мумкин.

Энг тўғри туркумлаш Британия сайёҳлик агентликлари ассоциацияси таклиф қилган туркумлаш ҳисобланади:

1. Бюджет меҳмонхоналари бир юлдузли (\*) бўлиб, улар шаҳар марказида жойлашган ва энг кам қулайликларга эга.

2. Сайёҳлар даражасидаги меҳмонхоналар икки юлдузли (\*\*) бўлиб, уларда ресторан ва бар мавжуд.

3. Ўрта даражадаги меҳмонхоналар уч юлдузлилардир (\*\*\*). Уларда хизмат кўрсатиш савияси етарли даражада юқори.

4. Биринчи даражадаги меҳмонхоналар тўрт юлдузлилар (\*\*\*\*) ҳисобланади. Бундай меҳмонхоналар яшаш учун жуда яхши шароит ва аъло даражада хизмат кўрсатишга мўлжалланган.

5. Олий даражадаги меҳмонхоналар беш юлдузли (\*\*\*\*\*) бўлади. Бундай меҳмонхоналарда яшаш ва хизмат кўрсатиш олий (экстра класс) даражада бўлади.

Бошқа мамлакатлар билан таққослаганда Англия меҳмонхоналари қатор ўзига хос хусусиятларга эга. Лондон меҳмонхоналарининг баъзилари тўлиқ хусусийлаштирилган, баъзилари акциядорлик жамиятларига, компанияларга тегишли эканлигини назарда тутиш керак. Инглиз меҳмонхоналарининг асосий қисми маҳаллий менежерлар томонидан бошқарилишига қарамай, уларнинг кўпчилиги йирик халқаро тизимларга киради.

Италияда 40 мингта меҳмонхона бўлиб, улар бутун мамлакат бўйича тарқалган. Сайёҳлар Италия меҳмонхона эшикларидида таниш юлдузларни кўрсаларда уларни туркумланиши жуда чигаллашган. Мамлакатда расман «юлдузли» шкала йўқ. Италияда қабул қилинган меъёрларга кўра меҳмонхоналар 3 даражага бўлинади.

1-даража – 4 юлдузли\*\*\*\*, 2-даража – 3 юлдузли\*\*\*, 3-даража – 2 юлдузли\*\* меҳмонхонага мос келади. Бундан ташқари ҳар бир даражада бирор-бир томонга эркин ўтиши мумкин.

Италия меҳмонхоналарининг ажралиб турадиган хусусияти унинг кичик бўлишидир (50-80 хонали меҳмонхоналар). Одатда, кичик меҳмонхоналар юқори даражага киритилмайдилар ва улар 2 юлдузли даражага мос келади. Лекин Альпдаги курортларда таъминланиши ва хизмат кўрсатиш савияси энг юқори талабларга жавоб берувчи кичик меҳмонхоналардир. Италия меҳмонхоналарининг баъзи афзалликлари уларда яхши жиҳозланган конференц-залнинг мавжудлигидир.

Исроил Ўрта Ер ва Қизил Денгиз қирғоқларида жойлашган юқори даражадаги курорт меҳмонхоналарига эга. Меҳмонхоналар миқдори ошмоқда, аммо 7-8 йил олдин мавжуд бўлган юлдузлар ёрдамида туркумлаш йўқолган. Унинг ўрнига меҳмонхоналарни 3 та даражага ажратиш усули пайдо бўлди. Лекин бунга қарамай сайёҳлик ташкилоти ходимлари миқозларга қулай бўлиши учун Исроил меҳмонхоналарини юлдузли шкала бўйича баҳолайди. Исроилнинг 3 юлдузли меҳмонхоналарида миқозлар тўлиқ хордик чиқариш учун энг кам хизматлар тўпламини олишлари мумкин. 4 юлдузли меҳмонхоналарда нафақат катта қулайлик, балки ўрнашган жойининг яхшилиги ва юқори даражадаги хизмат кўрсатиш мавжуд. Олий даражадаги меҳмонхоналар алоҳида фойзи ва юқори табақа (аристократ)га хос ҳашамати билан ажралиб туради.

Испанияда сайёҳлик жойлаштириш воситалари қуйидаги даражаларга бўлинади:

- 5 даражадаги меҳмонхоналар (1 дан 5 юлдузгача);
- меҳмонхона шаклидаги уйлар (1 дан 4 юлдузгача)
- пансионатлар 3 даражада.

Бундан ташқари Давлат Сайёҳлик Вазирлигига қарашли сайёҳларни қабул қилувчи давлат корхоналари ҳам мавжуд. Улар асосан шаҳарнинг гўзал районларида жойлашган қадимий қалъалар, қасрлар, саройлар бўлиб «Люкс» меҳмонхона сифатида жиҳозланган бўлади.

Шундай қилиб, ҳар бир мамлакат учун ўзига хос меҳмонхоналарни туркумлаш усули бўлиб, ҳар хил мамлакатда жойлашган бир даражадаги меҳмонхоналарни бир-биридан фарқи катта.

Россия Федерациясида мавжуд сайёҳлик ва меҳмондўстлик бўйича меъерий ҳужжатларга кўра 10 номерлардан кам бўлмаган меҳмонхоналар (мотеллар) даражалар бўйича туркумланади. Даражалар юлдузларга мос келади ва уларнинг кўпайиши билан хизмат кўрсатиш савияси ҳам ошиб боради. Россияда меҳмонхоналар 5 даражага, мотеллар эса 4 даражага бўлинади. Бундай меҳмонхоналар учун – 5 юлдузли (\*\*\*\*\*) – олий даража, 1 юлдузли (\*) - паст даражадир. Меҳмонхоналарни маълум бир даража бериш учун аттестациядан ўтказилганда қуйидаги талаблар эътиборга олинади:

- бино ва унга туташган жойга бўлган талаб;
- номерлар заҳирасига;
- техник асбоб-ускуналарга;
- мебеллар билан таъминланганлигига;
- номерларни санитар-гигиеник таъминлашга;
- ижтимоий хоналарга;
- овқатланиш хоналарига;
- жойлаштириш корхоналари тақдим этадиган хизматларга;
- ходимлар ва уларнинг тайёргарлигига ва бошқаларга.

Меҳмонхоналарда хизмат кўрсатувчи ходимларга қўйиладиган талабларни шартли равишда 4 гуруҳга бўлиш мумкин:

1. Малака, ихтисос (меҳмонхоналардаги ҳамма даражалар учун).

Ҳамма хизмат кўрсатувчи ходимлар профессионал тайёргарликдан ўтишлари зарур. Тайёргарлик даражаси улар кўрсатаётган хизматларга мос бўлиши керак. Бир ходим

меҳмонхонада яшовчиларнинг хавфсизлигини таъминлаш бўйича тайёргарлик кўриши лозим бўлса, бошқа ходим уларни овқатлантириш бўйича хавфсизлигини таъминлаш соҳасида малакага эга бўлиши, уларнинг ҳамма чет тилларини билиш каби талабларга жавоб бериши керак.

1 юлдуз даражасидаги меҳмонхоналарда қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати ходимлар битта чет тилини билишлари кифоя.

2 юлдуз даражадаги меҳмонхоналарда ҳам талаб шундай.

3 юлдуз даражасидаги меҳмонхоналарда барча ходимлар 2 та чет тилини ёки шу ҳудудга келувчи мижозлар кўпроқ гаплашадиган тилларини етарли даражада билишини талаб этади.

4 юлдузли меҳмонхоналарда ҳам худди шундай талаблар қўйилади лекин тилларни янада юқори даражада билиши керак.

5 юлдузли меҳмонхоналарда ҳамма ходимлар камида 3 та чет тилини билиши ва мижозлар билан эркин гаплаша олишлари керак.

2. Ахлоқ, хулқ-атвор. Ҳамма даражадаги меҳмонхона ходимлари меҳмонхонада меҳмондўстлик шароитини яратишини билиши, мижознинг ҳар бир илтимосини хайрихоҳлик билан бажаришга тайёр бўлиши, яшовчилар билан мулоқотда вазмин ва сабр-тоқатли бўлишлари зарур.

3. Медицина (тиббий) талаблари. Ҳамма даражадаги меҳмонхоналарнинг ходимлари вақти-вақти билан тиббий кўрикдан ўтишлари ва бу ҳақида тегишли сертификат олишлари керак.

4. Униформа. Ҳамма даражадаги меҳмонхоналарнинг мижозлар билан мулоқотда бўлувчи ходимлари ҳар доим формали кийим кийишлари, формали кийим доимо тоза ва яхши кўринишда бўлиши, шу билан бирга ҳар бир ходим ўз исми, фамилияси ёзилган шахсий значок тақиб юриши керак.

Ҳамма меҳмонхона мажмуаларида ходимларнинг дам олиши ва овқатланиши учун алоҳида шароитлар яратилган бўлиши лозим. Бу шароитларнинг ҳажми ходимлар миқдорига мос келиши керак.

Меҳмонхоналаримиз ҳам шу жаҳон андозалари даражасига жавоб беришлари шарт, Чунки туризмни ривожлантириш учун дунёнинг барча бурчакларидан, барча табақа ва тоифадаги туристларни қабул қилишга тўғри келади. Булар ўзларига муносиб шароитни талаб этади. Шундагина хорижий туристларнинг ташрифини кўпайтиришга эришиш мумкин.

### 1.3. Меҳмонхона хўжаликлариди самарадорликнинг назарий масалалари

Туризм ва меҳмонхона бир-бири билан узвий боғлиқ бўлганлиги туфайли, ушбу масалалар иқтисодий адабиётларда ҳам биргаликда қаралган. Хизмат кўрсатишнинг ушбу соҳаси билан бир қанча МДХ мамлакатлари олимлари шугулланиб келмоқдалар. Булар жумласига М.Б. Биржаков<sup>10</sup>, В.С. Сенин<sup>11</sup>, Т.Т. Христов<sup>12</sup>, А.Д. Чудновский<sup>13</sup>, В.С. Боголюбов ва В.П. Орловская<sup>14</sup>, Н.И. Кабушкин<sup>15</sup>, В.А. Квартальнов<sup>16</sup>, В.Г. Федцов<sup>17</sup>, А. Дурович<sup>18</sup> кабиларни киритиш мумкин. Республикамиз олимларидан Ғ.Ҳ. Қудратов<sup>19</sup>, М.Қ. Пардаев<sup>20</sup>, И.С. Тухлиев<sup>21</sup>, Н. Тухлиев<sup>22</sup>, И. Иватов<sup>23</sup>, А.С. Солиев, М.Р. Усмонов<sup>24</sup>, М.М. Мухаммедов<sup>25</sup>, Д.К. Усмонова<sup>26</sup>,

<sup>10</sup>Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб.: Издательский Торговый Дом «Герда», 2006.

<sup>11</sup>Сенин В.С. Организация международного туризма. М.: «Финансы и статистика» 2004. –379 с.

<sup>12</sup>Христов Т. Т. Религиозный туризм: Учебное пособ. — 3-е изд., испр. — М.: Издательский центр «Академия», 2007. — 288 с.

<sup>13</sup>Чудновский А.Д. Управление индустрией туризма России в современных условиях. Учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2007. – 416 с.

<sup>14</sup>Боголюбов В.С., Орловская В.П. Экономика туризма. -М.: 2005. – 151 б.

<sup>15</sup>Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. Минск: 2002. – 407 б.

<sup>16</sup>Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2003. –320 б., Квартальнов В.А. Туризм: теория и практика: Избранные труды: В 5 т. т. –М.: Финансы и статистика, 1998.

<sup>17</sup> Федцов В.Г. Культура гостинично-туристического сервиса: Учебное пособие. – Ростов н/Д: Феникс, 2008. – 503 б.

<sup>18</sup>Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме. Учебное пособие. – СПб. Питер, 2008. – 384 б. Дурович А.П. Организация туризме. – СПб.: Питер, 2009 – 320 б.

<sup>19</sup>Қудратов Ғ.Ҳ., Хошимов М. Буюк Ипак йўлида туристик сервисни амалга ошириш масалалари. //Хизмат кўрсатиш, сервис ва туризм соҳаларини ривожлантириш: муаммолар ва уларнинг ечимлари. Монография. – Т.: «Иқтисод-молия», 2008. 41-60б. – 105-111 бетлар.

<sup>20</sup>Пардаев М.Қ. Атабаев Р. Туризм асослари. –Самарқанд: СамИСИ. 2006 – 74 б., Пардаев М.Қ., Атабаев Р., Пардаев Б.Р. Туризмни ривожлантириш имкониятлари. –Т.: “Фан ва технология”. 2007. 32-б.; Хизмат кўрсатиш, сервис ва туризм соҳаларини ривожлантириш: муаммолар ва уларнинг ечимлари –Т.: “Иқтисод ва молия”, 2008. –259 б.

<sup>21</sup>Тухлиев И.С. Туризм асослари. –Самарқанд: СамИСИ, 2008. –226 б.

<sup>22</sup>Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Менеджмент и организация бизнеса в туризме Узбекистана. –Т.: Гос. Науч. Изд-во “O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi”, 2006. –386 б., Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Экологический туризм: сущность, тенденции и стратегия развития. –Т.: Гос. Науч. Изд-во “O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi”, 2006. –416 б., Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Национальные модели развития туризме. –Т.: Гос. Науч. Изд-во “O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi”, 2006. – 386 б.

<sup>23</sup>Иватов И. Ресторанное хозяйство в туристической сфере: Учебное пособие - Т.: ТГЭУ, 1998. –131 с.

<sup>24</sup> Усмонов М.Р. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг минтқақавий хусусиятлари (Самарқанд вилояти мисолида). География фан. номзоди дис. афтореферати. – Т.: ЎзМУ, 2003. – 25б., Солиев А.С., Усмонов М.Р. Туризм географияси. –Самарқанд: СамДУ, 2005. –131 б.

М. Хошимов<sup>27</sup>, А. Норчаев<sup>28</sup>, Б. Тўраев<sup>29</sup>, К.Б. Уразов<sup>30</sup> кабилар ҳам шу соҳада ижод қилиб келмоқдалар.

Мазкур олимларнинг асарларида меҳмонхона хўжаликларининг бирор-бир жиҳати туристларга хизмат кўрсатиши нуқтаи назарида ёритилган. Аммо меҳмонхона хўжаликлари мустақил хўжалик юритувчи субъект сифатида қаралишини тақозо этади. Бу муаммонинг ечимига доир илмий тадқиқотлар билан айрим олимларгина (Ю.Ф. Волков<sup>31</sup>, В.Г. Федцов<sup>32</sup>, А.Д. Чудновский<sup>33</sup>, Л.П. Шматко<sup>34</sup>, Г.А. Бондаренко<sup>35</sup>) шуғулланиб келмоқдалар. Бироқ мамлакатимизда ушбу масала деярли тадқиқ қилинмаган. Юқорида номлари зикр этилган олимлар асарларида меҳмонхоналарнинг ташкилий тузилиши, турлари, уларнинг тавсифи ва айрим иқтисодий кўрсаткичлари қараб чиқилган. Аммо ушбу соҳада самарадорлик масаласи ҳамон очилмаган қўриқ бўлиб қолмоқда.

Бироқ шунини таъкидлаш лозимки, бозор муносабатлари шароитида меҳмонхона хўжаликлари ҳам тадбиркорликнинг бир тури сифатида шаклланган ва ривожланмоқда. Унинг асосий мақсадларидан бири барқарор фаолият юритиб, тегишли даромад олишга қаратилгандир. Бундай шароитда ҳар бир хўжалик юритувчи субъектнинг самарали ишлашини таъминлаш ҳаётий заруратга айланиб боради. Шу туфайли мазкур мавзуда тадқиқот олиб бориш

<sup>25</sup> Мухаммедов М.М., Рахматов Ф. Туризм соҳасида бозор муносабатларининг шаклланиши ва унинг тармоқ самарадорлиги кўрсаткичларига таъсири. //Сервис ва туризм: Бошқариш ва ривожлантириш муаммолари. Халқаро илмий-амалий анжуман материаллари. Самарқанд, 2007, 4-7 сентябр.

<sup>26</sup> Усманова Д.К. Особенности формирования туристского продукта и перспективные направления его развития. Иқтисод фан. номзоди дис. афтореферати. – Самарқанд: СамИСИ, 2009. – 25 б.

<sup>27</sup> Хошимов М.А. Религиозные памятники Центральной Азии. – Алматы: САГА, 2001. – 237 с.

<sup>28</sup> Норчаев А.Н. “Халқаро туризмни ривожлантириш ва уни иқтисодий ўсишга таъсири”. Номзодлик диссертацияси. ТДИУ, 2004 й. – 120 б.

<sup>29</sup> Тўраев Б.Х. Теоретико – методологические основы развития туризма. –Т.: Изд. «Фан», 2008. – 166 с.

<sup>30</sup> Уразов К.Б. Туристтик ташкилотларда бухгалтерия ҳисобини ташкил қилиш асослари. – Самарқанд: СамИСИ, 2007. – 466, Хизмат кўрсатиш, сервис ва туризм соҳаларини ривожлантириш, муаммолар ва уларнинг ечимлари. Монография. – Т.: “Иқтисод-молия”, 2008. 8-боб. - 219-242 бетлар, Уразов К.Б., Худайбердиев Н.У. Хизмат кўрсатиш ва сервис соҳаси корхоналарида бухгалтерия ҳисобининг долзарб муаммолари. /“Сервис” журнали. –2009. № 1 – 107-114 бетлар.

<sup>31</sup> Волков Ю.Ф. Экономика гостиничного бизнеса. Изд. 2-е.-Ростов н/Д.: Феникс, 2005. – 380 с.

<sup>32</sup> Федцов В.Г. Культура гостинично-туристского сервиса.-Ростов н/Д.: Феникс, 2008. – 503с.

<sup>33</sup> Чудновский А.Д. и др. Гостиничный и туристский бизнес. – М.: КНОРУС, 2005.

<sup>34</sup> Шматко Л.П. и др. Туризм и гостиничное хозяйство. – М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д.: ИЦ МарТ, 2003.

<sup>35</sup> Гостиничное и ресторанное хозяйство. 2-изд. –Мн.: БГЭУ, 2001.

айнан ана шу ҳаётий заруратдан келиб чиққан ҳолда ўта долзарб ҳисобланади.

Энди меҳмонхона ҳўжалигининг самарадорлиги нима деган саволга жавоб ахтармоқ лозим. Бунинг учун унинг мумтоз таърифига мурожаат қиламиз. Самарадорлик, унинг мумтоз таърифидан келиб чиқадиган бўлсақ, қилинган харажатнинг, фойдаланилаётган ресурс каби иқтисодий дастакларнинг ижтимоий-иқтисодий жараёнда эришилган натижавийлиги билан ифодаланди.

Натижавийлик деганда натижанинг (сотилган маҳсулот, олинган даромад, фойда кабиларнинг) қилинган харажатларга (умумий харажатлар, меҳнат ҳақи харажатлари, моддий неъматдан фойдаланганлик тўғрисидаги харажат кабилар) ёки ишлатилган ресурсларга (барча активлар, моддий ресурслар, меҳнат ресурслари, молиявий ресурслар, ўз маблағлари кабиларга) нисбати билан ўлчанадиган кўрсаткич тушунилади.

Мазкур таъриф ёки ёндошув самарадорликнинг умумий таърифи, яъни барча тармоқ ва соҳаларга дахлдор сифатида баҳоланади. Ушбу назарий асосга таяниб хизмат кўрсатиш соҳаси, шу жумладан меҳмонхона сервиси самарадорлигининг ҳам таърифини ишлаб чиқиш мумкин.

Шуни эътироф этиш керакки, иқтисодий адабиётларда, самарадорлик тушунчасининг таърифи бўйича ҳамон турли қарашлар мавжуд. Биз уларнинг назарий таҳлилига тўхталмаган ҳолда бу тушунча бўйича ўз фикримизни ифода этишни мақсадга мувофиқ, деб топдик. Хизмат кўрсатиш соҳасининг самарадорлиги деганда хизмат кўрсатиш жараёнида олинган натижанинг (соф тушум, соф фойда кабилар), шу жараёнда қилинган харажатларга ёки фойдаланилган ресурслар қийматига нисбати тушунилади.

Ушбу таърифда хизмат кўрсатиш соҳасининг самарадорлигига оид хусусиятлар ўз аксини топган. Биринчидан, таърифда ҳар қандай жараён эмас, балки хизмат кўрсатиш жараёнигина олинган. Иккинчидан, эришилган натижа ҳам, яъни соф тушум ва соф фойда каби натижавий кўрсаткичлар ҳам фақат хизмат кўрсатиш соҳасига оиддир. Учинчидан, хизмат кўрсатиш самарадорлигини баҳолаш учун маҳражига фақат шу жараёнда қилинган харажатлар ёки фойдаланилган ресурслар қиймати олинмоқда. Тўртинчидан, самарадорлик кўрсаткичлари ҳамиша нисбий миқдорларда ифода этилади, шу туфайли уни ифодалаш учун натижа билан харажатлар (ресурслар) нисбати келтирилмоқда.



Мазкур таъриф бевосита меҳмонхона хизматлари ёки сервиси самарадорлигини ишлаб чиқишга ҳам асос бўлиши мумкин. Шунундан назардан меҳмонхона сервиси самарадорлигига қуйидагича таъриф беришни тавсия қилмоқдамиз. Меҳмонхона сервиси самарадорлиги деганда туристларга меҳмонхона хизматларини кўрсатиш жараёнида эришилган натижавий кўрсаткичларнинг (соф тушум, соф фойда кабилар), сарф қилинган харажатларга ёки фойдаланилган ресурслар қийматиغا нисбати тушунилади.

Ушбу таъриф ҳам меҳмонхона сервиси самарадорлигининг ўзига хос хусусиятларини ифодалайди. Биринчидан, туристларга меҳмонхона хизматларини кўрсатиш жараёнига алоҳида аҳамият берилмоқда. Чунки мамлакатимизда мислсиз иқтисодий жараёнлар содир бўлмоқда. Лекин ушбу таърифда фақат унинг меҳмонхоналардаги қисмигина инобатга олинмоқда. Иккинчидан, эришилган натижавий кўрсаткичлар, яъни соф тушум, соф фойда кабилар ҳам фақат меҳмонхона хизматларини кўрсатиш эвазига эришилган натижавий кўрсаткичлардир. Учинчида, сарф қилинган харажатлар ҳам ҳар қандай харажатлар бўлмай, балки фақат меҳмонхона хизматларини кўрсатишга сарфланган харажатлар инобатга олинган. Тўртинчидан, фойдаланилган ресурслар ҳам фақат меҳмонхона хизматларини кўрсатишга мўлжалланган ресурслардан иборат.

Кўриниб турибдики, хизмат кўрсатиш соҳаси ва меҳмонхона хизматлари самарадорлиги ҳам ўзига хос хусусиятларга эга. Масъулалик уларни ифодаловчи кўрсаткичлар ҳам бошқа тармоқларникига нисбатан фарқ қилади.

## II боб. МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИНИНГ ШАКЛЛАНИШ САБАБЛАРИ, УНДА КЎРСАТИЛАДИГАН ХИЗМАТ ТУРЛАРИ ВА УЛАРНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

### 2.1. Мамлакатимизда туризмнинг ривожланиши – меҳмонхона тизимини шакллантиришнинг асосий омили

Ўзбекистонда туризм соҳаси жадаллик билан ривожланиб бормоқда. Саёҳатчилар билан зиёратчилар Самарқанд, Бухоро ва Хива шаҳарларига катта қизиқиш билан қарашмоқда. Чунки ушбу шаҳарлар дунё тан олган шаҳарлар таркибида бўлиб, ўзининг тарихий обидалари ва маданий мерослари билан ЮНЕСКОнинг рўйхатига киритилган. Тарихий ёдгорликлар сони ва уларнинг сақланиши, халқаро сайёҳлар орасидаги машҳурлиги каби йўналишлари бўйича ҳам ушбу шаҳарлар сайёҳлик марказларига айланмоқда.

Президентимиз раҳнамолигида туризмни ривожлантириш борасида мамлакатимизда амалга оширилаётган кенг кўламли ислохотлар ўзининг юксак натижаларини бермоқда. Айрим мутахассисларнинг маълумотига кўра, бугунги кунда юртимизда 860 дан зиёд сайёҳлик ташкилоти фаолият юритмоқда<sup>36</sup>. Уларнинг ихтиёрида замонавий меҳмонхоналар, дам олиш масканлари туристларга муваффақият билан хизмат қилиб келмоқда. Туристларга сервис хизматини кўрсатиш, уларнинг сифатини ошириш борасида ҳам анча ишлар қилинди. Буларнинг барчаси тобора яхшиланиб бораётган янги-янги туристик масканларнинг пайдо бўлиши, замонавий меҳмонхоналарнинг вужудга келиши ана шундай кенг қамровли ислохотлар самарасидир.

Мамлакатимизда Буюк Ипак йўли бўйлаб туризмни тиклашга катта эътибор берилмоқда. Хусусан, 1995 йил 2 июнда мамлакатимиз раҳбарининг “Ўзбекистон Республикасининг Буюк Ипак йўлининг шаклланишида иштирокини фаоллаштириш ва республикада халқаро туризмни ривожлантириш тўғрисида”ги Фармониغا имзо чекилди<sup>37</sup>. Мазкур ҳужжат халқаро туризмни ривожлантириш ва унда Буюк Ипак йўли бўйлаб туристик маршрутларни тиклаш масаласида анча ишларни амалга оширишга тurtки бўлди. Ушбу йўлнинг марказида

<sup>36</sup>Қўлдошев Қ. Ўзбекистон туризм ривожланаётган давлатлар бешлигида //Адолат, 14-сон. 2013 йил 5 апрель. – 7-бет.

<sup>37</sup>Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1995 йил 2 июндаги “Ўзбекистон Республикасининг Буюк Ипак йўлининг шаклланишида иштирокини фаоллаштириш ва республикада халқаро туризмни ривожлантириш тўғрисида”ги Фармони

жойлашган Ўзбекистонда тўрт мингдан ортиқ тарихий-меъморий обида мавжуд. Юртимизнинг бебаҳо моддий ва маънавий мероси ҳисобланган ушбу осори-атиқалар кўз қорачиғидек асраб-авайлаб келинаёпти. Мустақиллик йилларида уларнинг жуда кўп қисми қайта таъмирланиб, реконструкция қилинди ва асл ҳолига қайтарилди. Аммо уларнинг ҳаммаси ҳам ҳозиргача туристик ресурс сифатида туристик маршрутларга киритилиб, кенг қўламда фойдаланилаётган эмас.

Ҳозирги пайтда мамлакатимизнинг муҳим туризм марказлари бўлган Самарқанд, Бухоро, Хива, Шаҳрисабз шаҳарлари туризмда кенг фойдаланилмоқда. Чунки ушбу шаҳарлар биринчидан, ЮНЕСКОнинг Бутунжаҳон маданий мероси рўйхатида киритилган бўлса, иккинчидан, анъанавий тарзда ўтказиб келинаётган “Ипак йўлидаги туризм” халқаро сайёҳлик ярмаркаси бу борадаги имкониятларни янада кенгайтиришда муҳим аҳамият касб этмоқда. Шу туфайли мазкур масалага катта эътибор қаратилаётганлигининг сабабларидан бири ҳам шунда.

XXI асрга келиб дунё миқёсида туризм барқарор иқтисодий ривожланишнинг муҳим омилларидан бирига айланди. Туризмнинг дунё бозорида сотилган барча тавар ва хизматларнинг 27 %ни, ялпи миллий маҳсулотнинг 11 %ни, жалб қилинган инвестициянинг 10 %ни, ҳар 16 та иш ўрнининг бирини ташкил этади<sup>18</sup>. Ушбу соҳа аҳолининг турмуш даражасини ошириш, қўшимча иш ўринларини яратиш ва халқаро алоқаларни мустаҳкамлаш имконини ҳам бермоқда. Энг характерли жиҳатларидан бири шундаки, ушбу соҳа асосан хусусий мулк эвазига ривожланмоқда. Бу мамлакатимизда тадбиркорликни ривожлантириш имконини ҳам беради.

Ўзбекистонда туризм салоҳиятидан янада самарали фойдаланишга йўналтирилган чора-тадбирлар белгиланиб, муваффақиятли амалга оширилмоқда. Жумладан, янги сайёҳлик йўналишлари ишлаб чиқиляпти, мавжуд транспорт коммуникациялари қайта таъмирланиб, янгилари барпо этиляпти. Мустақиллик йилларида Тошкент – Самарқанд (Регистон), Тошкент – Қарши (Насаф) ва Тошкент – Бухоро (Шарк) тезюрар поездлари қатнови йўлга қўйилган эди. Мустақиллигимизнинг 20 йиллик

---

<sup>18</sup>Пардаев М.Қ. Туризм хизмат бозорини ривожлантириш борасидаги давлат сиёсатининг асосий йўналишлари ва ваколатлари. //Ўзбекистонда туризм хизмат бозорини ривожлантиришнинг ижтимоий-иқтисодий муаммолари. Монография. –Т.: Иқтисодиёт, 2012. –142 б.

байрами арафасида “Тошкент — Самарқанд”, “Самарқанд — Тошкент” йўналишида замонавий тезюар “Афросиёб” поезди қатнови йўлга қўйилди. Тошкент, Нукус, Бухоро, Урганч шаҳарларидаги аэропортлар модернизация қилиниб, халқаро талабларга тўлиқ жавоб берадиган сервис хизматлари кўрсатиш имконияти яратилди. Булар мамлакатимизга хорижлик сайёҳлар оқимининг кўпайишига хизмат қилмоқда. Натижада жуда қисқа вақтда мамлакатимизга ташриф буюрадиган туристлар сони бир миллиондан ошиб кетди.

Шуни таъкидлаш жоизки, биздек катта туристик салоҳиятга эга бўлган мамлакат учун туристларнинг ушбу сони жуда кам. Чунки, Францияга бир йилда халқаро туризм сифатида ташриф буюрувчиларнинг сони 72,2 млн. кишини ташкил этади. Бу кўрсаткич Испанияда 50,1 млн. кишини, АҚШда — 45,5 млн. кишини, Италияда — 39,1 млн. кишини, Хитойда 33,2 млн. кишини ташкил қилади<sup>39</sup>. Демак биз ҳали соҳани ривожлантириш учун жуда катта ташкилий-иқтисодий тадбирларни амалга оширишимиз зарур.

Туризм соҳасида иш ўринларини яратиш борасида ҳам анча ишларни амалга оширишимиз лозим. Кўпгина мамлакатларда туризмга хизмат қилувчи меҳмонхона ва ресторанларда жами банд аҳолининг таркибида аёлларнинг улуши юқори. Масалан, барча шу соҳада банд ходимлар таркибида аёлларнинг улуши Кореяда 68 %ни, Австрияда 64 %ни, Янги Зеландияда 62 %ни, Буюк Британияда 61 %ни, Канадада 60 %ни, Германия ва Швецарияда 59 %ни, Багам оролларида 58 %ни, Австралияда ва Нидерландияда 55 %ни, Мексика ва Панамада 54 %ни ташкил қилмоқда<sup>40</sup>. Мамлакатимизда аёлларга хос ва мос иш ўринларини яратиш ўта жиддий ва устувор масалалардан бири бўлиб турган ҳозирги ҳолатда ушбу тажрибалардан фойдаланиш муҳим аҳамиятга эга. Айниқса ҳозирги пайтда оилавий тадбиркорликни ривожлантириш масаласи кўндаланг бўлиб турган бир пайтда, аёлларни мазкур соҳага ишга жойлаштириш ва уларнинг бандлигини таъминлаш имкониятлари кенгрок очилмоқда. Зеро, меҳмонхона ва ресторанларнинг кўпайиши

<sup>39</sup> Пардаев МҚ. Туризм хизмат бозорини ривожлантириш борасидаги давлат сиёсатининг асосий йўналишлари ва ваколатлари. //Ўзбекистонда туризм хизмат бозорини ривожлантиришнинг ижтимоий-иқтисодий муаммолари. Монография. — Т.: Иқтисодийёт, 2012. —142 б.

<sup>40</sup> Экономика и организация туризма: международный туризм: Учебное пособие. /Под ред. И.А. Рябовой, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчевой. — 4-е изд., испр. И доп. — М.: КНОРУС, 2010. —С. 60-61.

мамлакатимиз тараққиётининг ҳозирги босқичида туризмни ривожлантириш учун муҳим ижтимоий-иқтисодий ҳодиса сифатида устувор вазибалар қаторидан жой олмоқда.

Маълумки, Ўзбекистон 1993 йилда Жаҳон сайёҳлик ташкилоти (UNWTO)га аъзо бўлган эди. Мазкур ташкилот билан ҳамкорлик қилинганига бу йил 20 йил тўлди. Шу йиллар мобайнида мамлакатимиз ушбу ташкилот билан ҳамкорликда қатор муҳим тадбирларни ўтказди. Буюк Ипак йўли мамлакатларининг биринчи мажлиси (Самарқанд, 1994 йил), Маданий меросни сақлаш бўйича семинар (Бухоро, 1996 йил), Ипак йўлида туризмни ривожлантириш бўйича учинчи мажлис (Бухоро, 2002 йил) шулар жумласидандир. 2004 йилда Самарқандда UNWTOнинг Минтақавий офиси очилди. 2010 йил 8-9 сентябрь кунлари худди шу шаҳарда Жаҳон сайёҳлик ташкилоти Бош қотиби Талеб Рифаи иштирокида ўтказилган навбатдаги мажлисда “Ипак йўли” савдо белгисини жаҳон сайёҳлик бозорига олиб чиқиш борасида муҳим қадам қўйилди. Шунингдек, UNWTOнинг Кенжу (Жанубий Корея) шаҳрида ўтказилган 19-сессиясида Европа минтақавий гуруҳи томонидан Ўзбекистоннинг Жаҳон сайёҳлик ташкилоти Ижроия кенгашининг аъзолигига сайланиши, мамлакатимизда ушбу йўналишда амалга оширилаётган чора-тадбирлар самарадорлиги халқаро миқёсда эътироф этилаётганлигини кўрсатадиган муҳим далиллардандир.

Бутунжаҳон туризм ташкилоти (UNWTO) ҳамда Халқаро валюта фонди (ХВФ) маълумотларига кўра, 2000 йиллар бошларида туризм жаҳон миқёсида экспорт қилинадиган маҳсулотлар ва кўрсатиладиган хизматлар бўйича автомобилсозлик, кимё ва озиқ-овқат саноатини ортда қолдириб, биринчи ўринга кўтарилиб олган эди.

Туризмнинг тарихи инсоният тарихи билан ҳамоҳанг. Унинг вужудга келишига қадимда аҳолининг савдо-сотик билан шуғулланиши, таълим олиши, муқаддас жойларни зиёрат қилиш мақсадида ўз юртларидан йироқ жойларга сафар уюштиришлари сабаб бўлган. Натижада туризм соҳаси ўрта асрларга келиб, айниқса, Осиёда шаҳарсозликнинг ривожланишига, жумладан, карвонсарой, мадраса, бозор ва йўллар қурилишига сабаб бўлган. Буни қуйидаги боғлиқликда кўриш мумкин (2.1-расм).

Туризм ва меҳмонхоналарнинг ривожланиши бир-бири билан узвий боғлиқ. Туризмнинг ривожланиши объектив равишда меҳмонхоналарнинг ривожланишига олиб келади. Бироқ

меҳмонхоналар етарли ва хизмат кўрсатиш жараёни сифатли бўлмаса, туризмнинг ривожланишига тўсиқ бўлади. Шу туфайли уларнинг ривожланишини бир-бирига боғлиқ ҳолда қарашни тақозо этади. Булардан ташқари иккаласининг ривожланиши янги иш ўринлари очилишини ва шу орқали бандлик муаммосини ҳал қилиб, аҳолининг фаровонлигини ошириш имконини ҳам яратади.

Узоқ юртларга бориш эҳтиёжи	• Илм олиш учун ўқишга, савдо-сотиқ билан шуғуланиш зарурати
Туризмнинг шаклланиши	• Кишиларнинг уз юртидан бошқа юртларга бориб яшаш зарурати
Йўллар, карвонсаройлар, меҳмонхоналарнинг шаклланиши ва ривожланиши	• Меҳмонхоналарнинг вужудга келиши ва инфратузилманинг шаклланиш зарурати

## 2.1-расм. Туризм ва меҳмонхоналарнинг вужудга келиш эволюцияси

\*Маъна Тадқиқот натижасида муаллифлар томонидан шакллантирилди

Мутахассисларнинг эътирофи этишича, XX асрнинг 20-30-йилларига келиб туризм халқаро муносабатларни тинчлик йўли билан ҳал этиш объектига айланди. Мамлакатлар ўртасида нафақат дипломатик, балки маданий, туристик, оддий фуқаролик муносабатлари ҳам ривожланиш босқичига кирди. Буларнинг амалга оширилишида БМТ ташкил этилгунга қадар жаҳонда вужудга келган ҳарбий ҳолатларни тўхтатиш, давлатлар хавфсизлигини таъминлаш каби вазифаларни бажарган Миллатлар Лигасининг ҳиссаси катта бўлди. Ўша пайтларда фаолиятда бўлган халқаро туризм ташкилоти “халқаро туризм”, “турист” каби атамаларга аниқлик киритиш, туризмни йўналишларга бўлган ҳолда ўрганиб, ундан дипломатик восита сифатида фойдаланиш юзасидан тавсиялар ишлаб чиққан эди<sup>41</sup>. Шундай қилиб туризмнинг кўлами кенгайди. У нафақат маданий алоқаларни, оддий сайёҳликни, балки дипломатик

<sup>41</sup>Қўлдошев Қ Ўзбекистон туризм ривожланаётган давлатлар бешлигида. //Адолат, 14-сон. 2013 йил 5 апрель. – 7-бет.

муносабатларни мустаҳкамлашга ҳам ўзининг тегишли ҳиссасини кўшадиган бўлди.

Иккинчи жаҳон урушидан кейин тарихий қадамжолар ва дам олиш объектларига эга бўлган давлатлар оммавий туризмни ривожлантиришга, шаҳарларда кўнгилочар масканлар ва меҳмонхоналарни қуришга эътибор қарата бошладилар. Кўп ўтмай, ўнлаб мамлакатлар туризмни кўп тармоқли, аҳолининг асосий қисмини иш билан таъминлайдиган йирик саноат турига айлантирдилар. Жаҳонда тенги йўқ “олтин андоза” номини олган Ritz-Carlton каби меҳмонхоналар вужудга келди ва улар трансмиллий корпорация мақоми даражасигача кўтарилди. Бу ҳақда ва унда кўрсатиладиган хизматлар хусусида махсус китоблар ҳам нашр қилинди ва бир қанча тилларга таржима этилди<sup>42</sup>. Шундай қилиб 2000 йиллардан бошлаб туризм бутун дунёда иқтисодиётнинг энг катта даромад келтирадиган, асосийси, барқарор ривожланиб бораётган тармоқларидан бири сифатида эътироф этила бошланди.

Таҳлилчиларнинг таъкидлашича, айти пайтда бир йиллик пул айланмаси 900 миллиард АҚШ долларига етган халқаро туризм соҳаси дунё бўйича банд бўлганларнинг 8 фоизини (200 миллион киши) иш билан таъминлаб турибди<sup>43</sup>. Мамлакатимизда ҳам ушбу соҳада банд бўлган ходимлар сони йилдан-йилга ортиб бормоқда.

Мутахассисларнинг маълумотига кўра, у ёки бу мамлакатга ташриф буюраётган сайёҳлар сони ҳар йили 4-5 фоизга ортаётир. Хусусан, 2010 йилда 935 миллион киши дунё бўйлаб саёҳат қилган бўлса, 2013 йилда бу рақамнинг 1 миллиарддан ошиши кутилмоқда<sup>44</sup>. БМТнинг маълумотларига қараганда 2020 йилга келиб ушбу кўрсаткич 1,5 млрд. кишини ташкил қилади<sup>45</sup>. Агар мамлакатимизда ҳам ушбу дунёдаги ривожланиш тенденцияси сақланиб қоладиган бўлса, 2020 йилга бориб, ҳисоб-китобларимиз бўйича мамлакатимизга ташриф буюрувчи туристлар сони ҳам 2,3 млн. нафарга етади.

<sup>42</sup> Мичели Дж. А. Ritz-Carlton: золотой стандарт гостиничного бизнеса нового тысячелетия. // Джозеф Мичели; пер. с англ. В. С. Иващенко. – М.: Эксмо, 2009. – 320 с.

<sup>43</sup> Кўлдошев К. Ўзбекистон туризм ривожланаётган давлатлар бешлигида. // Адолат, 14-сеп. 2013 йил 5 апрель. 7-б.

<sup>44</sup> Ўша жойда. 7-б.

<sup>45</sup> Тухлиев И. С., Сафаров Б. Ш. Туризм хизмат бозори иқтисодий механизмини шакллантириш ва ривожлантиришнинг назарий масалалари. // Ўзбекистонда туризм хизмат бозорини ривожлантиришнинг ижтимоий-иқтисодий муаммолари. Монография. – Т.: Иқтисодиёт, 2012. 10-б.

Мухими, соҳа ва унинг инфратузилмаси бутун дунё иқтисодиёти оғир кунларни бошдан кечираётган даврда, аксарият мамлакатларда янги иш ўринларига эҳтиёж сезилган пайтда ривожланаяпти. Таъкидлаб ўтиш жоиз: кейинги 2-3 йилдан бери Яқин Шарқ ва Африканинг айрим мамлакатларида рўй берган нотинчликлар халқаро туризм географиясининг ўзгаришига сабаб бўлди. Масалан, илгари Яқин Шарқ ва Шимолий Африка мамлакатларига боришни режалаштирган 5-6 миллион нафар сайёҳ Европанинг Ўртаер денгизи ва Скандинавиядаги туристик йўналишларни танлади. Натижада, “кўҳна қитъа”нинг диққатга сазовор масканларини кўришни хоҳловчилар сони 6 фоизга кўпайиб, жами 500 миллиондан ошиб кетди<sup>46</sup>.

Шу ўринда минглаб туроператорлар қатор иқтисодий тўсиқларни бартараф этган ҳолда аҳоли ўртасида сайру саёҳатларга бўлган хоҳиш ва эҳтиёжни оширишга ҳаракат қилаётган бир пайтда UNWTO мамлакат ҳукуматларини соҳага оид расмийлаштирилган йўқотиш, ҳужжатлар расмийлаштирилишини осонлаштириш, шунингдек, ахборот ва коммуникация технологияларидан унумли фойдаланишга чақираётганини айтиш жоиз.

Истиқлол шарофати билан Бухоро, Хива, Самарқанд, Шаҳрисабз, Термиз, Қўқон каби илм, маданият ва маърифат марказлари жойлашган мўътабар замин дунё танийдиган ва тан оладиган юртда эканлиги намён бўлди. Бунда Амир Темур, Имом Ал Бухорий, Баҳовуддин Нақшбанд, Мирзо Улуғбек, Ибн Сино, Беруний, Ал Хоразмий, Мотурудий, Маҳдуми Аъзам, Хўжа Аҳрори Вали каби буюк саркарда ва уламолар, машҳур давлат арбоблари ҳамда мутафаккирлар киндик қони тўкилгандир. Буларнинг барчаси она-Ватанимиз жаҳоннинг сайёҳлик соҳаси тараққий этган мамлакатлардан бирига айланиши учун катта имкониятдир.

Мустақиллик йилларидагина туризмга асосий эътибор қаратилди. Чунки мамлакатимиз катта туристик салоҳиятга эга бўлган бетакрор мамлакат эканлиги ҳаммага аён эди. Бу салоҳият уни ривожлантириш учун катта имконият бўлганлиги туфайли қадимий ёдгорликларни реконструкция қилиш, маҳаллий туроператорларни қўллаб-қувватлаб, уларга ўз фаолиятларини амалга ошириш учун зарур шарт-шароитлар яратиш, жойларда соҳага оид инфратузилмани барпо этиш, шунингдек, туризмнинг бошқа йўналишларини

<sup>46</sup>Қўлдошев Қ. Ўзбекистон туризм ривожланаётган давлатлар бешлигида. //Адолат, 14-сон. 2013 йил 5 апрель. 7-б.



ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратилди. Охириги йилларда ҳар йили мамлакатимиз пайтахтида халқаро туристик ярмаркани ўтказиш, мамлакатимизнинг барча ҳудудларида туристик мавсумнинг очилишига бағишланган тадбирларни уюштириш анъанага айланди. Натижада Буюк Ипак йўли чорраҳасида жойлашган юртимиз сон-саноксиз осори-атиқалари, урф-одатлари миллий таомлари, бетакрор табиатини бутун дунёга намоён қилиш имкониятига эга бўлди.

Бу эса бой тарихга эга юрт ва замон билан ҳамнафас яшаётган мамлакат сифатида эътироф этилувчи Ўзбекистонни ўз кўзи билан кўрмоқчи бўлган сайёҳлар сонининг йилдан-йилга ортиб боришига хизмат қиляпти. Хусусан, 90-йилларда мамлакатимизга бир йилда атиги 150 минг сайёҳ ташриф буюрган бўлса, айти пайтда бу кўрсаткич 1,2 миллион нафардан ортди<sup>47</sup>. Аммо бу кўрсаткич ҳам бизнинг туристик салоҳиятимизга нисбатан олиб қарайдиган бўлсак, анча кам.

Бундай натижаларга осонликча эришилгани йўқ, албатта. Бу борада жуда катта ташкилий ишлар амалга оширилди. Кейинги йилларда қадимий шаҳарларимизда замонавий меҳмонхоналар қурилиб, сайёҳларнинг имкони борица кўпроқ туристик объектларни томоша қилишлари учун уларга барча қулайликлар яратилди. Булар жумласига “Евро-4” талабларига жавоб берадиган автобуслар, “Boeing-767”, А310, А320 русумли ҳаво лайнерлари, “Afrosiyob” тезюрар поездлари қатновлари йўлга қўйилди. Шунга мос равишда аэропортлар, темир йўллари, вокзаллар реконструкция қилиниб, қайта таъмирланди. Улар маҳаллий мақом ўрнига халқаро даражага кўтарилди.

Шуни алоҳида таъкидлаш жоизки, мустақиллик йилларида мазкур тармоқ, шунингдек, соҳани ривожлантириш ва уни бошқаришни такомиллаштиришга қаратилган мамлакатимиз Раҳбарининг бир қанча Фармон ва қарорлари, Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари ҳам қабул қилинди<sup>48</sup>. Тармоқдаги ҳуқуқий

<sup>47</sup> Ўша манба.

<sup>48</sup> Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1999 йил 15 апрелда «Ўзбекистонда туризمنى ривожлантиришнинг 2005 йилгача мўлжалланган давлат дастури тўғрисида»ги УП-2286-сонли Фармони, 1999 йил 30 июнда «Ўзбекистонда туризм соҳаси учун маълум кадрлар тайёрлаш тўғрисида»ги Фармони, 1999 йил 2 июлда «Ўзбекистонда туризм соҳаси учун кадрлар тайёрлаш тизимини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 324-сонли Қарори, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2002 йилнинг 2 сентябрида 310-сонли «Ўзбекистон Республикасида меҳмонхона бизнеси ва халқаро туризمنى янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарори, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2003 йил 11 ноябрдаги «Туризм фаолиятини лицензиялаш тўғрисида»ги Низомни тасдиқлаш тўғрисидаги 497-сон қарори, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2004 йил 28 июлда «Ўзбектуризм» Миллий Компаняси фаолиятини янада такомиллаштириш тўғрисида»ги 360-сонли қарорларини келтириш мумкин.

муносабатларни тартибга солиш ҳамда туризмни иқтисодийнинг етакчи соҳалари қаторига киритиш учун зарур қонунчилик базаси яратилди. 1999 йил 20 августда Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида”ги қонуни қабул қилинди. Маданий мерос объектларини реставрация қилиш ва тиклаш, сайёҳлик инфратузилмасини жаҳон андозалари даражасига кўтариш борасида кенг қўламли ишлар олиб борилиб, янги-янги йўналишлар очилди. Бу эса туристларнинг Ўзбекистонга бўлган қизиқишини янада орттирди.

Давлатимиз Раҳбарининг 2010 йил 21 декабрда қабул қилинган “2011-2015 йилларда инфратузилмани, транспорт ва коммуникация қурилишини ривожлантиришни жадаллаштириш тўғрисида”ги қарорига мувофиқ 2015 йилга қадар ўзбек миллий автомагистрали ёқасида 240 та йўл инфратузилмаси объекти, жумладан, 19 та кемпинг, 18 та мотель типдаги меҳмонхона, 36 та ёнилғи қуйиш шохобчаси, 49 та автогаз тўлдирувчи компрессорли станция, 78 та авария-чакирув ва тез тиббий ёрдам хизмати пункти, 31 та автомобилларни қисқа вақтга қўйиш майдонлари, шунингдек, туризм соҳасининг барча талабларига жавоб берадиган 9 та иншоот қурилади<sup>49</sup>. Ҳозирги пайтда бу ишлар режа асосида амалга оширилмоқда. Ўзбек миллий автомагистрали ёқасида намунавий лойиҳалар асосида кўплаб йўл инфратузилмаси объектлари барпо этилмоқда.

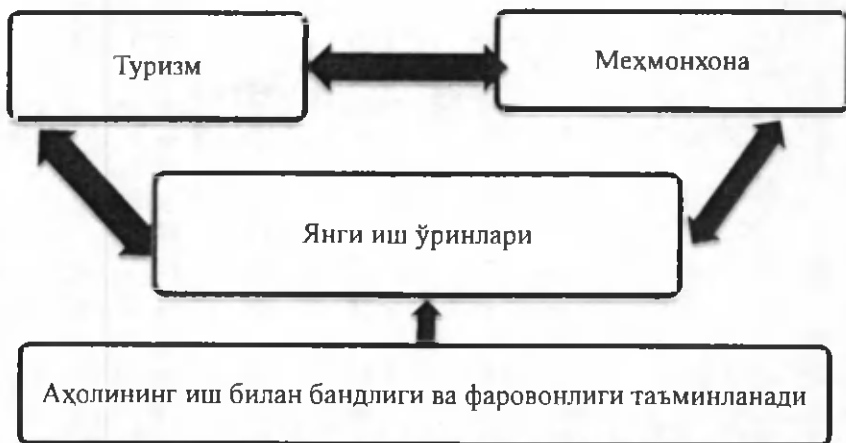
Буларнинг ҳаммаси туризмни ривожлантириш заруратини келтириб чиқаради, бу эса, ўз навбатида, меҳмонхоналарни кўпайтириш учун объектив омиллардан бири ҳисобланади. Шу тариқа турли типдаги меҳмонхоналар вужудга келади. Бунга юқорида таъкидланганидек, фақат йўл ёқасида 2015 йилгача 19 та кемпинг, 18 та мотель типдаги меҳмонхоналарнинг барпо қилиниши кўзда тутилганлигини<sup>50</sup> мисол тариқасида келтириш етарли, деб ўйлаймиз.

Туризмнинг ривожланиши, таъкидланганидек, меҳмонхоналарнинг кўпайишини тақозо қилса, иккаласи ҳам янги иш ўринларининг пайдо бўлишига олиб келади. Бу эса, ўз навбатида, аҳолининг бандлик даражасини ошириш имконини беради. Мазкур

<sup>49</sup>Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2010 йил 21 декабрда қабул қилинган “2011-2015 йилларда инфратузилмани, транспорт ва коммуникация қурилишини ривожлантиришни жадаллаштириш тўғрисида”ги Қарори.

<sup>50</sup>Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2010 йил 21 декабрда қабул қилинган “2011-2015 йилларда инфратузилмани, транспорт ва коммуникация қурилишини ривожлантиришни жадаллаштириш тўғрисида”ги Қарори.

унсурларнинг бир-бири билан боғлиқлиги куйидаги расмда ўз аксини топган (2.2-расм).



**2.2-расм. Туризмнинг ривожлашиши, меҳмонхоналар ва аҳолининг бандлик муаммолари бир-бири билан боғлиқлиги\***

\*Маъба: Тадқиқот натижасида муаллифлар томонидан шакллантирилди.

Туризм ва меҳмонхоналарнинг вужудга келиши янги иш ўринларини очиш билан бирга аҳолининг иш билан бандлигини таъминлайди. Бу эса, ўз навбатида, уларнинг фаровонлигини ошириш имконини беради.

Мамлакатимизда туризм ва меҳмонхона хизматлари умумий хизматлар таркибида тегишли ўринга эга. Улардаги кўрсаткичларда мунтазам ижобий ўзгаришлар рўй бермоқда. Барча кўрсаткичлар бўйича 2010-2011 йилларда ўсиш кузатилмоқда. Аммо уларнинг таркибий ўзгариши одамлар ҳаётидаги сифат тарафига бўлган ўзгаришларга мос равишда такомиллашиб бормоқда.

Тадқиқотлардан кўриниб турибдики, Ўзбекистон Республикасида 2010-2011 йиллар мобайнида хизмат кўрсатиш соҳасидаги таркибий ўзгаришлар ҳозирги замон қиёфасини ифодалайди. Хусусан, хизматлар таркибида алоқа ва ахборотлаштириш хизматлари 6,3 %дан, 6,4 %гача ўсган. Турист-экскурсия хизматларида ҳам ўсиш рўй берган ва 2011 йилда 2010 йилга нисбатан 0,02 %га ўсган. Яъни 2010 йилда унинг улуши барча хизматлар таркибида 0,14 %ни ташкил қилган бўлса, 2011 йилга келиб 0,16 %ни ташкил этади. Савдо хизматларининг ҳам

улуши ошганлиги, хусусий секторнинг ривожланаётганлигидан далолат беради. Ушбу соҳанинг хизматлар тизимидаги улуши 2010 йилда 18,7 %ни ташкил қилган бир паллада 2011 йилга келиб 21,0 %га етган<sup>51</sup>. Умуман олганда хизматлар тизимида илғор хизматлар улуши ўсиб бориш тенденциясига эга. Агар улар сақланиб қоладиган бўлса келажакда туризмнинг ва у билан боғлиқ бўлган меҳмонхона хўжаликлари хизматларининг ҳам улуши ошиб бориши мумкин.

Яна бир жиҳат, туризм, ахборот-коммуникация технологиялари, алоқа каби замонавий илғор хизматлар улушининг ортиб бориши дунё аҳолисининг фаровонлиги ва ҳаёт даражасининг сифати ошиб бораётганлигидан далолатдир. Бундай тенденциянинг қисқа вақтда мамлакатимизда кузатилаётганлиги ҳам жуда қувонарли ҳолдир.

Ҳозирги пайтда туризмнинг жаҳон мамлакатлари ЯИМдаги ҳиссаси сезиларли даражага эга. Жумладан, унинг улуши Испанияда 12 %ни, Миср Араб Республикасида 10 %ни, Грецияда 8 %ни, Германия Федератив Республикасида 8 %ни, Францияда 6-7 %ни, Ҳиндистонда 6,2 %ни, Сингапурда 5 %ни, Бельгия, АҚШ каби мамлакатларда 3 %ни ташкил қилади. Ўзбекистонда ушбу кўрсаткичнинг миқдори 1,8 %га тенг<sup>52</sup>, деб кўрсатилган.

Бундан шундай хулоса қилиш мумкинки, кўпгина мамлакатлар туризмни ривожлантириш эвазига иқтисодиётнинг юксалишига эришмоқда. Бундай имконият мамлакатимизда ва унинг ҳар бир ҳудудий бўлинмаларида ҳам мавжуд. Шу туфайли ҳозирги пайтда ушбу соҳани 2015 йилгача даврда ривожлантиришга мўлжалланган дастур ишлаб чиқилган ва барча саъй-ҳаракатлар шу дастурларда кўзда тутилган параметрларни бажаришга қаратилган.

Агар мазкур масалага чуқурроқ қарайдиган бўлсак, бу кўрсаткич, яъни туризмнинг мамлакат ЯИМдаги улушининг 1,8 %ни ташкил қилиши республикамиз учун жуда катта муваффақият ҳисобланади. Чунки юқорида келтирилган мамлакатларда туризмнинг тарихи жуда узоқ йилларга бориб тақалади. Аммо

<sup>51</sup> “2012 йил Ватанимиз тараққиётини янги босқичга кўтарадиган йил бўлади”. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислоҳ Каримовнинг 2011 йилнинг асосий ақудлари ва 2012 йилда Ўзбекистонни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисида сўзлаган нутқини ўрганиб бўйича мажмуанинг муаллифлари томонидан ҳисоб-китоб қилинган.

<sup>52</sup>Қудратов Ғ.Ҳ., Мусасев Ҳ.Ҳ. Ўзбекистоннинг инвестиция сиёсати ва унинг туризм хизмат бозорини ривожлантиришда тутган ўрни. //Ўзбекистонда туризм хизмат бозорини ривожлантиришнинг ижтимоий-иқтисодий муаммолари. Монография. – Т.: Иқтисодиёт, 2012. 288-289-бетлар.

мамлакатимизда ушбу соҳага асосий эътибор фақат мустақиллик йилларидан кейингина бошланди. Тоталитар замонда жуда кўп кадамжоларимиз, тарихий обидаларимиз минерал ўғитлар омбори ёки бошқа қандайдир маҳсулотлар сақланадиган жой, ҳеч бўлмаганда қаровсиз бино шаклида хароб бўлиб келинаётган эди. Уларнинг ҳаммаси асл ҳолига қайтарилганлиги ҳам миллатнинг юзини ёруғ қилиб, қалбини ғурурга тўлдирди, тафаккурини очди, десак хато бўлмайди. Бу саъй-ҳаракатлар ўзлигимизни англашимиз учун ҳам катта туртки бўлди ва имкониятлар эшигини очди.

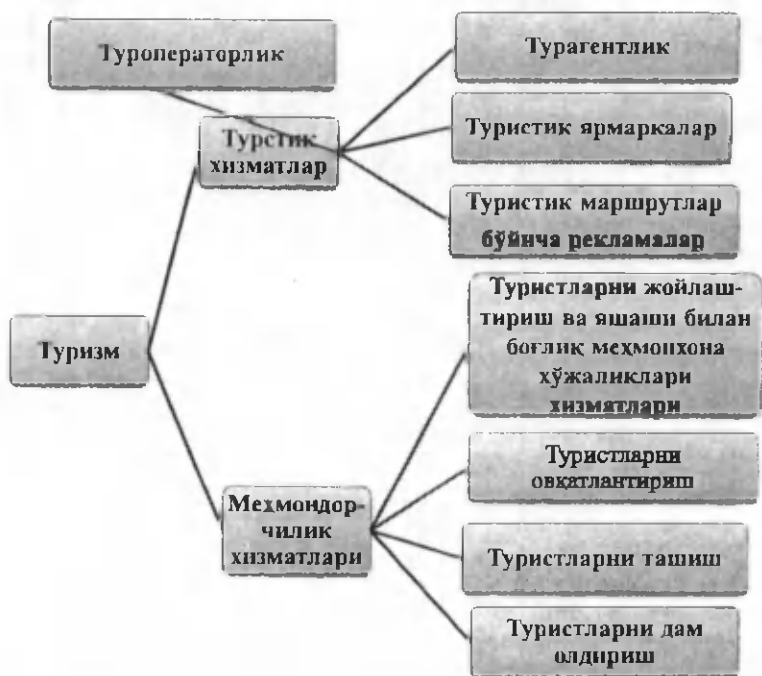
Булардан кўриниб турибдики, бу борада мамлакатимизда қилинаётган ишлар яқин келажакда туризмни иктисодиётимизнинг кўп тармоқли, йирик соҳасига айлантиради. Мазкур соҳада фаолият юритаётган субъектлар сони кескин ошади. Булар ўз навбатида, янги иш ўринларини яратиши туфайли аҳоли бандлигини таъминлаш, ҳаёт сифатини ошириш ва минтақалар иктисодиётини ривожлантиришда муҳим соҳага айланади.

## **2.2. Туризм хизматлари тизимида меҳмонхона хўжалиги хизматларининг ўрни, турлари ва уларнинг ўзига хос хусусиятлари**

Туризмда бир қанча хизматлар кўрсатилади. Уларни йирик икки гуруҳга бўлиш мумкин: туристик хизматлар ва меҳмондорчилик хизматлари. Меҳмондорчилик хизматлари ҳам бир қанча йўналишларга эга. Улардан бири меҳмонларни жойлаштириш ва вақтинча яшашини таъминлаш билан боғлиқ хизматлардир. Булар таркибига меҳмонхона хўжалиги томонидан кўрсатиладиган хизматлар ҳам киради. Уларнинг бир-бири билан боғлиқлиги қуйидаги расмда келтирилган (2.3-расм).

Меҳмондорчилик хизматлари, ўз навбатида яна бир қанча гуруҳларга бўлинади. Буларга биринчи галда меҳмонхона хўжалиги хизматлари, иккинчи галда эса уларни ташиш билан боғлиқ хизматлар кирди. Учинчидан, меҳмонхоналар овқатлантириш ва дам олиш билан боғлиқ хизматларни ҳам ўзлари ташкил қилиши мумкин. Аммо туристларнинг хоҳишига қараб улар бошқа шу соҳага ихтисослашган жойларда ҳам бундай хизматлардан баҳраманд бўлиши мумкин. Шу туфайли меҳмонхона хизматлари таркибига ҳозирги пайтда туристларга эрталабки нонуштани ташкил қилиш хизматлари киритилган ва уларнинг нархи ҳам ётоқ харажатлари

билан бирга калькуляция қилинади ва меҳмонхонага жойлаштириш баҳосига қўшилади.



**2.3-расм. Туризмда туристик ва меҳмондорчилик хизматларининг турлари\***

\*Манба: Тадқиқот натижасида муаллифлар томонидан шакллантирилди.

Туристларни жойлаштириш ва яшаши билан боғлиқ хизматлар туристик хизматларнинг таркибий қисми бўлиб, туристларни қабул қилиш ва тунашига тегишли шароит яратиб беришига қаратилган хизматлардир. Бу жараёнда уларга овқатланиш, дам олиш ва маиший хизматлар ҳам кўрсатилиши зарур. Аммо булардан ташқари яна бир қанча қўшимча хизматларни қилишлари ҳам мумкин. Бундай хизматларнинг турлари ва сифатига қараб меҳмонхоналарнинг категорияси ўзгариб такомиллашиб боради.

Шуни алоҳида таъкидлаш лозимки, туризмда банд бўлган ходимларнинг асосий қисми меҳмонхона хўжаликларидида фаолият юритмоқда. Тадқиқотларимизга кўра, туризмда банд бўлган барча ходимлар таркибидида меҳмонхона хўжалигидида банд бўлган ва у ерда

яшаш билан боғлиқ хизматларни кўрсатувчи ходимларнинг улуши 60 %дан юқорини ташкил қилади. Мос равишда туристик хизматларнинг ҳам 60 %дан ортиқроғи шу соҳа улушига тўғри келади.

Кўриниб турибдики, меҳмонхона хўжалиғи туризм соҳасида катта ўрин ва аҳамиятга эга. Шу туфайли туризмнинг ривожланишида ҳам меҳмонхона хўжалигининг роли катта. Туристлар асосий таассуротни туристик объектларни томоша қилиш билан олса-да, уларнинг мамлакатимиз ҳақидаги умумий хулосасида меҳмонхона хизматларининг ҳам роли ва ўрни беқиёс. Шу туфайли меҳмонхона хизматларига шунчаки хизматлар, деб эмас, балки халқаро аҳамиятга молик хизматлар сифатида ёндашишни тақозо қилади.

Туризмнинг ривожланишида яна бир аҳамияти жиҳатидан унча кам бўлмаган соҳа туристларни овқатлантириш соҳасидир. Бу соҳага ҳам охириги пайтларда талаб жуда ошиб кетди. Хусусан, овқатлар ва хизматларнинг сифати ушбу соҳанинг рақобатбардошлигини таъминловчи асосий кўрсаткичлардан бири бўлиб қолди. Ушбу соҳанинг шу икки жиҳати туристлардаги таассуротнинг бойишига, уларнинг келгусида ҳам шундай хизматлардан баҳраманд бўлиш истагининг пайдо бўлишига олиб келади.

Ҳозирги пайтда замонавий туризмни транспорт хизматисиз тасаввур қилиш қийин. Уларнинг барча турларидан, туристик субъектлар фойдаланиб келмоқдалар. Улар автомобил, темир йўл, ҳаво, сув каби транспорт воситаларидир. Улар туристларни яшаш жойидан туристик объект бор жойга ва қайта манзилларга етказишда хизмат қиладилар. Буларнинг қулайлиғи, хавфсизлиғи туристлар учун муҳим аҳамиятга эга. Ҳозирги шароитда туристик фирмаларнинг туристлар учун мўлжалланган махсус транспорт воситалари мавжуд. Бу туристлар учун ҳам туристик фирмалар учун ҳам қулайдир. Чунки турфирмалар туристларни ташиш учун ижарага автомобилларни ахтариб юрмайдилар.

Туристларнинг дам олишини турли кўнгилочар тадбирларни ташкил қилиш ҳам туристик хизматларнинг бир қисми ҳисобланади. Бунинг учун меҳмонхона жойлашган жойда боғлар (парклар), музей, театр, цирк, кутубхона, сув ҳавзалари, спорт заллари каби иншоотларнинг яқин ёки уларнинг бир қисми бевосита меҳмонхоналарнинг ўзларида бўлишини тақозо этади. Бунга ёндошув турли бўлиши мумкин. Туристларнинг хоҳишига биноан бир қисми

учун ташкил қилиниши ёки туристик йўналишларга киритилган бўлиши лозим.

### **2.3. Меҳмонхона хўжалигида кўрсатиладиган хизматларнинг турлари ва ўзига хос хусусиятлари**

Ҳозирги пайтда барча шаҳарларда ва туристик объектга эга бўлган қишлоқларда меҳмонхоналарнинг кўпайиши рўй бермоқда. Бунга эҳтиёж йилдан-йилга ошиб бормоқда. Бунинг бир қанча сабаблари бор. Буларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

1) аҳолининг яшаш даражаси ва даромади ошиб бориши туфайли, одамлар саёҳатга эҳтиёж сезаётганлиги;

2) одамларда мавжуд бўлган бўш вақтини мароқли ўтказиш иштиёқи пайдо бўлаётганлиги;

3) одамларнинг маданияти, диди ва интеллектуал савияси ошаётганлиги ҳамда уларда оламни билишга бўлган иштиёқнинг пайдо бўлиши;

4) аҳолида ҳаракатланиши учун тегишли шароитлар яратилганлиги, тезюрар поездлар жорий қилиниши, ҳар бир оилада ўзининг шахсий енгил машинага эга бўлиши;

5) хорижий мамлакатларга кириш ва чиқишнинг эркинлаштирилганлиги, виза режими йўлга қўйилганлиги;

6) дунёда глобаллашув ва интеграцион жараёнлар чуқурлашиб бориши ва одамларнинг бир мамлакатдан иккинчисига бориш зарурати пайдо бўлганлиги;

7) мамлакатлар иқтисодиёти, маданияти ва илмий соҳаларидаги интеграциялашув жараёнларининг давом этаётганлиги ва улар ўртасида кадрлар малакасини ошириш, тажриба алмашиш каби ишларнинг жонланганлиги кабилардир.

Ушбу омилларнинг барчаси пировардида ҳар бир ҳудуд ва мамлакатларда меҳмонхоналарга бўлган эҳтиёжнинг ошишига олиб келмоқда. Ҳозирги пайтда ушбу эҳтиёжни баҳолай билиш лозим. Ҳар бир ҳудудда, шаҳар ва қишлоқда, мамлакатда қачон ва қанча меҳмонхона барпо қилиш керак, деган стратегик прогноз кўрсаткичлар ҳар бир туман ва шаҳар маъмуриятида бўлиши керак. Мавжудларидан самарали фойдаланиш йўлини ишлаб чиқиш ҳам бугунги куннинг муҳим талабларидан бири бўлиб ҳисобланади.

Меҳмонхоналарни ривожлантиришда туристик объектлар билан бирга, тегишли инфратузилманинг шакллانганлиги ҳам муҳим аҳамиятга эга. Бунда туристик объектга ва меҳмонхоналарга борадиган



Йўлнинг, у ерга коммунал хизматларнинг талаб даражасида ташкил қилинганлиги, у ерда овқатланиш ва савдо шаҳобчаларининг ташкил қилинганлиги қабиларни киритиш мумкин.

Меҳмонхоналарни ривожлантиришга таъсир этувчи муҳим омиллар гуруҳига туризм соҳасига давлат томонидан бериладиган эътибор ҳам катта таъсир қилади. Буларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

- туризмни ривожлантиришга давлатнинг устувор вазифа сифатида қаралиши;

- мазкур соҳани тартибга солувчи меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар тизими яратилганлиги;

- туристларнинг ички ва ташқи ҳаракатини ташкил қиладиган турли туристик фирмалар фаолият юритиши;

- туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш масаласи тўлиқ қафолатланганлиги;

- туристик соҳада кўрсатиладиган хизматларнинг маълум андозаларга жавоб бераолиш даражаси ташкил қилинганлиги, уларга бериладиган лицензия ва сертификатлар мавжудлиги;

- туризмни ривожлантириш учун тегишли шароит яратилганлиги, унга ҳудудлар бўйича дастурлар асосида эришиш йўллари ишлаб чиқилганлиги;

- туризмга солиқ ва божхона тизимидаги имтиёзлар ва қулайликлар яратилганлиги;

- туризм соҳаси учун кадрлар тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш тизими ташкил қилинганлиги;

- туризмни ривожлантириш ва ундаги хизматларни диверсификация қилиш ҳамда сифатини оширишга қаратилган илмий тадқиқот ишлари олиб борилиши қабиларни киритиш лозим.

Ушбу омилларнинг ҳаммаси туризм ва меҳмонхоналарнинг ривожланиши учун асос бўлиб ҳисобланади. Кўриниб турибдики, меҳмонхона билан туризм бир-бири билан узвий боғлиқ бўлган субъектлар ва жараёнлардир. Уларни ривожлантиришга бир ёқлама қараб бўлмайди. Шу туфайли, иккаласини ривожлантиришнинг ягона дастури бўлмоғи лозим.

Меҳмонхона хизматлари ўзига хос хизмат тури бўлиб, вақтинча яшайдиган меҳмонларга жойлаштириш ва улар билан боғлиқ хизматларни қилади. Бундай хизматларни кўрсатадиган корхона меҳмонхона хўжалиги ҳисобланади.

Меҳмонхона хизматлари моҳиятига кўра уч гуруҳга бўлинади: асосий, қўшимча ва ёрдамчи. Буларнинг мазмуни қуйидаги жадвалда ўз ифодасини топган (2.1-жадвал).

Меҳмонхоналар миллийлигига қараб икки гуруҳга бўлинади. Биринчиси, миллий меҳмонхоналар бўлса ва иккинчиси, халқаро талабларга жавоб берадиган меҳмонхоналар, деб номланади ва улар жаҳон стандартлари талабларига тўлиқ жавоб беришлари лозим. Аммо халқаро стандартлар бўйича меҳмонхоналар бир қанча категорияларга бўлинади. Бу категориялар уларда кўрсатиладиган хизматларнинг сони ва сифати билан фарқ қилади. Масалан, бир юлдузли, икки юлдузли, уч юлдузли, тўрт юлдузли, беш юлдузли ва ҳ.к.

## 2.1-жадвал

### Меҳмонхона хизматларининг моҳиятига кўра турлари ва уларнинг тавсифи\*

№	Меҳмонхоналарда кўрсатиладиган хизматлар тури	Кўрсатиладиган хизматларнинг кўлами ва мазмуни
1.	Асосий хизматлар	Асосий хизматларга меҳмонларни жойлаштириш ва белгиланган вақтда яшаш учун зарур бўлган хизматлар қиради. Булар: меҳмонларга жойларни брон қилиш, уларни кутиб олиш, жойлаштириш, кузатиш, хоналарни тозалаш кабилардан иборат. Ушбу хизматлар учун олинадиган ҳақ меҳмонхона номерини банд қилганлиги учун тўлов таркибига қиради
2.	Қўшимча хизматлар	Меҳмонхоналарда мижозларнинг хоҳиш ва талаби бўйича бир қанча қўшимча хизматлар ҳам кўрсатилиши мумкин. Масалан, меҳмон фито ванна қилиб беришни, кийимларини кимёвий тозалаш, ювиш, дазмоллаш каби хизматларни талаб қиладиган бўлса, улар албатта бажарилади. Аммо бундай хизматлар учун мижоз қўшимча ҳақ тўлайди
3.	Ёрдамчи хизматлар	Бундай хизматларга асосий хизматларни тўлдирувчи хизмат турлари қиради. Масалан, буларнинг таркибига хорижий меҳмонларни рўйхатга олиш билан боғлиқ хизматлар, таржимонлик хизмати, турли савдо хизматлари, уқалаш (массаж), давлатлараро телефон алоқаларини улаб бериш кабиларни киритиш мумкин. Ушбу хизматларнинг айрим қисмлари меҳмонхона нархига кирган бўлиши мумкин. Аммо асосий қисми қўшимча ҳақ эвазига кўрсатилади

\* Мабда: Тадқиқот натижасида муаллифлар томонидан шакллантирилди

Меҳмонхона хўжалигида кўрсатиладиган хизматлар тури ва уларнинг ўзига хос хусусиятлари бўйича турли қарашлар мавжуд. Чунки меҳмондорчилик турли мамлакатларда турлича ва уларнинг урф-одатларига мос ҳолда ташкил қилинади. Бу эса, уларнинг ҳар бирида ўзига хос хусусиятларни ҳам белгилайди. Одатда меҳмонхона сервиси индустриясининг ўзига хос мақсади бор. Бу бевосита иш бўйича учрашувларни, мажлислар, конференциялар ўтказилишини ташкил этишга, туристларнинг дам олиш ва кўнгилочар тадбирларини уюштиришга кўмаклашадиган, тадбиркор ва ҳудудга даромад келтирадиган жамият ҳаётида муҳим аҳамиятга эга бўлган хўжалик юритувчи субъектдир.

Кўриниб турибдики, меҳмонхоналар мамлакат ижтимоий-иқтисодий ҳаётида худди транспорт, алоқа, саноат ва бошқа соҳалар сингари объектив зарурдир. Мазкур соҳа ўз имкониятларидан келиб чиқиб меҳмонларга тегишли хизматларни кўрсатадилар. Бу уларнинг асосий фаолияти мазмунини ташкил қилади. Қандай меҳмонхонада дам олиш ва қандай хизматлардан фойдаланиш дам олувчи инсонларнинг моддий ҳолатидан, яшаш даражаси ва маданий савиясидан дарак беради.

Меҳмонхона хўжалиги бир қанча фаолият турларини бирлаштирувчи ва аҳолига хизмат қилишга қаратилган хизматларнинг муҳим қисмини ташкил этади. Меҳмонхона хўжалиги ўз мижозларига хизматни махсулот сифатида тақдим этади. Шу тўғрисида меҳмонхона хизмати — бу махсус ўқитилган ва ишга ўргатилган хизмат қилувчи ходимларнинг мижозларга кўрсатиладиган хизматлар тизими сифатида намоён бўлади. Мазкур хизматлар меҳмонларнинг талабларини кондиришга қаратилган фаолият ҳисобланади.

Маълумки, меҳмонхона хўжалиги меҳмонларга сервис хизматини (жойлаштириш, яшаш, маиший-рўзгор техникасидан фойдаланиш, овқатлантириш ва спорт-маданий объектлардан фойдаланиш ва х.к.) кўрсатадиган махсус субъект сифатида иқтисодийнинг алоҳида соҳаси ҳисобланади. Ушбу субъект хизматларининг нархига меҳмонларга қулайликни туғдириш билан боғлиқ минимал хизмат турлари киритилади. Меҳмонлар ўзларининг истагига қараб яна бир қанча қўшимча хизматлардан фойдаланади. Меҳмонхона ходимларининг вазифаси кўрсатиладиган асосий хизматлар билан қўшимча хизматларни ҳам сифатли тарзда

кўрсатишдан ва кўпроқ маблағ ишлаб олишдан иборатдир. Бу бозорнинг талабига мос ҳаракат бўлади.

Маълумки, ўзининг функционал вазифасига кўра меҳмонхона хизматлари моддий ва номоддий (баъзи тадқиқотчилар буларни ижтимоий-маданий деб номлайдилар) хизматларга бўлинади.

Моддий шаклдаги меҳмонхона хизматлари турли қулайликка эга бўлган номер фондини таклиф қилиш шаклида амалга оширилади. Бундай хизматларга номерга нонуштани узатиш, компьютер билан таъминлаш ва бошқа қўшимча хизмат турларини кўрсатишдан иборат.

Моддий бўлмаган хизматлар шаклига: меҳмонхонага шифокорни чақириш, шаҳарда гастролга келган бадий жамоалар тўғрисида маълумот тўплаш, давлат корхоналари иш вақтини аниқлаб бериш ва бошқа номоддий характердаги хизматлар қиради.

Меҳмонхона хўжаликлари хоҳлаган кишига жойлаштириш билан боғлиқ бўлган хизматларни кўрсатади. Унинг ушбу фаолияти бошқа субъектлардан фарқли жиҳатини белгилайди. Меҳмонхона хизматлари хизматларнинг асосий турларидан иборат бўлиб, у вақтинча яшаш учун тураржой билан таъминлаш ва қўшимча хизматларни кўрсатишга мўлжалланган. Шу туфайли уларнинг ҳажми, сифати, хизматга бўлган талаби каби жиҳатлари барқарор эмас. Бу ҳам ушбу хизматларнинг ўзига хослигидан далолат беради.

Шуни таъкидлаш жоизки, меҳмонларни (туристларни) овқатлантириш, уларга маиший, алоқа хизматлари, спорт, тиббий, хордик чиқариш каби хизматларни кўрсатиш бевосита меҳмонхонанинг функциясига кирмаса-да, турист (меҳмон)ларга қулайликни таъминлаш учун уларни ҳам бирлаштиришга тўғри келади. Буларга меҳмонхона сервисининг хусусияти сифатида қараш мумкин, чунки бу хизматлар бевосита унга фойда келтирмаса ҳам, ammo маҳсулотнинг бир қисми «меҳмонхона хизмати» деб аталади.

Маълумки, тўланиши нуқтаи назаридан, қўшимча хизматлар пуллик ва бепул хизматларга бўлинади.

Меҳмонхона хўжалиги хизматлари (асосий ва қўшимча, пуллик ва бепул) асосан вақтинча яшашга келган меҳмонларга (туристларга) кўрсатилади. Лекин шуни эътироф этиш керакки, меҳмонхонанинг асосий хизмат турига кирмаса-да уларнинг меҳмонларга овқатланиш хизматини кўрсатишга мажбур. Чунки ҳар бир меҳмонхонани овқатлантириш хизматисиз тасаввур қилиш кийин. Овқатлантириш хизматларини амалга ошириш меҳмонхоналарда овқатланиш

хизматларини кўрсатиш қоидалари асосида амалга оширилади. Унда овқатнинг сифатига алоҳида аҳамият берилади. Овқатнинг сифати ҳам меҳмонхона хизмати сифатининг таркибий қисми сифатида баҳоланади.

Меҳмонхоналарда жойлашган меҳмонларга (туристларга) сифатли хизмат кўрсатишни ташкил қилиш учун унинг қошида жойлашган умумий овқатланиш шахобчаларида, алоқа ва маиший хизмат кўрсатиш жойларида, меҳмонхонада яшовчиларга навбатсиз хизмат курсатилиши кўзда тутилган. Шу туфайли ҳозирги пайтда меҳмонхона эгалари тадбиркорликни имкон қадар меҳмонларни овқатлантириш шахобчалари билан бирга олиб бормоқда. Улар бошқа-бошқа субъектлар бўлган тақдирда ҳам бир-бири билан ҳамжиҳатликда фаолият юритишлари лозим. Акс ҳолда иккаласига ҳам зарар бўлиши мумкин.

Овқатланиш ташкилотлари кўп ҳолларда меҳмонхонанинг таркибий бўлинмаси бўлиб ҳар хил турдаги ва нарҳдаги хизматларни кўрсатади. Умумий овқатланиш ташкилотлари турли иш тартиби ва категорияси билан бир-биридан фарқ қилади. Аммо кўпинча улар таркибида ресторанлар кўпроқ учрайдилар. Мазкур шахобча оммавийлиги ва қулайлиги билан фарқ қилади.

Ресторан хўжалигининг меҳмонхона таркибий қисми сифатида фаолият юритиши ўзига хос хусусиятларга эга. Бу хусусиятлар қуйидагилардан иборат:

- меҳмонхонада мижозларга кўрсатиладиган хизматга қўшимча хизмат сифатида қаралади;

- меҳмонларни нонушта билан таъминлаш, ҳозирги тартибга асосан меҳмонхонада яшаш нарҳига киритилади;

- меҳмонхонада жойлашган овқатланиш ташкилотларида доимий яшовчи фуқаролар контингенти мавжуд бўлмайди;

- умумий овқатланиш ташкилотларининг умумий меҳмонхона даромади таркибида бошқа кўрсатиладиган қўшимча хизматлар даромадидан анча катта бўлади.

Овқатланиш хизмати, меҳмонхона қошида ташкил этиладиган ва уларнинг эгаси бир шахс бўлса муаммо юзага келмайди. Аммо бу хизмат алоҳида субъектлар бўлса, унда уларга ўз маҳсулотларини тайёрлаб, меҳмонхона мижозларига ва бошқа фуқароларга сотиш учун тегишли шароит яратиб бериши лозим.

Меҳмонхона хўжалиги томонидан кўрсатиладиган хизматлар ўзига хос хусусиятларга эга. Бу борада жуда кўп фикрлар айтилган.

Биз уларни умумлаштириб, куйидаги хусусиятларини таъкидламоқчимиз:

- мазкур хизматни сақлаб туриш имконияти чекланганлиги;
- меҳмонхона сервиси хизматларига талаб мавсумий характерга эга эканлиги;
- меҳмонхона хизматлари истеъмолчиларининг тез-тез ўзгариб туриши;
- ҳар бир истеъмолчининг хизматга бўлган талаблари бир-бирига ўхшамаслиги;
- меҳмонхона хизматларининг ва саёҳат мақсадининг бир-бирига боғлиқлиги;
- меҳмонхона ходимларининг хизматларни кўрсатишда кенг иштирок этиши ва уларнинг ранг-баранглиги;
- хизматларнинг зудлик билан бажарилиши ва уларнинг индивидуал характерга эгалиги;
- меҳмонхона хизмати нархининг ташқи омилларга (коммунал хизматлар нархига, овқатларнинг нахи кабиларга) ҳам боғлиқлиги;
- меҳмонхона махсулотларини хизмат шаклида истеъмол қилиш ва ишлаб чиқаришнинг вақт бўйичатақсимланиши;
- меҳмонхона хизматлари ишлаб чиқарилган товар каби тўпланиб ва сақланиб кейин сотилишини кутиб туролмайди;
- меҳмонхона хизматларини хоҳлаган жойга, хоҳлаган вақтда кўчириш мумкин эмаслиги;
- сифатнинг доимий бўлмаганлиги.

Меҳмонхона хизматларининг хусусиятларини таҳлил қилиш ва уларни тавсифлаш долзарб масалалар сирасига киради. Чунки, меҳмонхонага келган меҳмон (турист) бир неча йилда бир марта келиши мумкин. У яхши дам олиши учун маълум миқдорда маблағларни ҳам мўлжаллаб келади. Уларга хизмат кўрсатиш ва тегишли даромадни қўлга киритиш лозим бўлади. Агар меҳмон бирор хизматни сўраса, уни ташкил қилиб бера олмаса, у қайтиб тикланиши мумкин бўлмаган йўқотиш бўлиб ҳисобланади. Шу туфайли меҳмонхона хизматига алоҳида ва ўта жиддийлик билан ёндашиш лозим. Шу туфайли сотилмаган меҳмонхона хизматлари – кайтариб бўлмайдиган даромадни қўлдан бой бериш билан баробар.

Меҳмонхона хизматларининг яна бир хусусияти уларнинг мавсумийлигидир. Мавсум пайтида туристлар оқими кўп бўлади. Аммо бошқа пайтларда меҳмонларнинг келиши маълум бир мавзуга боғлиқ бўлиши ҳам мумкин. Масалан, турли илмий конференция,

симпозиум, семинар, делегацияларнинг расмий ташрифи билан боғлиқ ҳаракатлар кабилар.

Меҳмонхона хизматларининг бозори кўчмас бозорлиги билан ҳам фарқ қилади. Масалан, меҳмонхона хизматига талаб пасайганда меҳмонхона ўз хизматларини бошқа жойга кўчириш ёки бошқа вақтга ўтказиш имкони йўқ. Шу туфайли меҳмонхоналарнинг тўлиш коэффиценти турли даврларда турлича. Самарқанд шаҳридаги меҳмонхоналарда ушбу кўрсаткич тадқиқ қилинганда уларнинг турли даврларда турлича эканлигининг гувоҳи бўлдик. Тадқиқотларимизга кўра, йилнинг май-июнь ойларида меҳмонхоналарнинг тўлиш коэффиценти 80-87 фоизни ташкил қилади. Июль-август ойларида 72-80 фоизларга тўғри келади. Сентябрь ва октябрь ойларида 82-89 фоизга тенг. Қолган даврларда меҳмонхоналарнинг тўлиш коэффиценти ўртача 10-50 фоизни ташкил қилади.

Шуни таъкидлаш жоизки, айрим меҳмонхоналарда йил давомида тўлиш коэффиценти сезиларли камайиб кетмайди, бироқ айримларида бу кўрсаткич ўртача 10 %ни ташкил этади.

Мамлакатимизнинг курорт жойларида жойлашган меҳмонхоналар бир йилда 6-7 ой мобайнида тўлади ва шу вақтда асосий даромадини олади. Йилнинг бошқа фаслларида фақат харажатларни минимал даражада ушлаб туришга ҳаракат қилади.

Мамлакатимизнинг йирик шаҳарларида, жумладан Тошкент шаҳри ва вилоят марказларида санокли меҳмонхоналар борки, уларда тўлиш коэффицентида катта тебраниш юз бермайди. Уларнинг ўртача тўлиш коэффиценти 60 %дан юқорироқ бўлади.

Тадқиқотларимизга кўра, мамлакатимиздаги кўпгина меҳмонхоналар бозор тамойилларига амал қилган ҳолда фаолият кўрсатмайди. Масалан, миқозлар етишмовчилиги шароитида уларни жалб қилиш учун нархларни маълум фоизга тушириши лозим ва бу ҳақда барча воситалар орқали реклама бериш мумкин. Аммо бу амалиётда жуда кам. Халқаро тажрибада бундай ҳолларда меҳмонхонанинг нархи 20-30 %га камайтирилади. Ҳозирги вақтда, масалан, Россияда меҳмонхоналарнинг тўлиш коэффиценти 57,4 %ни ташкил этади, дунё бўйича машҳур меҳмонхоналарда 85 %дан ошмайди. Масалан, Ritz-Carlton меҳмонхоналарида бу кўрсаткич 70 %ни ташкил қилади, яъни шу соҳадаги кўрсаткичлардан 9 % кўп. Мазкур меҳмонхона тажрибасини оммалаштириш бўйича

махсус китоб ҳам нашр қилинган<sup>53</sup>. Европада эконоом класс меҳмонхоналарнинг тўлиш коэффиценти 62,3 %, люкс класс типигаги меҳмонхоналарда бу кўрсаткичнинг миқдори 68,9 %ни ташкил қилади<sup>54</sup>.

Меҳмонхоналарда хўжалик фаолиятининг натижалари талаб ҳажмига боғлиқ, чунки эксплуатация харажатларининг доимий қисмибарча харажатларнинг етакчи қисмини ташкил этади. Ўзгарувчан харажатлар мос равишда меҳмонлар кам бўлган пайтда кам бўлиши мумкин. Аммо меҳмонлар кам бўлган пайтларда ҳам асосий фондларнинг амортизацияси, ойлик маошининг катта қисми, эксплуатация, коммунал харажатлар кабилар деярли камаймайди. Уларнинг улуши барча харажатлар таркибида ярмидан кўпини ташкил қилади. Бу эса, меҳмонхона хўжаликларининг молиявий-хўжалик фаолиятида харажатларга катта эътиборни талаб этади.

Айрим тадқиқотчиларнинг эътироф этишича меҳмонхона хизматларининг ўзига хослиги бевосита фуқароларнинг саёҳат мақсадларига боғлиқ эмаслиги билан ҳам характерланади. Масалан, Н.И. Кабушкин ва Г.А. Бондаренко<sup>55</sup> аниқлаганларидек, инсоннинг бирон жойга бориши у ерда меҳмонхона бор-йўқлигига боғлиқ эмас, балки дам олиш, спорт билан шуғулланиш, даволаниш, чўмилиш каби сабаблар билан ҳам бориши мумкин. Одамлар ўзларининг меҳнат таътили вақтида бирон жойга сафар қилишни мўлжаллаган бўлса, олдин ўша жой, худуд, давлатни кўришни режалаштиради. Фақат бундан кейингина қандай меҳмонхонада жойлашиши ҳақида ўйлайди. Аммо бундай кетма-кетлик ҳамма вақт ҳам амалга ошавермайди. Танлов бошқа тартибда ҳам бўлиши мумкин, инсон фақат маълум меҳмонхона хизматларидан фойдаланмоқчи бўлса, у олдин меҳмонхонани танлаши ҳам мумкин.

Меҳмонхона хўжалиги томонидан кўрсатиладиган хизматларнинг яна бир хусусияти шундаки, унда саноатдагидек йирик техника ва технологиялардан фойдаланилмайди. Бунда асосий куч хизмат қилувчи ходимлар, яъни инсон омили бўлиб ҳисобланади. Меҳмонхона хўжаликлари хизматини кўрсатиш жараёнида инсон омилининг иштирок этиши ва ҳал қилувчи роль ўйнаши, улар

<sup>53</sup>Мичелли Дж.А. Ritz-Carlton: золотой стандарт гостиничного бизнеса нового тысячелетия. /Джозеф Мичелли; /Пер. с англ. В.С.Иващенко. –М.: Эксмо, 2009. – 320 с.

<sup>54</sup>Волков Ю.Ф. Гостиничный и туристический бизнес. Изд. 2-е. – Ростов н/Д.: Феникс, 2009, с. 57.

<sup>55</sup>Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов. – Минск: Новое знание, 2002, с. 58.



кўрсатадиган хизматларнинг бир хил маромда ва сифатда бўлмаслигига олиб келади, сифатнинг ўзгарувчанлиги эса, ушбу хизматларни стандартлаштириш имкони йўқлигини кўрсатади. Булар пировардида меҳмонхона хизматларини ривожлантириш соҳасида ҳали анча муҳим муаммолар борлигидан далолат беради.

Мазкур соҳа мутахассисларидан бир гуруҳи С.Д. Ильенкова раҳбарлигида ушбу жараёни бошқачароқ талқин қилади. Уларнинг таъкидлашича: "... Ҳар бир меҳмон – фақат ўзига кўрсатиладиган хизмат жараёни билан чекланиб қолмайди. Юриш-туриш ва яшаш қоидаларига кўра у бошқа меҳмонларга ҳам кўрсатилаётган хизматлардан мамнун бўлиш лозим..."<sup>56</sup> (таржима бизники – Ҳ.Р). Кўриниб турибдики, меҳмонхона хизматининг сифатига истеъмолчилар томонидан қўйиладиган талаблар юқори. Ушбу масала шу жиҳати билан ҳам ўзига хос хусусиятларга эга.

Меҳмонхона хизматларининг муҳим хусусиятларини тадқиқ этувчи айрим изланувчиларнинг фикрига кўра, меҳмонхона хизматларида вужудга келадиган муаммоларни зудлик билан ҳал этиш зарур. Мазкур омил жойлашиш жойига қараб танланадиган омил билан бирга ўта муҳим ҳисобланади. Қатор меҳмонхона хизматларини кўрсатиш Н.И. Кабушкин ва Г.А. Бондаренколарнинг таъкидлаши бўйича ўта қисқа муддатларда, ҳатто дақиқалар билан ўлчанади<sup>57</sup>. Меҳмонхона хўжалигининг бу хусусиятини С.Д. Ильенкова ҳам таъкидлаб қуйидаги аниқликни киритади: "...меҳмон учун меҳмонхона хизмати уни тақлиф жараёни билан чамбарчас боғланган. Меҳмонларга сифатли хизмат кўрсатилиши керак..."<sup>58</sup>.

Мамлакатимиз олимларидан М.Қ. Пардаев, Ғ.Ҳ. Қудратов, Б.Ҳ. Тураев, И.С. Тухлиев, А.Н. Халикулов, Х.М. Маматкулов, Қ.Ж. Мирзаев қабилар ҳам меҳмонхона хизматларининг ўзига хос хусусиятларини келтирганлар. Уларда битта хусусият барчасининг ишларида такрорланади. Бунда барча хизматлар ишлаб чиқариш ва истеъмол қилиш жараёнларида бир вақтда содир бўлишидир. Яна бир жиҳат айрим хизматлар борки, бир вақтнинг ўзиде, ишлаб чиқариш жараёнларининг ва истеъмол қилишнинг бир-биридан узилмас

<sup>56</sup> Управление качеством: Учебник для вузов / Под ред. С.Д. Ильенковой. – М.: Юнити-Дана, 2004, с. 78.

<sup>57</sup> Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов. – Минск: Новое знание, 2002, с. 58.

<sup>58</sup> Управление качеством: Учебник для вузов / Под ред. С.Д. Ильенковой. – М.: Юнити-Дана, 2004, с. 78.

характерда бўлмаслигидир. Ҳамма вақт ҳам бу жараён содир бўлмайди. Баъзи меҳмонхона хизматларини амалга оширишда мижоз бевосита иштирок этмайди ва у меҳмоннинг кўз олдига бўлмайди. Аммо меҳмонхона хўжалиги учун мазкур жараёнларнинг содир бўлиши заруратдир. Бевосита хизматни амалга ошириш учун олдин тайёргарлик ишларини олиб боришни тақозо этади. Бунга талаб бўлган вақтда ўша захоти амалга ошириш учун мўлжалланган хизматлар ҳам талайгина. Бунга мисол қилиб эрталабки нонуштани беришнинг бир қанча усулларини, чойшаблар ва сочиқларнинг ювилганларини алмаштириш учун олдиндан тайёрлаб қўйилиши кабиларни айтиш мумкин.

Меҳмонхона бўлинмаларида хизмат кўрсатувчи маъмурий ходимлар, юк кўтарувчилар, номерларни тозаловчи фаррошлар ва бошқа хизмат қилувчи ходимлар меҳмонхонада доим тайёр бўлиб туришини ва бир вақтнинг ўзида меҳмонларга бирданига хизмат кўрсатиш заруратидан келиб чиқиб, уларнинг ўз иш жойларида бўлиб туришини тақозо этади. Аммо меҳмонхонада ҳамиша меҳмонлар тўла бўлмайди. Шунинг учун доимий равишда ходимларни ушлаб туриш меҳмонхона учун унчалик самарали эмас.

Аммо бундай шароитнинг ҳам самарали йўлини топиш мумкин экан. Мамлакатимиздаги айрим меҳмонхоналар ва чет эл меҳмонхоналари тажрибаси тасдиқланмоқдаки, мазкур қарама-қаршилиқни меҳмонхонада бригада усулида хизмат кўрсатиш ва касбларни алмаштириш ҳамда бир кишини кўп функцияли қилиб тарбиялаш йўли билан ҳал қилиш мумкин.

Меҳмонхонада кўрсатиладиган хизматларнинг навбатдаги хусусияти кўрсатилаётган хизмат сифатини назорат қилиш муаммоси мавжудлигидир. Меҳмонларга кўрсатиладиган ҳар бир хизмат ходимлар томонидан бир хил даражада амалга ошмайди. Бирига бундай хизмат қилинса, иккинчисига айнан шундай хизмат қилишга ҳамиша ҳам эришавермайди. Шунинг учун кўрсатилган хизмат сифатини аниқлаш бутун меҳмонхона хизматчиларининг ўзини тутишига, маданий савиясига, мулоқот қилиш даражасига, кўрсатиладиган ва ўлчанадиган хизматларни маромига етказиб бажарилиши кабиларга таянган ҳолда амалга оширилади.

Хуллас ўзларининг яшаш жойидан туристик мақсадлар учун чиққан кишига ҳар томонлама қулайликлар ва барча талаб ва истакларини қондиришга қаратилган хизматларни бажариш, уларнинг таассуротни яхшилаш билан бирга кўпроқ маблағларни ҳам

туширишга хизмат қилади. Шу туфайли туризмни ривожлантиришга кенг қамровли масалаларни инобатга олган ҳолда ёндашишни тақозо этади.

#### **2.4. Меҳмонхона ҳўжалигида кўрсатиладиган хизматлар, уларнинг мазмуни билан боғлиқ назарий масалалар**

Кишилиқ тарихида жуда кўп ҳаётий заруратдан келиб чиққан хизматлар мавжуд. Улардан бири меҳмонхона ҳўжалиги томонидан кўрсатиладиган хизматлар ҳисобланади. Чунки одамларнинг бир жойдан иккинчи жойга турли сабаблар билан бориши (хизмат сафари, дам олиш, туристик мақсадлар, даволаниш ва бошқа меҳмондорчиликнинг турлари бўйича) қадимдан давом этиб келмоқда ва ҳозир ҳам жуда қизгин жараён сифатида ҳаётимизнинг бир қисмига айланиб қолмоқда. Шу туфайли хизматларни хизматнинг ушбу тури ҳам хизматлар тизимида ривожланиб бормоқда.

Меҳмонхона ҳўжалигида кўрсатиладиган хизматлар хизматлар тизимида ҳам ўзига хос хусусиятларга эга. Буларни аниқлаш ва ўрганиш учун мазкур хизмат билан боғлиқ бўлган бир қанча атамаларга аниқликлар киритишни тақозо этади. Булар жумласига “Меҳмон”, “Меҳмонхона”, “Меҳмонхона ҳўжалиги”, “Меҳмонхона ҳўжалиги томонидан кўрсатиладиган хизматлар”, “Меҳмонхона индустрияси”, “Меҳмонхона бизнеси” кабиларни киритиш мумкин. Ушбу тушунчаларнинг таърифларини ишлаб чиқиш натижасида меҳмонхона ҳўжалиги кўрсатадиган хизматларнинг ўзига хос хусусиятларига аниқликлар киритилиб борилади.

Мазкур тушунчалар бўйича илмий адабиётларда ҳам турли фикрлар айтилган. Аммо биз 5 томлик “Ўзбек тилининг изоҳли луғати”да берилган изоҳларига таянган ҳолда ўз қарашларимизни изоҳлаймиз.

“Ўзбек тилининг изоҳли луғати”да “Меҳмон” сўзи форс тилидан олинган бўлиб, “меҳмон, ташриф буюрувчи”<sup>59</sup> маъноларини англатиши таъкидланган. Сўнгра унга учта изоҳ берган. 1. Тўй, зиёфат ва ш.к. муносабати билан йўқлаб келган (борган) шахс. 2. Мажлис, йиғилиш, кенгаш ва ш.к.га четдан чақирилган шахс. 3. Четдан ташриф буюрган, вақтинчалик қўнган шахс<sup>60</sup>. Буларни

<sup>59</sup>Ўзбек тилининг изоҳли луғати: 80000 дан ортиқ сўз ва сўз бирикмаси. Ж.И. Таҳрир ҳайъати: Т.Мирзасев (раҳбар) ва бош.; ЎзР ФА Тил ва адабиёт ин-ти. – Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” Давлат илмий нашриёти, 2006. – 586 бет.

<sup>60</sup>Уша жойда. – 586 бет.

умумлаштириб, меҳмон сўзининг таърифини ишлаб чиқиш мумкин. Фикримизча, меҳмонга қуйидагича таъриф бериш лозим, деб ўйлаймиз. Меҳмон дейилганда, турли сабабларга кўра (мажлис, йиғилиш, кенгаш, тўй, зиёфат) шаҳарга (қишлоққа, хонадонга) вақтинчалик ташриф буюрган шахс тушунилади.

“Меҳмонхона” сўзига ҳам мазкур луғатда “(меҳмон + хона)”, деб кўрсатиб, иккита изоҳ берилган. “1. Меҳмон кутиладиган уй. 2. Мусофирларнинг вақтинча туриши учун жиҳозланган хоналардан иборат бино”<sup>61</sup>. Кўриниб турибдики, меҳмонхона лўнда қилиб айтиладиган бўлса, меҳмонларни кутиб оладиган хона, уй каби махсус бинолардан иборат. Аммо унинг илмий таърифини ҳам бериш лозим бўлади. Фикримизча меҳмонхонага қуйидагича таъриф бериш мумкин. Меҳмонхона дейилганда, турли сабаблар билан ташриф буюрган меҳмонларни кутиб оладиган ва уларнинг қисқа вақт давомида эркин яшашини таъминлайдиган, тегишли шароитларга эга бўлган махсус бино тушунилади.

“Меҳмонхона хўжалиги” деган сўз бирикмаси “Ўзбек тилининг изоҳли луғати”да келтирилмаган. Ушбу сўз меҳмонхонадан фарқ қилади. Биринчидан, меҳмонхона ҳамиша фойда олишни кўзлаб очилмайди. Масалан, бунга шахсий хонадондаги меҳмонхонани мисол қилиб келтириш мумкин. Аммо меҳмонхона хўжалиги кўпинча тадбиркорлик асосида ташкил қилинган бўлиб, маълум ҳақ олишни кўзлаб ташкил қилинган бўлади. Иккинчидан, меҳмонхоналарда ҳамиша ҳам хўжалик фаолияти амалга оширилмайди. Аммо меҳмонхона хўжаликларида хўжалик фаолияти содир бўлади ва у тадбиркорлик субъекти сифатида рўйхатдан ўтказилган, тегишли рухсатнома олинган ва фойданинг бир қисмини солиқ шаклида давлат бюджетига тўлаш мажбуриятини олган бўлади. Булардан келиб чиқиб, меҳмонхона хўжалигига таъриф бериш мумкин. Меҳмонхона хўжалиги дейилганда, меҳмонларга тегишли шароитни яратиш мақсадида тадбиркорлик субъекти сифатида рўйхатдан ўтказилган, ушбу фаолият билан шуғулланиш учун тегишли рухсатномага эга ва фойданинг бир қисмини солиқ шаклида давлат бюджетига тўлаш мажбуриятини олган меҳмонларга хизмат кўрсатиш фаолияти билан шуғулланувчи юридик ёки жисмоний шахс тушунилади.

Меҳмонхона хўжалиги томонидан кўрсатиладиган хизматлар масаласи назарий жиҳатдан тадқиқ этилганда “Меҳмонхона хўжалиги

<sup>61</sup>Ўша жойда. – 587 бет.

томонидан кўрсатиладиган хизматлар” тушунчасига ҳам изох беришни тақозо этади. Бунда меҳмонхона ва кўрсатиладиган хизматларнинг мазмунидан келиб чиқиш мумкин. Ушбу айтилганлардан келиб чиқиб, мазкур тушунчанинг ҳам таърифини ишлаб чиқиш мумкин. Фикримизча ушбу тушунчага қуйидагича таъриф бериш мумкин. Меҳмонхона хўжалиги томонидан кўрсатиладиган хизматлар дейилганда, меҳмонларнинг қулай яшашини таъминлашга қаратилган, белгиланган ҳажмдаги ҳақ эвазига барча кўрсатиладиган хизматлар (меҳмонларни жойлаштириш, овқатлантириш, ташиш, томоша қилдириш, кўнгилочар тадбирларни ташкил қилиш ва б.) мажмуи тушунилади.

Ҳозирги шароитда туризмни ривожлантириш, шу асосда иқтисодийни юксалтиришда меҳмонхона индустриясининг ҳам аҳамияти катта. Шу туфайли ушбу тушунчанинг ҳам таърифини ишлаб чиқиш мақсадга мувофиқ, деб ўйлаймиз. Илмий адабиётларда “Меҳмонхона индустрияси” атамасига бир қанча таърифлар берилган ва уларнинг мазмуни изохли луғатларда келтирилган. Масалан, Х.М. Маматқулов эътироф этишича меҳмонхона индустриясига ҳозирги замон ишлаб чиқариш корхонаси, сервис муассасаси ва ташкилоти сифатида қарайди<sup>62</sup>. “Ушбу жой қисқа муддатда дам олиш, ишбиларманлик учрашувлари ёки шахсий мақсадларда ташриф буюрувчиларга хизмат кўрсатишга ихтисослашган”<sup>63</sup>. Қуйида у кишининг мазкур тушунчага берган чуқурроқ изохини кўраимиз. “Меҳмондорчилик индустрияси сервис фаолияти, меҳмонларни жойлаштириш, умумий овқатланиш, ташиш, дам олиш (рекреация), кўнгил очиш каби хизматлар ва бўғинларни ўз ичига олади. Меҳмондорчилик индустрияси ўзининг мақсадли мўлжалига кўра дам олиш индустрияси ва туризм индустрияси инфратузилмалари таркибига киради ва уларнинг отеллари, овқатланиш марказлари ва инфратузилмалари билан ҳамкорликда келувчиларга хизмат кўрсатиш сегменти ҳисобланади”<sup>64</sup>.

Ушбу изохга кўра, меҳмонхона индустрияси ҳам меҳмондорчиликда муҳим аҳамиятга эга экан. Буларни инобатга олиб унга қуйидагича таъриф беришни мақсадга мувофиқ деб топдик. Меҳмонхона индустрияси дейилганда, меҳмонхоналар, улардаги

<sup>62</sup>Маматқулов Х.М. Хизмат кўрсатиш соҳасига оид атамалар ва иборалар изохли луғати. –Т.: ИҚТИСОД-МОЛИЯ, 2010, 167-168-бетлар.

<sup>63</sup>Уша жойда. – 168 бет.

<sup>64</sup>Уша жойда, 167-168 б.

хоналар сони, уларга меҳмонларни жойлаштириш, овқатлантириш, транспорт воситаларида ташиш, сайр қилдириш, дам олиш (рекреация), кўнгилочар тадбирларни ташкил қилиш каби хизматларни амалга ошириш имкониятлари мажмуи тушунилади.

Меҳмонхона хўжалигини тадбиркорлик мақсадида ташкил қилинишини эътироф этган эдик. Агар шундан келиб чиқиладиган бўлса, таъкидлаш жоизки, унинг таркибида меҳмонхона бизнеси ҳам тегишли равишда ўз ифодасини топади. Иқтисодий адабиётларда бизнес тушунчасининг бир қанча таърифлари берилган. Аммо меҳмонхона бизнесининг таърифи кам ишлаб чиқилган ва иқтисодий адабиётларда қисқача ёритилган. Буларни инобатга олиб “Меҳмонхона бизнеси”га қуйидагича таъриф беришни мақсадга мувофиқ деб топдик. Меҳмонхона бизнеси дейилганда, меҳмонларнинг яшаши ва дам олиши билан боғлиқ барча талабларини қондиришга қаратилган маълум ҳақ эвазига амалга оширилувчи хизматлар мажмуи тушунилади. Мазкур таърифда меҳмонхона ва бизнес сўзларининг бирикмаси ва уларнинг мазмуни ўз ифодасини топган.

### **III боб. МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ САМАРАДОРЛИГИНИ ИФОДАЛОВЧИ КЎРСАТКИЧЛАР ТИЗИМИ, УЛАРНИНГ ТАСНИФИ, АНИҚЛАНИШ ВА ТАҲЛИЛ ҚИЛИШ ЙЎЛЛАРИ**

#### **3.1. Меҳмонхона хўжалиги фаолиятини ифодаловчи кўрсаткичлар тизими ва улар таркибида самарадорлик кўрсаткичлари**

Меҳмонхона хўжаликлари фаолиятига баҳо бериш ва уларнинг истикболини белгилаш учун кўрсаткичлар тизимидан фойдаланиш мақсадга мувофиқ. Мазкур кўрсаткичлар меҳмонхона хўжаликлари фаолиятининг у ёки бу жиҳатини ифодалайди. Бу борада охириги 20 йил мобайнида бир қанча таклифлар ўртага ташланди<sup>65</sup>. Буларни умумлаштириб ва уларда кўтарилган масалаларга таянган ҳамда меҳмонхона хўжаликларининг ўзига хос хусусиятларидан келиб чиқиб, молиявий-хўжалик фаолиятини ифодаловчи кўрсаткичлар тизимини ишлаб чиқдик. Буларга қуйидагиларни киритишни тавсия қиламиз:

\* меҳмонхона хўжалигининг моддий-техника базаси ва ташкилий-техник ҳолатини ифодаловчи кўрсаткичлар;

\* меҳмонхона хўжалигининг хизмат кўрсатиши ва уларни сотиш билан боғлиқ кўрсаткичлари;

\* меҳмонхона хўжалигининг молиявий натижалари билан боғлиқ кўрсаткичлар;

\* меҳмонхона хўжалигининг иқтисодий салоҳияти билан боғлиқ кўрсаткичлар;

\* меҳмонхона хўжалигининг молиявий салоҳияти билан боғлиқ кўрсаткичлар;

\* меҳмонхона хўжалигининг ликвидлиги ва тўловга кодирлик даражасини ифодаловчи кўрсаткичлар;

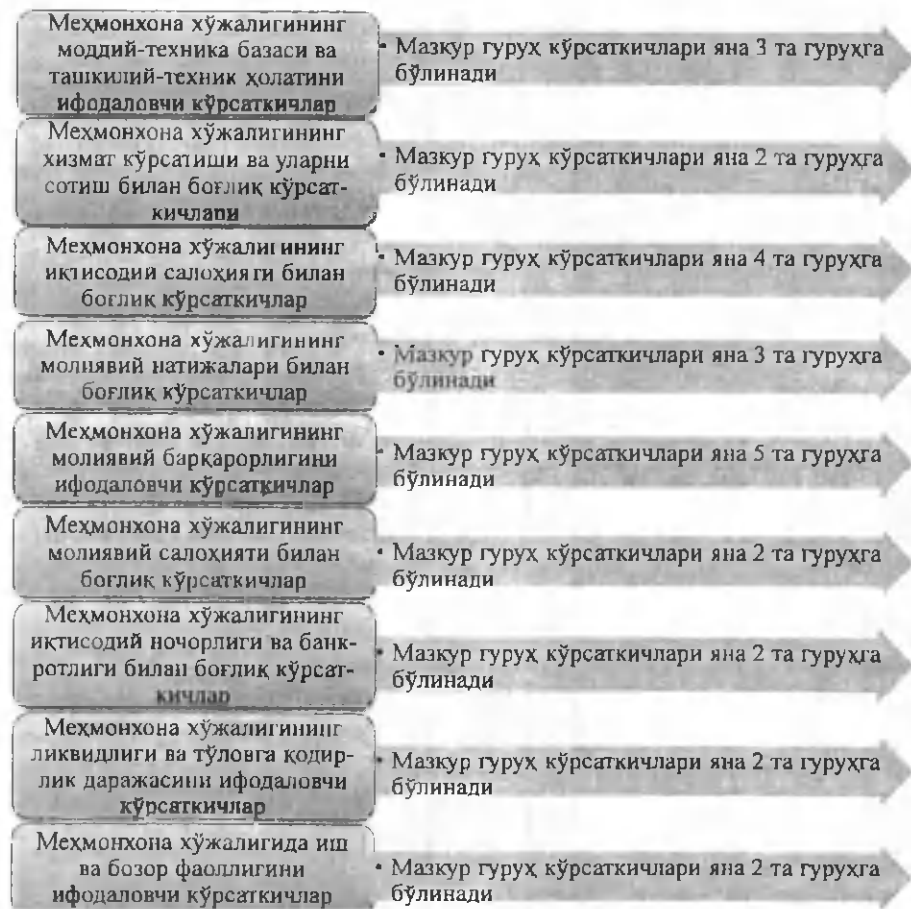
<sup>65</sup>Пардаев М.К., Исроилов Б.И. Иқтисодий таҳлил: Ўқув қўлланма. –Т.: «Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси» нашр уйи, 2001, 135-180 бетлар. Пардаев М.К., Мухаммадиев М.Корхоналар молиявий салоҳияти (потенциали) таҳлили. Маъруза матни. –Самарқанд: СамКИ, 1999, –76 б., Пардаев М.К., Исроилов Б.И. Молиявий таҳлил. –Т.: «Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси» нашр уйи, 1999. - 356 б. Пардаев М.К. Иқтисодий таҳлил назарияси. Дарслик – Самарқанд, Зарафшон, 2011. – 56-65 бетлар. Пардаев М.К., Абдукаримов И.Т., Исроилов Б.И.Иқтисодий таҳлил: Ўқув қўлланма. –Т.: Меҳнат, 2004. – 488 б., Абдукаримов И.Т., Пардаев М.К. ва бошқалар. Матлубот кооперациясининг хўжалик фаолиятини анализ қилиш. Дарслик.–Т.: Ўқитувчи, 1989. - 18,2 б.т., Пардаев М.К. Иқтисодий таҳлил назарияси. Дарслик – Самарқанд, «Зарафшон» нашр уйи, 2001, 17,5 б.т., Пардаев М.К. Молиявий таҳлил методологияси. –Самарқанд: СамКИ, 1997. 9,75 б.т. Пардаев М.К., Курбонов З.Н. Анализ показателей эффективности и интенсификации в кооперативной торговле. –Т.: Ўқитувчи, 1990. - 8,5 б.т. ва ҳ.к.

\* меҳмонхона хўжалигининг молиявий барқарорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар;

\* меҳмонхона хўжалигининг иқтисодий ночорлиги ва банкротлиги билан боғлиқ кўрсаткичлар;

\* меҳмонхона хўжалигида иш ва бозор фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичлар.

Ушбу кўрсаткичларнинг ўзаро боғлиқлиги қуйидаги расмда ифодаланган (3.1-расм).

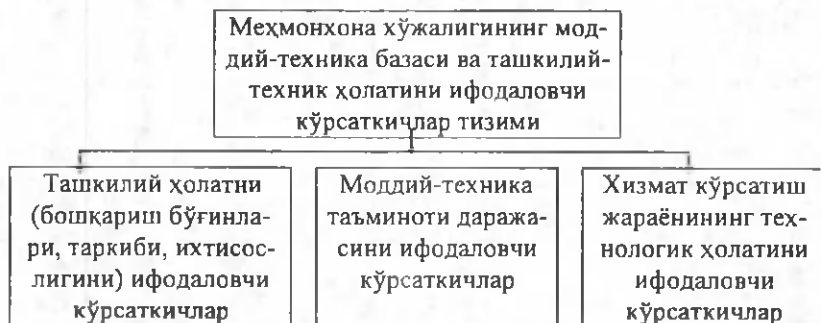


### 3.1-расм. Меҳмонхона хўжалиги молиявий-хўжалик фаолиятини ифодаловчи кўрсаткичлар тизими\*

\*Мянба: Тадқиқот натижасида муаллифлар томонидан шакллантирилди



Меҳмонхона хўжалигининг моддий-техника базаси ва ташкилий-техник ҳолатини ифодаловчи кўрсаткичлар тизимига унинг ташкилий ҳолатини, техник таъминот даражасини ва хизмат кўрсатиш жараёнида қўлланиладиган илғор технологиялардан фойдаланиш ҳолатини ифодаловчи кўрсаткичлар тизими киради. Булар, ўз навбатида уч гуруҳга бўлинади. Буларнинг бир-бири билан боғлиқлиги куйидаги расмда ўз аксини топган (3.2-расм).



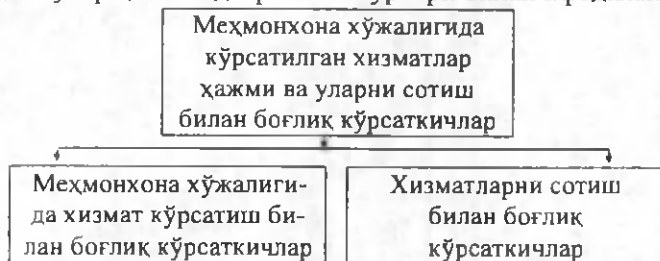
**3.2-расм. Меҳмонхона хўжалигининг моддий-техника базаси ва ташкилий-техник ҳолатини ифодаловчи кўрсаткичлар тизими\***

\*Манба: Таджикот натижасида муаллифлар томонидан шакллантирилди.

Меҳмонхона хўжалигида хизмат кўрсатиш ва сотиш билан боғлиқ кўрсаткичлар ҳам унинг фаолиятини таҳлил қилишда муҳим ўрин эгаллайди. Буларга хизмат кўрсатиш ва уларни сотиш билан боғлиқ кўрсаткичлар тизими киради. Ушбу гуруҳ кўрсаткичларга кўрсатилган хизматларнинг натурал миқдорда ва қиймат ўлчовидаги ҳажми, уларни сотиш билан боғлиқ кўрсаткич кабилар киради. Ҳозирги эркин иқтисодий шароитида маҳсулотни (иш, хизматни) ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш масаланинг бир томони. Энг асосийси уларнинг истеъмолчиларини, харидорларини топиб сотишда. Шу туфайли иқтисодий таҳлилда ишлаб чиқарувчи корхоналарда маҳсулотни (иш, хизматни) сотиш ҳажми муҳим аҳамиятга эга. Меҳмонхона хўжалигида эса, кўрсатилган хизматлар ҳажми асосий ўринни эгаллайди. Шу туфайли меҳмонхона хўжалигининг кўпгина ҳисоботларида фақат сотилган маҳсулот (кўрсатилган хизмат) ҳажми кўрсатилади, холос. Ушбу кўрсаткичлар тизими куйидаги расмда ўз аксини топган (3.3-расм).

Меҳмонхона хўжалигида молиявий натижалар билан боғлиқ кўрсаткичлар иқтисодий таҳлилда ўрганиладиган асосий кўрсаткичлардан биридир. Булар таркибига меҳмонхона

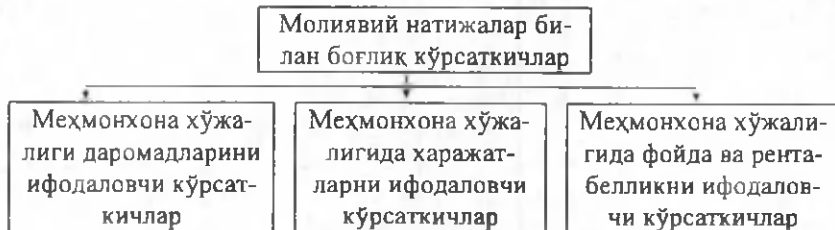
хўжалигининг даромадлари, харажатлари, фойда ва рентабеллиги билан боғлиқ кўрсаткичлар киради. Шунини эътироф этиш керакки, ҳозирги пайтда даромадлар ҳам, ўз навбатида бир қанча турларга бўлинади. Булар ҳисоботда фаолият турлари билан ифодаланади.



**3.3-расм. Меҳмонхона хўжалиги томонидан кўрсатилган хизматлар ҳажми ва уларни сотиш билан боғлиқ кўрсаткичлар\***

\*Манба: Тадқиқот натижасида муаллифлар томонидан шакллантирилди

Худди шундай харажатлар, фойда ва рентабеллик кўрсаткичлари ҳам турли йўналишларда (ялпи фойда, молиявий фаолият фойдаси, умумхўжалик фойдаси, тасодифий фойда кабилар) ифодаланади. Қайси кўрсаткични кўллаш таҳлилнинг қайси соҳани ўрганишига ва нима мақсадда амалга оширишига боғлиқ. Ушбу кўрсаткичлар боғлиқлиги куйидаги расмда тасвирланган (3.4-расм).



**3.4-расм. Меҳмонхона хўжалигида молиявий натижалар билан боғлиқ кўрсаткичлар тизими\***

\*Манба: Тадқиқот натижасида муаллифлар томонидан шакллантирилди

Меҳмонхона хўжалигида ҳам молиявий натижаларни ифодаловчи кўрсаткичлар бошқа тармоқлар сингари даромадлар, харажатлар, фойда ва рентабеллик кўрсаткичларидан иборат бўлади. Даромадларни ифодаловчи кўрсаткичларга ялпи даромад, асосий фаолиятдан олинadиган даромад, молиявий фаолият даромади, тасодифий даромад каби кўрсаткичлар киради. Харажатларнинг ҳам бир қанча турлари бор. Бу харажатлар тўғрисидаги Низомда ўз

аксини топган. Фойда ва рентабеллик кўрсаткичлари ҳам турлича. Фойдани ифодаловчи кўрсаткичлар ҳам талайгина. Улар ҳам алоҳида фаолият турлари бўйича аниқланиб борилади ва ҳисоботда ҳам шундай ифодаланади. Рентабеллик кўрсаткичлари ҳам турли кўриниш ва йўналишларга эга. Масалан, ўз маблағлари таҳлил қилинса ўз маблағлари рентабеллиги, активлар таҳлил қилинса активлар рентабеллиги, харажатлар самарадорлиги таҳлил қилинса харажатлар рентабеллиги, меҳнат кўрсаткичлари таҳлил қилинса меҳнат рентабеллиги каби кўрсаткичлар аниқланади.

Меҳмонхона хўжалигининг иқтисодий салоҳияти билан боғлиқ кўрсаткичлар ҳам иқтисодий таҳлилда кенг қўлланиладиган муҳим кўрсаткичлар гуруҳидандир. Ушбу кўрсаткичлар ҳажми, унинг ўзгариш тенденцияси меҳмонхона хўжалигининг молиявий хўжалик фаолияти тўғрисида батафсил маълумот беради. Ушбу гуруҳ кўрсаткичларига асосий воситалар, айланма маблағлар, номоддий активлар ва меҳнат салоҳияти билан боғлиқ кўрсаткичлар киради. Ҳар бир гуруҳ кўрсаткичлари ҳам, ўз навбатида бир қанча кўрсаткичларни ўз ичига олади. Уларнинг қисқача тасвири куйидагича ифода этилган (3.5-расм).



**3.5-расм. Меҳмонхона хўжалигининг иқтисодий салоҳияти билан боғлиқ кўрсаткичлар\*.**

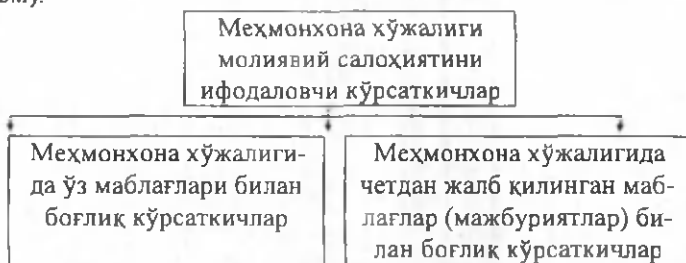
\*Манба: Тадрокот натижасида муаллифлар томонидан шакллантирилди

Меҳмонхона хўжалигининг молиявий салоҳияти билан боғлиқ кўрсаткичлари ҳам иқтисодий таҳлилнинг молиявий-хўжалик фаолиятини таҳлил қилишда ўрганилувчи муҳим кўрсаткичлардан биридир. Чунки улар билан боғлиқ кўрсаткичлар меҳмонхона хўжалиги молиявий манбаининг таркиби, унинг ҳолати ва самарали ишлатилишини ифодалайди. Мазкур гуруҳга меҳмонхона

хўжалигининг ўз маблағлари ва унга тенглаштирилган маблағлар ҳамда четдан жалб қилинган узоқ ва қисқа муддатли маблағлар билан боғлиқ кўрсаткичлар киради. Ҳозирги шароитда четдан жалб қилинган маблағлар бухгалтерия балансининг пассив қисмидаги мажбуриятлар бўлимида ифодаланади. Чунки, четдан жалб қилинган маблағларнинг аксарият қисми мажбуриятлардан иборат.

Меҳмонхона хўжалигининг ўз маблағлари ва четдан жалб қилинган маблағлар билан боғлиқ кўрсаткичларнинг жами ва алоҳида моддалари бўйича бухгалтерия балансининг пассив қисмида ўз ифодасини топади. Уларнинг таҳлили мазкур ҳужжатга ва молиявий ҳисоботнинг бошқа шакллариغا асосланган ҳолда амалга оширилади.

Меҳмонхона хўжалигининг ўз маблағлари бозор муносабатлари шароитида умумий молиявий салоҳиятнинг асосий қисмини, яъни ярмидан кўпроғини ташкил қилиши мақсадга мувофиқ. Бундай ҳолда мазкур хўжалик юритувчи субъект ташқи мажбуриятларга молиявий жиҳатдан қарам бўлмайди. Шу туфайли меҳмонхона хўжалигини қарамликдан асраш учун уларни чуқур таҳлил қилишни тақозо этади. Мазкур кўрсаткичлар тизими қуйидаги расмда ифодаланган (3.6-расм).



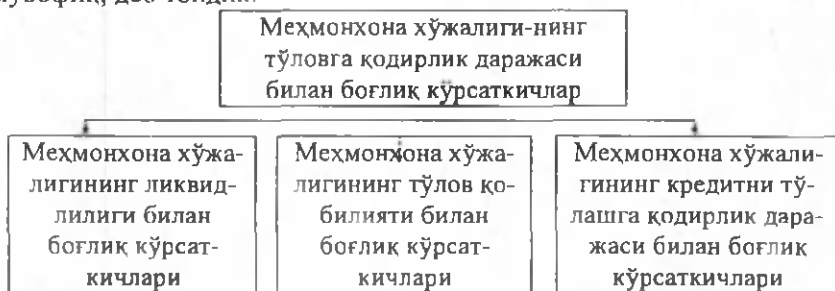
**3.6-расм. Меҳмонхона хўжалигининг молиявий салоҳияти билан боғлиқ кўрсаткичлар тизими\*.**

\*Манба: Тадқиқот натижасида муаллифлар томонидан шакллантирилди.

Меҳмонхона хўжалигининг тўловга қодирлик даражасини ифодаловчи кўрсаткичлар эркин рақобат шароитида ўта муҳим аҳамиятга эга. Ушбу кўрсаткичлар тизимини таҳлил қилиш орқали ҳамиша меҳмонхона хўжалигининг банкротлик ҳолатига тушиб қолмасликнинг олдини олишга, унинг рақобатбардошлигини таъминлашга, иқтисодий жиҳатдан хавфсизлик ҳолатини мустаҳкамлашга эришиш имконини яратади. Ушбу гуруҳ кўрсаткичларига меҳмонхона хўжалиги балансининг ликвидлиги, тўлов қобилияти мавжудлиги ва кредитни тўлашга қодирлиги билан

боғлиқ кўрсаткичлар киради. Уларнинг бир-бири билан боғлиқлигини ифодаловчи қисқартирилган чизмаси қуйида келтирилган (3.7-расм).

Меҳмонхона хўжалигининг молиявий барқарорлигини ифодаловчи кўрсаткичларни ўрганиш меҳмонхона хўжалиги фаолиятининг ривожланиш ҳолати ва келажақда қандай бўлиши мумкинлигини ифодалайди. Ушбу ҳолат жуда кўп омилларга боғлиқ. Шунинг учун уни ифодалаш жуда кўп кўрсаткичлардан фойдаланишни тақозо этади. Ушбу кўрсаткичлар борасида олимларимиз етарли даражада тадқиқот олиб борганлар ва уларни беш гуруҳга бўлиб ўрганишни тавсия қилганлар<sup>66</sup>. Биз ушбу кўрсаткичларни меҳмонхона хўжалигида ҳам фойдаланиш мумкин, деган хулосага келдик ва қуйидагича шакллантиришни мақсадга мувофиқ, деб топдик:



**3.7-расм. Меҳмонхона хўжалигининг тўловга қодирлик даражасини ифодаловчи кўрсаткичлар\*.**

\*Манба: Тадқиқот натижасида муаллифлар томонидан шакллантирилди.

\* меҳмонхона хўжалигининг ўз маблағлари (хусусий капитал) билан боғлиқ кўрсаткичлар;

\* меҳмонхона хўжалигининг мажбуриятлари билан боғлиқ кўрсаткичлар;

\* меҳмонхона хўжалигининг ҳаракатдаги маблағлари билан боғлиқ кўрсаткичлар;

\* меҳмонхона хўжалигининг асосий воситалари билан боғлиқ кўрсаткичлар;

<sup>66</sup>Пардаев М.Қ. Иқтисодий таҳлил назарияси. Дарслик. –Самарқанд: Зарафшон, 2011, 56-65 бетлар; Пардаев М.Қ., Абдукаримов И.Т., Исроилов Б.И. Иқтисодий таҳлил: Ўқув қўлланма. –Т.: Мехнат, 2004, 376-415 бетлар; Пардаев М.Қ., Исроилов Б.И. Иқтисодий таҳлил: Ўқув қўлланма. –Т.: «Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси» нашр уйи, 2001. – 135-180 бетлар. Меҳмонхона хўжаликлар молиявий салоҳияти (потенциали) таҳлили. Маъруза матни. –Самарқанд: СамКИ, 1999, 76-б.; Пардаев М.Қ., Исроилов Б.И. Молиявий таҳлил. –Т.: «Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси» нашр уйи, 1999. - 356 б.

\* меҳмонхона хўжалигининг айланма маблағлари билан боғлиқ кўрсаткичлар. Уларнинг тузилиши қуйидаги расмда ўз аксини топган (3.8-расм).

Ушбу гуруҳ кўрсаткичларининг ҳар бири яна ўз ичига бир қанча кўрсаткичларни камраб олади. Булар ҳақида олимларнинг нашр қилган ишларида батафсил кўриб чиқилган<sup>67</sup>. Биз уларни меҳмонхона хўжалиги фаолиятига мослаштирган ҳолда қараб чиқдик.



### 3.8-расм. Меҳмонхона хўжалигининг молиявий барқарорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар тизими\*

\*Мамба Таджикот натижасида муаллифлар томонидан шакллантирилди.

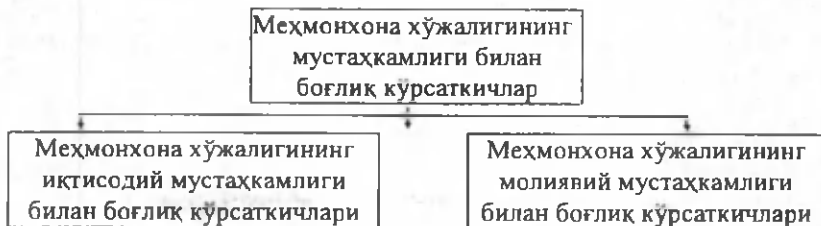
Меҳмонхона хўжалигининг мустаҳкамлигини ифодаловчи кўрсаткичлар ҳам иқтисодий таҳлилнинг таркибий қисмидир. Улар ўз мазмуни ва моҳияти жиҳатидан икки гуруҳга бўлинади:

\* меҳмонхона хўжалигининг иқтисодий мустаҳкамлиги билан боғлиқ кўрсаткичлар;

\* меҳмонхона хўжалигининг молиявий мустаҳкамлиги билан боғлиқ кўрсаткичлар. Ушбу кўрсаткичларнинг боғлиқлиги қуйидаги расмда ўз аксини топган (3.9-расм).

\*

<sup>67</sup>Пардаев М.Қ., Мухаммадиев М.Д. Корхоналар молиявий салоҳияти (потенциали) таҳлили. Маъруза матни. –Самарқанд: СамКИ, 1999 – 76 б., Пардаев М.Қ., Исроилов Б.И. Молиявий таҳлил. –Т.: «Иқтисодийёт ва ҳуқуқ дунёси» нашр уйи, 1999.- 356 б. Пардаев М.Қ. Иқтисодий таҳлил назарияси. Дарслик. – Самарқанд: Зарафшон, 2011. – 56-65 бетлар. Пардаев М.Қ., Абдукаримов И.Т., Исроилов Б.И. Иқтисодий таҳлил: Ўқув қўлланма. –Т.: Меҳнат, 2004. – 376-415 бетлар., Пардаев М.Қ., Исроилов Б.И. Иқтисодийтаҳлил: Ўқув қўлланма. –Т.: «Иқтисодийёт ва ҳуқуқ дунёси» нашр уйи, 2001. – 135-180 бетлар.

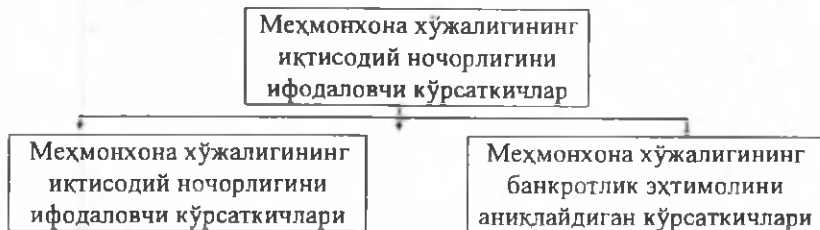


**3.9-расм. Мехмонхона хўжалигининг молиявий ва иқтисодий мустаҳкамлигини ифодаловчи кўрсаткичлар тизими\***

\*Манба: Тадқиқот натижасида муаллифлар томонидан шакллантирилди.

Ушбу кўрсаткичлар тизими, уларнинг таснифи, аниқланиш йўллари ва таҳлили ҳам бир гуруҳ муаллифлар асарларида атрофлича ёритилган<sup>68</sup>. Ушбу асарларда корхоналар хўжалик фаолиятининг иқтисодий мустаҳкамлиги ва молиявий мустаҳкамлиги алоҳида-алоҳида амалий маълумотларни қўллаган ҳолда кўрсатиб берилган. Биз ушбу кўрсаткичларни меҳмонхона хўжалиги фаолиятига мослаштирган ҳолда кўриб чиқдик.

Мехмонхона хўжалигининг иқтисодий ночорлиги ва банкротлиги билан боғлиқ кўрсаткичлар ҳам иқтисодий таҳлилнинг таркибий қисми сифатида мулкдор ва меҳмонхона хўжалиги менежери учун муҳим кўрсаткичлардан биридир. Шу туфайли мазкур гуруҳ кўрсаткичлари ҳам бозор муносабатлари шаклланиши билан иқтисодий таҳлилнинг таркибий қисмига айланиб бормоқда. Чунки, ушбу тушунчалар хусусий мулкка асосланган хўжалик юритувчи субъектларнинг пайдо бўлиши билан бевосита боғлиқ. Уларга меҳмонхона хўжалигининг иқтисодий ночорлигини ифодаловчи ва банкротлик эҳтимолини аниқлайдиган кўрсаткичлар тизими киради. Уларнинг боғлиқлиги қуйидаги расмда келтирилган (3.10-расм).



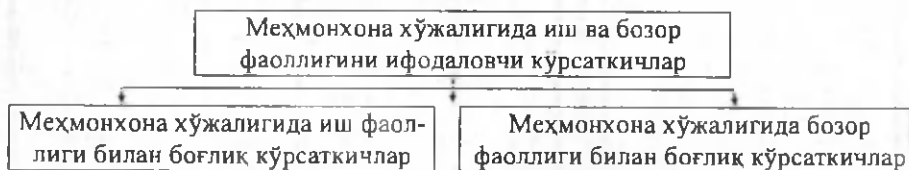
**3.10-расм. Мехмонхона хўжалигининг иқтисодий ночорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар\***

\*Манба: Тадқиқот натижасида муаллифлар томонидан шакллантирилди.

<sup>68</sup> Акарамов Э. Корхоналар молиявий ҳолатининг таҳлили. –Т.: Молия, 2003.

Ушбу гуруҳ кўрсаткичлари таҳлили ҳам юқорида асарлари ҳавола қилинган муаллиф томонидан қисман ёритилган<sup>69</sup>.

Иқтисодий таҳлилда қўлланиладиган кўрсаткичлардан яна бири меҳмонхона хўжалигининг иш ва бозор фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичлардир. Меҳмонхона хўжалиги фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичлар икки йирик гуруҳга бўлинади: меҳмонхона хўжалигининг иш фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичлар ва меҳмонхона хўжалигининг бозор фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичлар. Ушбу кўрсаткичлар, ўз навбатида ўнлаб кўрсаткичларни ўз ичига олади. Уларнинг қисқартирилган расми қуйидагича ифодаланган (3.11-расм).



### 3.11-расм. Меҳмонхона хўжалигида иш ва бозор фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичлар\*

\*Милба: Тадқиқот натижасида муаллифлар томонидан шакллантирилди.

Меҳмонхона хўжалиги иш фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичлар ўз навбатида яна уч гуруҳга бўлинади:

\* меҳмонхона хўжалигининг иқтисодий салоҳиятдан фойдаланиш билан боғлиқ кўрсаткичлар;

\* меҳмонхона хўжалигининг молиявий салоҳиятдан фойдаланиш билан боғлиқ кўрсаткичлар;

\* меҳмонхона хўжалиги фаолияти самарадорлиги билан боғлиқ кўрсаткичлар.

Меҳмонхона хўжалигининг бозор фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичлар тизими ҳам унинг турли бозордаги иштироки ва ўрнини белгилаш имконини беради. Булар жумласига қуйидагиларни киритиш мумкин:

\* меҳмонхона хўжалигининг хизмат кўрсатиш жараёнида қўлланиладиган воситалари, яъни технология бозоридаги фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичлар;

<sup>69</sup>Пардаев М.Қ., Исроилов Б.И. Молиявий таҳлил. –Т.: "Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси" нашр уйи, 1999, 242-244 бетлар; Пардаев М.Қ., Абдукаримов И.Т., Исроилов Б.И. Иқтисодий таҳлил: Ўқув қўлланма –Т.: Мехнат, 2004, 376-415 б.; Пардаев М.Қ., Исроилов Б.И. Иқтисодий таҳлил: Ўқув қўлланма –Т.: "Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси" нашр уйи, 2001, 135-180 б.



\* меҳмонхона хўжалигининг хомашё бозоридаги фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичлар;

\* меҳмонхона хўжалигининг меҳнат бозоридаги фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичлар;

\* меҳмонхона хўжалигининг молия ва инвестиция бозоридаги фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичлар;

\* меҳмонхона хўжалигининг халқ истеъмоли ва хизмат кўрсатиш бозоридаги фаоллигини ифодаловчи кўрсаткичлар.

Мазкур кўрсаткичларни баҳолаш ва таҳлил қилиш усуллари корхоналар мисолида Самарқанд иқтисодий мактаби олимлари томонидан ёритилган<sup>70</sup>. Тадқиқотимизда биз мазкур кўрсаткичларни меҳмонхона хўжалигининг ўзига хос хусусиятларини инобатга олган ҳолда ёритишга ҳаракат қилдик.

Ўйлаймизки, биз ишлаб чиққан кўрсаткичлар тизими меҳмонхона хўжалиги фаолиятини тўлиқ камраб олади ва уни ривожлантириш ва самарали фаолиятини бошқаришда асосий дастаклардан бири ҳисобланади.

### **3.2. Меҳмонхона хўжалигида самарадорликни ифодаловчи кўрсаткичлар ва уларга таъсир этувчи омиллар таҳлили**

Меҳмонхона хўжалигида самарадорликни ифодалаш учун кўрсаткичлар тизимидан фойдаланиш лозим, чунки ушбу категория ўта мураккаб ва серқиррадир. Булар шу даражада кўп бўлиши мумкинки, улар маълум тизимга келтирилмаса тўғри хулоса чиқариш ва таъсирчан бошқарув қарорларини қабул қилиш мураккаб бўлиб қолади. Шу туфайли меҳмонхона хўжалигида самарадорликни ифодаловчи кўрсаткичларни бир қанча белгилари бўйича таснифлаш мумкин. Биз ушбу кўрсаткичларни иқтисодий мазмуни бўйича қуйидаги гуруҳларга бўлишни тавсия этамиз:

- мулкдор нуқтаи назаридан, унинг қўйган инвестициялари билан боғлиқ кўрсаткичлар;

- фирма нуқтаи назаридан, моддий ресурслардан самарали фойдаланиш билан боғлиқ кўрсаткичлар;

- меҳнат жамоаси нуқтаи назаридан, меҳнат ресурслари самарадорлиги билан боғлиқ кўрсаткичлар.

<sup>70</sup> Пардаев М.К., Исроилов Б.И. Молиявий таҳлил. –Т.: «Иқтисодий ва ҳуқуқ дунёси» нашр уйи, 1999. - 356 б.; Пардаев М.К., Абдукаримов И.Т., Исроилов Б.И. Иқтисодий таҳлил: Ўқув қўлланма. –Т.: Меҳнат, 2004. – 488 бет; Пардаев М.К., Исроилов Б.И. Иқтисодий таҳлил. Ўқув қўлланма. 1-2 қисм. –Т.: «Иқтисодий ва ҳуқуқ дунёси» нашр уйи, 2001. ва ҳ.к.

Мазкур тадқиқот жараёнида ушбу гуруҳ кўрсаткичлардан бири бўлган, мулкдор нуқтаи назаридан, унинг қўйган инвестициялари билан боғлиқ кўрсаткичлар тизимига тўхталишни мақсадга мувофиқ, деб топдик. Чунки бозор муносабатлари шароитида ҳар бир хўжалик юритувчи субъект хусусий мулк эвазига шаклланади ва унга қўйилган инвестицияларнинг қайтими мулкдор учун катта аҳамиятга эга бўлади.

Ушбу гуруҳ кўрсаткичлардан бири инвестициянинг умумий самарадорлиги, яъни бир сўм қўйилган инвестицияга тўғри келадиган умумий тушум ҳисобланади. Мазкур кўрсаткични қуйидаги формула билан ифодалашни тавсия этамиз:

$$Mxc = Q / U$$

бунда:  $Mxc$  – бир сўм қўйилган инвестицияга тўғри келадиган умумий тушум;

$Q$  – меҳмонхона хўжалиги томонидан кўрсатилган хизматларнинг умумий ҳажми;

$U$  – мулкдор томонидан қўйилган инвестициянинг умумий ҳажми.

Тадқиқотларимизга кўра, ушбу кўрсаткичга бир қанча омиллар таъсир этар экан. Буни меҳмонлар сонига нисбатан олдик. Буларнинг бир-бири билан боғлиқлигини аниқлаш учун қуйидаги формулани тавсия этамиз:

$$Mxc = \frac{Mog}{U} = \frac{Mog}{Gu} * \frac{Gu}{P} * \frac{P}{U}$$

бунда:  $Mog$  – ҳисобот даврида хизмат қилинган (меҳмонхонага жойлаштирилган) меҳмонларнинг ўртача сони;

$Gu$  – меҳмонхонада умумий жойлар сони;

$P$  – меҳмонхонада банд бўлган ходимларнинг ўртача сони.

Маълумки, ушбу кўрсаткичлар мутлақ кўрсаткичлар ҳисобланади. Уларни бир-бири билан солиштириш натижасида нисбий кўрсаткичлар вужудга келди. Ушбу кўрсаткичлар айнан, биз таҳлил қилаётган кўрсаткичлардир. Мазкур формулага математик моделнинг қискартириш усулидан фойдаланиб, барча кўрсаткичларни қискартириб оламиз. Бунинг учун қуйидаги амаллар бажарилади. Бунда:  $Mxc$  ни  $S$ , деб белгилаб оламиз.

$\frac{Q}{Mog}$  кўрсаткичини  $W$ , деб белгилаб олдик, яъни  $(\frac{Q}{Mog} = W)$ ;

$\frac{Mog}{Gu}$  кўрсаткичини  $B$ , деб белгилашни тавсия қилдик, яъни  $\left(\frac{Mog}{Gu} = B\right)$   
 $\frac{Gu}{P}$  кўрсаткичини  $Z$ , деб белгилаш лозим, деган хулосага келдик, яъни  

$$\left(\frac{Gu}{P} = Z\right);$$

$\frac{P}{U}$  кўрсаткичини  $T$ , деб белгилаб олдик, яъни  $\left(\frac{P}{U} = T\right)$ . У ҳолда юқоридаги формулани қисқартирган ҳолда қуйидагича ифодалаш мумкин бўлади.

$$S = W * B * Z * T;$$

Бунда:  $S$  - меҳмонхона хўжалиги самарадорлиги, яъни бир сўм қўйилган инвестицияга тўғри келадиган умумий тушум ҳисобланади;

$W$  - 1 та меҳмонга тўғри келадиган ўртача тушум;

$B$  - меҳмонхона ўринларининг бандлик даражаси;

$Z$  - 1 та ходимга тўғри келадиган умумий жойлар сони;

$T$  - инвестициянинг ходимлар билан таъминланганлиги.

Бундан кўриниб турибдики, меҳмонхона хўжалигининг самарадорлик кўрсаткичига тўрт омил таъсир этади. Ушбу омилларнинг натижа кўрсаткичи ўзгаришига таъсирини аниқлаш учун иқтисодий таҳлилнинг бир қанча усулларидан фойдаланиш мумкин. Биз улар ичида жуда кўп қўлланиладиган иқтисодий таҳлилнинг анъанавий усулларидан бири занжирли алмаштириш усулидан фойдаланишни тавсия этамиз.

Натижага омиллар таъсирини ҳисоблашдан олдин уларнинг фарқини аниқлаш мақсадга мувофиқдир. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланилади:

$$\Delta S = S_1 - S_0 = (W^1 * B^1 * Z^1 * T^1) - (W^0 * B^0 * Z^0 * T^0);$$

Энди ҳар бир омилнинг натижа кўрсаткичига таъсирини ҳисоблаб олиш мумкин.

1. Биз ўрганаётган меҳмонхона хўжалиги самарадорлиги ҳажмининг 1 та меҳмонга тўғри келадиган ўртача тушумнинг ўзгариши эвазига ўзгарганлигини ( $\Delta Sw$ ) топиш учун шу натижа кўрсаткичи режасини биринчи омил, яъни 1 та меҳмонга тўғри келадиган ўртача тушумнинг ҳақиқий миқдори билан ҳисоблаб олинган миқдоридан ( $Sw$ ), унинг режадаги миқдори ( $Sf$ ) айирилади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланиш тавсия этилади:

$$\Delta Sw = Sw - S_0 = (W^1 * B^0 * Z^0 * T^0) - (W^0 * B^0 * Z^0 * T^0);$$

2. Меҳмонхона хўжалиги самарадорлиги ўзгаришининг иккинчи омил, яъни меҳмонхона ўринларининг бандлик даражаси таъсири

эвазига ўзгаришини ( $\Delta S_b$ ) топиш учун биринчи омилнинг, яъни I та меҳмонга тўғри келадиган ўртача тушумнинг ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисобланган кўрсаткични иккинчи омилнинг, яъни меҳмонхона ўринларининг бандлик даражаси ҳақиқий миқдори ( $S_b$ ) билан қайта ҳисоблаб олинади. Шу чиққан натижадан биринчи омилнинг ҳақиқий миқдори билан ҳисобланган меҳмонхона хўжалиги самарадорлиги ҳажми, яъни натижа кўрсаткичининг миқдори ( $S_w$ ) олиб ташланади ва иккинчи омилнинг натижага таъсири аниқланади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланиш тавсия этилади:

$$\Delta S_b = S_b - S_w = (W^1 * B^1 * Z^0 * T^0) - (W^1 * B^0 * Z^0 * T^0);$$

3. Меҳмонхона хўжалиги самарадорлиги ўзгаришининг учинчи омил, яъни I та ходимга тўғри келадиган умумий жойлар сонининг таъсири эвазига ўзгаришини ( $\Delta S_k$ ) топиш учун учинчи омилнинг, яъни меҳмонхона ўринларининг бандлик даражасини ҳақиқий миқдори билан ҳисобланган кўрсаткични учинчи омилнинг, яъни I та ходимга тўғри келадиган умумий жойлар сони ҳақиқий миқдори ( $S_z$ ) билан қайта ҳисоблаб олинади. Шу чиққан натижадан иккинчи омилнинг ҳақиқий миқдори билан ҳисобланган меҳмонхона хўжалиги самарадорлиги ҳажми, яъни натижа кўрсаткичининг миқдори ( $S_b$ ) айириб ташланади ва натижа кўрсаткичининг ўзгаришига учинчи омилнинг таъсири аниқланади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланиш тавсия қилинади:

$$\Delta S_z = S_z - S_b = (W^1 * B^1 * Z^1 * T^0) - (W^1 * B^1 * Z^0 * T^0);$$

4. Натижанинг тўртинчи омил, яъни инвестициянинг ходимлар билан таъминланганлиги таъсири эвазига ўзгаришини ( $\Delta S_t$ ) топиш учун меҳмонхона хўжалиги самарадорлигининг ҳақиқий суммасидан ( $S_1$ ) унинг учинчи омилнинг ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисобланган ( $S_z$ ) миқдори айирилади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланиш тавсия этилади:

$$\Delta S_t = S_1 - S_z = (W^1 * B^1 * Z^1 * T^1) - (W^1 * B^1 * Z^1 * T^0);$$

Мазкур уч омилнинг таъсири меҳмонхона хўжалиги самарадорлигининг умумий фаркига ( $\Delta S$ ) тенг бўлиши керак. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланиш тавсия этилади:

$$\Delta S = \Delta S_w \pm \Delta S_b \pm \Delta S_z \pm \Delta S_t;$$

Ушбу усул меҳмонхона хизматларини ташкил қилган тадбиркорлар учун таҳлил қилинаётган натижа кўрсаткичини яхшилаш бўйича ички имкониятларни аниқлаш имконини беради. Шу туфайли, тадбиркорлик фаолиятида иқтисодий ишларни ташкил қилганда, албатта, иқтисодий таҳлил усулларидан, уларнинг таркибий

ва асосий қисми бўлган омилли таҳлил усулларидан фойдаланиш мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблаймиз. Чунки, хўжалик фаолиятини чуқур таҳлил қилиш эвазига илмий жиҳатдан асосланган бошқарув қарорларини қабул қилиш имконияти туғилади.

Мазкур усулга амалий маълумотларни қўллаб меҳмонхона хўжалигини ўрганиш бир қанча имкониятларни яратади. Булар жумласига қуйидагиларни киритиш мумкин:

- натижа кўрсаткичининг ўзгаришига бир қанча омилларнинг ижобий ва салбий таъсири аниқланади;

- салбий таъсир қилган омилларни ўрганиш натижасида уларнинг салбий таъсирини бартараф этиш чоралари кўрилади;

- ижобий таъсир этган омиллар бўйича ютуқларни бошқа хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятига жорий қилиш имконияти туғилади;

- натижа кўрсаткичини яхшилаш бўйича ички имкониятлар ахтариб топилади ва уларни амалга ошириш ва бевосита амалиётда фойдаланиш бўйича тегишли чора-тадбирлар ишлаб чиқилади.

Кўриниб турибдики, омилли таҳлил хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятини яхшилашда, иқтисодиётимизни юксалтириш эвазига инсонлар ҳаётини сифат даражасига кўтаришга имконият яратади.

### **3.3. Меҳмонхона хўжалигида меҳнат самарадорлигини оширишнинг персонални бошқариш тамойиллари ва усулларини такомиллаштириш билан боғлиқ йўллари**

Ҳар қандай хўжаликни бошқаришни, ўша субъектнинг ходимлари персоналлари ҳал этади. Ушбу жараённи юқори самарали ташкил қилиш учун персоналнинг ўзини ҳам бошқаришни тақозо этади. Бу жараён ҳам бир қанча тамойилларга асосланади ва методлар билан амалга оширилади.

Меҳмонхона хўжалигини бошқаришда бир қанча тамойилларга асосланади. Ушбу тамойилларнинг номларини санашдан олдин уларнинг назарий масалаларини, хусусан, таърифларини қараб чиқиш лозим, деб ўйлаймиз.

**Бошқарув таъмойили** дейилганда, объектив қонунларга асосланган жараёнларни бошқаришда қўлланиладиган барқарор тартиб ва қоидаларга амал қилишни таъминлашга қаратилган кишиларнинг мақсадга мувофиқ фаолияти тушунилади. Бу бошқарувнинг умумий таърифи ҳисобланади. Бундан персонални бошқариш принципининг ҳам таърифини ишлаб чиқиш мумкин.

Персонални бошқариш таъмойили дейилганда, объектив қонунларга асосланган персоналнинг фаолиятини бошқариш жараёнида қўлланиладиган барқарор тартиб ва қоидаларга амал қиладиган кишиларнинг мақсадга мувофиқ фаолияти самарадорлигини оширишга қаратилган тадбирлар мажмуи тушунилади. Энди меҳмонхона хўжалиги персоналани бошқариш таъмойилининг таърифини ишлаб чиқиш мумкин.

Меҳмонхона хўжалиги персоналани бошқариш таъмойили дейилганда, меҳмонхона хўжалигининг персоналани бошқариш жараёнида қўлланиладиган барқарор тартиб ва қоидаларга амал қиладиган меҳмонхона хўжалигида фаолият юритаётган ходимларнинг мақсадга мувофиқ фаолияти самарадорлигини оширишга қаратилган тадбирлар мажмуи тушунилади. Бу тадбирлар хўжалик юритувчи субъектлар ўртасида ижтимоий-иқтисодий муносабатларнинг ва объектив қонуниятларнинг иқтисодиётнинг микродаражасида амал қилишига асосланади.

Меҳмонхона хўжаликларида персонални бошқариш тамойиллари куйидагилардан иборат: илмийлик, тизимлилик, узлуксизлик, тежамкорлик, манфаатдорлик, масъулиятлилик (жавобгарлик). Булар бир-бири билан узвий боғлиқ (3.12-расм).



3.12-расм. Меҳмонхона хўжаликларида персонални бошқаришда қўлланиладиган тамойилларнинг бир-бири билан боғлиқлиги\*.

\*Манба: Тадқиқот натижасида муаллифлар томонидан шакллантирилди.

Мазкур тамойиллар бошқарувнинг барча умумий тамойилларига ҳамоҳанг. Шу туфайли уларни айнан меҳмонхона хўжалиги персоналини бошқариш нуқтаи назаридан қараб чиқамиз.

Илмийлик, меҳмонхона хўжалиги персоналини бошқаришнинг бош тамойили сифатида қаралиши лозим. Ҳозирги рақобат шароитида барча соҳалар сингари меҳмонхона хўжалигини бошқаришни ҳам илмий асосда ташкил қилинмаса, унинг рақобатбардошлигини, молиявий барқарорлиги ва иқтисодий мустаҳкамлигини таъминлаш қийин. Шу туфайли уни бошқаришнинг асосий тамойилларидан бири илмийлик бўлмоғи ва худди шу принципда ёндошилмоғи лозим.

Тизимлилик, ҳам меҳмонхона хўжалиги персоналини бошқаришнинг асосий тамойилларидан биридир. Чунки кадрларни жой-жойига, ўзининг малакаси, тажрибаси ва маълумотини инобатга олиб жойлаштирилмаса ва уларнинг ҳар бирига ўз вазифасини аниқ белгилаб берилмаса, ишни барбод қилиши мумкин. Шу туфайли кадрларни тизимли жойлаштириб, уларнинг фаолиятини ҳам тизимли равишда назорат қилиб турилиши ва профессионал касбий маҳоратини такомиллаштирганлигини ўз вақтида рағбатлантириб борилишини ташкил қилиш мақсадга мувофиқдир. Чунки шу йўл билан ишнинг самарадорлигига эришиш мумкин.

Узлуксизлик, меҳмонхона хўжалиги персоналини бошқаришнинг муҳим тамойиллари қаторига киради. Чунки, меҳмонхона хўжалигида меҳмонларнинг мавжудлиги доимийдир. Аммо улар маълум кунлар давомида янгилашиб, алмашиб туради. Уларнинг ҳар бирига ўзларининг талаб ва эҳтиёжларидан келиб чиққан ҳолда ёндашишни талаб қилади. Бу эса, хизмат сифатига ва унинг бошқа жиҳатларига узлуксиз ва тизимли ёндашишни тақозо этади. Бир кун жуда катта эътибор бериб, иккинчи кун уни сусайтириб бўлмайди. Ёки бир гуруҳ меҳмонга яхши қараб, бошқасига сустроқ қараш ҳам меҳмонхона хўжалиги хизмати сифатининг пасайишига ва мос равишда меҳмонларнинг норизолигига олиб келади. Бу эса, ўз навбатида, ушбу субъектда иш самарадорлигининг пасайишига асосий сабаб бўлиши мумкин. Шу туфайли, ҳозирги рақобат шароитида меҳмонхона хўжаликларидан персонални бошқариш жараёнининг узлуксизлигини таъминлашга етарлича эътибор қаратилиши лозим.

Меҳмонхона хўжалиги персоналини бошқаришнинг яна бир принципи тежамкорликдан иборат. Чунки бозор муносабатлари

шароитида мулкнинг хусусийлиги, унинг ўта риск билан фойдаланилаётганлиги, ҳар бир сўмни тежашни тақозо қилади. Тежамкорлик бўлмаган жойда самарадорлик бўлмайди ва мос равишда иқтисодий юксалиш ҳам рўй бермайди. Шу туфайли тежамкорлик масаласи меҳмонхона хўжалиги персоналининг ҳар бири учун асосий вазифа ва бурчга айланиши лозим.

Манфаатдорлик ҳам меҳмонхона хўжалиги персоналини бошқаришнинг муҳим тамойиллари сирасига киради. Чунки ҳозирги иқтисодиёт ҳар бир ишчи кучи соҳибининг ўз фаолиятидан манфаатдор бўлишликни тақозо этади. Шу туфайли меҳмонхона хўжалиги персоналини бошқаришнинг асосий тамойилларидан бири сифатида ҳар бир ходимнинг манфаатдорлиги тўлиқ таъминланган бўлиши лозим. Шундагина ҳар бир ходим ўзининг барча кучи ва қудратини сарфлаб меҳнат қилади. Бундан ходим ҳам, меҳмонхона хўжалиги ҳам, жамият ҳам, пировардида давлат ҳам манфаатдор бўлади.

Масъулиятлилик (жавобгарлик) меҳмонхона хўжалиги персоналини бошқаришнинг ўта зарур тамойилларидан биридир. Чунки, ҳар бир ходим ўз ишига масъулият билан ёндошмаса, ўша жойда самарадорлик бўлмайди, мос равишда бошқа иқтисодий кўрсаткичлар ҳам етарли даражада ривожланмайди. Охир-оқибат корхона инкирозга учраб, банкрот ҳолатига тушиб қолади ва ёпилиш хавфи туғилади. Шу туфайли ҳар бир ходим ўз ишига масъулият билан ёндошмоғи лозим. Масъулиятсизлик рўй берган жойда албатта жавобгарликнинг муқаррарлигини ҳис қилиб фаолият кўрсатиши керак бўлади. Бежиз масъулиятлилик ва жавобгарлик персонални бошқаришда битта принцип сифатида қаралаётган эмас.

Меҳмонхона хўжалиги персоналини бошқаришда бир қанча усуллардан фойдаланилади. Буларга қуйидагилар киради: ташкилий-маъмурий бошқарув, иқтисодий бошқарув ва ижтимоий-руҳий усуллар билан бошқарув.

Ташкилий-маъмурий бошқарув, асосан, турли маъмурий кўрсатмалар бериш, қаттиқ интизомни назорат қилиш, кўп ҳолларда жазолаш ва жазолаш билан қўрқитиш орқали амалга оширилади.

Иқтисодий усуллар билан бошқарув объектив бозор қонунларига асосланган бўлиб, ҳар бир ходимнинг самарали ишларини моддий рағбатлантириш орқали амалга оширилади. Унга буйруқ, хат, турли тазйиқлар ҳам керак эмас. Ҳар бир киши ўзи учун



ўзи ишлайдиган бўлади. Бундай бошқариш ҳақиқий бозор муносабатларига хос бўлган бошқариш ҳисобланади.

Ижтимоий-руҳий усуллар билан бошқарув ҳам самарали бошқарув усуллардан бўлиб, ходимларни ишонтириш, руҳлантириш ва самарали ишларини мақтаб, ходимнинг ўз шаъни ва обрўсини кўтариш орқали амалга оширилади. Бошқарувнинг биринчи усули меҳмонхона хўжалиги персоналига бевосита таъсир қилиш орқали амалга оширилса, иккинчи ва учинчи усули билвосита, ҳар бир ходимнинг ўзидаги кучини ва идрокини ўзи ишга солиш йўли билан амалга оширилади.

Хулоса ўрнида шунини эътироф этиш керакки, меҳмонхона хўжалиги персоналини бошқаришда фақат бир усулни қўллаб бўлмайди. Битта персоналга, вазиятдан ва ходимнинг характеридан келиб чиқиб барча усулларни қўллаш мақсадга мувофиқ, деб ўйлаймиз.

#### **3.4. Меҳмонхона хўжалигида меҳнат самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичларни баҳолаш ва таҳлил қилиш орқали уни оширишнинг ички имкониятларини аниқлаш йўллари**

Меҳмонхона хўжалигида самарадорликни ифодаловчи кўрсаткичлар бир қанча. Улардан бири битта ходимга тўғри келадиган меҳмонхона хўжалигининг соф тушуми (У) ҳисобланади. Чунки мамлакатимиз меҳмонхоналари имкон қадар ҳар бир турист (меҳмон)га муносиб хизмат кўрсатиб, улардан имкон қадар кўпроқ валюта (маблағ) тушумини таъминлашга эришиш, яъни ҳар бир ходимга тўғри келадиган тушумни кўпайтириш лозим. Чунки, ҳозирги шароитда туристлар сонининг кўпайишига кўпроқ аҳамият берилмоқда. Бу тўғри йўналиш. Аммо битта туристдан бир кунда 50 доллар ҳам, 200 доллар ҳам ва ундан ҳам кўпроқ валютани “олиш” мумкин. Бунинг учун уларга кўрсатилаётган хизматларни кўпайтириш ва сифатини ошириш лозим. Буларнинг пировард мақсадига эришиш учун унинг самарадорлигини оширишга эришиш учун тегишли чора-тадбирларни ишлаб чиқишни тақозо қилади.

Аммо меҳмонхона хўжалигига бағишланган иқтисодий адабиётларда, унинг самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар тизимида битта ходимга тўғри келадиган меҳмонхона хўжалигининг соф тушуми инobatта олинмаган. Бироқ, меҳмонхона хўжалиги кескин ривожланиш палласига кирган бизнинг мамлакатимиз учун ушбу кўрсаткичнинг соҳа иқтисодиётини баҳолашда аҳамияти катта.

Мазкур кўрсаткични аниқлаш учун қуйидаги формуладан фойдаланиш тавсия қилинади:

$$y = \frac{\text{Меҳмонхона хўжалигида соф тушум}}{\text{Ходимлар сони}};$$

Мазкур курсаткичдан амалиётда фойдаланиш меҳмонхона хўжаликларида ходимлар меҳнат унумдорлигини, яъни самарадорлигини ошириш имконини беради. Бунинг учун ушбу кўрсаткич ўзгаришига таъсир этувчи омилларни аниқлаш ва уларнинг таъсирини ҳисоблаш йўллари кўрсатиб бериш лозим.

Тадқиқотларга кўра, мазкур кўрсаткичнинг ўзгаришига бир қанча омиллар таъсир қилади. Уларни тегишли белгилари бўйича бир қанча гуруҳларга ажратиш мумкин. Биз мазкур ҳолатда меҳмонхона хўжалиги самарадорлигининг ривожланишига меҳмонхоналарга қўйилган инвестициялар, уларда жойлар сони ва соҳада банд бўлган ходимларнинг ўзгариши билан боғлиқ омилларни олишни мақсадга мувофиқ, деб топдик. Улар гуруҳига қуйидаги омиллар киради:

- меҳмонхонага қўйилган инвестициялар самарадорлиги, минг сўм ( $W_1$ );

- меҳмонхонадаги 1 та жойга тўғри келадиган инвестициялар миқдори, минг сўм ( $W_2$ );

- меҳмонхонада меҳмонларнинг жойлар билан таъминланганлиги, та ( $W_3$ );

- меҳмонхонада банд бўлган 1 та ходимга тўғри келадиган меҳмонлар сони, киши ( $W_4$ ).

Мазкур омилларнинг таҳлил қилинаётган меҳмонхонада банд бўлган битта ходимга тўғри келадиган соф тушум ( $Y$ ) билан функционал боғлиқлигини инobatга олинадиган бўлса, уларни ифодалаш учун қуйидаги формулани тавсия қилиш мумкин:

$$Y = w_1 * w_2 * w_3 * w_4 = \prod_{i=1}^4 w_i \quad (i=1, n)$$

Натижа кўрсаткичининг ўзгаришига юқорида қайд этилган тўртта омилнинг таъсирини аниқлаш учун бир қанча усуллардан фойдаланиш мумкин. Улардан бири ва янгиси тенг тақсимлаш коэффициенти усулидир. Ушбу усулдан фойдаланиш учун барча кўрсаткичларнинг ўсиш суръати аниқланади ва улар асосида тенг тақсимлаш коэффициенти ( $K_{тг}$ ) аниқланади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$$K_{тг} = \frac{\Delta Y}{(\Delta w_1 + \Delta w_2 + \Delta w_3 + \Delta w_4)}$$

Юкоридаги формуладан хулоса қиладиган бўлсак, натижа кўрсаткичининг ўзгаришига тўртта омил таъсир қилади. Уларнинг таъсирини аниқлаш учун натижа кўрсаткичи ва ҳар бир омилнинг ўзгариш суръатини аниқлаб олиш лозим. Бунинг учун анъанавий формуладан фойдаланган ҳолда натижа кўрсаткичининг ўзгариш суръатини ҳисоблаймиз:

$$\Delta y = \frac{y_x \cdot 100}{y_{p1}}$$

Худди шундай йўл билан барча омилларнинг ҳам ўзгариш суръатини аниқлаб оламиз:

$$\Delta w_1 = \frac{w_1 \cdot 100}{w_1}; \Delta w_2 = \frac{w_2 \cdot 100}{w_2}; \Delta w_3 = \frac{w_3 \cdot 100}{w_3}; \Delta w_4 = \frac{w_4 \cdot 100}{w_4};$$

Энди натижа ўзгаришига ҳар бир омилнинг таъсирини аниқлаш мумкин. Бунинг учун ҳар бир омилнинг ўзгариш суръатини тенг тақсимлаш коэффициентига кўпайтириб олинади.

Натижа ўзгаришига биринчи омилнинг, яъни меҳмонхонага қўйилган инвестициялар самарадорлиги ўзгаришининг таъсирини ( $\Delta y w_1$ ) аниқлаш учун биринчи омилнинг ўзгариш суръатини ( $\Delta w_1$ ) тенг тақсимлаш коэффициентига (Ктт) кўпайтирамиз. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланилади:

$$\Delta y w_1 = \Delta w_1 \cdot \frac{\Delta y}{(\Delta w_1 + \Delta w_2 + \Delta w_3 + \Delta w_4)}$$

Натижа ўзгаришига иккинчи омилнинг, яъни меҳмонхонадаги 1 та жой (ўрин)га тўғри келадиган инвестициялар миқдори ўзгаришининг таъсирини ( $\Delta y w_2$ ) аниқлаш учун иккинчи омилнинг таҳлил давридаги ўзгариш суръатини ( $\Delta w_2$ ) тенг тақсимлаш коэффициентига (Ктт) кўпайтирамиз. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланилади:

$$\Delta y w_2 = \Delta w_2 \cdot \frac{\Delta y}{(\Delta w_1 + \Delta w_2 + \Delta w_3 + \Delta w_4)}$$

Натижа ўзгаришига учинчи омилнинг, яъни меҳмонхонада меҳмон (турист)ларнинг жойлар билан таъминланганлиги ўзгаришининг таъсирини ( $\Delta y w_3$ ) аниқлаш учун учинчи омилнинг ўзгариш суръатини ( $\Delta w_3$ ) тенг тақсимлаш коэффициентига (Ктт) кўпайтирамиз. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланилади:

$$\Delta y w_3 = \Delta w_3 \cdot \frac{\Delta y}{(\Delta w_1 + \Delta w_2 + \Delta w_3 + \Delta w_4)}$$

Натижа ўзгаришига тўртинчи омилнинг, яъни меҳмонхонада банд бўлган 1 та ходимга тўғри келадиган меҳмонлар сони

Ўзгаришининг таъсирини ( $\Delta U w_4$ ) аниқлаш учун шу тўртинчи омилнинг ўзгариш суръатини ( $\Delta w_4$ ) тенг тақсимлаш коэффициентига (Ктт) кўпайтирамиз. Бунинг учун куйидаги формуладан фойдаланилади:

$$\Delta U w_4 = \Delta w_4 * \frac{\Delta U}{(\Delta w_1 + \Delta w_2 + \Delta w_3 + \Delta w_4)}$$

Одатдагидек, барча омиллар таъсири натижа кўрсаткичининг умумий фарқига тенг бўлади. Бунинг учун барча омиллар таъсири жамлаб олинади. Бу куйидагича амалга оширилади:

$$\Delta U = \Delta U w_1 \pm \Delta U w_2 \pm \Delta U w_3 \pm \Delta U w_4$$

Ушбу усул билан натижа қанчага ўзгарган бўлса, унинг қанча қисми у ёки бу омил эвазига ўзгарганлигининг мутлақ миқдорини аниқлаш мумкин. Уларнинг ҳар бирини юзга кўпайтириб натижа ўзгаришига бўлиш йўли билан  $\{\Delta U_i, \% = (\Delta U w_i * 100) : \Delta U\}$  таъсир қилувчи омилларнинг нисбий миқдорини ҳам аниқлаш мумкин. Ушбу усулга амалий маълумотларни қўллаб, натижа ўзгаришига омиллар таъсири аниқланадиган бўлса, ўйлаймизки, меҳмонхона хўжалигида меҳнат самарадорлигини оширишнинг ички имкониятлари ахтариб топилади ва уларни амалиётга сафарбар қилиш учун илмий асосланган чора-тадбирлар ишлаб чиқилади.

Меҳнат унумдорлиги – меҳнат самарадорлигини ифодаловчи муҳим кўрсаткич. Унинг даражаси макродаражада иқтисодий аҳволни ифода этадиган кўрсаткичлардан биридир. Хўжалик юритувчи субъектларда ҳам меҳнат унумдорлиги кўрсаткичи муҳим молиявий-иқтисодий кўрсаткичлар сирасига киради. Чунки рақобат шароитида ҳар бир хўжалик юритувчи субъект, шу жумладан, меҳмонхона хўжаликлари ҳам ўзининг иқтисодий ва молиявий мустақамлигини таъминлаб бориши учун айнан шу кўрсаткичга таяниши лозим. Буни таъминлаш учун меҳнат унумдорлиги кўрсаткичларини муттасил ошириб ёки барқарор даражада ушлаб туриш керак бўлади. Бунда уни оширишнинг кўпгина йўлларидан фойдаланишни тақозо қилади. Бунинг учун биринчи галда, ушбу кўрсаткични оширишнинг ички имкониятларни аниқлаш ва ишга солиш йўллари ишлаб чиқиш муҳим аҳамият касб этади. Бу эса иқтисодий таҳлилнинг усулларидан фойдаланиш заруратини туғдиради.

Ҳозирги пайтда аксарият хўжалик юритувчи субъектлар, шу жумладан меҳмонхона хўжаликлари ҳам хусусий мулк асосида шаклланмоқда ва фаолият юритмоқда. Бундай мулк шакли

инвесторларнинг меҳмонхона хўжалиklarининг зарарсиз ишлаши ва самарадорлигининг мутгасил ошиб боришидан манфаатдор. Чунки ҳар бир хўжалик юритувчи субъектнинг банкротликка учраб ўз фаолиятини тўхтатиши нафақат мулкдор учун, балки шу ерда меҳнат қилаётган ходимлар, меҳнат жамоаси, давлат ва жамият учун ҳам катта йўқотиш бўлиб ҳисобланади.

Зеро, ходимлар ўзлари шугулланиб келаётган ишидан маҳрум бўлиб, ишсизлик армияси сафига қўшилади, иш фаолиятида олиб турган иш ҳақи ва бошқа даромадлари тўхтайтиди, оила фаровонлигига путур етказилади, давлат бюджетига ушбу субъект ва ходимлардан олинмаган даромад солиқларидан келиб турган солиқ ва бошқа мажбурий тўловлар шаклидаги тушум тўхтайтиди. Натижада бюджет тақчиллиги вужудга келиши мумкин. Бу эса, ўз навбатида, давлатнинг ижтимоий масалаларни ҳал қилишига билвосита таъсир қилиши мумкин. Яна бир жиҳат. Жамиятда ишсизликнинг ортиши турли беқарорликларни чиқариши мумкин. Булардан ташқари, битта турдаги ишни бажариб турган корхонанинг тўхташи шу ишнинг ҳам тақчиллигига ва бозорнинг шу маҳсулот (хизмат)га бўлган талабнинг қондирилмасдан қолишига олиб келади. Бу эса одамларнинг яшаш сифатига ҳам салбий таъсир қилиши мумкин.

Шу туфайли ҳозирги пайтда ҳар бир хўжалик юритувчи субъектларнинг, шу жумладан меҳмонхона хўжалиklarининг самарали ишлашини таъминлашга қаратилган назарий тадқиқотларни олиб бориб, пировард амалий тадбирларни ишлаб чиқиш ва ундан амалиётда кенг фойдаланиш лозим. Ушбу объектив заруратдан келиб чиқиб, Самарқанд шаҳрида жойлашган меҳмонхона хўжалиklarининг бир қисмида меҳнат унумдорлиги кўрсаткичларининг ҳолати ва уларни ошириш йўллари қараб чиқишни мақсадга мувофиқ, деб топдик.

Шу туфайли асосий эътиборни статистик ва таҳлилий йўллар билан меҳмонхона хўжалиklarида меҳнат унумдорлиги кўрсаткичларидаги тенденция ва қонуниятларни аниқлашга қаратдик. Бунинг учун Самарқанд шаҳрида жойлашган 10 та меҳмонхона хўжалиги бўйича меҳнат унумдорлиги кўрсаткичларининг 2012 йилда эришилган натижалари бўйича қиёсий таҳлилни амалга оширишни мақсадга мувофиқ, деб топдик (3.1-жадвал).

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, таҳлил учун турли ҳажмдаги меҳмонхоналар олинган. Энг катта тушумни таъминлайдиган “Турон” меҳмонхонасида тушум 975,2 млн. сўмни

ташкил қилган бир пайтда энг кичик оборот билан фаолият кўрсатадиган “Кутамиз” меҳмонхонасида йиллик тушум 225,1 млн. сўмни ташкил қилади. Булар ўртасидаги фарқ 4,3 мартага (975,2:225,1) тенг. Ушбу маълумотлар мазкур тизимда меҳнат унумдорлигининг турли даражада эканлигини кўрсатиб турибди.

### 3.1-жадвал Самарқанд шаҳрида жойлашган 10 та меҳмонхона бўйича меҳнат унумдорлиги кўрсаткичларининг 2012 йил натижалари

бўйича қиёсий таҳлили\*

Меҳмонхоналар номи <sup>71</sup>	Соф тушум, млн. сўм	Ўртача ходимлар сони, киши	Меҳнат унумдорлиги, млн. сўм
1. Шохрух	445,3	42	10,60
2. Замондош	752,5	57	13,20
3. Меҳмоннавоз	324,6	37	8,77
4. Регистон	457,2	43	10,63
5. Шердор	689,7	53	13,01
6. Улугбек	854,4	64	13,35
7. Турон	975,2	73	13,93
8. Ешлик	235,4	32	7,36
9. Кутамиз	225,1	36	6,25
10. Чарагон	558,4	48	11,63
<b>Жами</b>	<b>5517,8</b>	<b>485</b>	<b>11,38</b>

\*Меҳмонхоналарнинг 2012 йиллик ҳисоботлари асосида муаллиф томонидан тузилди. Мазкур маълумотларнинг бир қисми, яъни соф тушум ҳажми олдинги жадалда ҳам келтирилган эди.

Агар умумий кузатадиган бўлсак, йирик меҳмонхоналарда тушумнинг катталиги ва кичикларида мос равишда камлигини кўраимиз. Аммо нисбий кўрсаткичлар ҳақиқий ҳолатни ифода этади. Шу туфайли уларнинг меҳнат унумдорлигини кўриб чиқамиз.

Ҳар бир кўрсаткич ҳажмини ошириш учун унинг ички имкониятларини ахтариб топиш ва ундан амалиётда самарали фойдаланиш лозимлигини тақозо қилади. Бунинг учун бир қанча таҳлилий кўрсаткичларни аниқлаш лозим.

Биринчи галда **вариация кенглигини** аниқлаб олиш лозим. Бунинг учун тизимга киритилган субъектларнинг таҳлил қилинаётган кўрсаткич бўйича энг юқори кўрсаткичидан энг паст кўрсаткичини айириш лозим. Бу бизнинг мисолимизда меҳнат унумдорлиги кўрсаткичидир. Бу қуйидагича ҳисобланади:

$$V_k = X_{\max} - X_{\min} = 13,93 - 6,25 = 7,68 \text{ млн. сўм.}$$

Бунда:  $V_k$  – вариация кенглиги;

<sup>71</sup>Меҳмонхона эгаларининг талабига биноан уларнинг номлари ўзгартирилиб берилмоқда.

X<sub>min</sub> – меҳнат унумдорлигининг энг катта миқдори (даражаси);

X<sub>min</sub> – меҳнат унумдорлигининг энг кичик миқдори (даражаси).

Таҳдил қилинаётган 10 та меҳмонхонанинг меҳнат унумдорлиги даражасидаги фарқ, яъни энг юқори ва пастки кўрсаткичлар ўртасидаги тафовут 7,68 млн. сўми ташкил қилади.

Мазкур ҳисоб-китобдан кўриниб турибдики, ўртача арифметик меҳнат унумдорлигининг даражаси 10,87 млн. сўми ташкил қилади. Бу кўрсаткич ифодалайдигани, мазкур тизимга кирувчи меҳмонхоналарнинг меҳнат унумдорлиги даражасининг ҳақиқий миқдоридан анча паст. Чунки уларнинг жамланган меҳнат унумдорлиги даражаси 11,38 млн. сўмга тенг. Улар ўртасидаги тафовут 0,51 бандни (11,38-10,87) ташкил қилади. Сабаби, йирик меҳмонхона хўжаликларида меҳнат унумдорлиги даражасининг юқорилиги билан тавсифланади. Шуни кузатиш мумкинки, мазкур тўпламда йирик меҳмонхона хўжаликларининг улуши катта. Йирик субъектларда 1 % миқдор, кичик субъектларга нисбатан, мос равишда албатта катта бўлади. Шу туфайли меҳнат унумдорлигининг ҳақиқий миқдори билан ўртача арифметик миқдори ўртасида фарқ келиб чиқади. Буни пастдан юқорига қараб кетма-кетлаштирилган қуйидаги жадвалда ҳам кўриш мумкин (3.2-жадвал).

### 3.2-жадвал

Тадқиқ қилинаётган 10 та меҳмонхонанинг сотиш ҳажмини кичиклигидан катталигига қараб тизимлаштирилгандаги меҳнат унумдорлиги даражасидаги ўзгариш тенденцияси\*

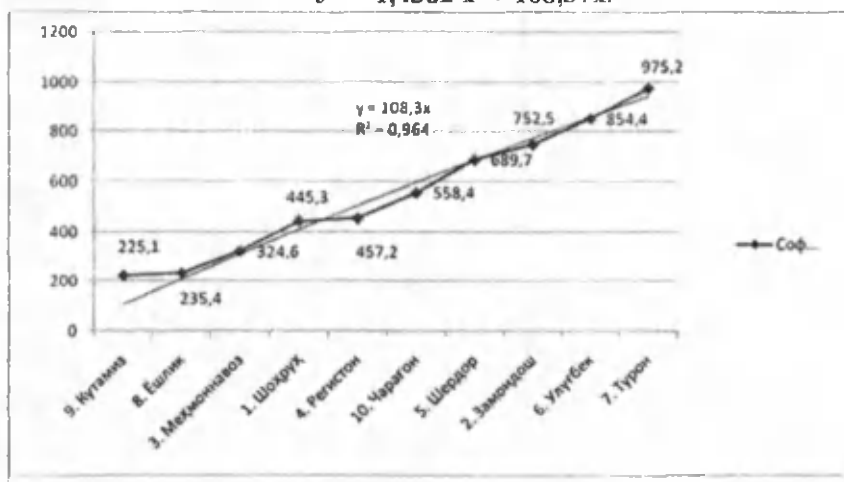
Меҳмонхоналар номи	Соф тушум, млн. сўм	Уртача ходимлар сони, киши	Меҳнат унумдорлиги, млн. сўм
9. Кутамиз	225,1	36	6,25
8. Ешлик	235,4	32	7,36
3. Меҳмоннавоз	324,6	37	8,77
1. Шоҳрух	445,3	42	10,60
4. Регистон	457,2	43	10,63
10. Чарагон	558,4	48	11,63
5. Шердор	689,7	53	13,01
2. Замондош	752,5	57	13,20
6. Улугбек	854,4	64	13,35
7. Турон	975,2	73	13,93
Жами	5517,8	486	10,87 (Ўртача арифметик)

\*Манба: 1-жадвал маълумотлари асосида муаллиф томонидан ҳисоб-китоб қилинди.

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, меҳмонхона хўжаликлари қанчалик йириклашиб борган сари, уларнинг меҳнат унумдорлиги ҳам мос равишда ошиб борган. Жумладан, энг йирик меҳмонхона хўжалиги “Турон”да меҳнат унумдорлигининг даражаси 13,93 млн. сўмни ташкил қилган бир пайтда, энг кичик меҳмонхона хўжалигидаги меҳнат унумдорлик 6,25 млн. сўмни ташкил этади. Меҳмонхоналарнинг обороти қанчалик катталашиб борган сари, уларда меҳнат унумдорлиги ҳам ошиб борган. Буни қуйидаги расмларда ҳам кўриш мумкин (3.13-расм):

Кўриниб турибдики, соф тушумнинг ўзгариши меҳмонхона хўжалигининг йириклашиб бориши билан муттасил ўсиб бориши кузатилмоқда. Унинг вақт омили билан боғлиқлиги юқори, чунки корреляция коэффиценти 1 га жуда яқин, яъни  $R^2 = 0,9604$  га тенг. Ушбу чизманинг полинаминал тенгламаси қуйидаги шаклга эга бўлди:

$$Y = -1,4362 x^2 + 108,37x.$$



3.13-расм. Меҳмонхона хўжаликларининг йириклашиб бориши билан соф тушумнинг ўзгариш тенденцияси\*

\*Манба: Тадқиқот натижасида муаллифлар томонидан шакллантирилди.

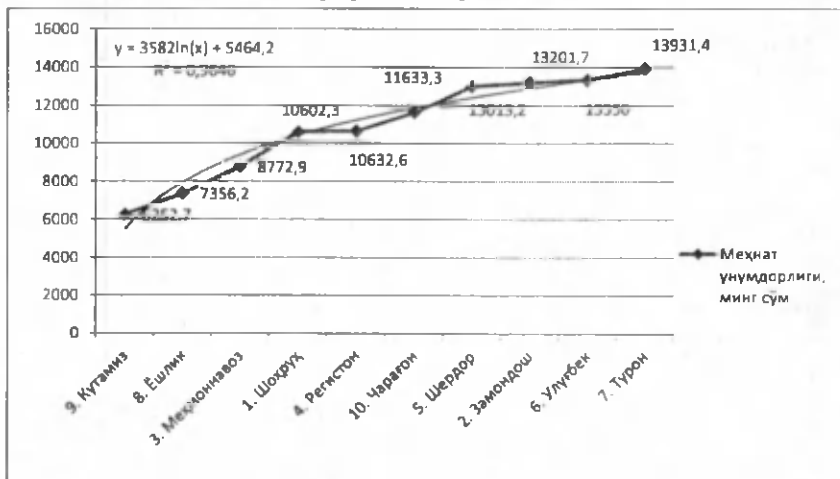
Худди шундай ҳолатни меҳнат унумдорлигининг даражасини таҳлил қилганда ҳам кузатиш мумкин. Меҳнат унумдорлигининг ўзгариши меҳмонхона хўжалигининг йириклашиб бориши билан муттасил ўсиб бориши кузатилмоқда (3.14-расм):



Мазкур натижа кўрсаткичининг вақт омили билан боғлиқлиги юқори, чунки корреляция коэффиценти бунда ҳам 1 га жуда яқин, яъни  $R^2 = 0,9646$  гатенг. Ушбу чизманинг графиги логорифм тенгламасига тўғри келди. Унда энг катта коэффицент кузатилди. Бундаги тенгламанинг шакли қуйидагича:

$$Y = 3582 \ln(x) + 5464,2.$$

Кўриниб турибдики, меҳмонхоналарнинг иш ҳажми кўпайиб борган сари уларнинг меҳнат унумдорлиги даражаси ҳам ошиб бормоқда. Демак, меҳмонхоналарга хос бўлган бир жиҳат, уларнинг обороти қанча катта бўлса, ўшанча меҳнат унумдорлиги даражаси юқори бўлиш ва кичик меҳмонхоналарда мос равишда паст меҳнат унумдорлиги даражаси кузатилмоқда. Мазкур тенденция ҳам ушбу соҳада тадбиркорлик қиламан дейдиганлар учун дастуриламал бўлиши мумкин. Бундан ташқари, йирик меҳмонхоналар кичикларига нисбатан рақобатга чидамли ва молиявий жиҳатдан барқарорликни таъминлаш имкониятига кўпроқ эга бўлади.



3.14-расм. Меҳмонхона ҳўжаликларининг йириклашиб бориши билан меҳнат унумдорлигининг ўзгариш графиги\*

\*Манба: Тадқиқот натижасида муаллифлар томонидан шакллантирилди.

4. Юқоридаги маълумотлардан фойдаланиб, ўртача квадратик четланишни аниқлаш мумкин. Чунки вариация коэффицентини ушбу кўрсаткичининг миқдорисиз аниқлаб бўлмайди. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланилади:

$$\sigma = \left\{ \sum_{k=1}^n (k = 0) \cdot n_{\text{ш}} (M_{yx} - M_y)^2 / n \right\};$$

Бунда:  $\sigma$  – вариация коэффициенти;

Мух – меҳнат унумдорлигининг 10 та меҳмонхона хўжалиги бўйича ҳақиқий миқдори;

Му – меҳнат унумдорлигининг 10 та меҳмонхона хўжалиги бўйича ўртача арифметик миқдори;

n – тўпلامга киритилган меҳмонхона хўжаликлари сони.

Ушбу формуладаги маълумотларни ечиш учун қуйидаги жадвални тузишни тавсия қиламиз (3.3-жадвал).

Энди ўртача ўзгариш диапозонининг фарқи аниқланади: бу вариация кенглигига нисбатан 1,25 ни ташкил қилади.

$$7,68 - 6,43 = 1,25$$

Меҳнат унумдорлигининг ўртача арифметик миқдорига нисбатан 4,44 га тенглигини кўрамиз:

$$10,87 - 6,43 = 4,44$$

Мазкур таҳлил натижаларидан шундай хулоса чиқариш мумкинки, шу таҳлил қилинаётган 10 та меҳмонхона хўжалигида меҳнат унумдорлиги даражаси ўртача даражасининг энг кам миқдори 1,25 млн. сўмга тенг бўлиши ва энг юқори меҳнат унумдорлиги даражасининг квадратик четланиши 4,44 млн. сўм бўлиши мумкинлигини кўрсатади. Аммо 3 та меҳмонхона хўжалигида ушбу кўрсаткич аниқланган миқдордан кам ва 2 та меҳмонхонада чегарадан юқори кўрсаткичларга эришилган.

### 3.3-жадвал

#### Ўртача квадратик четланишни аниқлаш ҳисоб-китоби\*

Меҳмонхоналар номи		$\Delta P$	$\Delta P^2$
1. Шохруҳ	$(10,60 - 10,87)^2$	-0,27	0,0729
2. Замондош	$(13,20 - 10,87)^2$	2,33	5,4289
3. Меҳмоннавоз	$(8,77 - 10,87)^2$	-2,1	4,41
4. Регистон	$(10,63 - 10,87)^2$	-0,24	0,0576
5. Шердор	$(13,01 - 10,87)^2$	2,14	4,5796
6. Улуғбек	$(13,35 - 10,87)^2$	2,48	6,1504
7. Турон	$(13,93 - 10,87)^2$	3,06	9,3636
8. Ешлик	$(7,36 - 10,87)^2$	-3,51	12,3201
9. Кутамиз	$(6,25 - 10,87)^2$	-4,62	21,3444
10. Чарагон	$(11,63 - 10,87)^2$	0,76	0,5776
Жами	<b>11353,4</b>		<b>64,31:10=6,43</b>

\*Манба: 1 ва 2 жадвал маълумотлари асосида муаллифлар томонидан ҳисоб-китоб қилинди.

Ҳисоб-китоб қилинган кўрсаткичлар асосида вариация коэффицентини ҳам аниқлаш мумкин. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсиф қиламиз. Бизнинг мисолимизда вариация коэффицентини 0,59 га тенг:

$$K_v = 6,43 : 10,87 = 0,59$$

Мазкур коэффицентнинг миқдори 0,33 дан катта ёки кичик бўлиши мумкин. Бизнинг мисолимизда  $0,59 > 0,33$ , яъни вариация коэффицентини меъёрга нисбатан катта. Бу мазкур меҳмонхоналарнинг меҳнат унумдорлиги даражаси ўртасидаги фарқнинг катталигидан далолат беради. Булар бир шаҳарда бир хил шароитда фаолият кўрсатмоқда. Агар улар ўртасида меҳнат унумдорлиги даражасининг шаклланишида объектив қонуният бўлганда мазкур кўрсаткичнинг даражасида бунчалик катта фарқ бўлиши мумкин эмас эди. Демак, мазкур меҳмонхоналарда меҳнат унумдорлигининг шаклланишига бир қанча субъектив ва тасодифий омиллар ҳам таъсир қилади.

Энди ички имкониятларни ахтариб топишга диққатни қаратамиз. Мазкур тизимда меҳнат унумдорлигининг ўртача арифметик даражаси 10,87 ни ташкил қилган эди. Таҳлилларга кўра, мазкур ўрганилаётган 10 та меҳмонхона таркибига кирувчи 5 та меҳмонхонада меҳнат унумдорлиги даражаси ўртачадан кам. Агар улар ҳам ҳеч бўлмаганда ўртача даражада меҳнат унумдорлигига эришганда, умумий меҳнат унумдорлиги даражаси ва мослашишда соф фойдаси янада юқори бўлади. Уларнинг ўртача даражасини аниқлаймиз:

$$P = \frac{(10,87 - 6,25) + (10,87 - 7,36) + (10,87 - 8,77) - (10,87 - 10,60) + (10,87 - 10,63)}{5} = \frac{4,62 + 3,51 + 2,1 + 0,27 + 0,24}{5} = 2,13 \text{ млн. сўм}$$

Мазкур таҳлил натижаларидан кўриниб турибдики, шу таҳлил қилинаётган меҳмонхона хўжалиқларида меҳнат унумдорлиги даражасининг ўртача арифметик миқдори яна 2,13 млн. сўмга ошар экан. У ҳолда умумий ўртача арифметик меҳнат унумдорлигининг даражаси 10,87 млн. сўм эмас, балки 13,0 млн. сўмни  $(10,87 + 2,13)$  ташкил қилган бўлар эди. У ҳолда ўртача ходимлар сони 486 та киши эмас, балки 717 та ишчи ходимни  $(5517,8 * 13 / 100)$  ташкил қилган бўлар эди. Унда умумий меҳнат унумдорлиги даражаси 11,38 млн. сўм эмас, балки 13,0 млн. сўмни  $(717 * 100 / 5517,8)$  ташкил қиларди.

Навбатдаги ҳисобот даврида меҳнат унумдорлиги паст бўлган меҳмонхоналарда унинг раҳбарлари, менежерлар ва мутахассислари ўзларининг молиявий-хўжалик фаолиятини янада чуқурроқ ўрганиб, меҳнат унумдорлиги кўрсаткичини ўртача даражага етиши ва ундан ҳам ошиб кетишига эришиш чораларини кўришлари керак.

### **3.5. Меҳмонхона хўжалигида рентабелликни оширишнинг ички имкониятлари ва уларни аниқлаш йўллари**

Хўжалик юритувчи субъектларда рентабеллик кўрсаткичлари муҳим молиявий-иқтисодий кўрсаткичлар сирасига киради. Чунки рақобат шароитида ҳар бир хўжалик юритувчи субъект, шу жумладан меҳмонхона хўжаликлари ҳам ўзининг иқтисодий ва молиявий мустақкамлигини таъминлаб бориши лозим. Бунда айнан рентабеллик кўрсаткичларини муттасил ошириб ёки барқарор даражада ушлаб туриш лозим. Бунда уни кўпайтиришнинг кўпгина йўлларидан фойдаланишни тақозо қилади. Улардан бири, ички имкониятларни аниқлаш ва ишга солиш йўллари ишлаб чиқиш муҳим аҳамият касб этади.

Мазкур масаланинг долзарблиги яна шу билан характерлики, ҳозирги пайтда аксарият хўжалик юритувчи субъектлар, шу жумладан меҳмонхоналар ҳам хусусий мулк асосида шаклланмоқда ва фаолият юритмоқда. Бундай мулк шакли меҳмонхоналарнинг зарарсиз ишлаши ва самарадорлигининг муттасил ошиб боришидан манфаатдор. Чунки ҳар бир хўжалик юритувчи субъектнинг банкротликка учраб ўз фаолиятини тўхтатиши нафақат мулкдор учун, балки шу ерда меҳнат қилаётган ходимлар, давлат ва жамият учун ҳам катта йўқотиш ҳисобланади. Зеро, ходимлар ишсизлик армияси сафига қўшилади, иш фаолиятида олиб турган иш ҳақи ва бошқа даромадлари тўхтади, оиланинг фаровонлигига путур етказилади, давлат бюджетига ушбу субъектдан келиб турган солиқ ва бошқа мажбурий тўловлар шаклидаги тушум тўхтади, жамиятда ишсизликнинг ортиши билан битта ишни бажариб турган корхонанинг тўхташи шу ишнинг ҳам тақчиллигига ва бозорнинг шу маҳсулот (хизмат)га бўлган талабнинг қондирилмасдан қолишига олиб келади.

Шу туфайли ҳозирги пайтда ҳар бир хўжалик юритувчи субъектлар, шу жумладан, меҳмонхоналарнинг самарали ишлашини таъминлашга қаратилган назарий ва амалий тадбирларни ишлаб чиқиш ва ундан амалиётда кенг фойдаланиш лозимлигини тақозо

этади. Ушбу объектив заруратдан келиб чиқиб, Самарқанд шаҳрида жойлашган меҳмонхоналарнинг бир қисмида рентабеллик кўрсаткичларининг ҳолати ва уларни ошириш йўлларини қараб чиқишни мақсадга мувофиқ, деб топдик.

Бунда асосий эътиборни статистик ва таҳлилий йўллар билан меҳмонхона хўжаликларида рентабеллик кўрсаткичларидаги тенденциялар ва қонуниятларни аниқлашга қаратдик. Бунинг учун Самарқанд шаҳрида жойлашган 10 та меҳмонхона хўжалиги бўйича рентабеллик кўрсаткичларининг 2012 йилда эришилган натижалари бўйича қиёсий таҳлилни амалга оширишни мақсадга мувофиқ, деб топдик (3.4-жадвал).

#### 3.4-жадвал

### Самарқанд шаҳрида жойлашган 10 та меҳмонхона бўйича рентабеллик кўрсаткичларининг 2012 йил натижалари бўйича қиёсий таҳлили\*

Меҳмонхоналар номи**	Соф тушум, млн. сўм	Йиллик соф фойда, млн. сўм	Рентабеллик даражаси, %
1. Шохрух	445,3	29,2	6,56
2. Замондош	752,5	87,1	11,58
3. Меҳмоннавоз	324,6	23,5	7,24
4. Регистон	457,2	41,0	8,96
5. Шердор	689,7	59,0	8,56
6. Улуғбек	854,4	96,1	11,25
7. Турон	975,2	102,1	10,47
8. Ёшлик	235,4	17,4	7,41
9. Кутамиз	225,1	15,5	6,88
10. Чарагон	558,4	49,0	8,78
<b>Жами</b>	<b>5517,8</b>	<b>519,9</b>	<b>9,42</b>

\*Маиба: Меҳмонхоналарнинг 2012 йиллик ҳисоботлари асосида муваллифлар томонидан тузилди

\*\*Меҳмонхона эгаларининг талабига биноан уларнинг номлари ўзгартирилиб берилмоқда.

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, таҳлил учун турли ҳажмдаги меҳмонхоналар олинган. Энг катта тушумни таъминлайдиган “Турон” меҳмонхонасида тушум 975,2 млн. сўмни ташкил қилган бир пайтда энг кичик оборот билан фаолият кўрсатадиган “Кутамиз” меҳмонхонасида йиллик тушум 225,1 млн. сўмни ташкил қилади. Булар ўртасидаги фарқ 4,3 мартага (975,2:225,1) тенг. Ушбу маълумотлар мазкур тизимда рентабелликни оширишда ички имкониятларни ахтариб топиш учун асос бўлади.

Шунинг учун ҳам, биринчи навбатда, вариация кенглиги кўрсаткичини аниқлаб олиш лозим бўлиб, бу тизимга киритилган

субъектларнинг энг юқори кўрсаткичидан, энг паст кўрсаткичини айириш ҳисобига аниқланади.

$$V_k = X_{\max} - X_{\min} = 11,58 - 6,56 = 5,02$$

Таҳлил қилинаётган 10 та меҳмонхонанинг рентабеллик даражасидаги фарқ, яъни энг юқори ва пастки кўрсаткичлар ўртасидаги фарқ 5,02 бандни ташкил қилади.

$$P = \frac{6,56 + 11,58 + 7,24 + 8,96 + 8,56 + 11,25 + 10,47 + 7,41 + 6,88 + 8,78}{10} = 8,77\%$$

Кўришиб турибдики, ўртача арифметик рентабелликнинг даражаси 8,77 %ни ташкил қилади. Бу кўрсатадики, мазкур тизимга кирувчи меҳмонхоналарнинг рентабеллик даражасининг ҳақиқий миқдоридан анча паст. Чунки уларнинг жамланган рентабеллик даражаси 9,42 %га тенг. Улар ўртасидаги тафовут 0,65 бандни (9,42 – 8,77) ташкил қилади. Сабаби, йирик меҳмонхоналарда рентабеллик даражасининг юқорилиги билан тавсифланади. Буни қуйидаги юқоридан пастга қараб кетма-кетлаштирилган жадвалда ҳам кўриш мумкин (3.5-жадвал).

### 3.5-жадвал

Тадқиқ қилинаётган 10 та меҳмонхонанинг сотиш ҳажми катталигидан қуйига қараб тизимлаштирилгандаги рентабеллик даражасидаги ўзгариш тенденцияси\*

Меҳмонхоналар номи	Соф тушум, млн. сўм	Ииллик соф фойда, млн. сўм	Рентабеллик даражаси, %
7. Турон	975,2	102,1	10,47
6. Улуғбек	854,4	96,1	11,25
2. Замондош	752,5	87,1	11,58
5. Шердор	689,7	59,0	8,56
10. Чарагон	558,4	49,0	8,78
4. Регистон	457,2	41,0	8,96
1. Шохрух	445,3	29,2	6,56
3. Меҳмоннавоз	324,6	23,5	7,24
8. Ёшлик	235,4	17,4	7,41
9. Кутамиз	225,1	15,5	6,88

\*Манба: 1-жадвал маълумотлари асосида муаллиф томонидан ҳисоб-китоб қилинди.

Кўришиб турибдики, меҳмонхоналарнинг иш ҳажми камайиб борган сари уларнинг рентабеллик даражаси ҳам пасайиб бормоқда. Демак, меҳмонхоналарга хос бўлган бир жиҳат, уларнинг обороти қанча катта бўлса, ўшанча рентабеллик даражаси юқори бўлиши ва кичик меҳмонхоналарга мос равишда паст рентабеллик даражаси

кузатилмоқда. Мазкур тенденция ҳам ушбу соҳада тадбиркорлик қиламан дейдиганлар учун дастуриламал бўлиши мумкин. Булардан ташқари, йирик меҳмонхоналар кичикларига нисбатан рақобатга чидамли ва молиявий жиҳатдан барқарорликни таъминлаш имкониятига кўпроқ эга бўлади.

Сўнги босқичда юқоридаги ҳисоб-китоблар асосида ўртача квадратик четланишни аниқлаш мумкин. Чунки вариация коэффицентини ушбу кўрсаткичнинг миқдорисиз аниқлаб бўлмайди. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланилади:

$$\sigma = \left\{ \sum_{i=1}^k (k_i/n) \cdot (P_k - P)^2 / n \right\};$$

Ушбу формуладаги маълумотларни ечиш учун қуйидаги жадвални тузишни тавсия қиламиз (3.6-жадвал).

Энди ўртача ўзгариш диапазонининг фарқи аниқланади: бу вариация кенглигига нисбатан 2,05 %ни ташкил қилади.

$$5,02 - 2,97 = 2,05 \%$$

3.6-жадвал

**Ўртача квадратик четланишни аниқлаш ҳисоб-китоби\***

Меҳмонхоналар номи		$\Delta P$	$\Delta P^2$
1. Шоҳруҳ	$(6,56 - 8,77)^2$	$-2,21^2$	4,884
2. Замондош	$(11,58 - 8,77)^2$	$2,81^2$	7,896
3. Меҳмоннавоз	$(7,24 - 8,77)^2$	$-1,53^2$	2,341
4. Регистон	$(8,96 - 8,77)^2$	$0,19^2$	0,036
5. Шердор	$(8,56 - 8,77)^2$	$-0,21^2$	0,044
6. Улуғбек	$(11,25 - 8,77)^2$	$2,48^2$	6,150
7. Турон	$(10,47 - 8,77)^2$	$1,70^2$	2,890
8. Ешлик	$(7,41 - 8,77)^2$	$-1,36^2$	1,850
9. Қутамиз	$(6,88 - 8,77)^2$	$-1,89^2$	3,571
10. Чарағон	$(8,78 - 8,77)^2$	$0,01^2$	0,000
<b>Жами</b>			<b>29,658:10=2,97</b>

\*Манба: 1 ва 2 жадвал маълумотлари асосида муаллифлар томонидан ҳисоб-китоб қилинди.

Рентабелликнинг ўртача арифметик миқдorigа нисбатан 5,80 %га тенглигини кўрамиз:

$$8,77 - 2,97 = 5,80 \%$$

Ушбу кўрсаткичлардан шундай хулоса чиқариш мумкинки, шу таҳлил қилинаётган 10 та меҳмонхона хўжалигида рентабеллик даражаси ўртача даражасининг энг кам миқдори 2,05 %га тенг бўлиши ва энг юқори рентабеллик даражасининг квадратик четланиши 5,80 % бўлиши мумкинлигини кўрсатади. Аммо 4 та

меҳмонхона хўжалигида ушбу кўрсаткич аниқланган миқдордан кам ва 2 та меҳмонхонада чегарадан юқори кўрсаткичларга эришилган.

Ушбу кўрсаткичлар асосида вариация коэффицентини ҳам аниқлаш мумкин. Бунинг учун куйидаги формуладан фойдаланилади. Бизнинг мисолимизда вариация коэффицентини 0,339 га тенг:

$$K_v = 2,97 : 8,77 = 0,339$$

Мазкур коэффицентнинг миқдори 0,33 дан катта ёки кичик бўлиши мумкин. Бизнинг мисолимизда  $0,339 > 0,33$ , яъни вариация коэффицентини оз миқдорда бўлса-да меъёрга нисбатан катта. Бу мазкур меҳмонхоналарнинг рентабеллик даражаси ўртасидаги фарқнинг катталигидан далолат беради.

Энди ички имкониятларни ахтариб топишга диққатни қаратамиз. Мазкур тизимда рентабелликнинг ўртача арифметик даражаси 8,77 %ни ташкил қилган эди. Таҳлиллар кўрсатмоқдаки, мазкур ўрганилаётган 10 та меҳмонхонанинг таркибига кирувчи 5 та меҳмонхонада рентабеллик даражаси ўртачадан кам. Агар улар ҳам ҳеч бўлмаганда ўртача даражада рентабелликка эришганда умумий рентабеллик даражаси ва мос равишда соф фойдаси янада юқори бўлган бўлар эди. Уларнинг ўртача даражасини аниқлаймиз:

$$P = \frac{(-8,56) + (-7,24) + (8,77 - 6,56) + (8,77 - 7,41) + (8,77 - 6,88)}{5} = \frac{(0,21) + (1,53) + (2,21) + (1,36) + (1,89)}{5} = 1,44 \%$$

Мазкур таҳлил натижаларидан кўришиб турибдики, шу таҳлил қилинаётган меҳмонхона хўжаликларида рентабеллик даражасининг ўртача арифметик миқдори яна 1,44 %га ошар экан. У ҳолда умумий ўртача арифметик рентабелликнинг даражаси 8,77 % эмас, балки 10,21 %ни  $(8,77 + 1,44)$  ташкил қилган бўлар эди. У ҳолда соф фойданинг умумий миқдори 519,9 млн. сўм эмас, балки 522,5 млн. сўмни  $(5117,8 * 10,21 / 100)$  ташкил қилган бўлар эди. Унда умумий рентабеллик даражаси 9,42 % эмас, балки 9,47 %ни  $(522,5 * 100 / 5517,8)$  ташкил қиларди.

Навбатдаги ҳисобот даврида рентабеллиги кам бўлган меҳмонхоналарда унинг раҳбарлари, менежерлар ва мутахассислари ўзларининг молиявий-хўжалик фаолиятини янада чуқурроқ ўрганиб, рентабеллик кўрсаткичини ўртача даражага етиши ва ундан ҳам ошиб кетишига эришиш чораларини кўришлари керак.



## IV боб. МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИКЛАРИДА САМАРАДОРЛИКНИ ОШИРИШНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ ВА ИСТИҚБОЛЛАРИ

### 4.1. Меҳмонхона хўжаликларида самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар ва уларни аниқлаш йўллари

Иқтисодиётнинг эркинлашуви, ислохотларнинг чуқурлашуви, турли инкироз ва иқтисодий беқарорликларнинг содир бўлиб туриши, рақобатнинг мавжудлиги ҳар бир хўжалик юритувчи субъектлар, хусусан, меҳмонхона хўжалиklarининг ҳам фаолияти самарадорлигини ошириш заруратини тугдиради. Чунки самарадорлик таъминланмаган жойда, фойда етарли даражада бўлмайди, фойда бўлмаган жойда эса мулкий (иқтисодий) ўсиш таъминланмайди ва бу ҳам бўлмаган жойда корхоналарнинг инкирозга юз тутиши, банкрот бўлиши тайин. Шу туфайли барча хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятининг самарадорлигини оширишга эришиш лозимдир.

Бирок, ушбу масала иқтисодий адабиётларда кам ёритилган. Хусусан, Ю.Ф. Волков<sup>72</sup>, М.Қ. Пардаев, Р. Атабаев<sup>73</sup>, А.Э. Саак, М.В. Якименко<sup>74</sup>, Э.С. Файзиев<sup>75</sup>, В.Г. Федцов<sup>76</sup>, В.С. Боголюбов, В.П. Орловская<sup>77</sup>, Л.П. Шматько<sup>78</sup> раҳбарлигидаги бир гуруҳ олимлар каби иқтисодчилар меҳмонхона бизнеси ва иқтисодиётига бағишлаб дарсликлар, ўқув кўлланма ва бошқа ўқув ва илмий адабиётларни нашрдан чикаришга муваффақ бўлганлар. Аммо ушбу асарларда меҳмонхона хўжалиги самарадорлигининг назарий масалалари ва уни

<sup>72</sup>Волков Ю.Ф. Экономика гостиничного бизнеса: Учеб. пос. –Ростов н/Д.: Феникс, 2005. –380 с.

<sup>73</sup>Пардаев М.Қ., Атабаев Р., Пардаев Б.Р. Туризм соҳасини ривожлантириш имкониятлари. Рисола –Т.: Fan va texnologiya, 2007. 28-б.

<sup>74</sup>Саак А.Э., Якименко М.В. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны). Учеб. пос. –СПб.: Питер, 2007. – 432 с. Саак А.Э., Якименко М.В. Менеджмент в индустрии гостеприимства. (гостиницы и рестораны). Учеб. пос. (очередные издания)–СПб.: Питер, 2008. – 432 с.

<sup>75</sup>Файзиев Э.С. Сервис соҳасининг иқтисодиётдаги ўрни. Рисола. –Т.: Fan va texnologiya, 2007. 16-б.-1,0 б.т., Файзиев Э.С. Сервис тизими фаолияти асослари. Маъруза матни. – Самарканд, 2007. 208-б.

<sup>76</sup>Федцов В.Г. Культура гостинично-туристического сервиса: Учеб. пос. –Ростов н/Д.: Феникс, 2008. –503 с.

<sup>77</sup>Боголюбов В.С., Орловская В.П. Экономика туризма: Учеб. пос. 3-е изд. – М.: Издательский центр “Академия”, 2008. – 192 с.

<sup>78</sup>Туризм и гостиничное хозяйство: Учеб. пос. /Под ред. Л.П.Шматько. – Изд. 4-е изд. – Ростов н/Д.: Феникс; “Март”, 2010. – 352 с.

ифодаловчи кўрсаткичлар бир тизимга келтирилган ҳолда ифода этилмаган.

Биз меҳмонхона хўжалиги самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар билан боғлиқ назарий ва амалий қарашларни таҳлил қилиб ва ўрганиб, ушбу масалани ҳал қилишга икки нуқтаи назардан қараш мақсадга мувофиқ, деган хулосага келдик. Биринчиси, самарадорликни ифодаловчи кўрсаткичларга унинг классик таърифига ва умумметодологик асосига таянган ҳолда ёндашиш бўлса, иккинчидан, меҳмонхона хўжалигининг хизмат кўрсатувчи субъект сифатида ўзига хос хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда ёндашиш лозимлигидир. Булардан ташқари меҳмонхона хўжалиги самарадорлигига бир томондан меҳмонлар (аксарият ҳолларда туристлар) ва иккинчи томондан, хўжалик юритувчи субъектлар нуқтаи назаридан қараш мақсадга мувофиқдир.

Меҳмон (турист)ларнинг нуқтаи назаридан, меҳмонхона хўжалиги самарадорлигини баҳолашда қуйидаги йўналишлар инobatга олинади:

- меҳмонларни жойлаштириш;
- уларни овқатлантириш;
- меҳмонларга савдо хизматларини кўрсатиш;
- меҳмонларга транспорт хизматларини кўрсатиш;
- меҳмонларга дам олиш ва роҳатланиш учун зарур бўлган турли маданий хизматларни кўрсатиш;
- меҳмонларга маиший хизматларни кўрсатиш.

Барча ҳолларда уларнинг хавфсизлигини таъминлаш кафолатланган бўлиши лозимдир.

Бундай хизматларни юқори савия ва самарадорликда кўрсатиш ва меҳмонларнинг талабларини тўлиқ қондириш учун меҳмонхона хизматчилари профессионал малакага эга бўлишлари лозим. Ҳозирги шароитда, ушбу ходимлардан кўрсатилган хизмат турларини аъло даражада бажариш билан бирга хушмуомала, мулойим, ўз кўрки ва тароватига эга, зийрак ва хушёр бўлишлигини, бир қанча хорижий тилларни ҳам билиш лозимлигини талаб қилади.

Меҳмонхона хўжалигида самарадорликни баҳолашда иккинчи йўналиш бўйича қаралганда шуни инobatга олиш лозимки, меҳмонхона эгаси ёки шу хўжалик юритувчи субъект шу соҳага қўйган инвестициясидан етарли даражада фойда олишга эришмоғи, мавжуд моддий-техника асосларидан самарали фойдаланмоғи, ходимларнинг юқори меҳнат унумдорлигига эришмоғи ва

харажатлардан ҳам самарали фойдаланмоғи лозим. Булардан келиб чиқиб, меҳмонхона хўжалигида самарадорликни баҳолаш учун, фикримизча, кўрсаткичлар тизимидан фойдаланиш мумкин. Бундай кўрсаткичлар тизимини тўртта гуруҳга бўлишни тавсия қиламиз:

- меҳмонхона хўжалигига қўйилган активлар самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар;
- меҳмонхона хўжалиги моддий-техника асослари самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар;
- меҳмонхона хўжалигида меҳнат самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар;
- меҳмонхона хўжалиги харажатлари самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар.

Буни қуйидаги чизма орқали ифодалаш мумкин (4.1-расм):

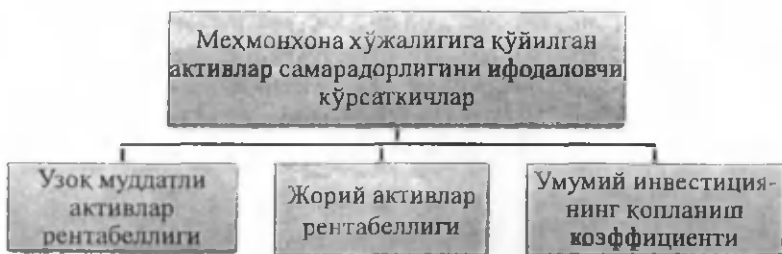


#### 4.1-расм. Меҳмонхона хўжалиги самарадорлигини хўжалик юритувчи субъектлар нукта назаридан ифодаловчи кўрсаткичлар\*

\*Манба: Тадқиқотлар натижасида муаллифлар томонидан шакллантирилди.

Ҳар бир гуруҳ кўрсаткичлар, ўз навбатида, бир қанча гуруҳларни қамраб олади. Масалан, улардан бири – меҳмонхона хўжалигига қўйилган активлар самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар. Бу гуруҳ кўрсаткичларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

- узоқ муддатли активлар рентабеллиги;
- жорий активлар рентабеллиги;
- умумий инвестициянинг қопланиш коэффициенти. Буларнинг чизмаси қуйидагича ифодаланади (4.2-расм):



#### 4.2-расм. Меҳмонхона хўжалигига қўйилган активлар самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар\*

\*Манба: Таджикотлар натижасида муаллифлар томонидан шакллантирилди.

Меҳмонхона хўжалиги моддий-техника асослари самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар ҳам, ўз навбатида, бир қанча кўрсаткичларни қамраб олади. Меҳмонхона хўжалигининг хусусиятларидан келиб чиқиб, ушбу гуруҳ кўрсаткичларига қуйидагиларни киритиш тавсия қилинади:

- битта жойга тўғри келадиган ўртача тушум;
- меҳмонхона хўжалиги койка/кунларидан фойдаланиш кoeffициенти;
- меҳмонхона хўжалиги койка/кунлари самарадорлиги кoeffициенти.

Ушбу кўрсаткичлар гуруҳи қуйидаги чизмада ўз аксини топган (4.3-расм):



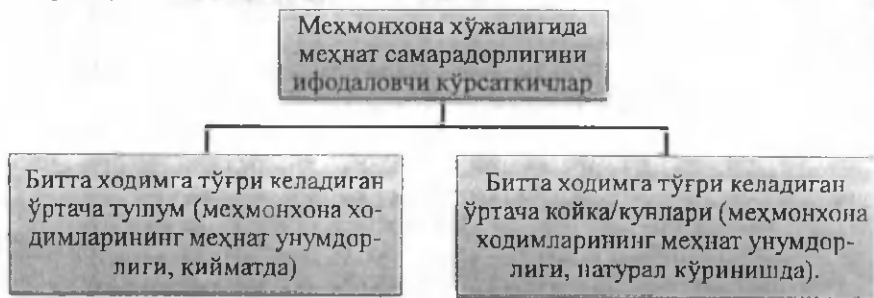
#### 4.3-расм. Меҳмонхона хўжалиги моддий-техника асослари самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар\*

\*Манба: Таджикотлар натижасида муаллифлар томонидан шакллантирилди.

Меҳмонхона хўжалигида меҳнат самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар ҳам муҳим иқтисодий кўрсаткичлар сифатида ўз ўрнига эга. Мазкур гуруҳ кўрсаткичларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

- битта ходимга тўғри келадиган ўртача тушум (меҳмонхона ходимларининг меҳнат унумдорлиги, кийматда);

-битта ходимга тўғри келадиган ўртача койка/кунлари (меҳмонхона ходимларининг меҳнат унумдорлиги, натурал кўринишда). Буларнинг чизмаси қуйидагича ифодаланиши мумкин (4.4-расм):



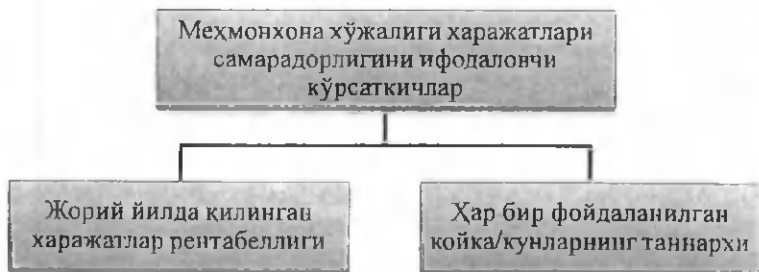
#### 4.4-расм. Меҳмонхона хўжалигида меҳнат самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар\*

\*Манба: Тадқиқотлар натижасида муаллифлар томонидан шакллантирилди.

Меҳмонхона хўжалигида яна бир муҳим кўрсаткичлардан бири, уларга жорий йилда сарфланган харажатлар самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлардир. Ушбу гуруҳ кўрсаткичларга қуйидагиларни киритишни тавсия қиламиз:

- жорий йилда қилинган харажатлар рентабеллиги;
- ҳар бир фойдаланилган койка/кунларнинг таннархи.

Буларнинг чизмасини қуйидагича ифодалашни тавсия қиламиз (4.5-расм).



#### 4.5-расм. Меҳмонхона хўжалиги харажатлари самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар\*

\*Манба: Тадқиқотлар натижасида муаллифлар томонидан шакллантирилди.

Тадқиқот жараёнида ушбу кўрсаткичларни аниқлаш, уларнинг ўзгаришига таъсир этувчи омилларни ҳисоблаш орқали ҳар бирининг яхшиланиши учун ички имкониятларни ахтариб топиш йўлларини кўрсатиб бериш лозим. Бу масала меҳмонхона хўжаликлари ва ўқув жараёнида ҳам муҳим. Чунки меҳмонхона хўжаликларида самарадорликни ифодаловчи кўрсаткичлар тизимли тарзда ишлаб чиқилмаган ва мос равишда амалиётда қўлланилмай келинаётган эди. Шу туфайли биз ишлаб чиққан мазкур тавсия нафақат назарий, балки муҳим амалий аҳамиятга молик масалалардан биридир.

Меҳмонхона хўжалигига қўйилган активлар самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлардан бири, узоқ муддатли активлар рентабеллигидир ( $R_{\text{уа}}$ ). Ушбу кўрсаткични аниқлаш учун соф фойдани ( $C_{\text{ф}}$ ) барча узоқ муддатли активларнинг умумий миқдорига ( $A_{\text{ум}}$ ) бўлинади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланиш мақсадга мувофиқ:

$$R_{\text{уа}} = C_{\text{ф}} * 100 : A_{\text{ум}};$$

Мазкур кўрсаткич корхона раҳбари учун катта аҳамиятга эга. Корхонага қўйилган инвестициянинг неча фоизи ўзига қайтаётганлигини шу кўрсаткич орқали билиб олади.

Ушбу гуруҳга кирувчи навбатдаги кўрсаткич жорий активлар рентабеллиги ( $R_{\text{жа}}$ ). Мазкур кўрсаткични аниқлаш учун ҳам соф фойдани ( $C_{\text{ф}}$ ) фақат жорий активлар ( $A_{\text{ж}}$ ) бўлиш лозим бўлади. Бунинг учун қуйидаги формула тавсия қилинади:

$$R_{\text{жа}} = C_{\text{ф}} * 100 : A_{\text{ж}}$$

Мазкур кўрсаткичнинг миқдори жорий йилда ушбу корxonани реконструкция қилиш, капитал таъмирлаш, янги жиҳозлар олиш каби ишлар учун жорий активларнинг самарадорлигини ифода этади, яъни шу инвестиция бир йилда қанча фойда келтирганлигини кўрсатади. Агар ўтган йиллар билан таққосланадиган бўлса, аҳвол қай тарафга ўзгараётганлигини ва унинг самарадорлигидаги ўзгариш тенденциясининг йўналишларини аниқлаб, уларга баҳо бериш имконияти туғилади.

Меҳмонхона хўжалигига қўйилган инвестициялар самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлардан яна бири умумий инвестициянинг қопланиш коэффициентиدير ( $I_{\text{кк}}$ ). Мазкур кўрсаткични аниқлаш учун барча инвестицияларнинг умумий миқдорини ( $I_{\text{ну}}$ ) соф фойданинг умумий миқдорига ( $C_{\text{ф}}$ ) бўлиш лозим бўлади. Бунинг учун қуйидаги формула тавсия қилинади:

$$I_{\text{кк}} = I_{\text{ну}} : C_{\text{ф}}$$

Ушбу кўрсаткичнинг миқдори қўйилган инвестицияларнинг неча йилда тўлиқ қопланишини ифодалайди. Агар шу кўрсаткич 10 га тенг бўлса, мазкур меҳмонхонага қўйилган инвестиция 10 йилда бутунлай қопланади, деган маънони беради.

Меҳмонхона хўжалиги моддий-техника асослари самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлардан бири меҳмонхона хўжалиги койка/кунларидан фойдаланиш коэффицентидир (Кк/кун). Ушбу кўрсаткични аниқлаш учун фойдаланилган койка/кунларини (Фк/кун), тўлиқ фаолият кўрсатганда фойдаланиши мумкин бўлган потенциал койка/кунларига (Пк/кун) бўлиш йўли билан аниқланади.

$$\text{Кк/кун} = \text{Фк/кун} : \text{Пк/кун}$$

Ушбу кўрсаткичнинг миқдори мазкур меҳмонхонада қанча потенциал койка кунлари мавжуд ва уларнинг фойдаланиш коэффиенти қанчаллигини ифодалайди. Масалан, битта меҳмонхонада ушбу кўрсаткичнинг миқдори 0,75 коэффицентга тенг бўлса, ушбу миқдор кўрсатадики, мазкур меҳмонхонада потенциал койка кунларининг фақат 75 фоизи фойдаланган, холос. Бу кўрсаткични қиёслаб бошқа меҳмонхоналарда аҳволнинг қандайлигини ҳам кўриш мумкин бўлади.

Ушбу гуруҳга кирувчи яна бир кўрсаткич меҳмонхона хўжалиги койка/кунлари самарадорлиги коэффицентидир (Кс). Ушбу кўрсаткични аниқлаш учун меҳмонхона хўжалигининг барча тушумларини (Тмх) фойдаланилган койка/кунларига (Фк/кун) бўлиш йўли билан аниқланади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$$\text{Кс} = \text{Тмх} : \text{Фк/кун}$$

Ушбу кўрсаткичнинг миқдори ҳисобот даврида меҳмонхона хўжалигида фойдаланилган ҳар бир койка/кунлари қанча тушумни таъминлаганлигини кўрсатади. Агарда ушбу кўрсаткичнинг миқдори 50,0 минг сўмни ташкил қилган бўлса, мазкур корхонада таҳлил қилинаётган даврда ҳар бир меҳмон бир кунда 50,0 минг сўмдан ўрта ҳисобда маблағ тўлаганлигини кўрсатади. Ушбу кўрсаткични қиёслаш орқали бошқа меҳмонхоналарда аҳволнинг қандайлигини билиш мумкин. Агар ушбу кўрсаткични битта меҳмонхонада бир қанча йилларга ҳисоблаб динамикаси ўрганилса, шу кўрсаткичнинг ўзгариш тенденцияси қандайлигидан ҳам далолат беради.

Меҳмонхона хўжалигида меҳнат самарадорлигини ифодалайди. Кўрсаткичлардан бири битта ходимга тўғри келадиган ўртача тушум (меҳмонхона ходимларининг меҳнат унумдорлиги, қийматда) ҳисобланади (Му). Ушбу кўрсаткични аниқлаш учун меҳмонхона

хўжалигининг барча тушумларини (Тмх) ходимларнинг ўртача сонига (Хўс) бўлиш етарли бўлади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$$M_y = T_{m\chi} : X_{\omega c}$$

Мазкур кўрсаткичнинг миқдори меҳнат унумдорлигини ифода этади, яъни бир ходим бир йилда қанча тушум таъминлаганлигини билдиради. Агар битта ходимнинг меҳнат унумдорлиги 20,0 миллион сўм бўлса, бу рақам битта ходим бир йилда 20,0 миллион сўмлик тушумни таъминлаганлигидан далолат беради. Мазкур кўрсаткич қанча кўпайиб борса, аҳвол шунчалик яхшиланиб бораётганлигидан далолат беради.

Навбатдаги меҳнат самарадорлиги билан боғлиқ кўрсаткичлардан бири, битта ходимга тўғри келадиган ўртача койка/кунларидир (меҳмонхона ходимларининг меҳнат унумдорлиги, натурал кўринишда). Ушбу кўрсаткични аниқлаш учун ҳам меҳмонхона хўжалигида фойдаланилган койка/кунларини (Фк/кун) ходимларнинг ўртача сонига (Хўс) бўлиш етарли бўлади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблаймиз:

$$M_y = F_{k/kun} : X_{\omega c}$$

Ушбу кўрсаткичнинг миқдори ўрганилаётган даврда меҳмонхона хўжалигининг битта ходими ўрта ҳисобда неча кишига хизмат қилганлигини кўрсатади. Агар ушбу формула орқали топилган кўрсаткичнинг миқдори 35 бўлса, шу меҳмонхонада бир киши ўрта ҳисобда таҳлил қилинаётган даврда 35 нафар кишига хизмат қилганлигини кўрсатади. Мазкур кўрсаткичнинг қиёсий таҳлили шу корхонада аҳволнинг қандайлигидан далолат беради. Шу тўғрисида меҳмонхона хўжалиги иқтисодийетини ўрганишда, албатта, мазкур меҳнат самарадорлиги билан боғлиқ кўрсаткичларни аниқлаш муҳим аҳамиятга эга.

Меҳмонхона хўжалиги самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлардан яна бири, уларга жорий даврда қилинган харажатлар рентабеллигидир (Хр). Ушбу кўрсаткични аниқлаш учун ҳам меҳмонхона хўжалигининг ўрганилаётган даврдаги соф фойдасини (Сф) кўрсатилган хизматларнинг таннархига, яъни маҳсулот ишлаб чиқаришга кетган харажатларга (Хар) бўлиш лозим бўлади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия этамиз:

$$X_p = S_f : X_{ap}$$

Ушбу кўрсаткичнинг миқдори ўрганилаётган даврда меҳмонхона хўжалигининг бир сўм қилинган харажатларга қанча тушумнинг тўғри келганлигини кўрсатади. Агар ушбу формула орқали топилган



кўрсаткичнинг миқдори 835 бўлса, шу меҳмонхонада бир сўм қилинган харажат ўрта ҳисобда таҳлил қилинаётган даврда 835 сўмлик тушум келтиришга эришилганлигини кўрсатади. Мазкур кўрсаткичнинг миқдорини қиёсий жиҳатдан таҳлил қилиб, меҳмонхона хўжалигида харажатлар самарадорлиги билан боғлиқ кўрсаткичларнинг ҳолатига баҳо бериш мумкин бўлади.

Мазкур гуруҳга кирувчи навбатдаги кўрсаткич, ҳар бир фойдаланилган койка/кунининг таннархидир. Бу ҳар бир фойдаланилган койка/кунига кетган харажатларни кўрсатади (Тк/кун). Ушбу кўрсаткични аниқлаш учун ўрганилаётган даврдаги кўрсатилган хизматларнинг таннархига, яъни маҳсулот ишлаб чиқаришга харажатларни (Хар) барча меҳмонхона хўжалигида фойдаланилган койка/кунларига (Фк/кун) бўлиш лозим бўлади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия этамиз:

$$\text{Тк/кун} = \text{Хар} : \text{Фк/кун}$$

Ушбу кўрсаткичнинг миқдори ўрганилаётган даврда меҳмонхона хўжалигининг ҳар бир фойдаланилган койка/кунига қанча харажат кетганлигини кўрсатади. Агар ушбу формула орқали топилган кўрсаткичнинг миқдори 83 минг бўлса, шу меҳмонхонада бир фойдаланилган койка/кунига 83 минг сўм харажат қилганлигини билдиради. Ўрганилаётган даврда ушбу кўрсаткичларнинг ҳолатига амалий жиҳатдан баҳо бериш учун қуйидаги жадвални тузишни тавсия этамиз (4.1.-жадвал).

Юқоридаги жадвал маълумотларида «Афросиёб-Палас» меҳмонхонасининг самарадорлик кўрсаткичларини аниқлаб чиқдик. Биринчи кўрсаткич узоқ муддатли активлар рентабеллигидир. Бу кўрсаткич ўтган йили 10,74, жорий йилда эса 5,41 ни ташкил этмоқда. Бундан шундай хулоса чиқаришимиз мумкин корхона узоқ муддатга қўйилган инвестициянинг 2008 йилда 10,74 фоизи, 2009 йилда 5,41 фоизи ўзига қайтаётганлигини кўришимиз мумкин.

Навбатдаги кўрсаткич жорий активлар рентабеллиги. Мазкур кўрсаткичнинг миқдори жорий йилда ушбу корхонани реконструкция қилиш, капитал таъмирлаш, янги жиҳозлар олиш каби ишлар учун жорий активларнинг самарадорлигини ифода этади, яъни шу активлар бир йилда қанча фойда келтирганлигини кўрсатади. Агар ўтган йиллар билан таққосланадиган бўлса, аҳвол қай тарафга ўзгараётганлигини ва унинг самарадорлигидаги ўзгариш тенденциясининг йўналишларини аниқлаб, уларга баҳо бериш имконияти туғилади.

**“Афросиёб палас” меҳмонхона комплексига самарадорлик кўрсаткичларининг  
ҳисобот йилидаги ҳолатининг ҳисоб-китоби**

№	Кўрсаткичлар	Ўтган йилда	Ҳисобот йилида	Фарқи (+,-)	Узгариш суръати, %
<b>Мўлақ кўрсаткичлар</b>					
1.	Сотилган маҳсулот (хизмат)дан тушум, минг сўм.	2247065	2390254	+143189	106,4
2.	Сотилган маҳсулот (хизмат)лар таннархи, минг сўм.	1116127	1255417	+139290	112,5
3.	Меҳмонхона ҳўжалигининг соф фойдаси, минг сўм	564043	433476	-130567	76,85
4.	Узоқ муддатли активлар, минг сўм	5251518	8015157	2763639	152,6
5.	Жорий активлар, минг сўм	3319323	1550943	-1768380	46,72
6.	Тўлик фаолият кўрсатганда потенциал койка/кунлари	182000	182000	-	100
7.	Фойдаланилган койка/кунлари	34251	29786	-4465	86,96
8.	Ходимларнинг ўртача сони, киши	212	201	-11	94,81
<b>Нисбий кўрсаткичлар</b>					
9.	Узоқ муддатли активлар рентабеллиги, %	10,74	5,41	-5,33	50,37
10.	Жорий активлар рентабеллиги, %	16,99	27,95	10,96	164,51
11.	Умумий инвестициянинг копланиш коэффиценти	15,19	22,07	6,88	145,29
12.	Битта жойга тўғри келадиган ўртача тушум, минг сўм	12,35	13,13	0,78	106,32
13.	Меҳмонхона ҳўжалигида койка/кунларидан фойдаланиш коэффиценти	0,19	0,16	-0,03	84,21
14.	Меҳмонхона ҳўжалигида койка/кунлари самарадорлиги коэффиценти	65,61	80,25	14,64	122,31
15.	Битта ходимга тўғри келадиган ўртача тушум (меҳнат унумдорлиги), минг сўм	10599,36	11891,81	1292,45	112,19
17.	Битта ходимга тўғри келадиган ўртача койка/кунлари (меҳнат унумдорлиги, натурал)	161,56	148,19	-13,37	91,72
18.	Жорий йилда қилинган харажатлар рентабеллиги, коэффицентда	0,51	0,35	0,16	68,63
19.	Койка/ кунининг таннархи, минг сўм	32,59	42,15	+9,56	129,33

\*Манба: Меҳмонхона ҳўжалиги ҳисоботлари асосида муаллифлар ишланмаси

Меҳмонхона хўжалигига қўйилган инвестициялар самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлардан яна бири умумий инвестициянинг қопланиш коэффициентидир. Ушбу кўрсаткичнинг миқдори қўйилган инвестицияларнинг неча йилда тўлиқ қопланишини ифодалайди. Афросиёб-Палас меҳмонхонасида ушбу кўрсаткичнинг миқдори ўтган йили 15,19, жорий йилда 22,07 ни ташкил этмоқда, бундан кўриниб турибдики, шу икки йил давомида 37,26 қисмини қоплапти.

Меҳмонхона хўжалиги моддий-техника асослари самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлардан бири меҳмонхона хўжалиги койка/кунларидан фойдаланиш коэффициентидир. Ушбу кўрсаткични аниқлаш орқали меҳмонхонада қанча потенциал койка/кунлари мавжуд ва уларнинг фойдаланиш коэффициенти қанчаллигини ифодалайди. Мазкур меҳмонхонада ушбу кўрсаткичнинг миқдори ўтган йили 0,19, жорий йилда эса 0,16 коэффициентга тенг бўлган, ушбу миқдор кўрсатадики, мазкур меҳмонхонада потенциал койка/кунларининг ўрта ҳисобда 17,5 фоиздан фойдаланган, холос.

Ушбу гуруҳга кирувчи яна бир кўрсаткич меҳмонхона хўжалиги койка/кунлари самарадорлиги коэффициентидир. Бу кўрсаткичнинг миқдори ҳисобот даврида меҳмонхона хўжалигида фойдаланилган ҳар бир койка/кунлари қанча тушумни таъминлаганлигини кўрсатади. Биз таҳлил қилаётган меҳмонхонада бу кўрсаткич ўтган йили 65,61 жорий йилда 80,25 минг сўмга тенглиги маълум бўляпти.

Меҳмонхона хўжалигида меҳнат самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлардан бири битта ходимга тўғри келадиган ўртача тушум (меҳмонхона ходимларининг меҳнат унумдорлиги, кийматда) ҳисобланади. Мазкур кўрсаткичнинг миқдори меҳнат унумдорлигини ифода этади, яъни бир ходимга бир йилда қанча тушум тўғри келганлигини билдиради. Агар битта ходимнинг меҳнат унумдорлиги ўтган йили 10599,36 минг сўм бўлса, жорий йилда 11891,81 минг сўм битта ходим бир йилда тушумни тўғри келганлигидан далолат беради. Мазкур кўрсаткич қанча кўпайиб борса, аҳвол шунчалик яхшиланиб бораётганлигидан далолат беради.

Навбатдаги меҳнат самарадорлиги билан боғлиқ кўрсаткичлардан бири, битта ходимга тўғри келадиган ўртача койка/кунларидир (меҳмонхона ходимларининг меҳнат унумдорлиги, натурал кўринишда). Ушбу кўрсаткични ўрганиш натижасида шу нарса маълум бўлдики, ўтган йили меҳмонхонада бир киши ўрта

ҳисобда 161,56 кишига, жорий йилда 148,19 кишига хизмат қилганлигини кўрсатади.

Меҳмонхона хўжалиги самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлардан яна бири, уларга жорий даврда қилинган харажатлар рентабеллигидир. Ушбу кўрсаткичнинг миқдори ўрганилаётган даврда меҳмонхона хўжалигининг бир сўм қилинган харажатларга қанча фойданинг тўғри келганлигини кўрсатади. Меҳмонхонада кўрсаткичнинг миқдори бир сўм қилинган харажат ўрта ҳисобда ўтган йили 0,51 жорий йилда 0,35 сўмлик фойда келтиришга эришилганлигини кўрсатмоқда.

Мазкур гуруҳга кирувчи навбатдаги кўрсаткич, койка/кунининг таннархидир. Бу ҳар бир ўринга қанча харажат қилинганлигини ифода этади. Ушбу кўрсаткичнинг миқдори ўрганилаётган даврда меҳмонхона хўжалигининг бир сўм койка/кунига қанча харажат тўғри келганлигини ифодалайди. Бу формула орқали топилган кўрсаткичнинг миқдори ўтган йили 32,59 минг сўм, жорий йилда эса 42,15 минг сўм бўлди.

«Афросиёб-Палас» меҳмонхонасининг таҳлил қилинган икки йилдаги иқтисодий самарадорлигига умумий ҳулоса берадиган бўлсак, меҳмонхонага бир қанча ижобий ҳулосаларни беришимиз мумкин, буларга қуйидагиларни айтишимиз мумкин:

- корхона охири икки йилда умумий 997519 минг сўм соф фойдага эришган;
- узок муддатли активлар, яъни асосий воситалар янгиланиши 52,6 фоизга етказилган;
- сотилган маҳсулот ўтган йилга нисбатан 143189 минг сўмга, яъни 6,4 фоизга кўпайган.

Аммо шу билан бирга корхонада фойда ўтган йилга нисбатан камайган, бунинг энг асосий сабабларидан бири ҳозирги кунда жаҳонда бўлиб ўтаётган глобал иқтисодий инқирознинг таъсиридир, чунки туристларнинг келишига салбий таъсир кўрсатган. Бунинг натижасида умумий инвестициялар рентабеллиги ўтган йилга нисбатан 30 фоизга камайиб кетган. Бундан ташқари меҳмонхона хўжалиги койка/кунлардан фойдаланиш коэффиенти 15,79 фоизга, битта ходимга тўғри келадиган ўртача койка кунлари 8,28 фоизга, харажатлар рентабеллиги 31,37 фоизга кетган. Шунга қарамай корхона жаҳонда бир қанча йирик корхоналар банкротга тушиб қолаётган иқтисодий инқироз вақтида умумий инвестицияларнинг қопланиш коэффиенти қарийб бир ярим баробарга, битта жойга

тўғри келадиган тушум 6,32 фоизга, меҳмонхона хўжалиги койка кунлари самарадорлиги 22,31 фоизга, битта ходимга ўртача тўғри келадиган тушум 12,19 фоизга оширишга эришган. Бу ҳолатни албатта ижобий баҳолаш лозим.

#### 4.2. Меҳмонхоналарда сервис самарадорлигига таъсир этувчи омиллар ва уларни аниқлаш йўллари

Меҳмонхоналарнинг ҳар бири хўжалик юритувчи субъект сифатида маълум самарадорлик билан ишлаши лозим. Бунинг учун самарадорликни ифодаловчи барча кўрсаткичларга таъсир этувчи омиллар тизимини ишлаб чиқиш ва уларнинг таъсирини аниқлаш лозим бўлади. Бунда самарадорликни ифодаловчи кўрсаткичлар билан бирга уларнинг натижавий кўрсаткичларини ҳам алоҳида ўрганишга тўғри келади. Чунки натижа кўрсаткичлари юқори бўлсагина самарадорлик ҳам юқори бўлади.

Ушбу назарий хулосага таянадиган бўлсак, натижавий кўрсаткичлардан бири туристлардан келадиган умумий даромадлар ҳажми, яъни умумий тушум ҳисобланади. Ушбу кўрсаткичнинг ўзгаришига таъсир этувчи омиллар иқтисодий адабиётларда деярли чоп қилинмаган. Буларни инобатга олиб, ушбу кўрсаткичларга таъсир этувчи омиллар тизимини ишлаб чиқдик. Фикримизча, ушбу кўрсаткичнинг ўзгаришига қуйидаги омиллар таъсир этади:

- меҳмонхонадаги умумий жойлар сони;
- меҳмонхонадаги жойларнинг ўртача бандлик даражаси;
- битта меҳмонга тўғри келадиган ўртача тушум;
- ҳисобот даврида ўртача иш куни.

Уларнинг натижа кўрсаткичи билан боғлиқлигини қуйидаги формула билан ҳисоблашни тавсия этамиз:

$$M_T = M_{\text{ж}} \cdot \check{Y}_6 \cdot T_{1\text{м}} \cdot \check{Y}_{\text{ик}} ;$$

Бунда:  $M_T$  – меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушум;

$M_{\text{ж}}$  – меҳмонхонадаги умумий жойлар сони;

$\check{Y}_6$  – меҳмонхонадаги жойларнинг ўртача бандлик

даражаси;

$T_{1\text{м}}$  – битта меҳмонга тўғри келадиган ўртача тушум;

$\check{Y}_{\text{ик}}$  – ҳисобот даврида ўртача иш куни.

Таҳлилнинг асосий вазифаси мазкур омилларнинг натижага таъсирини аниқлашдан иборат. Бунинг учун, аввало, уларнинг фарқини аниқлаш лозим. Ушбу фарқни аниқлаш учун қуйидаги формулани тавсия этамиз:

$$\Delta M_T = (M_{ж}^x \cdot \check{Y}_6^x \cdot T_{1м}^x \cdot \check{Y}_{ик}^x) - (M_{ж}^p \cdot \check{Y}_6^p \cdot T_{1м}^p \cdot \check{Y}_{ик}^p);$$

Натижа кўрсаткичининг, яъни меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушумнинг ўзгаришига биринчи омилнинг, яъни меҳмонхонадаги умумий жойлар сонининг таъсирини аниқлаш учун натижани шу омилнинг ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинади  $(M_{ж}^x \cdot \check{Y}_6^p \cdot T_{1м}^p \cdot \check{Y}_{ик}^p)$  ва ушбу миқдордан натижанинг режадаги миқдори  $(M_{ж}^p \cdot \check{Y}_6^p \cdot T_{1м}^p \cdot \check{Y}_{ик}^p)$  айирилади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия этамиз:

$$\Delta M_{T,мж} = (M_{ж}^x \cdot \check{Y}_6^p \cdot T_{1м}^p \cdot \check{Y}_{ик}^p) - (M_{ж}^p \cdot \check{Y}_6^p \cdot T_{1м}^p \cdot \check{Y}_{ик}^p);$$

Меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушум ўзгаришига иккинчи омилнинг, яъни меҳмонхонадаги жойлар сонининг ўртача бандлик даражаси кўрсаткичи таъсирини аниқлаш учун натижани шу омилнинг ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинади  $(M_{ж}^x \cdot \check{Y}_6^x \cdot T_{1м}^p \cdot \check{Y}_{ик}^p)$  ва ушбу миқдордан натижанинг биринчи омил ўзгариши билан қайта ҳисобланган миқдори  $(M_{ж}^x \cdot \check{Y}_6^p \cdot T_{1м}^p \cdot \check{Y}_{ик}^p)$  айирилади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия этамиз:

$$\Delta M_{T,ўб} = (M_{ж}^x \cdot \check{Y}_6^x \cdot T_{1м}^p \cdot \check{Y}_{ик}^p) - (M_{ж}^x \cdot \check{Y}_6^p \cdot T_{1м}^p \cdot \check{Y}_{ик}^p);$$

Натижа кўрсаткичининг, яъни меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушумнинг ўзгаришига учинчи омилнинг, яъни битта меҳмонга тўғри келадиган ўртача тушумнинг таъсирини аниқлаш учун, натижани шу омилнинг ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинади  $(M_{ж}^x \cdot \check{Y}_6^x \cdot T_{1м}^x \cdot \check{Y}_{ик}^p)$  ва ушбу миқдордан натижанинг иккинчи омил ўзгариши билан қайта ҳисобланган миқдори  $(M_{ж}^x \cdot \check{Y}_6^x \cdot T_{1м}^p \cdot \check{Y}_{ик}^p)$  айирилади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия этамиз:

$$\Delta M_{T,т1м} = (M_{ж}^x \cdot \check{Y}_6^x \cdot T_{1м}^x \cdot \check{Y}_{ик}^p) - (M_{ж}^x \cdot \check{Y}_6^x \cdot T_{1м}^p \cdot \check{Y}_{ик}^p);$$

Натижа кўрсаткичининг, яъни меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушумнинг ўзгаришига тўртинчи омилнинг, яъни ҳисобот даврида ўртача иш кунининг таъсирини аниқлаш учун, натижани шу омилнинг ҳақиқий миқдори билан қайта ҳисоблаб олинади  $(M_{ж}^x \cdot \check{Y}_6^x \cdot T_{1м}^x \cdot \check{Y}_{ик}^x)$  ва ушбу миқдордан натижанинг учинчи омил ўзгариши билан қайта ҳисобланган миқдори  $(M_{ж}^x \cdot \check{Y}_6^x \cdot T_{1м}^p \cdot \check{Y}_{ик}^p)$  айирилади. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$$\Delta M_{T,ўик} = (M_{ж}^x \cdot \check{Y}_6^x \cdot T_{1м}^x \cdot \check{Y}_{ик}^x) - (M_{ж}^x \cdot \check{Y}_6^x \cdot T_{1м}^p \cdot \check{Y}_{ик}^p);$$

Барча омиллар таъсири натижанинг умумий фаркига тенг бўлиши лозим. Бунинг учун ушбу формуладан фойдаланилади:

$$\Delta M_T = \Delta M_{T,мж} \pm \Delta M_{T,ўб} \pm \Delta M_{T,т1м} \pm \Delta M_{T,ўик};$$

Ушбу формулага амалий маълумотлар қўллаб ечиладиган бўлса, натижа ўзгаришига омиллар таъсирини аниқлаш билан бирга уни яхшилашнинг ички имкониятлари ҳам топилади.

Ушбу назарий усулнинг бевосита амалиётда қўлланилишини кўриб чиқиш учун қуйидаги «Камилла-Орзу» меҳмонхонасининг маълумотларини келтирамиз (4.2-жадвал).

#### 4.2-жадвал

#### «Камилла-Орзу» меҳмонхонасининг ҳисобот йилидаги натижавий кўрсаткичлари\*

№	Кўрсаткичлар	ўтган йил	ҳисобот йили	Фарқи (+,-)
1.	Меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушум. Мт. (минг сўм)	91619	122412	+30793
2.	Меҳмонхонадаги умумий жойлар сони. Мж	30	30	-
3.	Меҳмонхонада банд қилинган жойлар сони	3976	4226	+250
4.	Меҳмонхонадаги жойлар сонининг ўртача бандлик даражаси $\bar{Y}_b$ (3к/2к*364)	0,36	0,39	+0,03
5.	Ҳисобот даврида ўртача иш кунини. $\bar{Y}_{иш}$	364	360	-4
6.	Битта меҳмонга тўғри келадиган ўртача тушум $T_{1м}$ (мингсўм) $(1к/(2к*4к*5к))$	23,31	28,74	5,43

\*Манба: «Камилла-Орзу» меҳмонхонасининг ҳисоботларида келтирилган маълумотлари асосида муаллифларнинг ҳисоб-китоби.

Ушбу жадвал маълумотларига кўра, ҳисобот даврида меҳмонхонадаги умумий жойлар сони ўтган йилга нисбатан ўзгармаган, шу билан бирга меҳмонхонадаги жойлар сонининг ўртача бандлик даражаси 0,03 коэффициентга кўпайган. Аммо, ҳисобот даврида ўртача иш кунини 4 кунга камайган. Битта меҳмонга тўғри келадиган ўртача тушум суммаси эса 5,43 минг сўмга ошган. Оқибатда меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушум суммаси 30793 минг сўмга ошган. Бироқ, ушбу жадвал маълумотлари меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушумнинг ўзгаришига қайси омиллар қай даражада таъсир қилганлигини тасвирлай олмайди. Шу туфайли омилли таҳлил учун қуйидаги жадвалдан фойдаланишни тавсия этамиз (4.3-жадвал).

Юқоридаги биз тавсия қилган усулдан, яъни занжирли алмаштириш усулидан ҳар бир омилнинг натижа ўзгаришига таъсирини амалий маълумотларни қўллаган ҳолда аниқлаш йўллари кўриб чиқамиз.

«Камилла-Орзу» меҳмонхонасига туристлардан келадиган умумий тушумга алоҳида омиллар таъсирини ҳисоблаш\*

Кўрсаткичлар	Ўтган йили	ҳисобот йили	Занжирли алмаштириш			
			М <sub>ж</sub>	У <sub>б</sub>	Т <sub>1м</sub>	У <sub>иш</sub>
Меҳмонхонадаги умумий жойлар сони. Мж	30	30	30	30	30	30
Меҳмонхонанинг ўртача бандлик даражаси. Ўб	0,36	0,39	0,36	0,39	0,39	0,39
Битта меҳмонга тўғри келадиган ўртача тушум. Т <sub>1м</sub> (минг сўм)	23,31	29,06	23,31	23,31	29,06	29,06
Ҳисобот даврида ўртача иш куни. Ў <sub>иш</sub>	364	360	364	364	364	360
Меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушум. Мт. (минг сўм)	91619	122412	91619	99273	123760	122412

\*Маъна: 4.2-жадвал асосида ҳисоб-китоб қилинди.

Ушбу жадвал маълумотларига кўра, ҳисобот йилида меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушум 30793 (122412-96619) минг сўмга ошган. Бу ўзгариш қуйидаги омиллар таъсирида рўй берган.

1. Меҳмонхонадаги умумий жойлар сонининг таъсирини меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушумга таъсирини топиш учун қуйидаги ҳисоб-китобни амалга оширамыз:

$$\Delta M_{T.M} = (30 * 0,36 * 23,31 * 364) - (30 * 0,36 * 23,31 * 364) = 91619 - 91619 = 0$$

Меҳмонхонадаги умумий жойлар сонининг ўзгармаганлиги меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушум ҳажмини ўзгартирмаган.

2. Меҳмонхонанинг ўртача бандлик даражаси кўрсаткичининг натижа кўрсаткичига таъсирини қуйидагича ҳисоблаймиз:

$$\Delta M_{T.U} = (30 * 0,39 * 23,31 * 364) - (30 * 0,36 * 23,31 * 364) = 99273 - 91619 = 7654$$

Меҳмонхонанинг ўртача бандлик даражаси кўрсаткичининг 1 фоизга ошганлиги меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушум ҳажмини 7654 минг сўмга (99273 - 91619) оширган.

3. Битта меҳмонга тўғри келадиган ўртача тушум меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушум ҳажмига таъсирини қуйидаги ҳисоб-китоблар билан топамиз:

$$\Delta M_{T.T1M} = (30 * 0,39 * 29,06 * 364) - (30 * 0,39 * 23,31 * 364) = 123760 - 99273 = 24487$$



Кўриниб турибдики, битта меҳмонга тўғри келадиган ўртача тушум 5,43 минг сўмга ошганлиги натижа кўрсаткичининг 24487 минг сўмга (123760 – 99273) кўпайишига сабаб бўлган.

4. Ҳисобот даврида ўртача иш кунининг ўзгариши натижа кўрсаткичи ўзгаришига таъсири қандай бўлганлигини қуйидагича ҳисоблаб топамиз:

$$\Delta M_{т.уик} = (30 * 0,39 * 29,06 * 360) - (30 * 0,39 * 29,06 * 364) = \\ = 122412 - 123760 = - 1348$$

Бундан аёнки, ҳисобот даврида ўртача иш кунининг 4 кунга камайиши сабабли меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушум ҳажми 1348 минг сўмга (122412 – 123760) камайган.

Юқоридаги ҳисоб-китоблардан кўриниб турибдики, меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушум режадагига нисбатан 30793 минг сўмга (122412 - 91619) кўпайган. Бу, ўз навбатида, тўртта омил таъсири остида рўй берган:

$$\Delta M_{т} = 0 + 7654 + 24487 - 1348 = 30793$$

Бу ҳисоб-китоблардан кўриниб турибдики, меҳмонхонанинг ўртача бандлик даражаси, битта меҳмонга тўғри келадиган ўртача тушум натижа кўрсаткичига ижобий таъсир қилган ва аксинча ҳисобот даврида ўртача иш куни омили таъсири эвазига эса меҳмонхонага туристлардан келадиган умумий тушум 1348 минг сўмга камайган.

Меҳмонхоналарда самарадорликни ифодаловчи кўрсаткичлардан бири уларнинг харажатлар рентабеллигидир.

Харажатлар рентабеллиги ( $X_p$ ) соф фойда ( $Cф$ ) суммасини харажатларнинг умумий ҳажмига ( $X_a$ ) бўлиб топилади ва бу формула қуйидаги кўринишга эга бўлади:

$$X_p = Cф / X_a$$

Харажатлар рентабеллигига таъсир этувчи омилларни аниқлаш учун, уларнинг бир-бири билан боғлиқлигини ифодалаб олиш мақсадга мувофиқ. Чунки харажатлар рентабеллиги бир қанча кўрсаткичлар билан бевосита функционал боғлиқликда.

Бу боғлиқликни қуйидагича ифодалашни тавсия қиламиз:

$$X_p = (Cф / Д) * (Д / Ст) * (Ст / X)$$

Бунда:  $Cф / Д$  – соф фойданинг даромадлардаги улуши ( $C_{фд}$ );

$Д / Ст$  – сотилган маҳсулотнинг даромадлилиги ( $Д_{Ст}$ );

$Ст / X$  – харажатларнинг самарадорлиги ( $C_{rx}$ ).

Юқорида келтирилган формуладан қуйидаги формулани келтириб чиқариш мумкин:

$$X_p = C_{\text{фл}} * D_{\text{Ст}} * C_{\text{Тх}}$$

Бу формуладан кўришиб турибдики, харажатлар рентабеллигига соф фойданинг даромадлардаги улуши, сотилган маҳсулот даромадлилиги ва харажатларнинг самарадорлиги таъсир қилмоқда. Мазкур омилларнинг натижага таъсирини аниқлаш учун иқтисодий таҳлилнинг бир қанча усулларида фойдаланиш мумкин. Биз мазкур омилларнинг натижага таъсирини аниқлаш учун фарқлаш усулидан фойдаланамиз.

Натижа ўзгаришига биринчи омилнинг, яъни соф фойданинг даромадлардаги улуши таъсирини аниқлаш учун шу омилнинг фарқи олинади ( $C_{\text{фл}}^x - C_{\text{фл}}^p$ ) ва қолган омилларнинг режадаги миқдорига ( $D_{\text{Ст}}^p, C_{\text{Тх}}^p$ ) кўпайтирилади. Бунинг учун қуйидаги формулани тавсия қиламиз:

$$\Delta X_{pC_{\text{фл}}} = (C_{\text{фл}}^x - C_{\text{фл}}^p) * D_{\text{Ст}}^p * C_{\text{Тх}}^p$$

Натижа ўзгаришига (харажатлар рентабеллиги ўзгаришига) иккинчи омилнинг, яъни сотилган маҳсулот даромадлилигининг таъсирини ҳисоблаш учун соф фойданинг даромадлардаги улушининг ҳақиқий миқдори олиниб ( $C_{\text{фл}}^x$ ), уни сотилган маҳсулот даромадлилигининг фарқи ( $D_{\text{Ст}}^x - D_{\text{Ст}}^p$ ) ва харажатларнинг самарадорлигининг режадаги миқдорига ( $C_{\text{Тх}}^p$ ) кўпайтирилади. Бу ҳисоб-китобни қуйидаги формула орқали амалга оширишни тавсия қиламиз:

$$\Delta X_{pD_{\text{Ст}}} = C_{\text{фл}}^x * (D_{\text{Ст}}^x - D_{\text{Ст}}^p) * C_{\text{Тх}}^p$$

Харажатлар рентабеллиги ўзгаришига учинчи омилнинг, яъни харажатлар самарадорлигининг таъсирини аниқлаш учун биринчи иккита омилнинг ҳақиқий миқдорини ( $C_{\text{фл}}^x, D_{\text{Ст}}^x$ ), учинчи омилнинг фарқи ( $C_{\text{Тх}}^x - C_{\text{Тх}}^p$ ) кўпайтирилади. Буни ҳисоблаш учун қуйидаги формула тавсия қилинади:

$$\Delta X_{pC_{\text{Тх}}} = C_{\text{фл}}^x * D_{\text{Ст}}^x * (C_{\text{Тх}}^x - C_{\text{Тх}}^p)$$

Барча омилларнинг таъсири натижанинг умумий фарқига тенг бўлиши лозим. Бу қуйидагича аниқланади:

$$\Delta X_p = \Delta X_{pC_{\text{фл}}} \pm \Delta X_{pD_{\text{Ст}}} \pm \Delta X_{pC_{\text{Тх}}}$$

Юқорида келтирилган формулаларнинг амалиётда қўлланилишини «Самарқанд Плаза» меҳмонхонасининг маълумотлари асосида кўриб чиқамиз. Бунинг учун қуйидаги жадвал маълумотларини келтириш мумкин (4.4-жадвал).

Жадвал маълумотларидан кўришиб турибдики, харажатлар рентабеллиги 2009 йилда ўтган йилга нисбатан -0,09 коэффицентга (0,15–0,24) камайган. Бу ўзгаришга соф фойданинг даромадлилиги,

сотилган маҳсулотнинг даромадлиги, харажатларнинг самарадорлиги қандай таъсир қилганлигини юқоридаги формуллардан фойдаланиб аниқлаймиз:

1. Соф фойданинг даромадлиги харажатлар рентабеллигига қандай таъсир қилганлигини аниқлаш учун қуйидаги ҳисоб-китобни амалга ошириш лозим:

$$\Delta X_{pC\phi d} = (0,40 - 0,46) * 0,34 * 1,51 = (-0,06) * 0,34 * 1,51 = -0,03$$

Демак, соф фойданинг даромадлиги -0,06 коэффицентга камайганлиги харажатлар рентабеллигининг 0,03 коэффицент камайишига сабаб бўлган.

#### 4.4-жадвал

#### «Самарқанд Плаза» меҳмонхонасининг самарадорлик билан боғлиқ кўрсаткичлари ҳисобот йилидаги маълумотлари\*

№	Кўрсаткичлар	Ўтган йили	ҳисобот йили	Фарқи (+,-)
1.	Сотилган маҳсулот, минг сўм	693347	737782	+44435
2.	Харажатлар, минг сўм	458215	539735	+81520
3.	Ялпи даромад, минг сўм	235132	198047	-37085
4.	Соф фойда, минг сўм	110212	78965	-31247
5.	Соф фойданинг даромадлардаги улуши.4к: 3к	0,46	0,40	-0,06
6.	Сотилган маҳсулотнинг даромадлиги,3к: 1к	0,34	0,27	-0,07
7.	Харажатларнинг самарадорлиги 1к: 2к	1,51	1,37	-0,14
8.	Харажатларнинг рентабеллиги 4к: 2к	0,24	0,15	-0,09

\*Манба: «Самарқанд Плаза» меҳмонхонасининг ҳисоботларида келтирилган маълумотлари асосида муаллифнинг ҳисоб-хўтоби

2. Сотилган маҳсулотнинг даромадлиги харажатлар рентабеллигига қандай таъсир қилганлигини аниқлаш учун қуйидаги ҳисоб-китобни амалга оширамиз:

$$\begin{aligned} \Delta X_{pдст} &= 0,40 * (0,27 - 0,34) * 1,51 = \\ &= 0,40 * (-0,07) * 1,51 = - 0,04 \end{aligned}$$

Ҳисоб-китоблардан кўриниб турибдики, сотилган маҳсулотнинг даромадлиги 0,07 (0,27-0,34) камайганлиги харажатлар рентабеллигини 0,04 коэффицент камайишига сабаб бўлган.

3. Харажатлар самарадорлиги харажатлар рентабеллигига қандай таъсир қилганлигини аниқлашда, биз қуйидаги формуладан фойдаланамиз:

$$\begin{aligned} \Delta X_{pCтх} &= 0,40 * 0,27 * (1,37 - 1,51) = \\ &= 0,40 * 0,27 * (- 0,14) = - 0,02 \end{aligned}$$

Формуладан шу нарса аниқлашдики, харажатлар самарадорлиги 0,14 (1,37 – 1,51) коэффицентга камайиши харажатлар рентабеллигини 0,02 коэффицентга камайтирган.

Барча омилларнинг таъсири натижанинг умумий фаркига тенг:

$$\Delta X_p = \Delta X_{pC_{\text{фа}}} + \Delta X_{pC_{\text{дст}}} + \Delta X_{pC_{\text{та}}} = -0,03 - 0,04 - 0,02 = -0,09$$

Ушбу омилли таҳлил натижасига асосан меҳмонхонада мавжуд имкониятлардан тўлиқ фойдаланилганда ёки соф фойданинг даромадлилиги, сотилган маҳсулотнинг даромадлилиги ва харажатларнинг самарадорлиги ўтган йилгидек бўлганда эди, харажатлар рентабеллиги 0,09 коэффицентга ошган бўлар эди.

Меҳмонхонага автомобиллардан келадиган умумий тушум қўшимча фаолиятдан олинадиган даромад бўлиб, унинг самарадорлигини оширишда ҳам сезиларли аҳамиятга эга. Шу туфайли ушбу кўрсаткичнинг ҳам омилли таҳлиliga тўхталишни мақсадга мувофиқ, деб топдик.

Меҳмонхонага автомобиллардан келадиган умумий тушум (Q) автомобиллар сонини (A), битта автомобилнинг ўртача иш кунига (Ик) ҳамда автомобилларнинг ўртача бир кунлик меҳнат унумдорлигига (Му) кўпайтирилиб топилади ва у қуйидаги формула билан ифодаланади:

$$Q = A * \text{Ик} * \text{Му}$$

Барча автомобилларнинг ишлаган кунлари сонини автомобиллар сонига бўлсак битта автомобилнинг ўртача иш куни (барча автомобилларнинг иш кунлари сони/A) келиб чиқади. Меҳмонхонага автомобиллардан келадиган умумий тушумни барча автомобилларнинг иш кунлари сонига (Q / барча автомобилларнинг иш кунлари сони) бўлсак, барча автомобилларнинг бир кунлик меҳнат унумдорлиги келиб чиқади. Демак:

$$Q = A * (\text{барча ав. иш кунлари сони} / A) *$$

$$(\text{Q/барча ав. иш кунлари сони}) = A * \text{Ик} * \text{Му}$$

Юқоридаги формуладан кўриниб турибдики, меҳмонхонага автомобиллардан келадиган умумий тушумга учта омил таъсир қилаяпти. Натижага омиллар таъсирини аниқлаш учун иқтисодий таҳлилда қўлланиладиган индекс усулидан фойдаланамиз. Меҳмонхонага автомобиллардан келадиган умумий тушумга учта омилнинг таъсирини аниқлаш учун уларнинг индивидуал индексларини аниқлаб олиш лозим. Бу қуйидагича аниқланади (4.5-жадвал).

## 4.5-жадвал

Меҳмонхонага автомобиллардан келадиган умумий тушум  
кўрсаткичларининг индивидуал индексларини аниқлаш  
йўли билан омиллар таъсирини ҳисоблаш усули\*

№	Кўрсаткичлар	Ўтган йили	Ҳисобот йили	Индивидуал индекслар
1.	Автомобиллар сони (А)	$A_0$	$A_1$	$i_a = A_1/A_0$
2.	Битта автомобилнинг ўртача иш куни (Ик)	$Ик_0$	$Ик_1$	$i_{ик} = Ик_1/Ик_0$
3.	Автомобилларнинг ўртача бир кунлик меҳнат унумдорлигига (Му)	$Му_0$	$Му_1$	$i_{му} = Му_1/Му_0$
4.	Меҳмонхонага автомобиллардан келадиган умумий тушум (Q)	$Q_0$	$Q_1$	$I_Q = Q_1/Q_0$

\*Маъна: "Афросиёб-палас" меҳмонхонаси маълумотлари асосда муваллифлар томонидан ҳисоб-ҳитоб қилинган.

Меҳмонхонага автомобиллардан келадиган умумий тушумга омиллар таъсирини индивидуал индексини қўллаб ечадиган бўлсак, у қуйидаги боғланишга эга бўлади:

$$I_Q = i_a * i_{ик} * i_{му}$$

Бу боғланишдан келиб чиқиб натижага омиллар таъсирини қуйидагича аниқлаш мумкин:

1. Меҳмонхонага автомобиллардан келадиган умумий тушумга автомобиллар сони кўрсаткичининг таъсири қуйидаги формула билан аниқланади:

$$\Delta Q_a = (Q_0 * i_a) - Q_0$$

2. Битта автомобилнинг ўртача иш куни кўрсаткичининг натижа кўрсаткичига таъсири қуйидаги формула билан аниқланади:

$$\Delta Q_{ик} = (Q_0 * i_a * i_{ик}) - (Q_0 * i_a)$$

3. Меҳмонхонага автомобиллардан келадиган умумий тушумга автомобилларнинг ўртача бир кунлик меҳнат унумдорлиги таъсири қуйидагича аниқланади:

$$\Delta Q_{му} = (Q_0 * i_a * i_{ик} * i_{му}) - (Q_0 * i_a * i_{ик})$$

Барча омиллар таъсирининг йиғиндиси меҳмонхонага автомобиллардан келадиган умумий тушумнинг ҳисобот йилидан асос йилининг фарқини беради.

$$\Delta Q = Q_1 - Q_0 = \pm \Delta Q_a \pm \Delta Q_{ик} \pm \Delta Q_{му}$$

Бу усулнинг амалиётда қўлланилишини кўриш учун қуйидаги мисолни келтирамиз. "Афросиёб-Палас" меҳмонхонасининг кўрсаткичлари қуйидаги жадвалда берилган (4.6-жадвал).

## 4.6-жадвал

**«Афросиёб-Палас» меҳмонхонасининг кўрсаткичлари\***

№	Кўрсаткичлар	Ўтган йили	Ҳисобот йили	Индивидуал индекслар
1.	Автомобиллар сони (А)	5	5	1
2.	Битта автомобилнинг ўртача иш куни (Ик)	304	328	1,079
3.	Автомобилларнинг ўртача бир кунлик меҳнат унумдорлиги (Му)	150,53	149,28	0,992
4.	Меҳмонхонага автомобиллардан келадиган умумий тушум (Q) минг сўм	228805	244816	1,07

\*Мянба: "Афросиёб-палас" меҳмонхонаси маълумотлари асосида муаллифларнинг ишланмиси.

Ушбу жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, меҳмонхонага автомобиллардан келадиган умумий тушум ўтган йилга нисбатан 16011 минг сўмга (244816 – 228805) кўпайган. Бу ўзгаришга қуйидаги омиллар сабаб бўлган:

1. Автомобилларнинг сони ўзгармаганлиги туфайли, меҳмонхонага автомобиллардан келадиган умумий тушумга таъсир қилмаган, шунинг учун бу омил таъсирида натижа кўрсаткичи ўзгармаган:

$$\Delta Q_a = (Q_0 * i_a) - Q_0 = 228805 * 1 - 228805 = 0$$

2. Битта автомобилнинг ўртача иш куни 24 кунга (328-304) кўпайиши меҳмонхонага келадиган умумий тушумни 18076 минг сўм кўпайишига сабаб бўлган.

$$\Delta Q_{ик} = (Q_0 * i_a * i_{ик}) - (Q_0 * i_a) = (228805 * 1 * 1,079) - (228805 * 1) = 246881 - 228805 = 18076$$

3. Автомобилларнинг ўртача бир кунлик меҳнат унумдорлиги кўрсаткичининг 1,25 минг сўмга (149,28 – 150,53) ошиши меҳмонхонага автомобиллардан келадиган умумий тушумни 2065,0 минг сўм камайишига сабаб бўлган.

$$\Delta Q_{му} = (Q_0 * i_a * i_{ик} * i_{му}) - (Q_0 * i_a * i_{ик}) = (228805 * 1 * 1,079 * 0,992) - (228805 * 1 * 1,079) = 244816 - 246881 = -2065$$

Барча омиллар таъсири йиғиндиси меҳмонхонага автомобиллардан келадиган умумий тушумнинг фарқини бериши лозим:

$$\Delta Q = Q_1 - Q_0 = \pm \Delta Q_a \pm \Delta Q_{ик} \pm \Delta Q_{му} = 0 + 18076 - 2065 = 16011$$

Юқоридаги ҳисоб-китоблардан шу нарса маълум бўлдики, меҳмонхонага автомобиллардан келадиган тушум ўтган йилга нисбатан 16011 минг сўмга ошган, ўз навбатида, бундай ўзгаришга автомобиллар сони, битта автомобилнинг ўртача иш куни ҳамда

автомобилларнинг ўртача бир кунлик меҳнат унумдорлиги омиллари сабаб бўлган.

#### 4.3. Меҳмонхона хўжаликларида самарадорликни оширишнинг асосий йўналишлари ва истиқболлари

Мамлакатимизда амалга оширилаётган ислохотларни янада чуқурлаштириш ва аҳолининг бандлик масаласини ҳал қилиш каби муҳим тадбирлардан бири хизмат соҳасини ривожлантиришдир. Бу борада Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси 2009 йил 12 февралдаги мажлисининг «2008 йилда республика ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ҳамда 2009 йилда иқтисодий ислохотларни чуқурлаштиришнинг энг муҳим устувор йўналишлари тўғрисида»ги қароридан яна бир бор таъкидланди. Мазкур қарорда «Хизматлар кўрсатиш соҳасининг ривожланиш даражаси ва сифати аҳолининг ортиб бораётган талабига мувофиқ эмас»<sup>79</sup> лиги алоҳида кўрсатиб ўтилган.

Хизмат кўрсатишга қаратилган эътибор фақат бугун пайдо бўлган эмас. Маълумки, Президентимизнинг 2006 йил 17 апрель куни «Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чоратадбирлари тўғрисида»ги қарори эълон қилинган эди. Бу қарор олдинги олиб борилган ишларни янада аниқлаштириш ва мамлакатда ислохотларни чуқурлаштиришга қаратилган амалий тадбирлардан бири эди. Мазкур қарорга асосан 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантириш давлат Дастури қабул қилинган эди.

Мазкур қарорнинг 2006 йилларда бажарилиши кўрсатдики, аҳолига кўрсатилган пуллик хизмат 27,2 %га ўсди, хизматларнинг ялпи ички маҳсулотдаги улуши 2005 йилда 38,3 фоизни ташкил қилди<sup>80</sup>. 2006 йилда ушбу кўрсаткич 39,5 %ни ташкил қилди<sup>81</sup>. Ваҳоланки, дунёнинг ривожланган мамлакатларида хизматларнинг ялпи ички маҳсулотдаги улуши 60-80 фоизни ташкил этади. Ушбу мамлакатларда иқтисодиётда банд бўлган аҳолининг 70 фоизи шу

<sup>79</sup> «2008 йилда республика ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ҳамда 2009 йилда иқтисодий ислохотларнинг чуқурлаштиришнинг энг муҳим устувор йўналишлари тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси мажлисининг қарори. 2009 йил 12 февраль. //Халқ сўзи, 2009 йил 15 февраль.

<sup>80</sup> Ўзбекистоннинг статистик ахборотномаси 2005 йил.

<sup>81</sup> Каримов И.А. Мамлакатимиз тараққиёти ва халқимизнинг ҳаёт даражасини юксалтириш – барча демократик янгиланиш ва иқтисодий ислохотларимизнинг пировард мақсадидир. –Т : Ўзбекистон. НМИУ, 2007. 29-б.

хизмат кўрсатиш соҳасида фаолият кўрсатади. Бизда эса мазкур кўрсаткич 58,0 фоизни ташкил қилади<sup>82</sup>. Кўриниб турибдики, хали жаҳондаги ўртача даражага етганда ҳам хизмат кўрсатиш соҳасини анча ривожлантириш лозим экан.

Мамлакатимизда хизмат ва сервис соҳасининг узоқ йиллар орқада қолиб кетишига сабаб режали иқтисодиёт шароитида ушбу соҳада иккинчи даражали соҳа сифатида қаралиб келинганлигидир. Бундай ҳолат аҳолининг истеъмол харажатлари таркибига ҳам таъсир қилади. Мамлакатимиз аҳолисининг истеъмол харажатлари таркибида хизматларнинг улуши бор-йўғи 15.4 фоизга тенг<sup>83</sup>. Ваҳоланки, ушбу кўрсаткичнинг миқдори ривожланган мамлакатларда 50-60 фоизни ташкил этади<sup>84</sup>.

Шу туфайли мамлакатимиз Президенти "...республикаимизда хизмат кўрсатиш соҳасининг сифати ва савияси бугунги кун талабларига жавоб бермайди, десак, айти ҳақиқатни айтган бўламиз"<sup>85</sup>, деб таъкидлади. Чунки бу борадаги барча имкониятлар ишга солинмасдан қолмоқда экан. Шу туфайли Президентимизнинг 2006 йил 17 апрель куни "Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида"ги қарори кўрсатилган параметрларга янада аниқлик киритиш мақсадида Мамлакатимиз Президенти бу масалага яна бир тўхталиш лозимлигини таъкидлади. Натижада, 2007 йил 12 февралдаги Вазирлар Маҳкамасининг қарориде тегишли мутасадди вазирлик идоралар ва ҳокимликларга "... Икки ой муддатда 2006-2010 йилларда хизмат ва сервис соҳасини ривожлантириш дастурини танқидий кўриб чиқсинлар ва унга тузатишлар киритиш бўйича таклифлар киритсинлар. Дастурда 2007 йилда хизматлар соҳасини жадал ривожлантириб, унинг ялпи ички маҳсулотдаги улушини 42-43 фоизга етказиш хизматларнинг янги замонавий турларини кенг жорий этиш ушбу соҳанинг аҳолини, биринчи навбатда, қишлоқ жойларда иш билан банд қилиш

<sup>82</sup> Ҷша манба.

<sup>83</sup> Социальное развитие и уровень жизни население в Узбекистане 2004. –Т.: Госкомстат Узбекистана. 2005. 72-б.

<sup>84</sup> «Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарори. //Халқ сўзи, 2006 йил 18 апрель. 1-б.

<sup>85</sup> Каримов И.А. Мамлакатимиз тараққиёти ва халқимизнинг ҳаёт даражасини юксалтириш – барча демократик янгиланиш ва иқтисодий ислохотларимизнинг пиривард мақсадидир. –Т.: Ўзбекистон. НМИУ, 2007. 30-б.



муаммоларини ҳал этишдаги ролини ошириш чора-тадбирлари назарда тутилсин”<sup>86</sup>, дейилди.

Буларни ишга солиш мақсадида 2007 йил 21 майда Президентнинг “Ўзбекистон Республикасида 2010 йилгача бўлган даврда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги яна битта қарори эълон қилинди. Мазкур қарорга асосан Ўзбекистон Республикасида 2007 -2010 йилларда хизматлар кўрсатиш соҳасини ривожлантиришнинг ҳудудлар бўйича янгиланган асосий параметрлари ҳамда “Хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини 2007-2010 йилларда ривожлантириш Дастури”нинг мавжуд эҳтиёжларини ҳисобга олиб аниқлаштирилган ва тўлдирилган асосий йўналишлари ва тадбирлари ишлаб чиқилди.

Мазкур дастурга асосан хизмат кўрсатиш соҳасининг мамлакат ялпи ички маҳсулотигади улуши 2007 йилда 42,5 фоизни ташкил қилди. Бу кўрсаткич 2008 йилда 44,7 фоиз, 2009 йилда 47,0 фоиз, 2010 йилда эса 49 фоиз бўлди. Бу 2007 йилда хизмат кўрсатишнинг ўсиш суръати 117,4 фоизга етди. Худди шундай ҳолат кейинги йилларда ҳам сақланиб қолди. Чунки 2008 йилда мазкур кўрсаткич даражаси 118,0 фоизга, 2009 йилда 118,9 фоизга, 2010 йилда 121,8 фоизга етди.

Дастурда 9 та асосий хизмат турлари бўйича истиқболлар белгилаб берилган. Буларга қуйидагилар киради:

- савдо ва умумий овқатланиш хизматлари;
- транспорт хизмати;
- алоқа ва ахборотлаштириш хизмати;
- банк-молия хизматлари;
- туризм ва сайёҳлик хизматлари;
- меҳмонхона хўжалиги хизмати;
- коммунал-маиший хизматлар;
- автомобиль ва бошқа техник воситаларни таъмирлаш хизмати;
- соғломлаштириш ва болалар спортини ривожлантириш хизматлари кабилар.

Хизматларнинг юқорида келтирилган турларини таҳлил қиладиган бўлсак, уларнинг ҳаммасида ҳам кескин ўсиш кўзда тутилган. Мамлакатимиз ҳозирги пайтда давлат ва нодавлат тузилмалари томонидан минглаб хизматлар кўрсатилмоқда. Уларнинг айрим қисми аҳолига, алоҳида шахсларга, оилаларга, жамоаларга,

<sup>86</sup>Ўша манба 1-б.

худудларга, давлатга кўрсатиладиган хизматлар бўлса, айримлари шу субъектларнинг бир-бирига кўрсатадиган хизматларидир.

Мамлакатимизда туристик хизматлар энг истикболли хизмат турларига киради. Унинг барча хизматлардаги ҳиссаси ҳозирги кунда бирмунча кам бўлиши мумкин, аммо унинг ҳиссаси келажақда ошиб бораверади. Бунинг учун шу йиллар мобайнида ҳам уларнинг жадаллик билан ўсиши кўзда тутилган. Туризмнинг ривожланиши учун мамлакатимизда катта салоҳият мавжуд. Тарихий обидаларга бой Самарақанд, Бухоро, Хива каби шаҳарларимиз, мустақиллик иншоотлари билан фахрланиши мумкин бўлган Тошкент шаҳри, гўзал манзаралари билан донг таратган Фарғона водийси ҳаммаҳаммаси туристларга кўз-кўз қиладиган маскан ва объектлардир.

Катта туристик салоҳиятга эга бўлган мамлакатимизда ушбу соҳа жадал ривожланиши тайин. Чунки ушбу соҳага мамлакатимиз Президенти ва ҳукумати ҳам катта эътибор қаратмоқда. 2007-2010 йилларда хизмат соҳасининг умумий ҳажми 2,0 баравар оширилишига қарамай, туризм соҳаси бўйича хизматларнинг ҳажми 2,3 баробар оширилиши кўзда тутилган. Агар буни худудлар бўйича таҳлил қиладиган бўлсак, шунинг гувоҳи бўламлики, айрим вилоятларда юқори даражадаги ўсиш суръати режалаштирилган. Жумладан, Самарқанд, Қашқадарё, Навоий, Сирдарё, Тошкент вилоятларида ва Тошкент шаҳрида мазкур хизмат турини 2,3 марта ошириш кўзда тутилган. Бу республика даражаси билан тўғри келади.

Бундан шундай хулоса қилиш мумкинки, мазкур вилоятларда туризмни ривожлантириш учун катта салоҳият ва имкониятлар бор. Бироқ шуни таъкидлаш жоизки, Самарқанд вилоятининг ўзи ишлаб чиққан дастурда мазкур кўрсаткичларни келтирилган параметрларга нисбатан анча ошириб бажарилишини таъминлаш режалаштирилган. Бунга вилоятда етарли даражада илмий ва амалий салоҳият мавжуд. Самарқанд вилоятида йиллар бўйича алоҳида таҳлил қилганда қуйидаги ривожланишни кузатиш мумкин. 2007 йилда туристик хизматларнинг ҳажми вилоятда 118,0 %, 2008 йилда - 122,0 %, 2009 йилда - 125,0 %, 2010 йилда - 129,0 % бўлди. Бундай жадал ўсиш суръати мамлакатимизнинг айрим вилоятларидагина кузатилган, холос. Умуман олганда, туризмни ривожлантириш учун мамлакатимизда ва унинг ҳар бир худудий бўлинмаларида дастур ишлаб чиқилган ва барча саъй-ҳаракатлар шу дастурларда кўзда тутилган параметрларни бажариш билан шугулланмоқда.

Туризмнинг ривожланишида катта омил бўладиган соҳа бу меҳмонхона хизматидир. Бу соҳа ҳозирги пайтда асосан хусусий сектор ҳисобидан тез ривожланиш босқичини кечирмоқда. Бу соҳа яқин истиқболда ҳам тез ривожланиши учун катта кўрсаткичларга эришиш кўзда тутилган. Хусусан, 2010 йилда 2006 йилга нисбатан меҳмонхона хизматини ривожлантириш 2,4 баробарга ўсди. Бу истиқболли соҳанинг ривожланишидаги ўзига хос хусусиятлардан бири шуки, янги қуриладиган меҳмонхоналар жаҳон стандартлари талабларига жавоб берадиган даражада амалга оширилмоқда. Уларнинг юқори сифатлиги билан бирга нархи ҳам бирмунча арзонлиги билан фарқ қилади. Бу эса туристларнинг мамлакатимизга жалб қилиниши учун муҳим омиллардан бири ҳисобланади. Бу масаланинг халқаро даражага кўтарилишига сабаб мамлакатимизда ҳам халқаро туризмни ривожлантиришга қаратилганлигидир.

Меҳмонхона хизматини ривожлантириш фақат туризмни ривожлантириш омили бўлиб қолмасдан, балки хусусий тадбиркорликни ривожлантириш, сервис ва хизматлар сифатини ошириш, оила хўжаликлари фаровонлигини юксалтириш омиллари ҳамдир. Йирик туризм салоҳиятига эга бўлган мамлакатимизда меҳмонхона хизматининг жадал ривожланиши кўзда тутилган. 2007-2010 йилларда меҳмонхона хизматининг ривожланиши таъкидланганидек, мамлакатимиз бўйича 2,4 мартани ташкил қилган бир пайтда Самарқанд вилоятида унинг ҳажми 2,5 марта кўпайиши кўзда тутилган.

Аммо вилоят ва ҳудудлар бўйича таҳлил қилинганда, уларнинг турли йўналишларга эга эканлигини кўрамыз. Жумладан, Тошкент шаҳрида меҳмонхона хизматини ривожлантириш бўйича энг юқори кўрсаткич, яъни 2,6 мартага ошириш белгилаб қўйилган. Сирдарё ва Тошкент вилоятларида мазкур кўрсаткичнинг ўсиш суръати 2,3 мартани ташкил қилади. Қолган вилоятларда анча паст. Масалан, Қорақалпоғистон Республикасида мазкур кўрсаткичнинг ўсиш суръати атиги 1,5 баробарни ташкил қилади, холос. Бу турли ҳудудларнинг турли туристик салоҳиятига эга эканлиги билан боғлиқ.

Самарқанд вилоятида йиллар бўйича таҳлил қилганда куйидагиларни кузатиш мумкин. 2007 йилда меҳмонхона хизмати ҳажмини вилоятда – 117,5 %, 2008 – йилда 123,6 %, 2009 йилда – 127,0 %, 2010 йилда – 134 %га етди. Бундай жадал ўсиш суръати мамлакатимизнинг бирорта ҳудудидида кўзга ташланмайди. Бундай

ўсишга «Шарқ тароналари» Халқаро мусиқа фестивалининг Самарқанд шаҳрида ўтказилиши ҳам сабабдир.

Ҳар қандай соҳанинг истиқболини аниқ белгилаш учун аниқ рақамлар орқали математик усулларни қўллаган ҳолда бир қанча амалларни бажаришга тўғри келади. Бу мақсадга эришиш учун Самарқанд шаҳрида жойлашган 50 дан ортиқ меҳмонхоналардан қиёсланадиган 47 тасини танлаб олдик ва уларнинг маълумотларини таҳлил қилдик. Барча меҳмонхоналарни тўғри ораликда (15 киши) тақсимлаб, 8 гуруҳга бўлиб олдик (12-илова). Энг кичик гуруҳ 1 дан 15 кишигача, энг катта гуруҳ 105 ва ундан ортиқ туристларни бир вақтнинг ўзида қабул қила олиш имкониятига эга бўлган меҳмонхоналар гуруҳлари.

Меҳмонхоналар самарадорлигини ошириш йўлларини аниқлаш учун натижавий кўрсаткич сифатида унинг даромадлари олинди. Самарқанд меҳмонхоналари йиллик ўртача даромади кўрсаткичининг ўзгаришига таъсир этиши мумкин бўлган қуйидаги омиллар танлаб олинди:

X<sub>1</sub>- меҳмонхоналарнинг ўртача қабул қилиш қуввати, киши;

X<sub>2</sub>- меҳмонхонада кўрсатилаётган хизматлар сони, дона;

X<sub>3</sub>- шаҳримизда фаолият кўрсатаётган меҳмонхоналар сони, дона;

X<sub>4</sub>- меҳмонхонанинг хизмат кўрсатиш жараёнида 1 суткалик ўртача харажатлари, минг сўм;

X<sub>5</sub>- меҳмонхонага ташриф буюрувчи туристлар сони, киши;

X<sub>6</sub>- меҳмонхонада хизмат кўрсатаётган ходимлар сони, киши;

X<sub>7</sub>- бир ўрин учун тўланадиган ўртача нарх, минг сўм;

У – меҳмонхоналарнинг умумий ўртача даромади, минг сўм.

Ушбу омилларнинг натижавий кўрсаткичга, яъни меҳмонхоналарнинг ўртача даромадлари ўзгаришига таъсирини аниқлаш учун корреляция ва регрессия таҳлили усулларидан фойдаланилди. Бунда таҳлил қилиш учун гуруҳлар бўйича қуйидаги маълумотлар жамланди (4.7-жадвал).

Одатда натижанинг ўзгариши бир қанча омиллар билан стахостик (билвосита) тарзда боғланадиган бўлса, бундай боғланиш статистикада корреляцион боғланиш деб айтилади. Бундай ҳолда омилларнинг таъсирини корреляция ва регрессия усулларини қўллаб аниқлаш мумкин. Бироқ, натижага жуда кўп омиллар таъсир қилади. Аммо амалиётда барча омилларнинг таъсирини аниқлаш бироз мураккаб. Биринчидан, жуда кўп омилларни ҳисобга олиш, уларни

рақамларда ифодалаш қийин бўлса, иккинчидан барча омиллار бўйича ҳисоб-китоблар олиб борилмайди. Шу туфайли таҳлил жараёнида ҳисобга олиниши мумкин бўлган ва асосий, деб баҳоланадиган омилларгина таҳлил қилинади. Маълум натижага таъсир этувчи белгилар – омиллар, омиллар таъсирида шаклланган белги натижа дейилади<sup>87</sup>.

#### 4.7-жадвал

### Меҳмонхоналар самарадорлигига таъсир қилувчи асосий кўрсаткичлар\*

Гуруҳлар	Даромад, минг сўм	Қабул қилува-ти, киши	Хизматлар сони, та	Меҳмонхоналар сони, дона	Бир суткалик ўртача харажатлар, минг сўм	Гуристарлар сони, киши	Ходимлар сони, киши	Ургача нархи, минг сум
	У	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
1-15	59862	15	97	15	80	621	5	25
16-30	127352	30	105	11	160	2308	9	35
31-45	321568	45	113	8	212	2745	13	28
46-60	542153	60	125	6	271	3231	16	32
61-75	869745	75	169	1	306	3752	23	38
76-90	769524	90	136	1	369	4352	36	42
91-105	1256984	105	153	2	541	5896	72	49
105 ва юқори	1656458	500	169	3	725	7896	186	71,7

\*Манба: Самарқанд шаҳрида жойлашган 47 та меҳмонхоналар бўйича йиғилган маълумотлар асосида муаллиф томонидан ҳисоб-китоб қилинган.

Нативажавий кўрсаткичга омиллар таъсирини аниқлашда асосан жуфт корреляция қўлланилади. Жуфт корреляцияни аниқлаш бизга бир-бирин такрорлайдиган омилларни аниқлаш имконини беради ҳамда нативажавий кўрсаткичга таъсир этиш даражаси кучсиз бўлган омилларни аниқлаш учун фойдаланилади. Ушбу усул билан жуфт корреляцияни аниқлаш орқали регрессия тенгламасига киритиладиган омилларни аниқлаб оламиз ва уларни регрессия тенгламасига киритамиз.

Бунинг учун қуйидаги жуфт коэффициент корреляция формуласидан<sup>88</sup> фойдаланилди:

$$r = \frac{\overline{YX} - \bar{Y} * \bar{X}}{\sigma_Y * \sigma_X}$$

<sup>87</sup> Худайбердиев У.Х., Алиев Б.Р. Статистика. – Самарқанд: СамИСИ, 2006. 88-б.

<sup>88</sup> Статистика: учебник. Под ред. С.А. Орехова –М.: Эксмо, 2010. С. 172.

Бунда  $\bar{Y}$ ,  $\bar{X}$  – натижавий ва омиллари ифодаловчи кўрсаткичларнинг ўртача миқдорлари;

$\overline{YX}$  – натижа билан омиллари ифодаловчи кўрсаткичларнинг кўпайтмаси;

$\sigma_y$ ,  $\sigma_x$  – натижавий ва омилларининг ўртача квадратик четланиши.

Корреляциянинг миқдори (-1)дан (+1)гача оралиқдаги боғлиқлик даражасини аниқлаш имконини беради. Коэффициентнинг миқдори қуйидагича бўлиши мумкин:

1. Коэффициент корреляцис (-1) ва (+1)га қанча яқин бўлса, натижа билан омиллари ўртасидаги боғлиқлик шунча зич бўлади.

2. Агар  $r = 0$  бўлса, булар ўртасидаги боғлиқлик йўқ, деган хулоса учун асос бўлади.

3. Агар  $0 < r < 1$  бўлса, ушбу кўрсаткичлар ўртасидаги боғлиқлик бевосита тўғри бўлиб, бир хил йўналишга эга бўлади.

4.  $-1 < r < 0$  бўлса, улар ўртасидаги боғлиқлик тескари эканлигини кўради.

5.  $r = 1$  (-1) бўлса, улар ўртасидаги боғлиқлик функционал деган хулосага келиш учун асос бўлади.

Ушбу формуладан фойдаланган ҳолда компьютердаги “Экзель дастури”ни ва айрим амалларни қўллаб, ўзаро такрорланувчи омиллари аниқлаш учун қуйидагича жуфт корреляция коэффициентлари матрицаси тузилди (4.8-жадвал).

#### 4.8-жадвал

Самарканд шаҳрида жойлашган 47 та меҳмонхонанинг ўртача даромадлари ўзгаришига таъсир этувчи омиллари  
ўзаро бир-бири билан жуфт корреляцион боғлиқлиги\*

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
X1	1	0,639701	-0,39566	0,858939	0,841695	0,977924	0,929579
X2	0,639701	1	-0,87578	0,824975	0,839584	0,67692	0,763332
X3	-0,39566	-0,87578	1	-0,7166	-0,75989	-0,44754	-0,58812
X4	0,858939	0,824975	-0,7166	1	0,992819	0,925559	0,956807
X5	0,841695	0,839584	-0,75989	0,992819	1	0,901145	0,950487
X6	0,977924	0,67692	-0,44754	0,925559	0,901145	1	0,966985
X7	0,929579	0,763332	-0,58812	0,956807	0,950487	0,966985	1

\*Маълумот Самарканд шаҳридаги жойлашган 47 та танлаб олинган меҳмонхоналарнинг маълумотлари асосида муаллифларнинг ишланмаси.

Танлаб олинган ва регрессия тенгламасига киритилган омиллари ўзаро чизиқли ёки жуда кучли корреляцион боғлиқликда бўлса, улар маълум даражада бир-бирини такрорлаши натижасида регрессия кўрсаткичлари бузилади. Шу сабабли барча омилларининг ўзаро

боғланиш кучи жуфт корреляция коэффициентини ҳисоблаш йўли билан аниқланиб, бир-бирини такрорлайдиган омиллар тенгламадан чиқариб ташланади. Кейин эса регрессия тенгламасининг маълум параметрлари ( $a_0, a_1, a_2, \dots a_n$ ) аниқланади. Биз ўзаро корреляцион боғлиқлиги унинг критик қийматидан кичик бўлган  $x_2, x_3, x_4, x_6$  омилларни регрессия тенгламасига киритиш учун танлаб олдик. Бунда ўзаро жуфт корреляцион боғлиқликдаги иккита ( $x_i$  ва  $x_j$ ) омиллар корреляция коэффициенти ( $r_{ij}$ )нинг мутлақ қиймати билан солиштиришда критик қиймат  $r_{kr}=0,7$  деб олинди.

Регрессия тенгламаси иштирок этаётган омилларнинг натижавий кўрсаткичига таъсирини муҳимлик даражасига қараб тузилади. Бунинг учун барча омилларнинг ўзаро боғланиш кучи аниқланди ва бир-бирини такрорлайдиган, натижавий кўрсаткич билан кучсизроқ боғланишда бўлган омиллар тенгламадан чиқарилди. 3.8-жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, натижавий кўрсаткич ҳисобланган меҳмонхоналарнинг умумий даромади(у) ўзгаришига  $x_2, x_3, x_4, x_6$  омилларнинг таъсири катта. Қолган  $x_1, x_5, x_7$  омилларнинг натижавий кўрсаткичга таъсирини ҳисоблашда бир-бирини такрорлайдиган бўлганлиги учун регрессия тенгламасига киритилмади. Юқоридаги ҳисоб-китоб натижасига кўра, регрессия тенгламаси қуйидаги кўринишга эга бўлади:

$$Y = 2473 X_2 - 24749 X_3 + 1248 X_4 + 2289 X_6$$

Регрессия чизикли тенгламаси параметрларининг моҳиятли эканлигини текширишда  $t$  мезонларидан фойдаланилади. Бунинг учун ҳар бир параметрга мос келган  $t$  нинг ҳақиқий қийматларини қуйидаги формулалар ёрдамида ҳисобланади<sup>89</sup>.

$$t_{a_0} = \frac{a_0 \sqrt{n-2}}{\sigma_k};$$

$$t_{a_1} = \frac{a_1 \sigma_x \sqrt{n-2}}{\sigma_k};$$

Стьюдент мезони билан текшириш учун биз  $t_{\phi}$  ни аниқлаб олишимиз керак.  $t_{\phi}$  қуйидаги формула<sup>90</sup> ёрдамида топилди:

<sup>89</sup> Абдуллаев Ё. Статистика назарияси. –Т.: Меҳнат. 2000. 212–6.

<sup>90</sup> Денискин В.В. Основы экономического прогнозирования в пищевой промышленности. – М.: Легкая и пищевая промышленность. 1984. С. 136.

$$t_{\phi} = R \sqrt{\frac{n - p - 1}{(1 - R^2)}}$$

Ҳисоб-китоблар қуйидаги натижаларни берди. Ишончлилик даражаси  $p = 0,95$  бўлганда  $t$ - Стьюдент мезонининг жадвал қиймати  $t_{ж} = 2,306$  бўлади. Бизда  $t_{\phi} = 2,776$  ни ташкил этди. Демак,  $t_{\phi} > t_{ж}$  ( $2,776 > 2,306$ ). Бу эса, ҳосил қилинган тенгламамиз натижавий кўрсаткич билан омиллар ўртасидаги боғланишни тўғри ифодаланганлигидан далолат беради.

Корреляция индексининг моҳиятли эканлигини Фишер (F) мезони билан текширилади<sup>91</sup>. Мезоннинг (F ҳақ) қиймати

$$F = \frac{i^2}{1 - i^2} * \frac{n * m}{m - 1}$$

формула ёрдамида аниқлаиб, унинг жадвалдаги қиймати билан таққосланади. Фишер мезонининг ҳақиқий қиймати 30,69 га тенглиги формула ёрдамида аниқланди. Жадвалдаги қиймати эса 4,28 га тенг<sup>92</sup>. Демак,  $F_{\text{ҳақ}} > F_{ж}$  ( $30,69 > 4,28$ ). Бундан қўриниб турибдики, меҳмонхоналарнинг бир йиллик ўртача даромади билан унга таъсир қилувчи омиллар ўртасидаги боғланиш моҳиятлидир.

Регрессия тенгласини таҳлил қилишда эластиклик коэффициентидан ҳам фойдаланилади<sup>93</sup>. Бу коэффициент (Э) омиллар таъсирида, яъни омилнинг 1% ўзгариши натижанинг ўртача неча фоизга ўзгаришини ифодалайди. Эластиклик коэффициенти қуйидаги формула ёрдамида ҳисобланади:

$$Э_i = a_i \frac{x_i}{y}$$

Бунга кўра, меҳмонхонада кўрсатилаётган хизматлар сонининг ( $x_2$ ) 1 %га ошиши Самарқанд шаҳридаги меҳмонхоналар ўртача даромадини 0,469 %га, меҳмонхоналарда хизмат қилувчи ходимлар сонининг ( $x_6$ ) 1 %га ошиши ўртача даромадларни 0,146 %га, меҳмонхоналарнинг бир суткалик харажатлари ( $x_4$ ) 1 %га ошиши эса даромадларни 0,5734 %га кўпайишига олиб келган, меҳмонхоналар сонининг ( $x_3$ ) 1 %га ошиши ўртача даромадларнинг 0,207 % камайишига олиб келган. Чунки меҳмонхоналар сонининг кўпайиши

<sup>91</sup> Абдуллаев Ё. Статистика умумий назарияси. Дарслик. –Т.: Ўқитувчи. 1993. – Б-144.

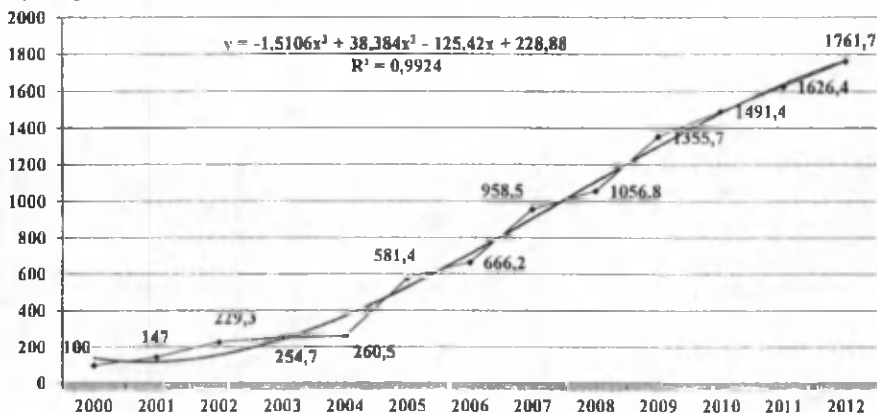
<sup>92</sup> Абдуллаев Ё. Статистика назарияси. –Т.: Меҳнат. 2000. – Б-429.

<sup>93</sup> Ўша манба. – Б-215.



рақобатни кучайтиради ва мос равишда ўртача даромаднинг камайишига олиб келади.

Мамлакатимиз мустақилликка эришганидан кейин жадал суръатлар билан ривожланаётган соҳалардан бири туризм соҳаси бўлиб, у меҳмонхона хизматларининг ҳам кўпайишини тақозо қилади. Мамлакатимизда туристик хизматлар узлуксиз ривожланиб бормоқда. Меҳмонхоналарнинг ривожланиш истиқболини белгилаш учун туризмнинг ривожланиш истиқболларини аниқлаб олиш зарур (4.6-расм).



4.6-расм. Ўзбекистонда туристик хизматларининг 2000-2012 йиллардаги динамикаси (ўсиш суръати, %)\*

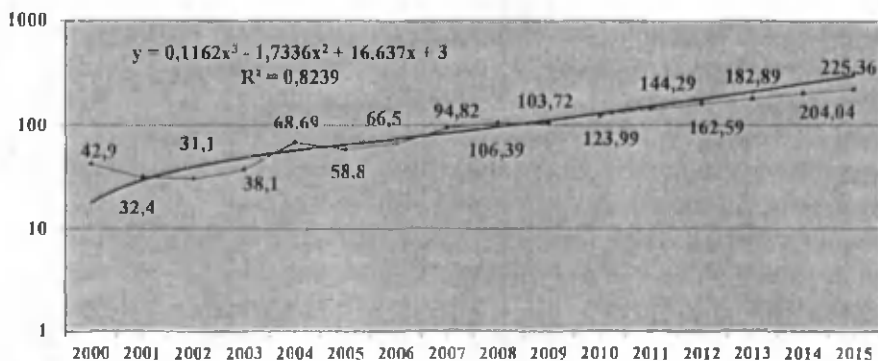
\*Манба: "Ўзбектуризм" миллий компаниясининг мос йилларга берилган ҳисоботларида келтирилган маълумотлари асосида муаллифлар ишланмаси

Тадқиқот натижасидан кўриниб турибдики, охириги ўн йил мобайнида мамлакатимизда туристик хизматлар ҳажми муттасил ўсиб борди. Ушбу кўрсаткичнинг миқдори 2005 йилга қадар секинлик билан ўсган, 2006 йилдан бошлаб кескин ўсиш тенденциясига эга бўлган. 2004 йилда 2000 йилга нисбатан 260,5 % ўсган бўлса, биргина 2005 йилда 2000 йилга нисбатан 581,4 %гача кўтарилган. Шу тариқа ўсиш суръатлари кескин кўпайган ва 2009 йилда 1355,7 %ни ёки 13,6 мартани ташкил қилган.

Мазкур кўрсаткич истиқболини ҳисоб-китоб қилганда шунга амин бўлдики, мамлакатимизда кўрсатиладиган туристик хизматларнинг ҳажми кескин ошди ва унинг миқдори 2010 йилда 2000 йилга нисбатан 1491,4 %ни ёки 14,9 мартани ташкил қилди.

Ушбу кўрсаткич мос равишда 2011 йилда 1626,4 %га ёки 16,3 мартага ва 2012 йилда 1761,7 %га ёки 17,6 мартага тенг бўлди.

Туризм хизматларининг ривожланиши албатта меҳмонхона хизматларининг кенгайишини тақозо қилади. Бу борада мамлакатимизда турли тенденциялар мавжуд. Аммо шуни эътироф этиш керакки, мамлакатимизда меҳмонхона хизматлари ҳажми бўйича алоҳида статистика юритилмаяпти. Натижада унинг суммаси бўйича алоҳида таҳлилни олиб бориш имкони бўлмади. Шу туфайли меҳмонхона хизматларини одамлар сонига олиб боришга тўғри келди. Бунинг умумий натижаси қуйидаги расмда ўз ифодасини топди (4.7-расм).



#### 4.7-расм. Самарқанд меҳмонхоналарига ташриф буюраётган туристларнинг истиқболли режаси (миң киши)\*.

\*Маъна: ЎзР Статистика Давлат қўмитасига қарашли Самарқанд вилояти статистика бошқармаси ва "Ўзбектуризм" миллий компаниясининг Самарқанд худудий бўлимининг мос йилларга берилган ҳисоботларида келтирилган маълумотлари асосида муаллифлар ишланмаси.

Мазкур расмдан кўриниб турибдики, Самарқанд меҳмонхоналарига ташриф буюраётган туристларнинг сони, уларга туристик хизматларни кўрсатиш ҳажмига нисбатан анча паст. Туристик хизматлар ҳажми 2000-2009 йиллар давомида 1355,7 %га ўсган бўлса, меҳмонхоналарга ташриф буюрувчилар сони, шу даврда 241,8 %га ошган. Агар графикда келтирилган маълумотларга бир назар ташлайдиган бўлсак, меҳмонхоналарда кўрсатиладиган хизматларнинг ҳажми 2000 йилдан бошлаб камайиш тенденциясига эга бўлган ва 2004 йилдан бошлаб жонланиш юз берган. 2005-2006 йилларда меҳмонхона кўрсатадиган хизматлар ҳажмининг яна камайиши рўй берган. 2007 йилдан бошлаб муттасил ошиб борган.

Шуни таъкидлаш жоизки, меҳмонхона хизматларининг прогноз кўрсаткичлари ўсиш тенденциясига эга. Самарқанд меҳмонхоналарига ташриф буюрадиган туристларнинг сони 2010 йилда 124 минг кишини ташкил қилди. 2011 йилда мазкур кўрсаткичнинг миқдори 144,3 минг кишига етди. 2012 йилда 162,6 минг кишига тенг бўлди. Шу тариқа 2013-2015 йиллар бўйича прогноз кўрсаткичлари ҳам ўсиб бориш тенденциясига эга эканлигини кўришимиз мумкин. Самарқанд вилояти меҳмонхоналарига 2013 йилда 182,9 минг кишининг келиши кутилса, 2015 йилга келиб ушбу кўрсаткичнинг миқдори 225,4 минг кишига етиши кўзда тутилган.

Бундан кўриниб турибдики, ўрганилаётган даврда меҳмонхоналарда кўрсатиладиган хизматларнинг нархи ошиб борган, меҳмонларнинг мамлакатимизда бўладиган кунлари ҳам кенгайган. Бу ҳолат меҳмонхона хизматлари самарадорлигини ошириш имконини беради.

Иқтисодийни модернизациялаш ва диверсификациялаш шароитида меҳмонхона хўжаликлари самарадорлигини оширишнинг асосий йўналишлари ва истиқболларини тадқиқ қилиб қуйидаги хулосаларга келинди:

1. Тадқиқотлар кўрсатдики, мамлакатимизда меҳмонхоналар сервис самарадорлигини оширишнинг асосий йўналишлари ва истиқболлари, ушбу субъектларда хизматлар самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар ва уларни аниқлаш йўллари, ушбу кўрсаткичларнинг ўзгаришига таъсир қилувчи омиллар ва уларни ҳисоблаш усуллари ҳамда меҳмонхоналарда сервис самарадорлигини оширишнинг асосий йўналишлари ва истиқболлари кам тадқиқ қилинган ва иқтисодий адабиётларда деярли ёритилмаган муаммолар сирасига киради.

2. Мамлакатимиз мустақилликка эришгандан кейин жадал суръатлар билан ривожланаётган соҳалардан бири туризм соҳаси бўлганлиги туфайли меҳмонхоналар сонининг кўпайиши, уларда кўрсатиладиган хизматларнинг диверсификацияланиши, сифатининг ошиши объектив заруратга айланади.

3. Мамлакатимизда меҳмонхоналар сервис самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар тизими ишлаб чиқилди ва уларни аниқлаш йўллари кўрсатиб берилди. Ушбу кўрсаткичлар иқтисодий мазмуни бўйича тўрт гуруҳга бўлинди: меҳмонхона хўжалигига қўйилган активлар самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар; меҳмонхона хўжалиги моддий-техника асослари самарадорлигини ифодаловчи

кўрсаткичлар; меҳмонхона хўжалигида меҳнат самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар; меҳмонхона хўжалиги харажатлари самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар.

4. Тадқиқотлар натижасида меҳмонхоналар сервис самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар ўзгаришига таъсир этувчи омиллар тизими аниқланди ва уларни таҳлил қилиш усуллари аниқ амалий маълумотларни қўллаган ҳолда ишлаб чиқилди. Омилли таҳлил натижасида самарадорликни оширишнинг ички имкониятларидан фойдаланиш йўллари аниқланди ва уларни амалиётга қўллаш учун тавсия қилинди.

5. Меҳмонхоналарда сервис самарадорлигини оширишнинг асосий йўналишлари ва истиқболлари ишлаб чиқилди. Ҳар қандай соҳанинг истиқболини аниқ белгилаш учун аниқ рақамлар орқали математик усулларни қўллаган ҳолда бир қанча амалларни бажаришга тўғри келади. Шу мақсадга эришиш учун Самарқанд шаҳрида жойлашган 50 дан ортиқ меҳмонхоналардан қиёсланадиган 47 таси танлаб олинди ва уларнинг маълумотлари таҳлил қилиниб, корреляция-регрессия усуллари қўллаган ҳолда натижа кўрсаткичи билан бир қанча омиллар ўртасидаги боғлиқлик аниқланди. Шунингдек, меҳмонхоналар самарадорлигини оширишга таъсир этувчи омилларнинг стахостик модели тузилди.

6. Ўзбекистонда туристик хизматларининг 2000-2009 йиллардаги динамикаси тадқиқ қилинди ва унинг 2010-2015 йилларга мўлжалланган прогноз (истіқболли) кўрсаткичлари аниқланди. Туристик хизматларнинг ривож бевосита меҳмонхоналар хизматини ривожлантиришини инобатга олиб, Самарқанд меҳмонхоналарига ташриф буюрадиган туристларнинг 2010-2015 йилларга мўлжалланган истиқболли режаси иқтисодий-математик усулларни қўллаган ҳолда башорат қилинди.

Бизнинг ишлаб чиққан тавсияларимиз назарий жиҳатдан хизмат кўрсатиш соҳасининг, айниқса, меҳмонхона хўжалигининг иқтисодий таълимоти билан боғлиқ масалаларга ойдинлик киритишни таъминлайди ва улар амалиётга қўлланилса, ўйлаймизки, меҳмонхоналарда самарадорликнинг ошишига эришилади.

## V боб. МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИКЛАРИДА СЕРВИС СИФАТИ, УНИ БАҲОЛАШ ВА ОШИРИШНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ

### 5.1. Хизмат соҳасида сифатни баҳолаш эволюцияси ва меҳмонхона хўжаликларида сервис сифатининг ўзига хос хусусиятлари

Бозор муносабатларининг шаклланиши ҳар бир маҳсулотнинг (иш, хизматнинг) рақобатбардошлигини таъминлашни тақозо этади. Бунда унинг нархи ва сифати муҳим аҳамият касб этади. Нарх талаб ва таклиф асосида бозорда шаклланса, сифат бевосита товарни ишлаб чиқишда, хизмат кўрсатиш жараёнида ва иш бажариш палласида намоён бўлади. Биз истеъмолчилар ўртасида сўров ўтказганимизда, аксарият одамлар (52,2 %) харид қилишда товарнинг (хизматнинг) сифати муҳимлигини қайд этдилар.

Сифат масаласи ишлаб чиқариш бошлангандан буён бирга олиб борилган. Аммо уни тадқиқ этишга асосан XX асрда аҳамият берила бошланди. Бу борада МДХ ва хорижий мамлакатлар олимлари анча тадқиқотларни олиб борганлар. Булар жумласига М.М. Канс, Б.В. Иванов, В.Н. Корешкова, А.Г. Схирталадзе<sup>94</sup>, К. Исикава<sup>95</sup>, О.П. Гуткин<sup>96</sup>, Б.И. Герасимов, Н.В. Злобина, С.П. Спридонова<sup>97</sup>, Л.Е. Басовский, В.Б. Протасов<sup>98</sup>, Е.А. Гарбашко<sup>99</sup>, И.И. Мазур, В.Д. Шапиро<sup>100</sup>, О.В. Аристов<sup>101</sup> кабиларни киритиш мумкин. Мамлакатимиз олимлари ҳам ушбу муаммодан четда қолган эмаслар. Булар жумласига И.Т. Абдукаримов, М.К. Пардаев<sup>102</sup>, М.М. Мухаммедов<sup>103</sup> кабиларни киритиш мумкин. Буларнинг асарларида хизмат кўрсатиш соҳасида, айнан савдо соҳасида хизмат сифатини ошириш муаммолари билан шуғулланганлар.

<sup>94</sup>Канс М.М., Иванов Б.В., Корешкова В.Н., Схирталадзе А.Г. Системы, методы и инструменты менеджмента качества. Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2009. – 560 с.

<sup>95</sup>Исикава К. Японские методы управления качеством: сокр. Пер. с англ. /науч. ред. А.В. Гличев. –М.: Экономика, 1998.

<sup>96</sup>Гуткин О.П. Всеобщее управление качеством: Учебник для вузов. –М.: Радио и связь, 1999.

<sup>97</sup>Герасимов Б.И., Злобина Н.В., Спридонова С.П. Управления качеством: Учеб. пос. –М.: Кнорус, 2005.

<sup>98</sup>Басовский Л.Е., Протасов В.Б. Управления качеством: Учебник. – М.: ИНФРА –М, 2002. – 212 с.

<sup>99</sup>Гарбашко Е.А. Управления качеством: Учеб. пос. – СПб.: Питер, 2008. – 384 с.

<sup>100</sup>Мазур И.И., Шапиро В.Д. Управления качеством: Учебник. – М.: Высшая школа, 2007.

<sup>101</sup>Аристов О.В. Управления качеством: Учеб. пос. – М.: ИНФРА –М, 2004.

<sup>102</sup>Абдукаримов И.Т., Пардаев М.К. Анализ показателей эффективности труда в кооперативной торговле. –М.: Экономика, 1978. – 78 с.

<sup>103</sup>Мухаммедов М.М.

Кўриниб турибдики, хизмат кўрсатишда ҳам сифат масаласи, унинг муттасил ошиб бориши тадбиркорлар фаолиятида устувор бўлиши лозим экан. Аммо хизмат кўрсатиш соҳасида сифатни баҳолаш масаласи бироз мураккаб бўлиб, бевосита унинг хусусиятидан келиб чиқади. Буни тўғри англаш ва тушуниш учун сифатнинг келиб чиқиш ва ривожланиш жараёнига бир назар ташлаш мумкин.

Сифат масаласига мамлакатимизда ўтган XX асрнинг 30-йилларидан бошлаб саноатнинг ривожланиши билан эътибор берила бошланди. Ўша пайтларда Ўзбекистон собиқ Иттифокнинг таркибида бўлган. 40-йилларга келиб бу масала ҳарбий соҳада техника ва қуроллар ишлаб чиқаришда асосий устувор вазифалардан бирига айланди. 50-йилларда саноатда сифатга эътибор берилиши бошланди. Бу бир қанча босқичларда амалга оширилди.

1955 йилда Саратов шаҳрида “Махсулотни нуқсонсиз тайёрлаш”<sup>104</sup> тизими ишлаб чиқилди. Бунинг назорати ишлаб чиқариш корхонасининг техник назорат бўлимига (ОТК) топширилди.

1958 йилда Горький шаҳрида “Биринчи махсулотдан ресурслар сифатли, ишончли”<sup>105</sup> тизим вужудга келди. Бунга эришиш учун юқори даражада ишлаб чиқаришни техник жиҳатдан тайёрлаш лозим. Талаб қилинган сифат даражасига биринчи ишлаб чиқарилган махсулотдан эришиш масаласи устувор ҳисобланган.

1961 йилда Львов шаҳрида “Нуқсонсиз маҳнат тизими”<sup>106</sup> жорий қилинди. Бу тизимнинг моҳияти ишлаб чиқаришда иштирок этаётган барча ходимларнинг меҳнати нуқсонсиз бўлиб, юқори ташкилий даражадаги интизомни қўллаш орқали эришилган.

1964 йилда Ярославл шаҳрида “Двигателларнинг ресурс салоҳиятини оширишда ишни илмий ташкил қилиш”<sup>107</sup> тизими жорий қилинди. Бунда меҳнатнинг сифатини ошириш эвазига махсулотнинг техник ва сифат даражасини кўтариш масаласи устуворликни ташкил қилди.

<sup>104</sup> Ушбу усулнинг рус тилидаги қисқартирилган номи ва мазмуни БИП (бездефектная изготовление продукции).

<sup>105</sup> Ушбу усулнинг рус тилидаги қисқартирилган номи ва мазмуни КАНАРСПИ (качества, надёжность, ресурс с первых изделий).

<sup>106</sup> Ушбу усулнинг рус тилидаги қисқартирилган номи ва мазмуни СБТ (система бездефектного труда).

<sup>107</sup> Ушбу усулнинг рус тилидаги қисқартирилган номи ва мазмуни НОРМ (научная организация работ по повышению ресурса двигателей).

1975 йилда яна Львов шахрида “Маҳсулот сифатини бошқаришнинг комплекс тизими”<sup>108</sup> ишлаб чиқилди. Бунда илмий-техник ютуқларни инobatга олган ҳолда маҳсулотни ишлаб чиқариш стандартлаштирилади ва уни ишлаб чиқариш ҳам шу стандартлар даражасида амалга оширилади.

1980 йилда Днепрпетровск шахрида “Маҳсулот сифатини бошқаришнинг комплекс тизими ва ресурслардан самарали фойдаланиш”<sup>109</sup> тизими жорий қилинди. Бунда ишлаб чиқаришнинг самарадорлигини ошириш маҳсулотнинг сифатини ошириш эвазига эришилиши лозим, деган тамойилга асосланди.

Шу йили Краснадар шахрида “Ишлаб чиқариш самарадорлигини оширишнинг комплекс тизими”<sup>110</sup> жорий қилинди. Бунда ҳам ишлаб чиқариш самарадорлигини маҳсулотларнинг сифатини ошириш эвазига эришиш йўллари кўрсатиб берилди.

1978 йилда Самарқанд шахрида “Савдо хизмати сифатини баҳолашнинг комплекс тизими” ва “Савдода сифатни бошқаришнинг комплекс тизими”<sup>111</sup> ихтиро қилинди. Бунинг мазмуни нуқсонсиз меҳнатни ташкил қилиш орқали савдо хизмати сифатини оширишга эришишга қаратилган эди.

Буларни жамлаб, сифат масаласида назарий ва амалий қарашларнинг ривожланишини беш<sup>112</sup> даврга бўлиш мумкин. Бу даврда сифатга бериладиган қарашлар ва мос равишда, унинг таърифи ҳам такомиллашиб борди. Бундай даврларга қуйидагилар қиради:

1. 1920-1950 йиллар. Бу даврда сифатга бериладиган таърифда техник ва ҳуқуқий жиҳатдан ёндошилди ва қуйидагича хулосага келинди. Маҳсулотнинг сифати дейилганда унинг стандарт талабларига мос келиши тушунилиши қайд этилиб, унга эришиш

<sup>108</sup> Ушбу усулнинг рус тилидаги қисқартирилган номи ва мазмуни КСУКП (комплексная система управления качеством продукции).

<sup>109</sup> Ушбу усулнинг рус тилидаги қисқартирилган номи ва мазмуни КСУКП иЭИР (комплексная система управления качеством продукции к эффективности использования ресурсов).

<sup>110</sup> Ушбу усулнинг рус тилидаги қисқартирилган номи ва мазмуни КСПЭП (комплексная система повышения эффективности производства).

<sup>111</sup> Ушбу усулнинг рус тилидаги қисқартирилган номи ва мазмуни КСКОТ (комплексная система качество обслуживания в торговле) ва КСУКТ (комплексная система управления качеством в торговле). Самарқандлик олимларнинг ушбу ихтиролари ўша пайтларда Ўзбекистонда эмас, балки Украинада амалиётга жорий қилинди.

<sup>112</sup> Горбашко Е.А. Управление качеством: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2008. – С. 10-11.

йўли сифатида назоратни йўлга қўйиш масаласи устувор қилиб белгиланди.

2. 1950-1970 йиллар. Сифат мазмунининг такомиллашувидаги иккинчи босқичда асосий эътибор унинг иқтисодий ва ҳуқуқий жиҳатларига қаратилди. Сифатга бериладиган таъриф қуйидаги мазмунга ўзгартирилди, аниқроғи такомиллаштирилди. Маҳсулотнинг сифати дейилганда маълум меъёрлар асосида истеъмолчиларнинг эҳтиёжини қондириш тушунилиши кўрсатилди.

3. 1970-1980 йиллар. Ушбу даврда асосий эътибор сифатнинг иқтисодий жиҳатларига қаратилди ва унга бериладиган таъриф қуйидаги мазмунга эга бўлди. Сифат дейилганда истеъмолчиларнинг эҳтиёжини нафақат сифат кўрсаткичи жиҳатидан, балки қийматининг пасайиши нуктаи назаридан ҳам тўлиқ қондирилиши тушунилади, деб кўрсатилди.

4. 1980-1990 йиллар. Мазкур босқичда сифатга бўлган талаб нафақат иқтисодий, балки ижтимоий жиҳатдан қаралиш лозимлиги қайд этилди. Сифат дейилганда истеъмолчиларнинг эҳтиёжини нафақат тўлиқ қондириш, балки товарнинг бозор шароитидаги рақобатбардошлигини таъминлайдиган сифатга бўлган яширин талабларини қондиришга қаратилган эҳтиёжий жиҳатлари тушунилади.

5. 1990 йилдан ҳозирги давргача. Бу босқичда ҳам сифатга бўлган талаб унинг иқтисодий ва ижтимоий жиҳатларини қамраб олади. Энди сифат тушунчаси нафақат истеъмолчиларнинг тўлиқ эҳтиёжини қондиришга, балки уларнинг товардан кутилаётган ички талаб ва эҳтиёжларига ҳам тўлиқ жавоб беришига қаратилиши лозим бўлмоқда.

Кўриниб турибдики, сифатга берилган таъриф ва уни баҳолаш масаласи турли усул ва номлар билан XX асрда муттасил такомиллашиб келинган. Сифат бўйича тегишли даражага эришилган маҳсулотларга сифат белгиси қўйиладиган бўлди. Сифат белгисига эга бўлган маҳсулотларнинг улуши умумий маҳсулотлар ичида муттасил ошиб борди. Шундай қилиб, ўтган асрнинг охирларида сифатнинг маълум мезонларига эга бўлинди ва уни амалиётта жорий қилиб сифатли маҳсулотларни истеъмол қилиш имкониятлари аста-секинлик билан кенгайиб борди. Аммо буларнинг бари маҳсулотнинг сифатини такомиллаштиришга қаратилган эди. Меҳнатнинг сифатини баҳолаш масаласи ҳам шу маҳсулотнинг сифатини ошириш нуктаи назаридан қараладиган бўлди. Лекин хизмат кўрсатиш соҳасида



айнан, хизматнинг сифат даражасини аниқлайдиган мезонлар ишлаб чиқилмаган эди. Шунинг учун бу масала XXI асрга келиб ҳал бўлишини кутаётган муаммолардан бири сифатида намоён бўлмоқда.

Ҳозирги шароитда маҳсулотнинг, иш ва хизматлар сифатига таъриф беришда, уни яхшилашда нафақат иқтисодий нуқтаи назардан, балки ижтимоий нуқтаи назардан қараш лозимдир. Чунки мамлакатимизда инсон ва унинг манфаатлари олий қадрият сифатида қадрланади ва барча қилинаётган ислохотлар ислохот учун эмас, балки инсонларнинг муносиб яшашини таъминлашга қаратилган.

Барча соҳаларда, хусусан, хизмат соҳасида, унинг таркибий қисми бўлган меҳмонхона хўжаликларига ҳам сервисни<sup>113</sup> баҳолаш бугунги кунда муҳим аҳамиятга эга. Ушбу категорияни миқдор ва сифат жиҳатидан баҳолаш мумкин.

Сервис хизматини баҳолаш учун унинг таърифидан келиб чиқмоқ лозим. Аммо бу масала иқтисодий адабиётларда етарли даражада ёритилмаган. Шу туфайли унинг умумий таърифини беришни мақсадга мувофиқ, деб топдик. Бунга зарурат шу билан боғлиқки, айнан меҳмонхона сервисига таъриф бериш учун ҳам унинг умумий тушунчасига берилган таърифдан келиб чиқиш лозим бўлади. Кузатувларимиз ва тадқиқотларимиз натижасига кўра, хизмат сифатига таъриф беришда ҳам истеъмолчиларнинг нафақат иқтисодий, балки ижтимоий эҳтиёжларини ҳам қондиришга қаратилган бўлиши лозим. Агар ушбу назарий хулосадан келиб чиқиладиган бўлсак, хизмат сифатига куйидагича таъриф бериш мумкин.

Хизмат сифати деганда жамиятнинг (одамларнинг, корхоналарнинг, давлатнинг) хизматларга бўлган эҳтиёжини тўлалигича юқори савияда қондиришга қаратилган ва уларга кам харажатлар билан тегишли даражада моддий ва маънавий жиҳатдан наф келтирадиган нуқсонсиз хизматлар мажмуаси тушунилади. Ушбу таърифда хизмат сифатини тўлиқ ифода этиш учун тегишли жиҳатлар ўз ўрнини топган. Булар куйидагиларда намоён бўлади.

Биринчидан, мазкур таърифда хизматларнинг истеъмолчилари ўз ифодасини топган бўлса, иккинчидан, хизматларга бўлган эҳтиёжнинг тўлалигича юқори савияда қондирилиши лозимлиги айtilган. Учунчидан, ҳар қандай сифат кам харажатлар билан амалга оширилса мулкдор учун самарали бўлади. Шу туфайли мазкур

<sup>113</sup> Сервис ва хизмат соҳаси айрим хусусиятларга эга. Аммо биз ишда уларни бир хил сўзлар маънодоши сифатида қарашни тавсия қиламиз.

таърифда кам харажатлар билан тегишли даражада наф келтирадиган хусусиятлар мажмуаси ҳам ўз ифодасини топган. Энг муҳими, сифатли хизмат деганда 100 % нуқсонсиз хизмат тушунилади. Кўриниб турибдики, хизмат сифатига берилган мазкур таърифнинг ҳамма жиҳатларини камраб олган. Шу жиҳатдан уни бугунги кун талабига жавоб берадиган таъриф деб баҳолаш мумкин.

Бозор муносабатлари шароитида хизматларнинг сифатини давлат органлари уларга лицензия ва сертификат бериш орқали назорат қилади. Чунки, ҳозирги пайтда хизматлар ҳам бошқа товарлар сингари лицензияланадиган, маълум талабларга жавоб берадиган бўлди. Аммо уни истеъмол қилиш жараёнида истеъмолчининг ўзи ҳам назорат қилиш имконига эга. Бу эса хизматнинг хизмат истеъмолчиси бўлган инсон ҳаёти учун ҳам ва уни ташкил қилган мулкдор учун ҳам, ундан манфаатдор бўлиб турган давлат ва жамият учун ҳам нақадар муҳимлигидан ҳамда унинг сифатини баҳолаш лозимлиги ўта долзарб масала эканлигидан далолат беради.

Хизматларнинг сифатини баҳолаш бошқа тармоқлардан фарқ қилади. Агар ишлаб чиқариладиган товарларга бир хил стандартлар қўлланилса, хизматларнинг турларига қараб турли хил баҳолаш усуллари ва кўрсаткичларидан фойдаланиш мумкин. Бу бевосита меҳмонхона хўжалиги кўрсатадиган хизматга ҳам бевосита тааллуқлидир. Бунга бир қанча мисолларни келтириш мумкин. Масалан, меҳмонларнинг талабига қараб турли хизматларни кўрсатиш мумкин. Бири чой сўраса, иккинчиси кофе талаб қилади. Бири хонада овқатланишни хоҳласа, иккинчиси шовкин жойда ҳам овқатланиб, ҳам дам олишни хоҳлашади. Хуллас, меҳмонхона хўжалигида бир куннинг ўзида бир қанча янги-янги хизмат турларига талаб бўлиши мумкин. Шу туфайли унинг сифатини баҳолаш ҳам муҳим аҳамиятга эга. Бунинг учун эса шу категориянинг ҳам таърифини ишлаб чиқиш мақсадга мувофиқдир.

Меҳмонхона хўжалиги хизмати, унда кўрсатиладиган сервис сифатига таъриф беришда юқорида келтирилган хизмат сифатининг умумий таърифдан келиб чиқиш мақсадга мувофиқ. Агар шунга амал қиладиган бўлсак, меҳмонхона хўжалиги хизмати сифатига ҳам масаланинг иқтисодий ва ижтимоий жиҳатини инобатга олиб куйидагича таъриф бериш мумкин.

Меҳмонхона хўжалиги хизмати сифати деганда меҳмонхона хизматидан фойдаланаётган mijozларнинг турли-туман хизматларга

бўлган эҳтиёжини тўлалигича юқори савияда қондиришга қаратилган ва уларга кам харажатлар билан тегишли даражада моддий ва маънавий жиҳатдан наф келтирадиган нуқсонсиз хизматлар мажмуаси тушунилади.

Мазкур таъриф меҳмонхона хўжалигида сервис сифатини баҳолашда асосий эътиборни нималарга қаратишга аҳамият бериш учун асос бўлади. Чунки миқдорий ўлчамларда шу мазмун ўз ифодасини топмоғи лозим. Агар шу тушунчадан келиб чиқадиган бўлсак, меҳмонхона хўжалигида сервис сифатини баҳолаш учун қуйидаги кўрсаткичларни тавсия қилиш мумкин:

- кўрсатилётган хизматларнинг сони;
- меҳмонлар яшаш шароитининг эргономик талабларга жавоб бериш даражаси (иссиқ пайтларда хонанинг салқинлиги ва совуқ пайтларда хонанинг иссиқлиги, ётадиган хонанинг турли шовқинлардан узоқлиги кабилар);
- меҳмонларнинг талаб қилган барча хизматларини, шу жумладан янги хизматларни ҳам қондирилиш даражаси;
- қулай вақт ва шароитда овқатланиш хизматининг ташкил қилиниши;
- овқатлар ассортиментининг кенглиги ва сифати юқорилиги;
- меҳмонхонадан ташқарида бажариладиган, аммо меҳмонхона ташкил қилиши мумкин бўлган хизматларнинг (транспорт хизмати, сайёҳлик хизмати, кўшимча хизматлар ва бошқалар) ўз вақтида ва сифатли бажарилиши кабилар.

Ушбу рўйхатни яна давом эттириш мумкин, чунки меҳмонларга қулайликни яратиш билан боғлиқ хизматларнинг турлари жуда кўп. Меҳмонхоналарнинг вазифаси тармоқ ичидаги эркин рақобат шароитида меҳмонларни ўзига кўпроқ жалб қилиш ва жалб қилинган меҳмонларга сифатли хизмат кўрсатиб, биринчидан уларнинг хизматларга бўлган эҳтиёжини қондириш ва иккинчидан ҳар бир меҳмондан кўпроқ турли сифатли хизматларни кўрсатиш эвазига кўпроқ маблағини меҳмонхонага қолдириш.

## **5.2. Меҳмонхоналарда сервис сифатини оширишнинг концептуал йўналишлари ва уни баҳолашнинг илмий-пазарий ва услубий масалалари**

Сервис соҳаси одамлар ҳаётини яхшилашга қаратилган. Одамларнинг ҳаётини яхшилаш эса бениҳоя кенг қамровли жараён. Шу туфайли сервис соҳасининг тармоқлари ва қўлами жуда кенг. Ушбу соҳа одамларга муносиб шароит яратиб бериш билан бирга

мамлакат ялпи ички маҳсулотида ҳам ўзининг сезиларли ўрнига эга бўлиб бормоқда.

Мамлакатимизда амалга оширилаётган ислохотлар, ислохотлар учун эмас, балки инсонлар, уларнинг муносиб турмуш шароитини яхшилашга, ижтимоий ҳимоясини кучайтиришга қаратилганлигини Президентимизнинг халқимиз фаровонлигини ошириш, ишсизликни камайтириш, аҳолини кексалик ёшида пенсия билан таъминлаш, уларни ижтимоий муҳофаза қилиш борасида узлуксиз ғамхўрлик қилиб келаётганлигида кўриш мумкин.

Мамлакатимизда амалга оширилаётган ислохотларни янада чуқурлаштириш ва аҳолининг бандлик масаласини ҳал қилиш каби муҳим тадбирларга қаратилган Президентимизнинг айнан сервисни ривожлантиришга бағишланган “Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарори 2006 йил 17 апрель куни имзоланган. Бу қарор аҳолини иш билан таъминлаш ва уларнинг фаровонлигини оширишга қаратилган олдинги олиб борилган ишларни янада кучайтиришга ва мамлакатда ислохотларни чуқурлаштиришга қаратилган амалий тадбирлардан бири бўлди.

2006-2010 йилларда Президент қарорига биноан, мамлакатимизда хизматлар кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришнинг концептуал йўналишларини белгилаб олиш мумкин. Бу йўналишлар қуйидагиларда намоён бўлди:

1. Хизматлар кўрсатиш соҳасида тадбиркорликнинг фаоллигини янада кучайтириш учун қулай шарт-шароит яратиш, хусусан, бу борадаги расмиятчилик тўсиқларини бартараф этиш вазифаси қўйилган.

2. Хизматлар ҳажмини юқори суръатларда ўсишини таъминлаш ва уларнинг ялпи ички маҳсулотдаги улушини 2010 йилда 49 %га етказиш.

3. Хизматлар ва сервис соҳасида банд бўлган аҳолининг сонини 2010 йилда 1,6 мартага кўпайтириш.

4. Қишлоқ жойларда хизмат ва сервис соҳасини жадал ривожлантириш, хусусан, қишлоқ аҳолисига кўрсатилаётган хизматлар, биринчи навбатда, коммунал-маиший, уй-жойларни таъмирлаш ва қуриш, сувдан фойдаланиш, ветеринария, қишлоқ

хўжалик маҳсулотларини тайёрлаш ва машина трактор парклари соҳасидаги хизматлар ҳажми ва турларини янада ошириб бориш.

5. Мамлакатимизда анъанавий хизматлар турларини ривожлантириш, айрим бугунги кун талабига жавоб берадиган, аммо нутилиб кетилган хизмат турларини излаб топиш ва уларни тиклаш.

6. Хизматларининг янги истиқболли турларини, хусусан, юридик, консалтинг, банк, молия, суғурта, лизинг ва бошқаларни жадал ривожлантириш.

7. Мамлакатимизнинг хизматлар экспортини кўпайтириш учун ушбу соҳа корхоналарининг халқаро бозордаги хизматлар даражаси ва сифатини оширишга эришиш.

8. Энг муҳими, хизматлар кўрсатиш ва сервис соҳасида ишлайдиган кадрларни тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва малакасини оширишни ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш.

Юқорида келтирилган концептуал йўналишлар барча хизматлар қатори туризм ва меҳмонхона хизматларига ҳам бевосита дахлдордир. Ўзбекистон ҳақли равишда хорижий туристлар учун жозибали мамлакат ҳисобланади. Хитойни Европа мамлакатлари билан боғловчи Буюк Ипак йўли ўтган шаҳарларда ўрта асрлардан бошлаб турли даврларга тааллуқли тўрт мингдан ортиқ архитектура ва маданий ёдгорликлари мавжуд. Ўзбекистон кўплаб хорижлик туристларни жалб қилиш учун бошқа ресурсларга ҳам эга. Булар жумласига қуйидагилар: чўл ва қўриқхоналар, тоғ чўққилари ва дарёлар, минерал сув булоқлари, ғорлар ва бошқа экологик туристик ресурслар киради.

Шуни эътироф этиш керакки, ҳозирги сайёҳлар, ҳатто экстремал туризм ишқибозлари ҳам максимал даражадаги қулайликларни хоҳланади. Ўзбекистоннинг тарихий, маданий обидалари билан танишиш ёки маҳаллий ишбилармонлар билан ҳамкорлик ўрнатиш учун келадиганлар янада кўпроқ қулайликлар бўлишини талаб қилади. Германияда муваффақият билан ишлаётган турфирмаларидан бирининг вакили айтишича: «ғарблик туристлар бегоналарнинг ҳаётини кўришни ёқтиришади, лекин ўзларининг одатий ҳаётлари билан яшашни исташади». Кўпгина хорижлик меҳмонлар уларнинг эҳтиёжлари тўлиқ қондирилмайдиган мамлакатга озгина муддатга бўлсада боришни исташмайди. Меҳмондўстлик саноатининг, яъни меҳмонхоналарнинг вазифаси Ўзбекистонга келадиган хорижлик меҳмонларга барча қулайликларни яратиб беришга қаратилган сифатли сервис хизматини ташкил қилишдан иборат.

Ушбу жараённинг назарий масалаларини тадқиқ қилиш «Хизмат (сервис) сифати» нима, деган саволга жавобни топишни тақозо қилади. Сифат деганда кўрсатилаётган хизматлар кутилаётган ёки белгиланган стандартларга мос келиши тушунилади. Демак, стандартлар, уларнинг реал шакли ва мазмуни хизмат кўрсатиш сифатини баҳолаш кўрсаткичи ҳисобланади. Истеъмолчи учун унга кўрсатилган хизмат сифатини баҳолаш кўрсаткичи - унинг қониққанлиги, яъни олинган хизмат сифатининг кутилганига мос келишидир. Миқдорнинг қониққанлиги кўрсаткичи унинг яна бир марта қайтиши, ўз дўстлари ва танишларига хизматнинг сифати тўғрисидаги таассуротлари билан ўртоқлашишидир. Бу сифатдан баҳраманд бўлган кишининг оғзаки рекламасидир. Бу реклама эса, ўз навбатида, жуда ишончли ва таъсирчан бўлади. Энг муҳими энг арзон реклама турига киради.

Хизматлар сифати кўплаб тадқиқотларда ўрганилган бўлиб, адабиётида сифатни талқин этиш бўйича турли нуқтаи назарлар мавжуд. Буларни А.Д. Чудновский тўрт гуруҳга бўлган<sup>114</sup>:

1. Товарнинг истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини қондирувчи хусусиятлари. Бу турдаги сифат харажатларни оширишни тақозо этади. Меҳмонхонада люкс хоналар стандарт хоналарга нисбатан кўпроқ хусусиятларга эга бўлиб, юқори нархни талаб қилади.

2. Техник сифат. Бунда миқдор хизматчи билан муносабатдан кейин эга бўлган наф техник сифатни ифодалайди. Масалан, меҳмонхонадаги номер, ресторандаги овқат, ижарага олинган автомобиль ва бошқалар.

3. Функционал сифат товар ёки хизматни тақдим этиш жараёни ҳисобланади. Бу жараён давомида истеъмолчилар фирма хизматчилари билан муносабатда бўлиши кўплаб босқичлардан иборат бўлади. Масалан, функционал сифат миқдорнинг кутишларини тўлиқ оқламаган хона ҳақидаги таассуротларни яхшилаш мумкин. Лекин агар функционал сифат қониқарсиз бўлса, бошқа ҳеч нарса миқдорнинг хизматдан қониқиш ҳиссини туғдириши қийин бўлади.

4. Жамоатчилик (ижтимоий) сифат (ахлоқий). Бу сифат ишонч ҳисси билан боғлиқ бўлиб, уни истеъмолчи харидгача, кўп ҳолларда хариддан кейин ҳам баҳолай олмасликлари мумкин. Масалан, меҳмонхона ходимларининг ёнгин хавфсизлиги қоидаларини билмаслиги яқин келажакда миқдорларнинг эҳтиёжларини

<sup>114</sup>Чудновский А.Д. Туризм и гостининое хозяйство. —М.: ЭКМОС, 2000. -197 с.

қондиришда ўз аксини топмайди. Бундан ташқари, меҳмонхона имижи ҳам мижозлар томонидан сифатнинг баҳоланишига таъсир этади.

Кўпчилик меҳмонхоналарда сифатнинг стандарт ва меъёрларга мос келиши деб тушунилади. Бу ёндошув хизматлар кўрсатишнинг операцион даражасида, айниқса, меҳмонларнинг талабларини аниқлаш билан боғлиқ муаммолар юзага келиши мумкин бўлган жойларда қўл келади.

Лекин бошқарувнинг юқори бўғинларида стандартларга мос келиш юқори сифатнинг бир шарти ҳисобланади, холос. Сифат мақсад сингари меҳмонлар эҳтиёжлари ўзгариши билан ўзгариб боради. Хизматлар эҳтиёжларни ҳисобга олган ҳолда доимий такомиллашиб бориши лозим.

К. Гренрус ўз тадқиқотларида<sup>115</sup> сифат бу меҳмонни ҳис қила олиш деб таъкидлайди. Унинг фикрича, меҳмонхона маъмурияти сифатни мижозлар каби тушуна олишлари лозим. К. Гренрус сифатнинг икки жиҳатини ажратиб кўрсатади:

1. Техник жиҳат ишлаб чиқариш маҳсулотларини ифодалайди – меҳмон олаётган ва истеъмол қилаётган барча нарсалар унинг учун муҳим ҳисобланади. Яхши қовурилмаган овқат ёки тартибсиз номер мижозда кўрсатилаётган барча хизматлар сифати ҳақида маълум тасаввурни шакллантиради. Бу сифатни баҳолаш унча мураккаб эмас.

2. Функционал жиҳат меҳмонга хизматлар қайси усулда ва воситаларда етказилишини ифодалайди. Официант яхши тайёрланган овқатни тушкун кайфиятда келтириши натижасида хизмат сифатнинг даражаси сезиларли пасаяди. Функционал сифат нафақат меҳмон ва персонал ўртасидаги ўзаро муносабатларни ифодалайди, балки бу ерга мижозларга хизмат кўрсатиш жараёни таркиби ҳам киритилади. Хизматларни кўрсатиш даражаси бўйича меҳмоннинг субъектив фикрига асосланганлиги сабабли сифатнинг бу жиҳатини баҳолаш бироз мураккабликни туғдиради.

Юқоридагиларга асосан меҳмонхона индустриясида «сифат» тушунчасини қуйидагича таърифлаш мумкин:

1. Сифат мижозларнинг тўғри аниқланган эҳтиёжларидир. Бунда меҳмонлар эҳтиёжларига мос келувчи хизматларни кўрсатиш концепцияси асос қилиб олинади. Агар мижозда номердан чиқмасданок сафарни режалаштиришга эҳтиёж бўлса, буни

<sup>115</sup> Gronroos C., Service Management and Marketing, Macmillan/Lexington Books, New York, NY, 1990

таъминлаш керак. Бу ҳолатда сифат рақобатда устунликка эришишга имкон беради.

2. Сифат тўғри кўрсатилган хизматлардир. Бу ерда икки ёндошув уйғунлашади: хизматлар нафақат мижозлар талабларига жавоб бериши (техник жиҳат), балки бутун хизмат кўрсатиш тизими меҳмонларга қулайлик яратиш ва персонал билан шахслараро муносабатларни кўтаринкилик билан таъминлашга қаратилган ҳолда тузилиши лозим. Мазкур маънода сифат – хизматлар ҳақида етарли билимга эгалликни билдиради.

3. Сифат доимийликдир. Бунда бир хил хизматни марта кўрсатиш зарурати тушунилади. Беқарорлик меҳмонхона бизнесининг асосий офатидир. Жамият қутилмаган ҳолатларни ёқтирмайди. Агар савдо белгиси қутилаётган натижани бермаса, салбий тасаввур юзага келади. Шу сабабли сифатни ходимлар томонидан кўрсатиладиган хизматларни яхши ижро этиш деб қараш мумкин.

Хизматлар сифатини таъминлаш юқоридаги уч ҳолатни хизмат кўрсатишнинг ягона тизимига бирлаштиришдан иборат.

Тадқиқотларга кўра, мижоз меҳмонхонага яна келиш ёки келмаслиги унга кўрсатилган хизматнинг яхши ёки ёмонлигига, яъни сервиснинг сифатига боғлиқ. Биринчи марта меҳмонни яхши реклама, бой жиҳозлар ёки кенг турдаги таомномалар билан жалб қилиш мумкин. Аммо иккинчи марта меҳмон персоналнинг профессионал ишлаши ва олдин унга кўрсатилган хизмат сифатининг юқорилиги учун келади.

Меҳмонхона маъмурияти, хизматчилари ва мижозлари ўртасидаги ўзаро муносабатларни белгилаб берувчи асосий ҳужжатлардан бири «Меҳмонхона хизматлари кўрсатиш қоидалари» ҳисобланади. Ушбу ҳужжатнинг «Хизмат кўрсатиш тартиби» бўлимида шундай деб қайд этилган: «Кўрсатилаётган хизматлар сифати шартнома талабларига жавоб бериши лозим. Агар шартнома бўлмаса ёки тўлиқ бўлмаса ушбу хизматларга одатда қўйиладиган талабларга жавоб бериши лозим. Меҳмонхонанинг моддий-техник таъминоти, кўрсатилаётган хизматларнинг миқдори ва сифати меҳмонхонага берилган категория талабларига жавоб бериши керак».

Меҳмонхона хизматларининг сифати бир қанча омилларга боғлиқ. Бу омилларга фикримизча қуйидагиларни киритиш мумкин:

1. Моддий-техника базаси ҳолати, яъни: меҳмонхона биноларнинг қулай режалаштирилганлиги ва сифатли



жиҳозланганлиги, жамоат ва яшаш хоналарининг қулай мебель ва ускуналар билан жиҳозланганлиги, тўлиқ комплектли юқори сифатли чойшаблар, замонавий ошхона жиҳозлари, қулай лифтлар ва ҳ.к.

2. Хизмат кўрсатишнинг илғор технологияси. Бунга: жамоат ва турар хоналарни тозалаш тартиби ва усуллари; мижозларни рўйхатга олиш ва улар билан ҳисоб-китоб қилиш, ресторан ва барларда овқатлар ва ичимликларни тайёрлаш рецептлари, савдо залларида хизмат кўрсатиш шакллари ва бошқалар қиради.

3. Хизмат кўрсатувчи персоналнинг юқори даражада профессионаллиги, унинг меҳмонга аниқ, тез ва маданиятли хизмат кўрсатишга қодирлиги ва тайёрлиги.

4. Меҳмонхоналарда хизмат кўрсатиш сифатини бошқариш. Бунга сифат стандартларини ишлаб чиқиш ва жорий этиш, персоналнинг малакасини муттасил ошириш, меҳмонхона фаолиятининг барча жабҳаларида хизмат кўрсатишни назорат қилиш, тўғрилаш, такомиллаштириш кабилар қиради.

Меҳмонхона хўжаликларида хизмат кўрсатиш сифатига таъсир кўрсатувчи омилларни чуқурроқ ўрганишни талаб қилади. Чунки ушбу кўрсаткичнинг даражаси бошқа жуда кўп ижтимоий-иқтисодий кўрсаткичларнинг ҳолатига боғлиқдир.

Тадқиқотларга кўра, меҳмонхоналаримиздаги сервис даражаси жаҳон талабларига тўлиқ жавоб бермайди. Вилоятимизда бир неча меҳмонхоналаргина сервис ва хизмат кўрсатиш бўйича халқаро мавқега эга. Ушбу меҳмонхоналар бошқарув усуллари ва хизмат кўрсатиш даражаси профессионал даражада ишлаб чиқилган. Ҳар бир меҳмонхонада мижозларнинг хизматлар сони ва сифатига бўлган талабларининг доимий ўзгариб туришини инobatга олган ҳолда уларнинг барча эҳтиёжларини қондирувчи ва белгиланган стандартларга мос келувчи сифатли хизматлар кўрсатишни таъминлаб бориши, уларнинг муҳим стратегик мақсади ҳисобланади.

Маълумки, ҳар қандай ишда инсон меҳнати тадбиркорни фойда билан таъминлайдиган муҳим омил ҳисобланади. Аммо хизмат кўрсатиш соҳасида ушбу кўрсаткичнинг ҳажми бевосита меҳнатнинг миқдори ва сифатига боғлиқ. Кейинги пайтларда меҳмондўстлик саноатида, яъни меҳмонхоналарда инсон омилига катта эътибор қаратилмоқда.

Самарқанд шаҳрида жойлашган меҳмонхоналарда ўтказилган сўровларда меҳмонхона хўжалигини ривожлантириш учун асосий омил нима, деган саволга биринчи навбатда персоналнинг

профессионаллиги (57,8%), деб жаноб бердилар. Қолган барча омиллар 42,2 %ни ташкил қилади. Бундан кўриниб турибдики, меҳмонхонанинг рақобатбардошлиги бевосита унинг ходимларига ва улар томонидан кўрсатилаётган хизматларнинг сифатига боғлиқ экан.

Меҳмонхонада кўрсатиладиган хизматларнинг сифатига, лавозимидан қатъий назар, унда ишлайдиган барча ходимлар мастўл бўлишини талаб этади. Истеъмолчи тоқатсизлик билан яхшироқ хизмат кўрсатилишини кутади. Шу туфайли қайси меҳмонхонада персоналлар яхшироқ хизмат кўрсата олса, шу корхона рақобатчиларга нисбатан қулайроқ имкониятга эга бўлади ва шу субъект рақобатбардош бўлиши тайин.

Иш учун қулай муҳит қуйидагилардан иборат:

- кадрларни танлаш ва жойлаштиришнинг адолатли жараёнини ташкил этиш;

- ҳар бир иш жойида норма ва стандартлар бажарилишини баҳоловчи кўрсаткичлар белгиланган ёзма шаклдаги хизмат мажбуриятлари (мансаб инструкциялари) мавжуд бўлиши;

- хизматчилар малакасини оширишга эҳтиёжларни ва шарт-шароитларни хизмат бўйича кўтарилиш нуқтаи назаридан баҳолаш, иш ҳақини ошириш (разрядни ошириш);

- малакани доимий равишда ошириб боришни рағбатлантириш;

- вақти-вақти билан бутун персонал ишини текшириб туриш;

- барча даражадаги хизматларни рағбатлантириш дастури ва шартларини ишлаб чиқиш;

- хизматчиларни хизмат мансабларини кўтаришнинг расмий режаси, кўтарилишнинг шартларини белгилаб қўйилишини таъминлаш;

- вақти-вақти билан иш ҳақини ошириш ва ипу орқали мавжуд мансабларнинг рақобатбардошлигини сақлаш;

- рақобатбардошлигини сақлаш мақсадида имтиёзлар тизимини такомиллаштириб бориш;

- маъмурият учун мажбурий бўлган меҳнат келишмовчиликларини ҳал қилиш тартибинини жорий қилиш.

Яна бир бор таъкидлаш лозимки, персонални танлаш жараёни жуда муҳим ҳисобланади. Бу иш жуда нозик бўлиб, персоналнинг шахсий сифатлари мижозларнинг характерига мос тушиши лозим. Кадрлар танлаш жараёнини мантиқий кетма-кетликда бажариш

лозим, яъни бўш жойга шошилишда кадр тайинлаш жиддий салбий оқибатларни келтириб чиқариши мумкин.

Биринчи усул корхонада ишлайдиганларни олға суриш, иккинчи усул эса четдан одам олишдан иборат. Кишиларни ишга олишда маълум кўрсаткичларни белгилаб олиш зарур. Хизмат кўрсатувчи персонал, раҳбарлар қайси стандартларга жавоб бериши кераклигини белгилаш керак.

Хизматчилар мансабини кўтариш корхонада профессионал ўсиш имкониятини кўрсатади, ҳамда жамоанинг маънавий руҳига ижобий таъсир кўрсатади. Ишга янги кишиларни қабул қилишнинг асосий устунлиги, янги ишчиларнинг юқорироқ малакага эгалигидир. Агар маъмурият янги ғоялар чиқишини, сифатнинг тезда яхшиланишини истаса, бунга ўз ходимлари мансабини кўтариш орқали эришиши ҳам мумкин. Аммо уларнинг малакаси изчиллик билан оширилиб борилиши лозим.

Хизматчи янги мансабга тайинлангач, кадрлар сиёсатининг кейинги босқичига ўтилади. Бу янги хизматчини муҳитга мослаштириш босқичи бўлиб ҳисобланади. Бунда хизматчига алоҳида папка тақдим этилади. Унда қуйидагилар бўлиши лозим: табрик хати, меҳмонхона режаси, меҳмонхона қоидалари, мансаб инструкцияси, ташкилий тизимининг схемаси, хизматчи ишлайдиган бўлимнинг қоида ва мажбуриятлари, дам олиш кунлари ва таътилларга чиқишнинг қоидалари, хавфсизлик чора-тадбирлари. Мослашиш режаси корхонасининг бинолари ва унда ишнинг ташкил этилиши билан танишишдан иборат бўлади. Бунинг бир элементи янги хизматчини жамоанинг барча аъзоларига таништиришдан иборат бўлиши керак. Меҳмонхона фаолиятининг барча жабҳалари билан таништириш жараёнида янги хизматчига ҳар бир бўлим ва ундаги ходимларнинг сервис сифатига масъуллигини ҳамда ҳар бирининг роли нималардан иборатлигини тушунтириш лозим бўлади. Шу жараёнда унинг ўзи ҳам нималарга жавоб бериш кераклигини тушуниб боради.

Тадқиқотларимизга кўра, сервис сифатини таъминлаш учун ходимларни меҳмонхонада юз берган кунлик воқеалардан хабардор қилиб туриш мақсадида ҳар куни кечки пайт қисқа мажлис ўтказиб туриш мақсадга мувофиқ. Унда меҳмонхонада содир бўлган воқеалар таҳлил қилинади ва ундан келиб чиқадиган жорий муаммолар аниқланади. Сервис сифатини таъминлаш учун зарур бўлган

муаммолар тезкорлик билан хал қилинади, кейинги кунга вазифалар ҳар бир ходим бўйича белгиланади. Меҳмонхонанинг эълонлар тахтасида муҳим вазифалар, ахборотлар осиб қўйилиши лозим.

Меҳмонхонада ҳар бир янги ходим ўзини корхонанинг ажралмас қисми сифатида ҳис қилиши, хўжаликнинг асосий стратегик вазифалари ва молиявий ҳолатини билиши керак. Агар меҳмонхонада юқорирок сифатли хизмат кўрсатишни таъминловчи тадбирлар аниқ бўлмаса, уни албатта шакллантириш лозим. Шундагина ҳар бир ходим ўзлари бажарадиган вазифаларни бажаришга киришганларида ўз мажбуриятларини чуқур англаши ва ҳис қилиши мумкин.

Ҳозирги пайтда ходимлар малакасини оширишга иложи борича кўпроқ эътибор қаратиш лозим. Чунки, мижозларнинг хизмат сифатига бўлган талаби узлуксиз ошиб бормоқда, сифат стандартлари ўзгармоқда, рақобат кучаймоқда. Бундай шароитда хизмат кўрсатишни юқори даражада саклаш, янги стандартга тезкорлик билан мослашиш, уни амалга ошириш лозим бўлади. Шу туфайли персонални қайта тайёрлаш, уларнинг малакасини ошириш масаласи меҳмонхонанинг маъмурияти диққат эътиборида ҳамisha бўлиши лозим.

Меҳмонхона хўжаликларида хизмат кўрсатиш сифатига таъсир кўрсатувчи омиллардан бири маркетинг стратегиясини тўғри танлаш ҳисобланади. Бунга эришиш учун меҳмонхона маъмурияти, энг аввало, танламоқчи бўлаётган бозор шароитининг моҳиятини англаб етиши ва бу шароитда корхона қандай ўрин тутишини тўғри англамоғи лозим.

Яхши ишлаб чиқилган стратегия қуйидаги саволларга жавоб беришни тақозо этади:

- биз мижозларнинг қандай эҳтиёжларини қондира оламиз?
- талаб даражасида хизмат кўрсатиш учун етарлича билим ва тажрибага эга мизми, йўқми?
- узоқ вақт давомида рақобатбардош бўлиш учун ва қўйилган капиталдан етарлича фойда олишни таъминлаш учун қандай хизматларни доимий равишда кўрсатишимиз ва қандай янги хизматларни қўйишимиз лозим?

Меҳмонхонанинг маданий дастури турли бўлиши лозим. Унда турли мавзулардаги кинолар, концерт тадбирлари, дискотека, ҳар хил учрашувлар ўтказилиши лозим.

Бизнинг шароитимиз ёз пайтларида меҳмонхоналар қошида чўмилиш иншоотларининг бўлишини тақозо этади. Агар бу иншоот бўлмаган тақдирда меҳмонхона дастурида чўмилиш жойларига боришни ташкиллаштириш билан шуғулланувчи шахслар бўлиши лозим.

Туристлар чўмиладиган пляжда турли хил яхна ичимликлар ва музқаймоқ сотувчи кафе ва киоскаларни ҳам ташкил қилиш мақсадга мувофиқ. Ҳаваскор балиқчилар учун ов қилишга ҳам шароит яратилиши лозим. Пляжда пиво билан биргаликда дудланган балиқларни сотишни ҳам йўлга қўйиш керак. Сауналарнинг ишлашини ҳам ташкил қилиш узлуксиз бўлиши керак. Бу қўшимча хизматларни кўрсатиш орқали ҳам катта маблағга эга бўлиш мумкин.

Хизмат кўрсатиш стратегияси бу соҳада ҳар қандай ишбилармонларга 3 та асосий компонентни ёдда тутиш лозимлигини кўрсатади:

- мижозларнинг эҳтиёжлари;
- бу эҳтиёжларни қондиришда компаниянинг қобилиятлари;
- компаниянинг узоқ муддат давомида фойдани ушлаб тура олиши лозимлиги.

Курорт зоналаридаги меҳмонхоналарнинг хизмат кўрсатиши ўзига хос хусусиятларга эга. Курортларнинг ривожланиши у ерда жойлашган меҳмонхоналарнинг ҳам ривожланишига олиб келади. Бунинг учун куйидаги омилларни инобатга олиш лозимлиги асосланди:

- курортнинг шухрати;
- курортнинг соғломлаштириш бўйича йўналиши;
- курортда қизиқарли объектларнинг мавжудлиги;
- дам олувчиларнинг спорт билан шуғулланиши учун шароит;
- дам олувчиларнинг кўнгилочар тадбирларни амалга ошириши учун шароитларнинг мавжудлиги кабилар.

Бу омилларга эришиш учун меҳмонхона бино ва иншоотларининг архитектура талабларига жавоб бериши, меҳмонлар учун хоналарнинг қулайлиги, спорт майдончаларининг мавжудлиги, савдо дўконларининг фаолиятини йўлга қўйиш, медицина (тиббиёт) хизматининг мунтазам ишлашини таъминлаш, дам олиш жойларининг қулай жойлашувини таъминлаш кабиларни инобатга олиш лозим бўлади.

Охириги йилларда кўпгина курортлар ўз эътиборларини конгресс ва ишчи туризмга қаратмоқда. Меҳмонхонанинг асосий вазифаси

юқори сифатли хизмат кўрсатувчи корхона деган обрўга эга бўлишга интилишдир. Меҳмонхоналар гуруҳли буюртмаларни қабул қилиши учун рекламага маълум миқдордаги маблағни сарф қилиши мумкин ёки 1 ёки 2 та конгрессни муваффақиятли ўтказса, бундан мижозларнинг хурсанд бўлиши ҳам муваффақиятли рекламадир. Конгресс туризми яна қайта келувчилар учун яхши имкониятлар яратади, чунки меҳмонхонага таниқли кишилар келишининг ортиб бориши ҳам меҳмонхоналар обрўи ошишига олиб келади. Агар улар яхши қабул қилинган бўлса ва уларнинг эҳтиёжлари қондирилган бўлса, улар эртами, кечми яна шу меҳмонхонага қайтиб келарди.

Ҳозирги пайтда оилавий дам олишга ихтисослашган кўпгина курортлар ташкил қилинган. Бу ҳолат яна ривожланиши лозим. Бундай шароитда болалар учун махсус дастурлар тайёрланиб, ота-оналар учун қулай шароитлар яратиш зарур. Индивидуал хизмат кўрсатиш давомида меҳмонлар ва курорт меҳмонхоналари ишчи-хизматчилари ўртасида янада яқинроқ муносабатлар юзага келади, бу эса маъмурият томонидан актив тақдирланади. Охир оқибатда бу мижозларнинг яна қайта ташрифи ва барқарорланишига олиб келади.

### **5.3. Меҳмонхона ҳўжалигида сервис сифатини ифодаловчи кўрсаткичлар ва уларни аниқлаш йўллари**

Меҳмонхоналарнинг вазифаси тармоқ ичидаги эркин рақобат шароитида меҳмонларни ўзига кўпроқ жалб қилиш ва жалб қилинган меҳмонларга сифатли хизмат кўрсатиб, биринчидан уларнинг хизматларга бўлган эҳтиёжини қондириш ва иккинчидан ҳар бир меҳмондан кўпроқ турли сифатли хизматларни кўрсатиш эвазига кўпроқ маблағини меҳмонхонага қолдиришдан иборат.

Ҳозирги пайтда ётоқ учун олинадиган маблағларнинг улуши меҳмонхона ҳўжалигида асосий тушумни ташкил қилади. Келажакда хизматларнинг турларини кўпайтириш ва сифатини ошириш эвазига ётоқ учун олинадиган маблағларнинг миқдори, яъни қанча тушум бўлса, шунча тушумни қўшимча хизматларни кўрсатиш эвазига олиш лозим. Чунки хорижий мамлакатларнинг кўпчилигида хизматлар учун олинадиган даромад ётоқ учун олинадиган даромадга нисбатан анча кўп миқдорни ташкил қилади. Бунга эришиш учун оддий меҳмонхона эмас, балки меҳмонларга хизмат кўрсатадиган меҳмонхона комплексларини яратишни тақозо этади.

Меҳмонхона хизмати сифатини аниқлашда унинг ўзига хос хусусиятларини инобатга олиш лозим. Чунки, ҳар бир соҳада

хизматларнинг турлари ҳам ҳар хил ва шунга боғлиқ равишда уларнинг сифатига бўлган талаблар ҳам турлича. Булар ҳар бир хизмат тури сифатининг ўзига хос хусусиятларини тадқиқ қилишни тақозо этади. Ушбу ҳолатни назарий жиҳатдан ёритиб бериш учун меҳмонхона хизматларининг ўзига хос хусусиятларини инобатга олиш лозим.

Фикримизча меҳмонхона сервисининг ўзига хос хусусиятлари қуйидагилардан иборат:

- бошқа хизматлар сингари меҳмонхоналар хизматлари ҳам номоддийлиги билан ажралиб туриши;

- меҳмонхона хизматларини ҳам бошқа хизматлар сингари бир жойга тўшлаб ёки сақлаб бўлмаслиги;

- меҳмонхона хизматини ташиш ва сақлаш имконияти йўқлиги;

- хизмат кўрсатувчининг доимий равишда бир хил хизмат кўрсатиши мумкин бўлмаганлиги;

- хизматни кўрсатиш ва уни истеъмол қилиш жараёнининг бир вақтда содир бўлиши;

- меҳмонхоналарда хизматга бўлган талабнинг бир маромда эмаслиги;

- вақт ўтгандан кейин хизматнинг сифатини назорат қилиш имконияти етарли эмаслиги;

- хизматга баҳо беришда асосий устуворлик истеъмолчида эканлиги ва уларнинг шу хизматларга бўлган муносабати ҳам турли эканлиги;

- меҳмонхона хизматининг нуқсонсизлигини таъминлаш лозимлиги;

- меҳмонларнинг ўз норозилигини ҳамиша ошкор қилмасдан кетиши натижасида меҳмонхона маъмуриятининг мижозлар томонидан хизматга берилган баҳодан ҳамиша воқиф бўлмаслиги кабиларни киритиш мумкин.

Масаланинг бу жиҳати меҳмонхоналарда хизматнинг сифатига баҳо беришни ҳам бироз мураккаблаштириши табиий. Шу туфайли мазкур масалага баҳо беришда аниқ маълумотларни олиш ўта мураккаб, чунки тегишли органларга топшириладиган ҳисоботларда хизматнинг сифатини баҳолаш учун тегишли маълумотлар ўз ифодасини топмайди. Шунинг учун уларни турли тадқиқот йўллари билан олинган маълумотлар асосида амалга ошириш лозим.

Меҳмонхона хизматлари сифатига берилган юқоридаги таъриф ва шу соҳа хизматларининг ўзига хос хусусиятлари меҳмонхона

хўжалигида сервис сифатини баҳолашда асосий эътиборни нималарга қаратишга аҳамият бериш учун асос бўлади. Чунки миқдорий ўлчамларда шу мазмун ўз ифодасини топмоғи лозим. Агар шу тушунчадан келиб чиқадиган бўлсак, меҳмонхона хўжалигида сервис сифатини баҳолаш учун қуйидаги кўрсаткичларни тавсия этиш мумкин:

- кўрсатилаётган хизматларнинг сони;
- меҳмонлар яшаш шароитининг эргономик талабларга жавоб бериш даражаси (иссиқ пайтларда хонанинг салқинлиги ва совуқ пайтларда хонанинг иссиқлиги, ётадиган хонанинг турли шовқинлардан узоқлиги кабилар);
- меҳмонларнинг талаб қилган барча хизматларининг, шу жумладан янги хизматларнинг ҳам қондирилиш даражаси;
- қулай вақт ва шароитда овқатланиш хизматининг ташкил қилиниши;
- овқатлар ассортименти кенглиги ва сифати юқорилиги;
- меҳмонхонадан ташқарида бажариладиган, аммо меҳмонхона ташкил қилиши мумкин бўлган хизматларнинг (транспорт хизмати, сайёҳлик хизмати, қўшимча хизматлар ва бошқалар) ўз вақтида ва сифатли бажарилиши кабилар. Ушбу рўйхатни яна давом эттириш мумкин, чунки меҳмонларга қулайликни яратиш билан боғлиқ хизматларнинг турлари жуда кўп.

Шуни инобатга олиш лозимки, юқорида келтирилган кўрсаткичларнинг ҳаммаси ҳам ҳисобга олиб борилмайди ва кўпларини ҳисоблашнинг ҳам имкони йўқ. Бундай ҳолатлар ва меҳмонхона хўжалигида сервиснинг ўзига хос хусусиятлари, ундаги кўрсатиладиган хизматлар сифатини баҳолашда ўлчанадиган кўрсаткичлар тизимидан фойдаланиш лозимлигини тақозо этади. Бундай кўрсаткичлар тизимига қуйидагиларни тавсия қиламиз:

- меҳнатнинг сифат коэффициентини (Кмс);
- истеъмолчилар талабининг қондирилиш даражаси (Итқд);
- сервис сифатига ходимларнинг жавобгарлик даражаси (Мссжд);
- сервис сифатининг кам харажатлар билан таъминланиш даражаси (Кхтд);
- сервис сифати доимий такомиллашиб борадиган жараён сифатида баҳоланиши (Ссд).

Шуни эътироф этиш керакки, меҳмонхоналарда сервис сифатини баҳолашда қўлланиладиган мазкур кўрсаткичлар бўйича на



бухгалтерия, на статистикада ҳисоб олиб борилмайди ва мос равишда ушбу кўрсаткичлар бўйича ҳисобот ҳам берилмайди. Бу эса сервис сифатини баҳолашнинг ўта мураккаблигидан далолат беради. Шу туфайли сервисни баҳолашда бевосита кўрсаткичлардан кўра билвосита кўрсаткичлар билан баҳолаш (манتيкий таҳлил, балл бериш, квалиметрия, экспертлар орқали баҳолаш, сифатни диаграммалар орқали баҳолаш кабилар) кўпроқ қўлланилади.

Тадқиқотларимиз натижасига кўра, меҳмонхона хўжаликларида сервис сифатини баҳолаш ўта мураккаб жараён экан. Уларни тадқиқот натижасида ҳам аниқлаш жуда қийин. Шу туфайли биз ушбу ишда меҳмонхоналарда сервис сифатини баҳолаш учун фақат рақамларда ифодаланиши мумкин бўлган кўрсаткичларни тавсия этмоқдамиз (5.1-жадвал).

### 5.1-жадвал

#### Меҳмонхоналарда сервис сифатини ифодаловчи кўрсаткичлар тизми, мазмуни ва уларни аниқлаш йўллари\*

Г/р	Кўрсаткичнинг номи	Мазмуни	Аниқланиш йўллари
1.	Меҳнатнинг сифат коэффициенти (Кмс)	Нуксонсиз хизмат қилинган туристларнинг (Нхкт) барча хизмат қилинган туристларга (Бт) нисбати	$K_{мс} = \frac{Нхкт}{Бт}$ ;
2.	Истеъмолчилар талабининг қондирилиш даражаси (Итқд)	Меҳмонхоналарда кўрсатилган хизматлар сонининг (Кхс) шу категорияда қилиниши лозим бўлган хизматлар сонига (Хс) нисбати	$Итқд = \frac{Кхс}{Хс}$ ;
3.	Меҳмонхонадаги сервис сифатига ходимларнинг жавобгарлик даражаси (Мссжд)	Сервис сифатига жавоб берадиган ходимлар сонининг (Ссжх) барча ходимлар сонига (Бхс) нисбати	$Мссжд = \frac{Ссжх}{Бхс}$ ;
4.	Сервис сифатининг кам харажатлар билан таъминланиш даражаси (Кхтд)	Сервис сифатини таъминлашга кетган харажатлар (Ссткх) меъёр доирасида режалаштирилган харажатларга (Рх) нисбати	$Кхтд = \frac{Ссткх}{Рх}$ ;
5.	Сервис сифатининг доимий такомиллашиб борадиган жараён сифатида баҳоланиши (Ссд)	Сервис сифатини баҳоловчи ошган кўрсаткичлар сонининг (Ссбо) сервисни баҳоловчи умумий кўрсаткичларга (Сбук) нисбати	$Ссд = \frac{Сскт}{Сбук}$

\*Манба: Тадқиқотлар натижасида муаллифлар томонидан шакллантирилди.

Ушбу кўрсаткичлар тизими сервис сифатига берилган таърифнинг барча қирраларини ўзида мужассамлаштирган.

Меҳмонхона сервиси сифатига тўлиқ баҳо бериш учун шу келтирилган кўрсаткичлар тизимидан ягона комплекс кўрсаткични аниқлаш мақсадга мувофиқ бўлади. Чунки, кўрсаткичлар тизимининг камчилиги шундан иборатки, улардан фойдаланиб бир қанча субъектнинг аҳолига бир хилда баҳо бериб бўлмайди. Шунинг учун кўрсаткичлар тизимидан комплекс кўрсаткични аниқлаш тавсия қилинди. Биз бу ерда комплекс кўрсаткични аниқлашнинг оддий усулидан, яъни аддитив методидан<sup>116</sup> фойдаланишни мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблаймиз. Чунки юқорида берилган кўрсаткичларнинг ҳаммаси бир хил ўлчамда, яъни коэффициентда ифодаланади. Бир хил кўрсаткичларни агар улар бир хил ўлчамга эга бўлса қўшиш мумкин. Бунинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия этамиз:

$$C_{\text{кк}} = \sum_{i=1}^n C_i ; (i = 1, 2, 3, \dots, n)$$

Бунда:  $C_{\text{кк}}$  – сервис сифатининг комплекс кўрсаткичи миқдори;  
 $C_i$  – сифатни ифодаловчи  $i$ -кўрсаткичнинг миқдори;  
 $i$  – кўрсаткичларнинг сони;  
 $n$  – кўрсаткичнинг умумий миқдори.

Ушбу формулага юқоридаги маълумотларни қўллайдиган бўлсак, қуйидаги амалий аҳамиятга эга бўлган формулага, яъни комплекс кўрсаткичга эга бўламиз:

$$C_{\text{кк}} = K_{\text{мс}} + \text{Итқд} + \text{Мессжд} + K_{\text{хтд}} + C_{\text{сд}};$$

Агар ушбу кўрсаткичларнинг ҳаммасини бир хил ишора, яъни “С” билан белгилаб олинса, шу 5 та кўрсаткичдан шаклланган комплекс кўрсаткични аниқлаш мумкин. Натижага аниқлик киритиш унинг ўртача миқдорини аниқлашни тақозо этади. У ҳолда қуйидаги формулани ҳосил қиламиз:

$$C_{\text{кк}} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^5 C_i ; (i = 1, 2, 3, \dots, 5)$$

Мазкур формуланинг амалиётда қўлланилишини кўриб чиқиш учун Самарқандда жойлашган бир қанча меҳмонхона хўжаликлари

<sup>116</sup>Пардаев М.Қ. Иқтисодий таҳлил назарияси. Дарслик. Самарқанд, “Зарафшон, 2000. 189-191-б. Пардаев М.Қ., Исроилов Б.И. Иқтисодий таҳлил. Ўқув қўлланма. –Т.: “Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси” нашриёт уйи, 2001. 66-б.

мисолида қараб чиқамиз ва куйидаги жадвални тузишни тавсия этамиз (5.2-жадвал).

### 5.2-жадвал

#### Самарқандда жойлашган меҳмонхоналарда сервис сифатини ифодаловчи кўрсаткичларнинг тадқиқот маълумотлари асосида ҳисоб-китоби\*

№	Кўрсаткичлар	Кискартирилган белгилари	Афросиёб Палас	Камила Орзу	Ал-Бухорий	Тумарис	Самарқанд Плаза
1.	Меҳнатнинг сифат коэф-фициенти	Кмс	0,87	0,82	0,85	0,87	0,89
2.	Истеъмолчилар талабининг қондирилиш даражаси	Итқд	0,77	0,79	0,76	0,82	0,72
3.	Меҳмонхонадаги сервис сифатига ходимларнинг жавобгарлик даражаси	Мссжд	0,85	0,80	1,0	0,87	1,0
4.	Сервис сифатининг кам харажатлар билан таъминланиш даражаси	Кхтд	0,74	0,68	0,81	0,7	0,83
5.	Сервис сифатининг доимий такомиллашиб борадиган жараён сифатида баҳолашиши	Ссд	0,75	0,75	1,0	0,75	1,0
6.	Комплекс кўрсаткич	$\sum \text{Скк}(i \times 1,5)$	3,98	3,84	4,42	4,01	4,44
7.	Уртача миқдори	1/5 Скк	0,796	0,768	0,884	0,802	0,888
8.	Сервис сифатининг меъёрдан фарқи	1-(1/5 Скк)	0,204	0,232	0,116	0,198	0,112
9.	Комплекс кўрсаткич бўйича меҳмонхоналарнинг эгаллаган ўринлари		4	5	2	3	1

\*Маъба: Номи қайд этилган меҳмонхоналарнинг монографик кузатув натижасида олинган маълумотлари асосида муаллифнинг ишланмаси.

Мазкур тадқиқот натижасида, бешта меҳмонхонанинг сифат кўрсаткичлари бўйича комплекс кўрсаткич аниқланди. Ушбу комплекс кўрсаткичнинг таркибига бешта кўрсаткич киритилди ва улар асосида комплекс кўрсаткичнинг ўртача миқдори ҳам аниқланди. Тадқиқ қилинган меҳмонхоналардан ҳаммаси сифат кўрсаткичи бўйича ўз ўринларига эга бўлди. Шу бешта кўрсаткич бўйича “Самарқанд Плаза” меҳмонхонаси 1-ўринга сазовор бўлди.

2-ўринни “Ал-Бухорий» меҳмонхонаси эгаллади. 3-ўрин “Тумарис”га тегишли, деб топилди. Меҳмонхонада сервис сифати бўйича 4-ўринга “Афрасиёб-Палас” сазовор бўлган бўлса, бешинчи ўринда “Комила-Орзу” меҳмонхонаси турганлигини кўриш мумкин.

Биз услубий асос сифатида комплекс кўрсаткични 5 та кўрсаткичга асосан аниқланишини кўриб чиқдик. Амалиётда компьютер имкониятларини ишга солган ҳолда чекланмаган меҳмонхоналар бўйича сервис сифатига оид рейтинг кўрсаткичларини аниқлаш мумкин.

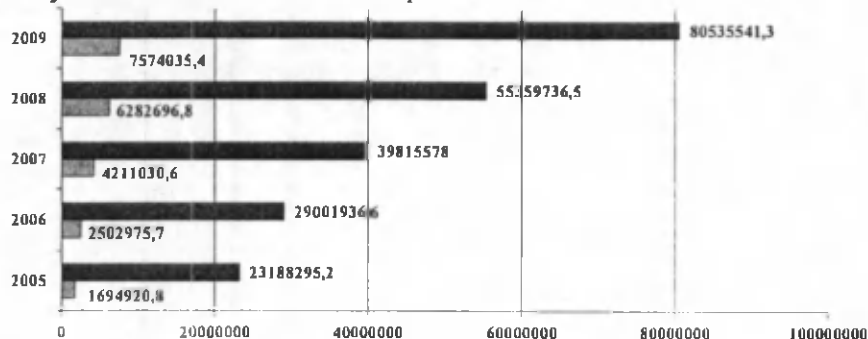
Агар тавсияларимиз амалга ошириладиган бўлса, яъни меҳмонхоналарда сервис сифатини шу усуллар билан баҳолашга ўтилса, ўйлаймизки, мамлакатимиз меҳмонхона хўжалигида яна бир қарра юксалиш сари қадам қўйилади. Меҳмонхоналарда сервис сифатининг ошиши эвазига меҳмонларнинг келиши кўпайиши содир бўлади, натижада меҳмонхоналарга валюта тушуми кўпаяди ва уларнинг иқтисодий самарадорлиги ҳам ошади.

#### **5.4. Меҳмонхона хўжаликларида сервис сифатининг ҳолати ва уни ошириш имкониятлари**

Меҳмонхона хўжалиги асосан меҳмонларни (туристларни) турар-жой билан таъминлашга қаратилган турли хизматлар кўрсатувчи иқтисодиёт тармоғи ҳисобланади. Ҳозирги пайтда хорижий мамлакатлардан фойдаланиш йўлларида бири уларни мамлакатга туристлар тарзида ташрифини таъминлаб, турли хизматлар кўрсатиш эвазига маблағларини иқтисодиётимизга жалб қилишдан иборат. Маблағларнинг тушуми нафақат хизмат турларига, балки сервиснинг сифатига ҳам катта боғлиқ. Мазкур хизматлар тури мамлакатимизда жадал ўсиш суръатига эга. Ўзбекистонда ҳам бу хизмат турининг ҳажми 2009 йилда 2005 йилга нисбатан 3,47 марта ошиши кузатилди. Хусусан, Самарқанд вилояти бўйича меҳмонхона хизматлари ўтган даврда 4,47 марта ошган (5.1-расм).

Бу ҳолат Ўзбекистон иқтисодиётида туризм индустриясининг, жумладан меҳмонхона хўжалигида кўрсатилаётган хизматлар ҳажмининг ошиб бораётганлигини кўрсатади. Юқоридаги расмдан кўриниб турибдики, Ўзбекистон Республикасида кўрсатилаётган хизматлар ҳажми 2005 йилда 23188,3 млн. сўмни, 2009 йилда 80535,5 млн. сўмни ташкил қилган. Бу кўрсаткич Самарқанд вилоятида 2005 йилда 1694,9 млн. сўмни, 2008 йилда эса 7574,0 млн. сўмни ташкил қилган. Самарқанд вилоятининг улуши 2005 йилда

7,3 %ни ташкил қилган бўлса, 2009 йилга келиб 9,4 %га тенг бўлган. Бу ҳолат кўрсатадики, Самарқанд вилоятининг республика туристларини жалб қилиш бўйича улуши ошиб борган. 2012 йилда ушбу кўрсаткич 10%дан ошиб кетган. Бу қонуний ҳолат, чунки мазкур вилоятнинг туристик салоҳияти бунданда кўп туристларни қабул қилиш имкониятига эгадир.



**5.1-расм. Ўзбекистон ва Самарқанд вилоятларида меҳмонхоналар томонидан кўрсатилган хизматларнинг 2005-2009 йиллардаги ҳажми ўзгариши, миғ сўм\***

\*Мянба: Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика қўмитаси маълумотлари асосида муаллифлар

ишланмаси

Бу кўрсаткичларни таҳлил қилиш билан бирга мамлакатимизга, шу жумладан, Самарқанд вилоятига қанча туристлар ташриф буюрганлигини, уларнинг таркибидаги ўзгаришлар қандай бўлганлигини ва меҳмонхоналарга ташрифларнинг ҳолати қандай эканлиги хусусида маълумот беради. Мамлакатимизга ташриф буюрувчи туристларни тўғри жойлаштириш, меҳмонхоналарнинг моддий-техник таъминотини амалга ошириш, уларга хизмат қиладиган ходимларни шакллантириш учун уларни маълум гуруҳларга бўлиб ўрганишни тавсия этамиз. Бу гуруҳларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

1. Маҳаллий туристлар яъни, Ўзбекистон Республикасидан вилоятга ташриф буюрувчи туристлар.

2. Яқин хорижий мамлакатлардан ташриф буюрадиган туристлар, яъни Мустақил Давлатлар Ҳамдўстлиги мамлакатларидан ташриф буюрувчилар.

3. Узоқ хориж мамлакатлардан ташриф буюрадиган туристлар. Буларга қолган барча давлатлардан ташриф буюрувчилар киради.

Бу уч гуруҳга кирувчи мамлакатлардан 2009 йилда Ўзбекистонга ташриф буюрувчи туристларнинг умумий сони ҳудудлар бўйича тақсимланиши қуйидаги жадвалда келтирилган (5.3-жадвал).

5.3-жадвал

**Ўзбекистонга ташриф буюрувчи туристларнинг  
ҳудудлар бўйича улуши\***

	Ҳудудлар бўйича ташриф (киши)					
	Ўзбекистон Республикаси		Яқин хориж мамлакатлари		Узоқ хориж мамлакатлари	
	туристлар сони, минг киши	ҳудудларнинг улуши, %	туристлар сони, минг киши	ҳудудларнинг улуши, %	туристлар сони, минг киши	ҳудудларнинг улуши, %
Қорақал. Рес.	16108	3,3	229	0,25	1669	0,65
Андижон	25830	5,3	785	0,83	1085	0,42
Бухоро	23539	4,8	4861	5,16	51964	20,23
Жиззах	29231	6,0	1102	1,17	90	0,04
Қашқадарё	16202	3,3	2125	2,26	50	0,02
Навоий	36172	7,4	849	0,90	405	0,16
Наманган	27021	5,5	571	0,61	729	0,28
<b>Самарқанд</b>	<b>44203</b>	<b>9,0</b>	<b>12403</b>	<b>13,18</b>	<b>14886</b>	<b>5,80</b>
Сурхондарё	7684	1,6	839	0,89	1973	0,77
Сирдарё	6890	1,4	20	0,02	26	0,01
Тошкент	32423	6,6	907	0,96	793	0,31
Фарғона	23099	4,7	3168	3,37	1854	0,72
Хоразм	8175	1,7	5338	5,67	30436	11,85
Тошкент ш.	193492	39,5	60925	64,73	150836	58,74
<b>Ўзбекистон Рес.</b>	<b>490069</b>	<b>100</b>	<b>94122</b>	<b>100</b>	<b>256796</b>	<b>100</b>

\*Манба: Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика қўмитаси маълумотлари асосида муаллифлар ишланмаси

Ушбу жадвалдаги маълумотларга кўра, 2009 йилда маҳаллий туристлар, яъни Ўзбекистонлик туристларнинг Самарқандга ташриф буюриши 44203 кишини ташкил қилган. Бунинг Республика бўйича келган туристларнинг 9,0 фоизини ташкил қилади. Яқин хориж мамлакатларидан Ўзбекистонга ташриф буюрганларнинг жами

94122 киши ташкил қилган. Буларнинг 12403 нафари Самарқандга келганларни ташкил қилади. Бунинг улуши 13,18 фоизни ташкил қилади. Узоқ хориж мамлакатларидан мамлакатимизга ташриф буюрганларнинг сони 256796 кишини ташкил қилган. Ана шундан Самарқандга 14886 киши, яъни бу жами узоқ хориж мамлакатлари туристларининг 5,8 фоизни ташкил қилмоқда. Самарқандга ташриф буюрувчиларни таркибий жиҳатдан таҳлил қиладиган бўлсак, улар ичида энг кўпи маҳаллий туристларга тўғри келади. Уларнинг сони 44203 кишини, яъни 61,83 %ни ташкил қилади, узоқ хорижий мамлакатлардан келган туристлар сони 14886 кишини ёки 20,82 %ни ташкил қилади. Яқин хорижий мамлакатлардан келадиган туристларнинг улуши умумий туристлар таркибида 17,35 %га тенг.

Ушбу қиёсий таҳлил натижаларидан шуни хулоса қилиш мумкинки, Самарқанд вилояти республикаимизнинг энг кўзга кўринган туристик масканларидан биридир. Жадвал маълумотларига эътибор берадиган бўлсак, Самарқанд вилояти туристлар ташриф буюриши бўйича Тошкент шаҳридан кейинги ўринда турибди. Вилоятимизга туристлар кўп ташриф буюрар экан, аввало, ушбу туристларни халқаро талабларга жавоб берадиган меҳмонхоналар билан таъминлашимиз зарур. Бу борада Самарқандда кейинги йилларда бир қанча ижобий ишлар амалга оширилмоқда. Булар жумласига бир қанча хусусий меҳмонхоналар билан «Президент-Отель» туристик комплексини ҳам кўрсатишимиз мумкин.

Туристлар билан суҳбатлашганимизда ва анкеталар орқали социологик сўров ўтказган пайтларимизда уларнинг фикрича меҳмонхоналаримизнинг қурилиши, улардаги қулайликлар, халқаро андозалар даражасига яқинлашган. Аммо кўрсатиладиган хизматларнинг турлари ва сифатидан кўпчилик меҳмонлар қаноатланмаганликларини қайд этмоқда. Ҳатто республикаимздан ташриф буюрган меҳмонлар ҳам кўрсатилаётган хизматларнинг сифат даражасидан қониқмаганликларини, айримларининг нархи сифат даражасига нисбатан баланд эканлигини қайд этганлар. Кўриниб турибдики, меҳмонхоналаримизда хизмат кўрсатишнинг сифатини ошириш масаласи бугунги кунда кечиктириб бўлмайдиган, зудлик билан тезкор тарзда ҳал қилиниши лозим бўлган масалалардан биридир. Бунга эришишнинг бир йўли, меҳмонхоналарда хизмат кўрсатувчи ходимлар малакасини ошириш, уларни турли мамлакатларга малака оширишга юборишдан иборат. Шаҳримизда хизмат кўрсатишнинг барча талабларига жавоб берадиган намунавий

меҳмонхона комплексини ташкил қилиш ва уни барча меҳмонхоналар учун андоза тарзида фойдаланишни йўлга қўйиш лозим.

Биз туристларни ташриф буюришини таҳлил қила туриб бевосита уларнинг қай мақсадда мамлакатимизга ташриф буюришини ҳам ўрганишга тўғри келади. Бунинг учун мамлакатимизга ташриф буюрувчи туристларнинг тақсимланиши бўйича маълумотларни келтирамиз (5.4-жадвал).

#### 5.4-жадвал

### Мамлакатимизга ташриф буюрувчи туристларнинг мақсади бўйича тақсимланиши\*

	Фуқароларнинг ташрифидан мақсад (киши)					
	Ўзбекистон		Яқин хориж мамлакатлари		Узоқ хориж мамлакатлари	
	сони минг киши	улуши, %	сони минг киши	улуши, %	сони минг киши	улуши, %
Маиший дам олиш	131984	26,93	34766	36,94	156518	60,95
Касбий ва ишбилармонлик	305332	62,30	54668	58,08	94612	36,84
Даволаш ва профилактика	7496	1,53	267	0,28	18	0,01
Бошқалар	45257	9,24	4421	4,70	5648	2,20
Жами	490069	100	94122	100	256796	100

\*Манаб: Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика қўмитаси маълумотлари асосида муаллифнинг ишланмаси.

Жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, маҳаллий туристлар кўпроқ касбий ва ишбилармонлик мақсадида саёҳатга чиқишади, бу кўрсаткич республикамызда 62,3 фоизни ташкил қилмоқда, ундан кейинги ўринларда маиший дам олиш бўлиб, унинг улуши 26,93 фоизни ташкил қилмоқда. Умуман республикамызда маиший дам олиш учун хорижий туристлар кўпроқ ташриф буюришар экан. Узоқ хорижий мамлакатлардан ташриф буюрувчиларнинг асосий қисми, яъни 60,95 фоизи шу мақсадда мамлакатимизга ташриф буюрган. Шунинг учун мамлакатимизда туристик ресурсларни замонавий талаблар асосида реконструкция қилиш, уларни талаб даражасида сақлаш, умуман келган туристларга кўрсатилаётган хизматлар сифатини мунтазам ошириш ва хорижий рақобатчиларимиздан нархларни ошириб юбормаслигимиз зарур.



Узоқ хориж мамлакатларидан Ўзбекистон Республикасига 256796 киши, шу жумладан, Самарқанд вилоятига 14886 киши ташриф буюрган. Бу мамлакатнинг шу кўрсаткичига нисбатан 5,8 %ни ташкил қилади. Умуман олганда, Самарқанд вилоятининг туристик салоҳияти билан ушбу кўрсаткични яхши деб бўлмайди.

Шуни алоҳида таъкидлаш лозимки, мамлакатимизда рўй берганидек, Самарқанд туристик бозорида ҳам туб ўзгаришлар содир бўлди. Булар куйидагилардан иборат:

- монопол хўжалик юритишдан кўп укладли хўжалик юритиш тизимига ўтилди, яъни, мамлакатимизнинг туристик бозорида хусусий туристик корхоналар пайдо бўлди;

- туристик бозор янги тартиблар асосида фаолият юрита бошлади, яъни туристик корхоналар учун нарх белгилаш, истеъмолчи ва таъминотчиларни танлаш эркинлиги яратилди;

- туристик бозорда туристик талабнинг янги турлари пайдо бўлди, яъни, шоп-турлар, саргузашт-турлар, тил ўрганиш турлари кабилар вужудга келди;

- туризмнинг асосий воситаларига бўлган талаб янади кучайди, уларнинг сервис хизмати сифатини оширишга қаратилган бўлиши талаб қилинмоқда, яъни автомобилларнинг дизайни ва хавфсизлигини таъминлашга қаратилганлиги кабилар;

- Самарқанд туристик бозорига йирик меҳмонхоналар кириб келди ва улар билан амалга оширилаётган қўшма фаолият ривожланишида хорижий инвесторларнинг иштироки ошди;

- туризмдан маҳаллий аҳолининг даромад олиш имкониятлари етарли даражада ўсиш босқичига кирди.

Мамлакатимизга, хусусан, Самарқанд вилоятига ҳам туристларнинг ташрифи йилдан-йилга ортиб бормоқда. 2009 йил мобайнида вилоятимизга жами 103,72 минг нафар турист ташриф буюрган эди. 2005 йилда ушбу кўрсаткич 58,8 минг нафарни ташкил этган. Бу 2009 йилда 2005 йилга нисбатан 76,4 %га ўсганлигидан далолат беради. Вилоятимиз бўйича хорижий туристларнинг ташрифи 2009 йилда 70,84 минг кишини ташкил қилган бўлса 2005 йилда ушбу кўрсаткичнинг миқдори 36,9 минг кишини ташкил қилган эди. Бу умумий туристларнинг 2009 йилда 68,3 %ни ташкил қилса, 2005 йилда 62,4 %ни ташкил этган эди. Мамлакатимизда ҳам ушбу кўрсаткичнинг миқдори юқоридаги кўрсаткичга мос равишда кўпайиш тенденциясига эга бўлган. 2005 йил давомида туристик фирмалар ва меҳмонхоналар томонидан жами 5710,9 млн. сўм

миқдорида умумий хизмат кўрсатилган эди. Бу кўрсаткичнинг ҳажми 2009 йилга келиб 13348,5 млн. сўмни ташкил қилди. Бу кўрсаткичнинг ўсиш суръати 233,7 %ни ташкил қилади.

Ушбу ҳолатлар туризмнинг ривожланиши учун ижобий омиллар таъсирида рўй берган. Аммо ушбу соҳанинг ривожланиши учун ҳали кўпгина салбий омиллар ҳам мавжуддир.

Самарқандга етиб келувчи туристик саёҳатларни ўсишига салбий таъсир этиши эҳтимолига эга баъзи ҳолларни санаб ўтиш мумкин:

- кўпгина меҳмонхоналарда таомларнинг замонавий талабларга жавоб бермаслиги;

- Ўзбекистон ичидаги меҳмонхона хизматлари нархларининг асосий рақобатчиларига нисбатан қимматлиги, транспорт нархларининг юқорилиги;

- туристларнинг эсдалик учун харид этиладиган миллий сувенирларимиз камлиги ва нисбатан қимматлиги;

- жорий инфратузилмани такомиллаштириш ва янгиларини яратиш учун хусусий соҳа вакилларида маблағлар етишмаслиги;

- тарғибот масалаларига етарлича эътибор берилмаганлиги туфайли хорижий фуқароларнинг аксариятида Ўзбекистон тўғрисида маълумотнинг камлиги;

- Ўзбекистондаги жорий нархларнинг қимматлигидан ташқари, баъзи ҳолларда, таклиф этилаётган товар ва хизматлар сифатининг шу нархга мос эмаслиги.

Умуман, Самарқанд вилоятида ҳозирги кунда туристик ресурслардан тўлиқ ва самарали фойдаланилгачи, деб бўлмайди. Шу туфайли туристларга мўлжалланган меҳмонхоналарнинг бандлик даражаси паст ҳолда қолиб кетмоқда.

Ҳозирги пайтда туризмни ривожлантириш ва меҳмонхоналар самарадорлигини ошириш ҳамда хизмат сифатини ошириш учун катта имкониятлар мавжуд. Жумладан, Самарқандда экотуристлик салоҳият ҳам бошқа туристик объектлар сингари етарли бўлишига қарамай, хорижий туристларни экотуризм йўналишлари бўйича маршрутлар ишлаб чиқилмаган. Туристлик фирмалар томонидан бу йўналиш бўйича янги туристик маршрутлар ишлаб чиқилиб, Самарқандга туристлар ташрифини кўпайтириш чораларини кўришлари лозим. Бу айниқса, бугунги кунда, яъни жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози давом этиб турган паллада муҳимдир. Чунки, мазкур соҳани ривожлантириш кўп маблағ сарфламасдан қўшимча

валюта тушумини таъминлайдиган муҳим йўналишлардан биридир. Зеро, туристларни кўпайтириш учун меҳмонхоналар билан боғлиқ туристик инфратузилмалар тегишли тарзда яратилган.

Хусусан, хорижий ва маҳаллий туристлар учун мўлжалланган дам олиш жойларидан самарали фойдаланиш мақсадида Ургут туманидаги «Минг арча» оромгоҳи, Самарқанд туманидаги Оҳалик дам олиш зоналари, Жомбой туманидаги «Зарафшон» кўриқхонаси раҳбарлари билан турфирмалар ўртасида ҳамкорлик келишувлари тузилди. Ўйлаймизки, туристик бозорда ўтказилаётган ислохотларнинг мантиқий яқунига етказилиши, туризмни бошқариш тизимининг доимий равишда такомиллаштириб бориши, ҳукуматимиз томонидан туризмни ривожлантириш мақсадида марказлашган ҳолда ажратиладиган маблағлар ҳажмининг ортиб бориши Самарқанднинг туристик салоҳиятидан самарали фойдаланишга, мамлакат бюджетига тушадиган маблағларни оширишга, хусусий корхоналар ва маҳаллий аҳолининг моддий-маънавий фаровонлигини таъминлашга эришиш имконини беради.

Куйидаги жадвалда Самарқанд вилояти бўйича 2005-2009 йиллар давомида туризмнинг ривожланиш ҳолати тўғрисидаги маълумотлар берилган (5.5-жадвал).

Туризмни ривожлантириш ва меҳмонхоналар хизматлари самарадорлигини оширишнинг бошқа йўллари ҳам очилмоқда. Ҳозирги кунда республикамизда туризмнинг миллий моделини шакллантириш жараёни кетмоқда. Йиллар бўйича таҳлил қиладиган бўлсак, 2005 йилдан 2012 йил оралиғида Самарқанд вилоятига келиб-кетадиган туристлар оқими 321,6 %га кўпайган. Туризм соҳаси вилоят иқтисодиётининг истиқболли соҳаларидан бирига айланмоқда.

Ўзбекистон Республикаси вилоятлари ичида Самарқанд вилояти катта туристик имкониятларга эга вилоятдир. Ҳозирги кунда вилоятда 50 дан ортиқ турли мулк шаклига эга бўлган меҳмонхоналар фаолият кўрсатмоқда. Булардан ташқари 10 дан ортиқ турбазалар ва кемпинглар мавжуд. Вилоятдаги ҳар бир меҳмонхонага 2009 йилда ўрта ҳисобда 60 нафар меҳмон (3000: 50) тўғри келмоқда. Бир йилда меҳмонхоналарнинг меҳмонларни қабул қилиб олиш салоҳияти 1080,0 минг кишини (360\*60\*50) ташкил этади. Ҳақиқатда эса, 2009 йилда туристлар келиши 103,72 минг кишини ташкил этганини эътироф этадиган бўлсак, ҳар бир меҳмонхонага бир йилда 2074 нафар кишидан (103,72: 50) тўғри келмоқда. Меҳмонхоналардан фойдаланиш даражаси, атиги 9,6 %га (103,72: 1080,0) тенг. Бу жуда

наст кўрсаткичдир. Ушбу кўрсаткичнинг миқдорини ошириш бугунги кунда ўта долзарб масалалардан бири сифатида баҳоланиши лозим.

### 5.5-жадвал

#### Самарқанд вилояти бўйича 2005-2012 йиллар давомида туризмнинг ривожланиш динамикаси (базис йилга нисбатан фозз ҳисобида)\*

№	Кўрсаткичлар	Йиллар				
		2005	2010	2011	2012	2013 прогноз)
1.	Жами туристик хизматлар ҳажми	100	247,1	294,0	237,6	383,7
2.	Жами фойда	100	188,4	220,2	287,6	286,1
3.	Хизмат кўрсатилган туристлар сони	100	238,2	291,5	303,0	321,6
	Шу жумладан:					
	Қабул қилинган	100	183,1	211,3	280,9	316,4
	Шундан хорижий меҳмонлар	100	222,2	262,4	298,9	302,0
	Жўнатиладган туристлар	100	16338,3	17654,2	15670,8	18341,7
	Шулардан: Хорижга					
	МДХ мамлакатларига	100	403,0	235,0	320,0	495,0
	Ўзбекистон Республикаси бўйлаб	100	137500	145750	82925	95975
4.	Туристларга кўрсатилган хизмат ҳажми	100	181,2	268,8	265,0	355,4
5.	Хизматлар экспорти	100	151,8	187,5	266,1	329,8

\*Манба: «Ўзбектуризм» миллий компанияси Самарқанд филиали маълумотлари асосида муаллифларнинг ишланмаси.

2010 йил ва ундан кейинги йилларда вилоят меҳмонхоналари самарадорлигини ошириш имкониятларини ишга солиш учун қуйидаги тадбирларни амалга ошириш мақсадга мувофиқ:

1. Самарқанд шаҳрини туризм бўйича очик иқтисодий ҳудудга айлантириш ва унинг рекламасини йўлга қўйиш.

2. Хорижий туристларнинг қизиқишига қараб қўшимча хизмат кўрсатиш тизимини такомиллаштириш ва сервис сифатини халқаро андозалар даражасига кўтариш.

3. Янги туристик маршрутларни, шу жумладан, экологик туризм бўйича ҳам яратиш ва улардан самарали фойдаланишни йўлга қўйиш.

4. Дунё талабларига жавоб берадиган янги меҳмонхоналар, кемпинглар ва дам олиш зоналарини қуришни янада кенгайтириш, улардаги хизмат нархларини туристларнинг талабидан келиб чиққан ҳолда оптимал тарзда ушлаб туриш механизмини яратиш.

5. Туристлик меҳмонхоналарни жиҳозлаш, уларнинг моддий-техника базасини замонавий ҳолатга келтириш учун маҳаллий

сифатли маҳсулотлар ишлаб чиқиш каби муҳим тадбирларни амалга ошириш лозимдир.

6. Вилоятда туризмни ривожлантиришнинг барча инфратузилмаларини шакллантириш ва уларни жаҳон андозалари даражасига кўтариш лозим.

Самарқанд вилоятидаги туристик маршрутларнинг кўпчилиги ЮНЕСКО томонидан қўриқланадиган 20 дан ортиқ меъморий ёдгорликни, шунингдек, тарихий шахслар ва алломаларнинг 10 дан ортиқ қабри зиёрат қилишни ўз ичига олади.

Хорижий тажрибаларни ҳисобга олган ҳолда, республикамизнинг ижтимоий-иқтисодий аҳволидан келиб чиқиб, туризмни ривожлантириш бўйича илғор йўналишларни республика концепциясига асосланган ҳолда вилоятда унинг инфратузилмасини ривожлантириш «Ўзбектуризм» миллий компаниясининг Самарқанд филиалига юклатилган. 1993 йилнинг кузида «Ўзбектуризм» миллий кампанияси Бутунжаҳон туристик ташкилотга аъзо бўлди ва ўша кундан бошлаб Ўзбекистонни «Буюк Ипак йўли» халқаро лойиҳасининг мувофиқлаштирувчи марказига айлантиришни ўз олдига мақсад қилиб қўйган. Бу ҳолат ҳам туризмни ривожлантиришнинг муҳим омилларидан биридир. Аммо туризмнинг бугунги ҳолати, юқорида келтирилган барча имкониятлардан тўлиқ фойдаланаяпти, деган хулосадан биров йироқдир.

Шуни алоҳида таъкидлаш лозимки, меҳмонхоналарда сервис сифатини яхшилаш билан бирга улардаги иқтисодий ишларни ҳам такомиллаштириш лозим. Кузатувларимизга кўра, меҳмонхоналарга тушган тушумнинг ҳаммаси ҳам нақд пул тарзида тижорат банкларига топширилмай қолмоқда. Оқибатда туристлар тўғрисидаги статистикани ва улардан тушадиган нақд пул тушумининг ҳажмини аниқ кўрсатиш имконини бермайди. Бу ҳолатни бартараф этиш учун барча тўловларни пул ўтказиш йўли билан амалга ошириш пластик карточкалардан ҳам кенг фойдаланишни йўлга қўйиш ва ҳар бир меҳмон учун бериладиган паттанинг ҳисобини қаттиқ назорат қилиш механизмини ўрнатишни ташкил қилиш лозим.

Хорижий тажрибаларни ҳисобга олган ҳолда республикамизнинг ижтимоий-иқтисодий ҳолатини инobatга олган ҳолда илғор йўналишларни республика концепциясига асосланган ҳолда вилоятда туризм инфратузилмасини ривожлантириш «Ўзбектуризм» миллий компаниясининг Самарқанд филиалига юклатилган.

1993 йилнинг кузида «Ўзбектуризм» миллий кампанияси Бутунжаҳон туристик ташкилотга аъзо бўлди ва ўша кундан бошлаб Ўзбекистонни «Буюк Ипак йўли» халқаро лойиҳасининг мувофиқлаштирувчи марказига айлантиришни ўз олдига мақсад қилиб қўйган.

Меҳмонхона сервиси сифатини ўрганишда хизматларнинг асосий хусусиятларини кўриб чиқиш мақсадга мувофиқ. Хизмат – бир томон иккинчисига таклиф этиши мумкин бўлган ҳар қандай тадбир ёки наф бўлиб, асосан моддий кўринишга эга бўлмайди.

Хизматлар бозори бошқа бозорлардан икки сабабга кўра фарқ қилади:

1. Хизматлар улар кўрсатилгунча мавжуд бўлмайди. Бу ҳолат хизматларни амалга оширмагунча уларни баҳолашга имкон бермайди. Шу сабаб фақат кутилаётган ва эга бўлган нафни таққослаш мумкин.

2. Хизматларга юқори даражадаги ноаниқлик хос, шу сабабли мижозлар хизматларни танлашда мураккабликларга дуч келади, сотувчиларнинг бозордаги фаолиятини қийинлаштиради.

Ҳар қандай меҳмонхонанинг фаолият кўрсатиш самарадорлиги меҳмонхона хизматлари сифатига боғлиқ. Одатда хизматлар сифатига қуйидаги талаблар қўйилади:

- компонентлик (фирма хизмат кўрсатиш учун зарур кўникма ва билимга эга);

- ишончлилиқ (фирманинг барқарор ишлаши);

- ҳар қандай хизматга тайёрлик (тизим ноанъанавий талаблар юзага келганда ҳам ишлайди);

- ҳамма мурожаат этиши мумкин (фирма ходимлари билан мулоқотнинг осонлиги);

- коммуникация (мижозларга ўз вақтида ва тушунарли ахборот бериш);

- ишонч (фирма обрўси);

- хавфсизлик (моддий ва маънавий хавф-хатардан ҳимояланиши);

- ҳушмуомалалиқ (мулойимлик, эътибор, дўстона муносабат);

- сезилувчанлик (хоналарнинг ва персонал формасининг (униформа) жозибадорлиги).

Юқори сифатли меҳмонхона хизматларини кўрсатиш ҳар қандай меҳмонхонанинг муваффақиятли фаолиятини таъминлайди. Меҳмонхона соҳасидаги фаолият хизматчилар ва меҳмонлар

Ўртасидаги юқори даражали мулоқот ва мувофиқликни талаб этади. Меҳмонхона хизматлари сифатини назорат қилишда техник жиҳатлардан (иссиқ сув ҳарорати, сочиқлар сони, овқат тайёрлаш ва бошқалар) ташқари меҳмонхона ва мижозлар ўртасидаги муносабатларга алоҳида эътибор бериш лозим.

Амалиётда кўпчилик меҳмонхоналар маъмурияти хизматларнинг юқори сифати юқори таннарх билан боғлиқ деб ҳисоблайди. Бу нуқтаи назар ногўғри бўлиб, мижознинг хизмат кўрсатиш даражасига муносабатини эътибордан четда қолдиради.

Меҳмонхона бизнесида сифатни доимий ошириш харажатларни кўпайтириб бориш эмас, балки мижозларнинг эҳтиёжларини тўла қондириш билан уларнинг содиқлигини таъминлашга қаратилган. Тадқиқотларга кўра, янги мижозни жалб этишга нисбатан эски мижозга сифатли хизмат кўрсатиш беш марта арзонга тушар экан. Бу тадқиқот қуйидаги омилларга асосланади:

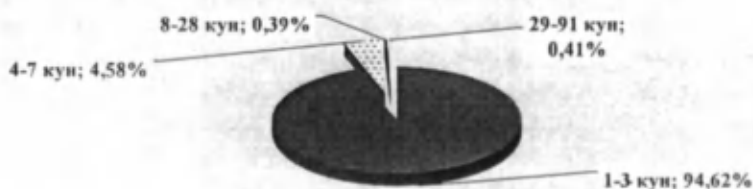
- мижозни сақлаб қола олиш қобилияти маркетинг харажатларини қисқартириш, рентабелликни оширишга имкон беради;

- хизматлар даражасидан қониққан мижоз меҳмонхона учун ижобий оғзаки ахборот тарқатиш билан бепул рекламани амалга оширади.

Меҳмонхона хизматлари сифати инсон капиталининг малакаси ва манфаатдорлиги, уларнинг ижодий қобилияти, янги технологияларни ўзлаштира олиши, мижозларга хизмат кўрсатишнинг янги ташкилий шаклларида фойдалана олишига боғлиқ. Меҳмонхона бизнесида хизматлар сифати – мижознинг кутишларини қондирувчи хизмат даражасини ифодалайди. Хизматлар сифати мураккаб тушунча бўлиб, ҳар бир киши уни ўзича талқин этади. Баъзи ҳолларда сифат ва қиймат ўзаро боғлиқ ҳолда ўрганилади. Меҳмонхона хизматлари сифати кўпинча «люкс» классидаги хизматлар билан ифодаланади. Бу хулоса баҳсли бўлиб ҳар доим ҳам юқори нарх, юқори сифатни билдирмайди ва аксинча. Чунки хизматлар сифати унинг таркиби ва мижозларга таклиф этиш шаклига ҳам боғлиқ бўлади. Шундай қилиб, сифат мижознинг хизматдан қониқиш ҳисси бўлиб, сифатли хизмат – мижоз эҳтиёжларига жавоб берувчи хизматдир. Хизматларнинг сифат даражаси эса мижознинг меҳмонхонадаги хизмат кўрсатиш ҳақидаги тасаввурлари ва реал ҳолатнинг мос келиш даражасини ифодалайди.

Самарқанд вилоятига туристларнинг ташриф буюриш давомийлигини 2009 йил маълумотлар таҳлилига кўра, меҳмонхоналарга жойлашган миқдорларнинг асосий қисми 94,62 %, 1-3 кунга, 4,58 %и 4-7 кунга меҳмонхона хизматларидан фойдаланар экан. Бу ҳолат меҳмонхона билан боғлиқ хизматларнинг сифатига юқори талаблар қўйилишига олиб келади. Чунки қисқа муддатли сафар давомида туристлар хизматлар сифатини тезкорлик, хизмат кўрсатувчи персоналнинг хушмуомалалиги, хизматларнинг ўзига хослигини юқори баҳолайдилар.

Самарқанд вилояти бўйича меҳмонхоналарда жойлашган туристларнинг ташриф буюриш давомийлиги асосан 1-3 кечага, яъни 94,62 фоизини ташкил этмоқда (5.2-расм).



**5.2-расм. Самарқанд вилояти бўйича меҳмонхоналарда жойлашган туристларнинг ташриф буюриш давомийлигига кўра таркиби\***

\*Манба: Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика қўмитаси маълумотлари асосида муаллифларнинг ишланмаси.

Шу ўринда бу хизматлар сифатини баҳолашнинг илғор усулларини қўллаш меҳмонхоналар фаолиятининг самарадорлигини оширишда муҳим аҳамиятга эга.

Сифатни баҳолаш мавжуд хизматларнинг хоссаларини меъёрий даража билан таққослашга асосланади. Меъёрий даража, одатда, стандартларда берилган талаблар қабул қилинади. Сифатни белгиловчи хусусиятлар таркиби ва тузилишини сифат кўрсаткичлари ифодалайди. Бу кўрсаткичлар асосида хизматлар сифатини баҳолаш мумкин. Ҳозирги пайтда маҳсулот сифатини баҳолаш бўйича кенг тадқиқотлар, изланишлар олиб борилган бўлиб, маҳсулотнинг сифатини белгиловчи хоссаларини миқдорий ўлчашга асосланади.

Замонавий фан ва амалиёт маҳсулот хоссаларини миқдорий баҳолаш тизимини ишлаб чиққан бўлиб, буни сифат кўрсаткичлари ёрдамида амалга ошириш мумкин. Маҳсулот ва хизматлар



хоссаларини куйидаги гуруҳларга ажратиш асосида мос сифат кўрсаткичлари ишлаб чиқилган<sup>117</sup>:

- ишончлилик;
- товардан мақсадли фойдаланиш кўрсаткичлари;
- технологик кўрсаткичлар;
- стандартлаштириш ва унификациялаш кўрсаткичлари;
- эргономик кўрсаткичлар;
- эстетик кўрсаткичлар;
- транспортга жойлаштириш кўрсаткичлари;
- экологик кўрсаткичлар;
- хавфсизлик кўрсаткичлари;
- патент-ҳуқуқ кўрсаткичлари.

Юқорида келтирилган сифат кўрсаткичлари рўйхати асосан моддий кўринишдаги, яъни маҳсулот сифатини баҳолашга мос келади ва хизматлар сифатини тўла ифодамайди. Хизматларга нисбатан Л. Бери, Парасураман ва В. Зейтмал<sup>118</sup> сифат кўрсаткичлари рўйхатини тузишган бўлиб, аниқланишича, истеъмолчилар хизмат туридан қатъий назар сифатни баҳолашда, асосан, содда мезонлардан фойдаланилади. Бу мезонлар (кўрсаткичлар) куйидагилардир:

- фойдаланиш имконияти: хизматларда қулай жойда, қулай вақтда ортиқча кутишларсиз фойдаланиш мумкинлиги;
- коммунакабеллик: хизматларни тасвирлаш мижозга тушунарли тилда ва аниқ амалга оширилади;
- компетентлик: хизмат кўрсатувчи персонал зарур кўникма ва билимга эга;
- хушмуомалалик: персонал мижозларни ҳурмат қилади ва уларга ғамхўр;
- ишонч билдириш: компания ва унинг хизматчилари мижознинг ҳар қандай талабини қондиришга ҳаракат қилади, шу сабабли уларга ишонч билдирса бўлади;
- ишончлилик: хизматлар тартибли равишда ва барқарор амалга оширилади;

<sup>117</sup>Управление качеством. Учебник / С.Д. Ильенкова, Н.Д. Ильенкова, С.Ю. Ягудин и др.; Под ред. д.э.н., профессора Ильенковой С.Д. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 194 с.

<sup>118</sup> Parasuraman A., Zeithaml, V. A., Berry L. L. SERVQUAL: a Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality // Journal of Retailing (Spring 1988).

- ҳозиржавоблик: хизматчилар ҳозиржавоб ва мижозлар талабларини қондириш ҳамда муаммоларни ечишга ижодий ёндошадилар;

- хавфсизлик: кўрсатилаётган хизматлар ўзида ҳеч қандай хавф-хатарни ифодаламайди ва ҳар қандай шубҳалардан ҳоли бўлиши керак;

- сезилувчанлик: хизматларни ҳис қилиши мумкин бўлган таркибий қисмлари унинг сифатини яққол акс эттиради;

- мижозни тушуниш: хизматчилар мижознинг эҳтиёжларини яхшироқ тушунишга ҳаракат қилади ва ҳар бир мижозга эътибор қилади.

Умуман Самарқанд вилояти республикамининг кўзга кўринган туристик масканларидан бири ҳисобланади. Вилоятимизда шу кунгача бир қанча ижобий ишлар амалга оширилди ва амалга оширилмоқда, лекин биз бу билан чекланиб қолмаслигимиз шарт, аксинча, янада жадаллаштиришимиз лозим.

Меҳмонхоналарда сервис сифати, уни баҳолаш ва оширишнинг асосий концептуал йўналишларини, илмий-назарий ва услубий масалаларини, меҳмонхоналарда сервис сифатини оширишда хизмат кўрсатиш маданияти ва уларни такомиллаштиришнинг асосий имкониятларини тадқиқ қилиб қуйидаги хулосаларга келинди ва илмий-назарий ва амалий аҳамиятга молик тавсиялар ишлаб чиқилди.

1. Тадқиқотларимизга кўра, меҳмонхоналарда сервис сифатини оширишнинг концептуал йўналишлари ва уни баҳолашнинг илмий-назарий ва услубий масалалари, меҳмонхоналарда сервис сифатини оширишда хизмат кўрсатиш маданияти ва уларни такомиллаштиришнинг асосий имкониятлари мамлакатимиз олимлари томонидан кам тадқиқ қилинган ва мос равишда ушбу мавзу бўйича адабиётлар ҳам кам нашр қилинган. Натижада амалиётда меҳмонхона сервис сифатини оширишга доир кўпгина имкониятлар ишга солинмасдан қолиб кетмоқда. Бу эса, ўз навбатида, меҳмонхоналар самарадорлигини оширишга салбий таъсирини кўрсатмоқда.

2. Меҳмонхоналарда сервис сифатини ифодаловчи кўрсаткичлар тизими илк бор ишлаб чиқилди, уларнинг мазмуни ва аниқланиш йўллари ҳам кўрсатиб берилди. Бундай кўрсаткичлар тизимига қуйидагиларни киритиш тавсия қилинди: меҳнатнинг сифат коэффициентини; истеъмолчилар талабининг қондирилиш даражасини; сервис сифатига ходимларнинг жавобгарлик даражасини; сервис

сифатининг кам харажатлар билан таъминланиш даражаси; сервис сифати доимий такомиллашиб борадиган жараён сифатида баҳоланиши. Ушбу кўрсаткичлар асосида комплекс кўрсаткични аниқлаш йўллари ҳам ишлаб чиқилди ва амалиётга тавсия этилди.

3. Тадқиқот давомида меҳмонхоналарда сервис сифатини оширишда сервис фаолияти маданияти ва меҳмонхоналарда хизмат кўрсатиш маданиятининг ўрни ва роли очиб берилди. Ушбу тушунчаларнинг таърифи ҳам ишлаб чиқилди. **“Сервис фаолияти маданияти** деганда унинг истеъмолчиларига қулай бўлган, бу борадаги миллий ва умуминсоний қадриятларга таянган ва инсоният тамаддунида эришилган ютуқлардан фойдаланган ҳолда сервис хизматини аъло даражада кўрсатиш жараёнининг мажмуи тушунилади”, деб таъкидланди.

4. Тадқиқот натижаларидан бири “меҳмонхона сервиси маданияти” тушунчасининг таърифи ишлаб чиқилганлиги бўлди. **“Меҳмонхона сервиси маданияти** деганда унинг меҳмонларга (туристларга) қулай бўлган, уларни қаноатлантирадиган, миллий ва умуминсоний қадриятларга таянган ва инсоният тамаддунида эришилган ютуқлардан фойдаланган ҳолда сервис хизматини аъло даражада кўрсата оладиган малакали ходимлар хизматларининг мажмуи тушунилади”, деган таъриф берилди ва бу назарий жиҳатдан асосланди.

5. Меҳмонхона сервиси маданияти ўзгариб турадиган жараён сифатида баҳоланди ва уларни муттасил такомиллаштиришнинг асосий йўналишлари ишлаб чиқилди. Ушбу жараённи бошқариш ва назорат қилиш йўллари такомиллаштириш масаласига алоҳида аҳамият берилди. Чунки, биринчидан, хизмат маданиятининг муттасил ошиб бориши объектив зарурат бўлса, иккинчидан юксак хизмат маданияти мазкур меҳмонхонанинг рақобатбардошлигини, унинг барқарор ривожланишини таъминлайди.

Агар тавсияларимиз амалга ошириладиган бўлса, ўйлаймизки мамлакатимиз меҳмонхона хўжалигида яна бир қарра юксалиш сари қадам қўйилади. Меҳмонларнинг ташрифи кўпайиши эвазига валюта тушуми ортади ва уларнинг иқтисодий самарадорлиги ҳам ошади.

## VI боб. МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИКЛАРИДА СЕРВИС МАДАНИЯТИ ВА УНИ ОШИРИШНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ

### 6.1. Меҳмонхона хўжаликларида хизмат кўрсатиш маданиятининг назарий масалалари

Жаҳон молиявий-иқтисодий инқироzi таъсирини юмшатиш шароитида меҳмонхона сервиси сифатини оширишнинг бир қанча йўллари бор. Булар жумласига меҳмонхоналарда сервис маданиятини ҳам киритиш мумкин. Сервис маданиятини кўтариш ҳам сервис сифатини кўтаришга олиб келади. Буларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

- меҳмонхонада хизмат маданиятини ошириш;
- меҳмон (турист)ларнинг хавфсизлигини таъминлаш;
- меҳмонларга барча қулайликларни яратиш, хизмат турларини максимал даражада кўпайтириш;
- меҳмонларнинг дам олиши учун бир қанча кўшимча хизматларни ташкил қилиш кабилар.

Меҳмонхона сервиси фаолияти маданиятини, унинг сифатининг бир қисми ёки сервис сифати, унинг маданиятининг бир қисми тарзида баҳолаш мумкин. Бу қачон ва қайси нуқтаи назар билан қарашга боғлиқ.

Бозор муносабатлари шароитида эркин ракобат барча соҳаларни, шу жумладан, меҳмонхона сервиси соҳасини, унинг маълум талабларга жавоб беришини ҳам қамраб олади. Бунда муваффақият қозониш бевосита унинг нархи, сифати ва маданиятига ҳам боғлиқдир. Шу туфайли сервис фаолиятининг сифатини ошириш, нархини нисбатан камайтириш ва маданиятини юксалтириш масаласи бугунги кунда муҳим ижтимоий-иқтисодий масалалардан бири сифатида баҳоланмоқда.

Меҳмонхона сервиси фаолиятида сервис маданиятини назарий жиҳатдан таҳлил ва талқин қилиш учун, энг аввало, унинг мазмуни нималардан иборат эканлигини билиб олиш мақсадга мувофиқдир. Бунинг учун маданият сўзининг изоҳидан бошлаш лозим, деб ўйлаймиз.

Маданият тушунчаси ижтимоий-иқтисодий ҳаётимизнинг барча соҳаларида қўлланилади. Беш томлик “Ўзбек тилининг изоҳли луғати”да “маданият” сўзига қуйидагича изоҳ берилган. “Маданият” сўзи араб тилидан келиб чиққан бўлиб, цивилизация деган маънони билдиради. Унга 5 та йўналишда тушунчалар келтирилган.

1. Жамиятнинг ишлаб чиқариш, ижтимоий, маънавий-маърифий ҳаётида қўлга киритган ютуқлари.

2. Бирор ижтимоий гуруҳ, синф ёки халқнинг маълум даврда қўлга киритган шундай ютуқлари даражаси.

3. Ўқимишлилиқ, таълим-тарбия кўрганлик, маърифат.

4. Маданиятли шахс талабларига жавоб берувчи шароит.

5. Ўсимлик ёки экиннинг турларини етказиш, ўстириш, етиштириш<sup>119</sup>, деб изоҳ берилган.

Бизнинг тадқиқотимизга юқорида келтирилган изоҳлардан биринчиси тўғри келади ва биз бу масалага айнан шу нуқтаи назардан қарашни мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблаймиз. Агар маданиятга жамиятнинг ишлаб чиқариш, ижтимоий, маънавий-маърифий ҳаётида қўлга киритган ютуқлари нуқтаи назаридан қараладиган бўлса, унинг бир қанча турларини кўриш мумкин. Булар жумласига қуйидагиларни киритишни тавсия қиламиз:

- ишлаб чиқариш маданияти;

- иқтисодий маданият;

- жисмоний маданият;

- хулқ-атвор маданияти;

- турмуш маданияти;

- меҳнат маданияти;

- ҳуқуқий маданият;

- деҳқончилик маданияти;

- миллат маданияти;

- хизмат маданияти ва унинг таркибий қисми бўлган меҳмонхона хизматлари маданияти кабиларни киритиш мумкин.

Агар маданият сўзига кенг маънода қарайдиган бўлсак, унинг бир қанча йўналишларга эга эканлигида кўрамиз:

• миллий маданият;

• умуммиллий маданият;

• умуминсоний маданият;

• табақавий маданият (бойлар маданияти, камбағаллар маданияти) кабилар. Буларнинг барчаси “Маданиятшунослик” номи махсус фанда ўрганилади. Аммо ушбу фанда маданиятнинг умумметодологик жиҳатлари ўрганилса, мазкур ишда меҳмонхона маданиятининг ўзига хос жиҳатларига тўхталинади. Чунки меҳмонхоналарда сервис сифатини тадқиқ қилганда албатта унинг

<sup>119</sup> Ўзбек тилининг изоҳли луғати. 2-жилд. –Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” Давлат илмий нашриёти, 2006. 521-б.

маданиятини ҳам иқтисодий нуктаи назаридан ўрганмоқ мақсадга мувофиқдир.

Агар маданият тушунчасига бирорта тарихий даврга қиёслаган ҳолда қарайдиган бўлсак, уни ҳам бир қанча гуруҳга бўлиш мумкин. Буларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

- қадимги маданият;
- замонавий маданият кабилар.

Ушбу маданиятлар тизимида **сервис фаолияти маданияти, унинг таркибий қисми бўлган меҳмонхона хизматлари (сервиси) маданияти** ҳам алоҳида иқтисодий маданиятнинг бир тури сифатида намоён бўлади. Ҳар қандай тушунчага, хусусан, меҳмонхона сервиסי фаолияти маданиятига ҳам таъриф беришда уларнинг ички табиатини ва инсонларга (меҳмонларга, туристларга) таъсир доирасини очиб беришга ҳаракат қилиш керак. Чунки маданият том маънода, жамиятнинг, ижодий кучларнинг ва инсон қобилиятининг яшаш даражасига мос равишда қулай имкониятларни яратиши билан белгиланади. Шундай экан, меҳмонхона сервиסי фаолиятининг маданияти ҳам инсонларга (меҳмонларга, туристларга) қулайлик туғдириши нуктаи назаридан қарашни тақозо этади.

Меҳмонхона сервиסי (хизмати) маданиятини тўлиқ тушуниш учун олдин сервис маданиятини назарий жиҳатдан таҳлил қилиш лозим. Сервис маданияти бўйича олимларимиз томонидан айрим фикрлар айтилмоқда. Хусусан, Э.С. Файзиев бу борада қуйидагича қарашга эга: “Сервис маданияти деганда истеъмолчиларга юқори сифатли хизмат кўрсатишни тасдиқлайдиган, давлатнинг миллий анъаналарига мос келадиган ва дунё замонавий стандартлари талабига жавоб берадиган тамойиллар, меҳнат нормаларининг андозалари, юқори маънавий кадрият ва ўз-ўзини тутиш этикаси тушунилади”<sup>120</sup>. Мазкур таъриф сервис хизмати маданиятини тўлароқ қамраб олгандир. Чунки, инсоният тарихида эришилган миллий анъаналар ва дунё стандартларига жавоб берадиган хизмат тамойилларига таяниш лозимлиги кўрсатилган.

Ҳақиқатда сервис бир кишига кўрсатилади. Бир киши дунёнинг турли мамлакатлар вакиллари бўлиши мумкин. Ушбу шахс қаерда бўлса, ўзига хос ва мос хизматдан баҳраманд бўлишни тақозо қилади. Шу туфайли хизмат маданияти жуда юқори ва ҳаммага мос бўлиши

<sup>120</sup> Файзиев Э.С. Сервис тизими фаолияти асослари. Маърузалар матни. –Самарқанд. СамИСИ, 2007. – 180 б.

учун у дунё миқёсида эришилган ютуқ ва тажрибаларни умумлаштирган ва ўзида мужассам этган бўлишлари лозимдир.

Ушбу назарий қарашлардан келиб чиқадиган бўлсак, сервис фаолияти маданиятига қуйидагича таъриф бериш мумкин. **Сервис фаолияти маданияти дейилганда унинг истеъмолчиларига қулай бўлган, бу борадаги миаллий ва умуминсоний кадриятларга таянган ва инсоният тамаддунида эришилган ютуқлардан фойдаланган ҳолда сервис хизматини аъло даражада кўрсатиш жараёнининг мажмуи тушунилади.**

Кўриниб турибдики, сервис бевосита унинг истеъмолчиларига (инсонлар, корхона ва бошқа хўжалик юритувчи субъектлар, жамият ва давлат) қаратилган. Уларнинг сервисга бўлган талабини фақат қондирибгина қолмасдан, уларга юқори савияда хизмат қилиш орқали, уларнинг барча талабларини ҳар томонлама қондирган ҳолда ижро этилиши тушунилади. Булар, жамиятнинг иқтисодий ва ижтимоий барқарорлигини таъминлашда сервис хизматларининг ҳам ўзига хос ўрни борлиги тўғрисида тегишли, хулоса қилишимиз учун асос бўлади.

Меҳмонхона сервиси фаолияти маданияти маданиятлар тизимида ўз ўрнига эга тушунча бўлиб, қуйидаги таркибий қисмларни қамраб олади:

- давлат томонидан инсонларнинг юқори сифат даражасида яшашини таъминлашга қаратилган ва улар учун яратиладиган сервис фаолияти;

- меҳмонхона сервиси фаолияти маданиятини ўзида мужассам этган сервисга оид фанларнинг мавжудлиги ва уларнинг реал ҳаётимизни яхшилашдаги ўрни;

- инсонлар онгида меҳмонхона сервиси фаолияти маданиятининг шаклланиши, яъни инсонлар онгида ғоялар, қарашлар, ҳис-туйғулар, фикрлар, кайфиятлар тизимининг шаклланиши ва уларнинг яшаш тарзига айланиши;

- илгари эришилган меҳмонхона сервиси фаолияти маданияти бўйича кенг тажриба ва ютуқларнинг бугунги ҳаётимизга жорий қилиниши ва улардан самарали фойдаланиш йўлларининг ишлаб чиқилганлиги;

- меҳмонхона сервиси фаолияти маданиятини баҳолаш, рағбатлантириш бўйича меъёрий хужжатларнинг ишлаб чиқилганлиги ва уларнинг ҳаётда бекаму-кўст ишлашини таъминлаш механизми мавжудлиги;

- одамларда меҳмонхона сервиси фаолияти маданиятини баҳолайдиган мезонларнинг бўлиши ва улардан шуларни талаб қиладиган савиянинг мавжудлиги;

- меҳмонхона сервиси фаолиятининг сертификатланганлиги ва лицензия зарур бўлган ҳолларда у билан таъминланиш даражасининг йўлга қўйилганлиги.

Буларнинг ҳаммаси меҳмонхона сервиси фаолияти маданиятининг муҳим қисми ҳисобланади. Аммо ҳар қандай фаолият сингари сервис фаолияти ҳам доимий равишда такомиллашиб, ҳаётимизга мослашиб боради. Шу туфайли ушбу соҳани ҳам доимий равишда модернизация қилиб боришга тўғри келади. Бугунги кун талабидан келиб чиққан ҳолда меҳмонхона сервисига қуйидагича таъриф бериш мумкин. Меҳмонхона сервиси маданияти дейилганда, унинг меҳмонларга (туристларга) қулай бўлган, уларни қаноатлантирадиган, миллий ва умуминсоний кадриятларга таянган ва инсоният тамаддунида эришилган ютуқлардан фойдаланган ҳолда сервис хизматини аъло даражада кўрсата оладиган малакали ходимлар хизматлари мажмуи тушунилади.

Ушбу таърифни назарий жиҳатдан шу билан асослаш мумкинки, биринчидан, меҳмонхона сервиси маданияти бевосита меҳмонларга (туристларга) кўрсатиладиган хизматлар қулай бўлиши лозим. Зеро, кўрсатиладиган хизмат маданияти, энг аввало қулайликни таъминлашини тақозо қилади. Иккинчидан, ҳар қандай хизмат меҳмонлар (туристлар)ни қаноатлантирадиган, уларнинг кўнглига мос, кайфиятини кўтарадиган бўлиши лозим. Учинчидан, ҳар қандай кўрсатиладиган хизматларда миллий ва умуминсоний кадриятлар уйғунлашган ва уларга таянган бўлиши керак. Тўртинчидан, кўрсатиладиган хизматлар инсоният тамаддунида эришилган ютуқлардан фойдаланган ҳолда амалга оширилиши лозим. Бешинчидан эса, сервис хизматини аъло даражада кўрсата оладиган малакали ходимлар томонидан кўрсатилган хизматларининг мажмуи бўлмоғи лозим. Кўришиб турибдики, юқоридаги таъриф ушбу талабларнинг ҳаммасига жавоб беради.

Шу билан бирга таъкидлаш жоизки, сервис фаолияти ва унга қўйилган талаблар, хусусан, меҳмонхона сервиси хизмати маданияти доимий равишда такомиллашиб бориши лозим бўлган жараён дур. Шу туфайли мазкур таърифда тарих, бугунги ҳолат ва миллат истикболи ўз ифодасини топган.

Меҳмонхона сервиси маданиятининг бир қанча турлари мавжуд. Уларни қуйидаги гуруҳларга бўлишни тавсия қиламиз (б.1-жадвал).



## Меҳмонхона сервиси маданиятининг турлари\*

Ташкилий маданият	<ul style="list-style-type: none"> <li>• жойлаштириш билан боғлиқ сервис хизматлари;</li> <li>• овқатланиш билан боғлиқ сервис хизматлари;</li> <li>• меҳмонларнинг хавфсизлигини таъминлаш билан боғлиқ хизматлар;</li> <li>• хизматларни сертификатлаш ва стандартлаш билан боғлиқ хизматлар;</li> <li>• қўшимча хизматларни кўрсатиш билан боғлиқ хизматлар</li> </ul>
Руҳий маданият	<ul style="list-style-type: none"> <li>• меҳмонларнинг руҳияти билан боғлиқ хизматлар;</li> <li>• меҳмонхона персоналнинг руҳияти билан боғлиқ хизматлар;</li> <li>• меҳмонлар ва персоналларнинг муносабатидаги руҳий ҳолат</li> </ul>
Эстетик маданият	<ul style="list-style-type: none"> <li>• меҳмонхонанинг эстетик кўриниши ва дизайннинг жозибадорлиги;</li> <li>• меҳмонхона интерьерининг эстетик дид билан жиҳозланиши;</li> <li>• меҳмонхона персоналларининг бир хил шаклда чиройли кўринишга эгаллиги</li> </ul>
Этик маданият	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ходимларнинг профессионал этикаси;</li> <li>• меҳмонларнинг хизматлардан қониқмаслигига йўл қўймаслик;</li> <li>• меҳмонлар билан ходимлар ўртасида низо чиқмаслиги;</li> <li>• меҳнат жамоасида ахлоқий-руҳий муҳитнинг барқарорлиги</li> </ul>
Корпоратив маданият	<ul style="list-style-type: none"> <li>• корпоратив маданиятнинг ҳаммага дахлдорлиги;</li> <li>• корпоратив маданиятнинг шаклланиши;</li> <li>• корпоратив маданиятни бошқаришда барқарор руҳий ҳолатни таъминлаш</li> </ul>
Ишдаги муносабат маданияти	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ишчанлик суҳбати маданияти;</li> <li>• иш юзасидан йигилиш ўтказиш маданияти;</li> <li>• иш юзасидан телефонда гаплашиш маданияти;</li> <li>• иш юзасидан ёзма маданият;</li> <li>• хорижий ҳамкорлар билан муносабат маданияти</li> </ul>
Реклама маданияти	<ul style="list-style-type: none"> <li>• оммавий ахборот воситалари орқали бериладиган реклама маданияти;</li> <li>• ташқи реклама маданияти;</li> <li>• рағбатлантирувчи реклама маданияти;</li> <li>• оғзаки реклама маданияти;</li> <li>• Интернет орқали реклама маданияти;</li> <li>• ярмарка орқали реклама маданияти;</li> <li>• товар қадоғидаги реклама маданияти ва бошқалар</li> </ul>
Ишлаб чиқариш маданияти	<ul style="list-style-type: none"> <li>• миждозлар талабига мос равишда ишлаб чиқаришни бошқариш;</li> <li>• маҳсулотни ва ишлаб чиқаришни лойиҳалаштириш маданияти;</li> <li>• меҳнатни меъёрлаштиришни лойиҳалаштириш;</li> <li>• тезкор бошқаришни амалга ошириш маданияти;</li> <li>• захираларни ушлаб туриш маданияти;</li> <li>• маҳсулотнинг сифатини бошқариш маданияти</li> </ul>

\*Манба: Тадқиқотлар натижасида муаллифлар томонидан шакллантирилди

Меҳмонхона сервиси сифатини оширишда, унинг фаолиятида сервис маданиятининг барча турларини муттасил ошириб ва

такомиллаштириб бориш лозим. Аммо унга эришишнинг турли бевосита ва билвосита йўллари мавжуд. Фикримизча, унга эришиш учун куйидаги тадбирларни амалга ошириш мақсадга мувофиқдир:

Биринчидан, давлат томонидан инсонларнинг юқори сифат даражасида яшашини таъминлашга қаратилган тадбирларни такомиллаштириб бориши, одамларнинг иқтисодий аҳволининг яхшиланиши ва улар учун яратиладиган сервис хизматини ривожлантириш чораларининг ҳукуматнинг муттасил эътиборида бўлиши. Бу ҳолат меҳмонхоналарда ҳам сервис хизмати маданиятини ошириш имкониятини беради.

Иккинчидан, сервис фаолияти маданиятини ўзида мужассам этган сервисга оид фанларнинг мавжудлигини таъминлаш ва уларнинг реал ҳаётимизни яхшилашдаги ўрнини кучайтириш ҳамда бу борада кўплаб оммавий ахборот воситаларида чиқишлар қилиб, сервиснинг мазмун-моҳиятини оммага, кенг жамоатчиликка тушунтириш ишларини олиб бориш.

Сервиснинг алоҳида тури бўлган меҳмонхона сервисининг мазмун-моҳиятини ва уни амалга оширишнинг механизмларини, юқори сифатга эришиш йўлларини ҳам оммавий ахборот воситаларида кўплаб ёритишга эришиш лозимдир. Одамлар ва мутахассислар маданиятнинг нималигини билмасалар, уни амалга оширишни ҳам табиий ҳолда билмайдилар.

Учинчидан, инсонлар онгида сервис фаолияти маданиятининг шаклланиши, яъни инсонлар онгида ғоялар, қарашлар, ҳис-туйғулар, фикрлар, кайфиятлар тизимининг шаклланиши ва уларнинг яшаш тарзига айланишига эришиш лозимдир. Бу тадбирнинг амалга оширилишини мунтазам ва тизимли ёндашилган ҳолда олиб бориш керак. Ҳар бир ишни виждонан ҳис қилсагина унинг сифати ва самарадорлигини оширишга чин дилдан киришади. Бу ҳолат меҳмонхона сервисини маданиятини оширишга ҳам бевосита боғлиқдир.

Тўртинчидан, миллий ва умуминсоний жабҳаларда илгари эришилган сервис фаолияти маданияти бўйича кенг тажриба ва ютуқларни умумлаштириш, уларни бугунги ҳаётимизга жорий қилинишига эришиш ва улардан самарали фойдаланиш йўлларини ишлаб чиқиш даркор. Бу борада меҳмонхона сервисининг сифатини ошириш масаласи ҳам асосий ўринлардан бири сифатида баҳоланади. Бу ҳам меҳмонхона маданиятининг ошиши учун асосий омиллардандир.

Бешинчидан, мамлакатда сервис фаолияти маданиятини баҳолаш, рағбатлантириш бўйича меъёрий ҳужжатларнинг ишлаб чиқилганлиги ва уларнинг ҳаётда бекаму-кўст ишлашини таъминлаш механизмнинг мавжудлигига эришиш, бунда давлат билан нодавлат тузилмаларининг роли ва мажбуриятларини ошириш керак. Меҳмонхона сервиси сифатини оширишга рағбат учун нодавлат мулкига эга бўлган хўжалик юритувчи субъект кимлардандир мурувват кутишига ҳожат бўлмайди. Агар қайси меҳмонхонада сервис хизмати сифати юқори даражада яхши йўлга қўйилган бўлса, ўша меҳмонхона рақобатбардош бўлади, мос равишда иқтисодий имконияти ҳам муттасил ошиб боради. Бу сервис маданиятининг кўтарилиши учун ҳам катта имкониятдир;

Олтинчидан, одамларнинг сервис фаолияти маданиятини баҳолайдиган мезонларни билиши ва уларда мазкур мезонларни талаб қиладиган савиянинг мавжудлигини шакллантириш, сервисга эътиборни қаратиш ҳар бир кишининг кундалик ҳаёт тарзига айланишини таъминлаш. Бу ўта мураккаб ва узоқ вақтни талаб қиладиган жараён. Шу туфайли меҳмонхона сервиси сифатини оширишга қаратилган дунёқараш, умумий миллий дунёқарашнинг ўзгариши билан бирга олиб борилади. Чунки инсон тафаккуридаги ва онгидаги ўзгаришни айри ҳолда амалга ошириб бўлмаганлиги туфайли, умумий маданий савия паст бўлиб, меҳмонхона сервисини юқorigа кўтариб бўлмайди. Чунки барча ижтимоий-иқтисодий жараёнлар бир-бири билан узвий боғлиқ ҳолда амалга оширилади.

Еттинчидан, сервис фаолиятининг сертификатланганлиги ва лицензия зарур бўлган ҳолларда у билан таъминланиш даражасининг йўлга қўйилишига эришиш ва шулар асосида фаолият кўрсатишга сервис билан шуғулланувчи ходимлар ва истеъмолчилар кўникмаси ҳосил бўлишини таъминлаш муқаррар. Аммо меҳмонхона сервиси алоҳида лицензияланадиган фаолият эмас. Бироқ ҳар бир меҳмонхона рақобат майдонида ўз хизматининг рақобатбардошлигини таъминлаши лозим. Бунинг учун у сервис сифатини ошириш учун юқори маданият билан бирга, унинг нархини барқарор ушлаб туриш орқали ҳам эришиши мумкин.

## **6.2. Меҳмонхона хўжалиги маданиятини ифодаловчи кўрсаткичлар тизими ва уларни аниқлаш йўллари**

Меҳмонхона сервиси фаолияти бўйича юқори сифатга эришиш учун уни ўлчайдиган кўрсаткичларни ишлаб чиқишни тақозо қилади.

Аммо меҳмонхона сервиси маданиятини характерловчи кўрсаткичлар тизими ишлаб чиқилмаган. Одатда ушбу кўрсаткичлар бир томондан мазкур субъектлар хизматининг сифатини тавсифлайдиган маданий тушунчаларни қамраб олса ва иккинчи томондан, унинг рақобатбардошлигини таъминлашга қаратилган бўлиши лозим.

Агар шу нуктаи назардан қарайдиган бўлсак, меҳмонхона сервиси маданиятини баҳолаш учун кўрсаткичлар тизимини икки гуруҳга бўлган ҳолда ишлаб чиқишни тақозо этади. Биринчиси, ўлчанадиган ҳисоботлардан ва ҳисоб маълумотларидан олиш мумкин бўлган кўрсаткичлар ва иккинчиси, ҳисобланиши мумкин бўлмайдиган, лекин ёзма, оғзаки тарзда аниқланадиган кўрсаткичлар.

Мазкур кўрсаткичлар у ёки бу жиҳати билан муҳимдир. Уларнинг бирортасини инкор қилиб бўлмайди. Масалан, тежамли хизмат тури бўлиши мумкин, аммо у истеъмолчига (туристга, меҳмонга) унчалик қулайлик туғдирмаслиги мумкин. Бундай ҳолатда ушбу хизматнинг тежамкорлигидан ҳам воз кечилади ва харидорга, яъни истеъмолчига маъқул бўлган хизмат тури таклиф этади.

Шундай қилиб, меҳмонхона сервиси хизмат сифатини ифодаловчи кўрсаткичларни мазмуни ва шаклланиши нуктаи назаридан 4 гуруҳга бўлиш тавсия қилинади:

- сервис хизмати сифатининг техник жиҳатини ифодаловчи кўрсаткичлар;

- сервис хизмати сифатининг таркибий жиҳатини ифодаловчи кўрсаткичлар;

- сервис хизмати сифатининг функционал жиҳатини (хизмат кўрсатиш жараёнини) ифодаловчи кўрсаткичлар;

- сервис хизмати сифатининг маънавий жиҳатини (рақамларда бевосита ифода этиши қийин бўлган инсон кечинмалари билан боғлиқ бўлган ҳолатларни ифодаловчи кўрсаткичлар.

Ушбу кўрсаткичларнинг чизмасини келтириш мумкин, бу ҳолат кўрсаткичларнинг бир-бирига боғлиқлигини кўрсатиш билан бирга муаммонинг ечимини ўқувчига тушунарли ҳолатга келтиради (6.1-расм).

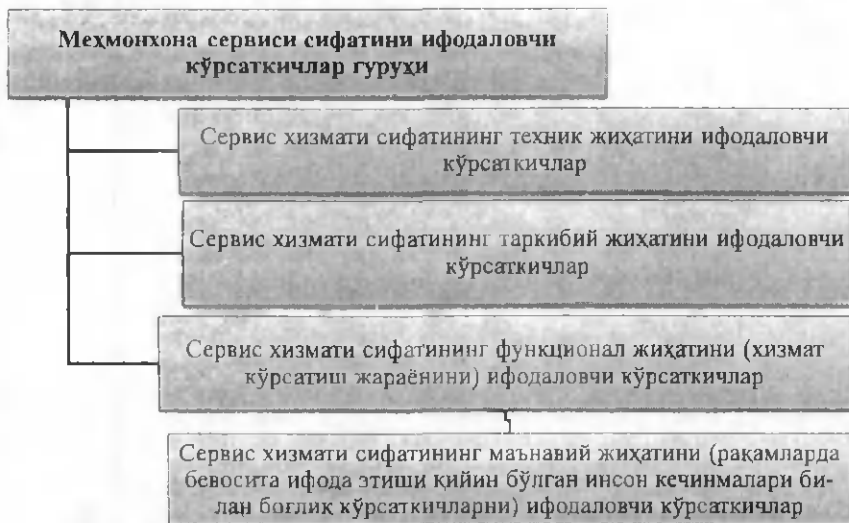
Ҳар бир гуруҳ кўрсаткичларга кирувчи алоҳида кўрсаткичларни кўриб чиқамиз. Улардан биринчиси **сервис хизмати сифатининг ташкилий-техник жиҳатини ифодаловчи кўрсаткичлардир**. Ушбу гуруҳ кўрсаткичларга қуйидагиларни киритишни тавсия қиламиз:

- хизмат сифати бўйича аниқ режанинг мавжудлиги;

- хизмат қилувчи ходимларнинг малака сертификатига эгалиги;

- хизматларнинг турлари бўйича техника билан таъминланганлиги;

- хизматларнинг янгиланиш даражаси (умумий хизмат тури таркибида қанча янги хизмат турларининг улуши);



**6.1-расм. Мехмонхона сервис сифатини ифодаловчи кўрсаткичлар тизими\***

\*Манба: Тадқиқотлар натижасида муаллифлар томонидан шакллантирилди.

**Иккинчи гуруҳ** сервис хизмати сифатининг таркибий жиҳатини ифодаловчи кўрсаткичлардир, бу кўрсаткичлар таркибига қуйидагиларни киритиш мумкин: асосий хизматларнинг улуши; кўшимча хизматларнинг улуши.

**Учинчи гуруҳ** Сервис хизмати сифатининг функционал жиҳатини (хизмат кўрсатиш жараёнини) ифодаловчи кўрсаткичлардир. Бу гуруҳга қуйидаги кўрсаткичлар киради:

- хизматлар вақтининг узлуксизлиги;
- кўрсатилаётган хизматларнинг сони;

**Тўртинчи гуруҳ** Сервис хизмати сифатининг маънавий жиҳатини (рақамларда бевосита ифода этиши қийин бўлган инсон кечинмалари билан боғлиқ кўрсаткичларни) ифодаловчи кўрсаткичлардир. Буларга қуйидаги кўрсаткичлар киради:

- хизмат кўрсатувчи шахснинг хушмуомалалиги;
- хизмат кўрсатувчи шахснинг тажрибалилиги;
- хизмат кўрсатиш корхонаси шаҳар марказида жойлашганлиги;
- хоналарнинг турли шовкин-суронлардан узоқлиги.

Биз бу мехмонхоналарда сервис сифатини ифодаловчи кўрсаткичлар тизимини тўрт гуруҳга бўлиб ўрганишни таклиф

килмоқдамиз. Бу кўрсаткичларнинг айримларини ўлчаш жуда қийин, бу кўрсаткичларни асосан балл бериш, ёки эксперт баҳолаш тизими амалга оширилади ва ҳамма кўрсаткичларнинг ўлчов бирликлари коэффициентларда амалга оширилади. Бу кўрсаткичларни республикамызда фаолият олиб бораётган меҳмонхоналарнинг барчасида компьютер имкониятларини ишга солган ҳолда қўлласак, чекланмаган меҳмонхоналар бўйича сервис сифатига оид рейтинг кўрсаткичларини аниқлаш мумкин.

Агар биз таклиф қилаётган кўрсаткичлар амалиётда қўлланилса, улар асосида меҳмонхоналар сервис сифати аниқланса, ўйлаймизки, мамлакатимиз меҳмонхона хўжалигида яна бир қарра юксалиш сари қадам қўйилади. Меҳмонхоналарда сервис сифатининг ошиши эвазига меҳмонларнинг келиши кўпайиши содир бўлади, натижада меҳмонхоналарга валюта тушуми кўпаяди ва уларнинг иқтисодий самарадорлиги ҳам ошади. Ушбу туркумдан ҳам кўриниб турибдики, юқоридаги 3 та гуруҳ кўрсаткичларини рақамларда ифодалаш мумкин, аммо тўртинчи гуруҳ кўрсаткичларни бевосита мутлақ рақамларда ифодалаб бўлмайди. Шу туфайли уларни фақат тадқиқот натижасида олинадиган нисбий рақамларда, балларда, улардан келиб чиқадиган турли коэффициентларда ифодалаш мумкин.

Юқорида келтирилган ҳар бир гуруҳ кўрсаткичнинг ҳар бирига кирувчи кўрсаткичларни аниқлаш ва уларни ҳисоблаш йўлларини ишлаб чиқиш мақсадга мувофиқ. Чунки, иқтисодиёт фани аниқ услубий фан, унда қўлланиладиган ҳар қандай категорияни рақамларда ифодалаб, уларни ифодаловчи кўрсаткичлар тизимини ишлаб чиқишни тақозо этади. Шу туфайли категорияни ифодаловчи кўрсаткичларни аниқлаш йўлларини кўрсатиб беришни, шунга мос равишда таҳлил қилинаётган кўрсаткични яхшилаш йўлларини ишлаб чиқишни ташкил қилиш лозим. Бу албатта мураккаб масала. Шу туфайли ушбу ҳолатни ҳам назарий, ҳам амалий жиҳатдан тадқиқ қилиб, унинг реаллигини таъминлайдиган кўрсаткичларни аниқлашга эришишни талаб қилади.

Хизмат кўрсатиш соҳасининг, хусусан, меҳмонхона сервисининг маданияти ҳам доимий ва барқарор эмас. Ҳар сафар унинг сифат даражаси турлича бўлиши мумкин. Аммо маданиятсиз хизмат меҳмонларни қочиради, субъектнинг нуфузини туширади. Шу туфайли хизмат маданияти масаласини доимий равишда назорат қилиб туриш лозим.

Ишлаб чиқариш корхоналарида яратилган маҳсулотни назорат қилиш учун махсус техник назорат бўлими фаолият кўрсатади. Аммо хизматнинг жуда кўп турлари борки, уни бирор нарса билан ўлчаш

кийин. Шу туфайли хизматни назорат қилиш учун уни кўрсатилаётган паллада кузатиш керак. Амалиётда бунинг имконияти чекланган. Чунки шундай назорат турини амалга ошириш лозим бўлса, ҳар бир хизмат кўрсатувчига биттадан назоратчи қўйишга тўғри келади. Шу туфайли, биринчи галда ҳар бир ходим ўзини ўзи назорат қиладиган малакага ва савияга эга бўлиши лозим. Акс ҳолда, билиб-билмасдан жуда кўп нуқсонларга йўл қўйилиши мумкин.

Меҳмонхона сервиси сифатини назорат қилишда қуйидаги назорат турларини амалга ошириш мумкин:

- танлаб назоратни амалга ошириш;
- истеъмолчига (туристга, меҳмонга) сервис сифати бўйича анкета тарқатиб, уларнинг жавобларига асосланиш;
- истеъмолчилар (туристлар, меҳмонлар) билан сервис сифатини текширишни раҳбариятнинг вақти-вақти билан оғзаки сўров ўтказиш йўли билан амалга ошириш.

Меҳмонхона сервиси маданиятини аниқлаш ва уни доимий равишда такомиллаштириб бориш учун мазкур субъектда махсус ижодий гуруҳ бўлишини тақозо қилади. Ушбу гуруҳ ҳар ҳафтанинг бир кунида сервис сифати билан боғлиқ масалаларни муҳокама қилиб, тегишли хулосалар чиқариб, уни такомиллаштириш масаласи бўйича тегишли тавсиялар ишлаб чиқмоғи ва уларни навбатдаги ҳафтадан бошлаб амалиётга жорий қилмоғи лозим. Чунки ҳозирги шароитда ҳар куни барча соҳаларда рўй бераётган сингари хизмат соҳасида ҳам, унинг янги-янги турлари кундалик ҳаётимизга кириб келмоқда. Бу янгиликлар асосан фан ва техниканинг ривожланиши билан боғлиқ. Масалан, мустақилликкача уяли телефон мамлакатимиз учун эртак бўлган бўлса, бугунги кунда у кундалик ҳаётимизнинг ажралмас қисмига айланиб қолди. Худди шундай ҳолатни компьютер техникаси бўйича ҳам айтиш мумкин. Булардан фойдалангандан кейин, уларга хизмат қиладиган ва таъмирлайдиган хизматнинг янги турлари ҳам пайдо бўлади. Бундай жараёндан орқада қолиш бугунги рақобат шароитида кўп нарсалардан ютқазиб қўйишни тақозо этади.

## ХУЛОСА

Мазкур монографияда меҳмонхона хизматлари сифати ва самарадорлигини оширишнинг назарий ва амалий муаммоларини кўриб чиқиш бу соҳада сервис сифати ва самарадорлигини оширишга қаратилган илмий ва амалий тавсиялар ишлаб чиқилган бўлиб, бу куйидагиларда ўз ифодасини топган:

1. Туризмнинг ривожланиши бевосита бу мажмуага алоқадор соҳаларнинг, жумладан, меҳмонхона хўжалигида самарадорлик ва хизматларнинг сифатини ошириш билан боғлиқ. Бой туристик ресурсларга эга бўлишига қарамай, Ўзбекистонда мавжуд имкониятдан фойдаланиш даражаси талаб қилинган ҳолатдан анча кам. Туризм кўламининг кенгайиши билан хизмат кўрсатиш корхоналарининг, жумладан, меҳмонхоналар сони ҳам ошиб бораверади.

2. Хизмат кўрсатишда ҳам сифат масаласи, унинг муттасил ошиб бориши тадбиркорлар фаолиятида устувор бўлиши лозим. Аммо хизмат кўрсатиш соҳасида сифатни баҳолаш масаласи бироз мураккаб бўлиб, бевосита унинг хусусиятидан келиб чиқади. Буни тўғри англаш ва тушуниш учун сифатнинг келиб чиқиш ва ривожланиш жараёнига бир назар ташлаш мумкин. Сифат масаласига мамлакатимизда ўтган XX асрнинг 30-йилларидан бошлаб саноатнинг ривожланиши билан эътибор берила бошланди. Ўша пайтларда Ўзбекистон собиқ Иттифокнинг таркибида бўлган. 40-йилларга келиб бу масала ҳарбий соҳада техника ва қуроллар ишлаб чиқаришда асосий устувор вазифалардан бирига айланди. 50-йилларда саноат тармоқларида сифатга эътибор берилиши бошланди. Ҳозирги пайтда маҳсулотлар сифатини бошқариш масалалари илмий ва услубий жиҳатдан чуқур ўрганилган бўлса-да, хизматлар соҳаси, жумладан, меҳмонхона хизматлари сифатини баҳолаш, назорат қилиш бўйича илмий тадқиқотлар етарли даражада олиб борилган эмас.

3. Туризм фаолиятининг асосий йўналишларидан бири сайёҳларни жой билан таъминлаш масаласини ҳал қилишдир. Саёҳат давомида туристларга кўрсатиладиган комплекс хизматлар ичида жойлаштириш хизмати марказий ўринда туради ва ҳар бир турнинг таркибий қисми ҳисобланади. Жойлаштириш воситаси сифатида ётоқ учун эпизодик ёки доимий жой берадиган ҳар қандай объектни киритиш мумкин. Бу соҳага туризмда банд шахсларнинг 56 %и ва даромадларнинг 65 %и тўғри келади. Ўзбекистонда ҳам янги



меҳмонхона объектларини қуриш туристларнинг қизиқиши ортишига сабаб бўлмоқда ва туристлар оқимининг ошишига олиб келади. Жойлаштириш бўйича юқори савиядаги хизмат кўрсатиш саёҳатдан қониқиш ва туристларнинг у ёки бу мамлакатда бўлишини ташкил этишнинг юқори даражаси каби жиҳатларни белгилаб беради. Кўплаб жойлаштириш воситалари ичида меҳмонхона индустрияси муҳим аҳамиятга эга бўлиб, биргина Самарқанд вилоятида 50 дан ортиқ меҳмонхоналар мавжуд. Улар бир вақтнинг ўзида 3 мингдан ортиқ меҳмонларни қабул қилиш қувватига эга.

4. Мамлакатимиз аҳолисининг менталитетидан ва халқаро талаблардан келиб чиқиб, меҳмонхоналарнинг ўзига хос хусусиятлари ўрганилди. Миллий меҳмонхоналарда тегишли яшаш шароити билан бирга, бизнингча, қуйидаги қўшимча хизматларнинг киритилиши мақсадга мувофиқдир: меҳмонхона хўжалигида хизмат кўрсатувчи барча ходимлар миллий кийимда хизмат кўрсатиши, чойхона ва миллий таомлар тайёрланадиган ошхона бўлиши, миллий мазмунга эга бўлган хизматларнинг (миллий буюмлар савдо-сотиғи, хонада хонтахта қўйиб чой ва бошқа егуликларни ташкил қилиш кабилар) ташкил қилиниши, турли зиёратгоҳларга, миллий кадриятларимизни ўзида мужассам этган иншоотларга экскурсиялар уюштирилиши каби хизматларнинг бўлиши лозим. Маҳаллий меҳмонлар учун яна бир характерли жиҳат, улар яшашига мўлжалланган меҳмонхона хўжаликларида яшаш нархини анча арзон белгиланган бўлиш лозим. Кузатишлар кўрсатмоқдаки, кўпчилик маҳаллий меҳмонлар аксарият ҳолларда ўз қариндошлариникига боришга ҳаракат қилади ёки шахсий уйларда ижарада туришни афзал кўради. Булардан сўров ўтказилганда аниқландики, уларнинг аксарият қисми меҳмонхоналарнинг нархи қимматлигини қайд қилмоқдалар. Бу ҳолат шаҳарда меҳмонхоналар индустриясини ривожлантиришда тегишли ўзгартиришлар киритиб, маҳаллий талабни инobatга олишлари лозимлигини тақозо қилади.

5. Маҳаллий туристлар (меҳмонлар)ни жалб қилишнинг йўлларида бири амалдаги меҳмонхоналардаги нархларни арзонлаштириш билан бирга янги маҳаллий талабдан келиб чиқадиган, уларни ушлаб туриш харажатлари камроқ бўлган меҳмонхоналарни қуришдан иборат. Ҳозирги меҳмонхоналар, асосан, узоқ хориждан келадиган меҳмонларга мўлжалланган. Бунда меҳмонхона хўжаликлари ҳам табақаланган бўлишлари лозим.

6. Меҳмонхоналарда сервис сифати ва самарадорлигини оширишга таъсир этувчи ички ва ташқи омиллар ва уларни аниқлаш орқали туризм имкониятларини кенгайтириш усуллари ишлаб чиқилди. Монографик изланишларда меҳмонхона хўжаликлари самарадорлигига таъсир этувчи омиллар аниқланди ва уларнинг таъсири корреляция ва регрессия таҳлили асосида ўрганилиб, уларнинг таъсир этиш даражаси баҳоланди. Меҳмонхона хўжаликларининг самарадорлигига уларнинг сигими, юкланиш даражаси, харажатлар кўрсаткичи натижа билан тескари боғланишда, хорижий ва маҳаллий туристларнинг келиши, даромадлари билан боғлиқ кўрсаткичлар тўғри боғланишда, деган хулосани беради. Хизматлар сони меҳмонхонанинг даромадига, сигимиغا, харажатлар, маҳаллий ва хорижий туристлар, олий маълумотли мутахассислар ҳамда ўртача нарх кўрсаткичига тўғри боғланишда, аксинча юкланиш даражасига ҳамда меҳмонхоналар сони кўрсаткичига тескари боғланишда бўлмоқда.

7. Меҳмонхона хўжаликларида сервис самарадорлигини ошириш имкониятларини баҳолаш учун бир қанча кўрсаткичлар, уларни аниқлаш йўллари тавсия этилди. Қуйидаги кўрсаткичларнинг: меҳмонхонанинг туристлардан келадиган умумий даромадига таъсир этувчи омилларнинг, меҳмонхонадаги харажатлар рентабеллигининг, меҳмонхонага автомобиллардан келадиган умумий тушумнинг омилли таҳлили ишлаб чиқилди ва уларни ҳисоблаш йўллари занжирли алмаштириш, фарқлаш, индекс усуллари орқали амалга оширилди.

8. Меҳмонхона бозорида таклифнинг ошиши билан бир пайтда жойлаштириш хизматларига бўлган талабнинг пасайиши кузатилмоқда. Бу ҳолат Самарқанд шаҳри меҳмонхоналари ўртасида ҳам рақобатнинг кучайишига олиб келди. Меҳмонхона бизнесида рақобатда устунликка эришишнинг асосий йўналишларидан бири рақобатчиларга нисбатан юқори сифатга эга хизматларни таклиф этиш ҳисобланади. Бунда мақсадли мижозларнинг эҳтиёжларини қондириш билан бирга уларнинг кутганларидан ҳам юқори сифатли хизматларни таклиф этиш муҳим аҳамиятга эга. Барча меҳмонхона комплексларида ходимларнинг дам олиши ва овқатланиши учун ҳам алоҳида шароитлар яратилган бўлиши лозим. Бу шароитларнинг ҳажми ходимлар миқдorigа мос келиши керак.

9. Ҳозирги шароитда маҳсулотнинг, иш ва хизматлар сифатини яхшилашда нафақат иқтисодий нуқтаи назардан, балки ижтимоий

нуқтаи назардан қараш лозим. Чунки мамлакатимизда инсон ва унинг манфаатлари олий қадрият сифатида қадрланади ва барча қилинаётган ислохотлар ислохот учун эмас, балки инсонларнинг муносиб яшашини таъминлашга қаратилган. Бу принципни меҳмонхонага келган ҳар қандай киши ҳис қилиши лозим. Бу, айниқса, хориждан келган меҳмонлар учун муҳимдир. Уларнинг мамлакатимиз тўғрисидаги тасаввури ўзгариш билан бирга бошқа яқинларини ҳам мамлакатимизга турист сифатида келишга даъват этиши мумкин.

10. Меҳмонхона хўжаликларида хизматларнинг сифатини баҳолаш бошқа тармоқлардан фарқ қилади. Агар ишлаб чиқариладиган товарларга бир хил стандартлар қўлланилса, хизматларнинг ўзига хос хусусиятларидан келиб чиқиб, уларнинг турларига қараб турли баҳолаш усулларида ва кўрсаткичлардан фойдаланиш мумкин. Бу бевосита меҳмонхона хўжалигида кўрсатиладиган хизматга ҳам тааллуқлидир. Меҳмонларнинг талабига қараб турли хизматларни кўрсатиш мумкин. Бири чой сўраса, иккинчиси кофе талаб қилади. Бири хонада овқатланишни хоҳласа, иккинчиси шовқин жойда ҳам овқатланиб, ҳам дам олишни хоҳлайди.

11. Ҳозирги пайтда ётоқ учун олинadиган маблағларнинг улуши меҳмонхона хўжалигида асосий тушумни ташкил қилади. Келажақда хизматларнинг турларини кўпайтириш ва сифатини ошириш эвазига ётоқ учун олинadиган маблағларнинг миқдори, яъни қанча тушум бўлса, шунча тушумни қўшимча хизматларни кўрсатиш эвазига олиш лозим. Чунки хорижий мамлакатларнинг кўпчилигида хизматлар учун олинadиган даромад ётоқ учун олинadиган даромадга нисбатан анча кўп миқдорни ташкил қилади. Бунга эришиш учун оддий меҳмонхона эмас, балки меҳмонларга хизмат кўрсатадиган меҳмонхона комплексларини яратиш лозим.

12. Самарқандга етиб келувчи туристик саёҳатларнинг ўсишига салбий таъсир этиши мумкин бўлган баъзи ҳолатларни юқорида таъкидладик. Агар ушбу муаммолар ижобий ҳал қилинса, туристларнинг мамлакатимизга ташрифи сезиларли даражада ўсиши кузатилади. Бу эса, ўз навбатида, мамлакатимизга валюта тушумини кўпайтиради, товарлар ва турли хизматларимиз сотилади, тадбиркорларимизнинг даромади ошади, энг муҳими, мамлакатимиз ҳақида хорижий давлатлар фуқароларининг хабардорлиги ортиб, қизиқиши уйғонади.

13. Туристларнинг ташриф буюриш давомийлигини таҳлил қилиш кўрсатдики, меҳмонхоналарга жойлашган миждозларнинг асосий қисми (87,7 %) 1-3 кунга, 9,64 % 4-7 кунга меҳмонхона хизматларидан фойдаланар экан. Бу ҳолат меҳмонхона билан боғлиқ хизматларнинг сифатига юқори талаблар қўйилишига олиб келади. Чунки, қисқа муддатли сафар давомида туристлар хизматлар сифатини тезкорлик, хизмат кўрсатувчи персоналнинг хушмуомалалиги, хизматларнинг ўзига хослигини юқори баҳолайдилар.

Хулоса ўрнида шуни таъкидлаймизки, ишлаб чиқилган таклиф ва тавсиялар амалиётга жорий қилиниши натижасида республикамизнинг, хусусан, Самарқанд меҳмонхона хўжаликлари сервис сифати ва самарадорлигини ошириш бўйича тегишли тадбирлар ишлаб чиқиш учун асос бўлади. Шунингдек, ушбу ишдаги амалий хулосалардан вилоятнинг меҳмонхоналаридан самарали фойдаланишга доир илмий тадқиқотларда, туризмга доир адабиётларда мазкур масаланинг ёритилиши кабиларда ҳам фойдаланишлари мумкин.

## ФЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎХАТИ

1. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси. -Т.: Ўзбекистон, 1992.
2. Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида”ги Қонуни. //Халқ сўзи, 1999 йил 14 сентябрь.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1992 йил 27 июлдаги “Ўзбектуризм Миллий компаниясини ташкил этиш тўғрисида”ги Фармони. //Халқ сўзи, 1992 йил 28 июль.
4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Буюк Ипак йўлини қайта тиклашда Ўзбекистон Республикасининг иштирокини авж олдириш ва республикада халқаро туризмни ривожлантириш борасидаги чора-тадбирлар тўғрисида”ги Фармони. //Халқ сўзи, 1995 йил 3 июнь.
5. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Ўзбекистон Республикасида халқаро туризмнинг замонавий инфраструктурасини барпо қилиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарори. //Халқ сўзи, 1995 йил 4 июнь.
6. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Сайёҳлик ташкилотлари фаолиятини ташкил этишни такомиллаштириш тўғрисида”ги Қарори. //Халқ сўзи, 1998 йил 9 август.
7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «2005 йилгача бўлган даврда Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришга оид давлат дастури тўғрисида»ги Фармони. //Халқ сўзи, 1992 йил 16 апрель.
8. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Ўзбекистонда туризм соҳаси учун кадрлар тайёрлаш тизимини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарори. //Халқ сўзи, 1995 йил 4 июль.
9. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Хорижий инвесторлар иштирокидаги меҳмонхона мажмуаларига имтиёзлар бериш тўғрисида”ги Қарори. //Халқ сўзи, 1995 йил 4 июль.
10. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Ўзбекистонда туризм соҳаси учун малакали кадрлар тайёрлаш тўғрисида”ги Фармони. //Халқ сўзи, 1999 йил 1 октябрь.
11. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Ўзбекистон Республикасида меҳмонхона бизнеси ва халқаро туризмни янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарори. //Халқ сўзи, 2002 йил 3 сентябрь.

12. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Туризм фаолиятини лицензиялаш тўғрисидаги низомни тасдиқлаш ҳақида”ги Қарори. //Халқ сўзи, 2003 йил 12 ноябрь.

13. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Ўзбектуризм” Миллий компанияси фаолиятини янада такомиллаштириш тўғрисида”ги Қарори. //Халқ сўзи, 2005 йил 29 июль.

14. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Қарори 2006 йил.

15. Каримов И.А. Биздан озод ва ватан қолсин. 2-том. -Т.: Ўзбекистон, 1996. - 380 б.

16. Каримов И.А. Ватан саждагоҳ каби мукаддасдир. 3-том. -Т.: Ўзбекистон, 1996. - 366 б.

17. Каримов И.А. Юксак маънавият - енгилмас куч. -Т.: Маънавият, 2008. - 176 б.

18. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инкирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари. -Т.: Ўзбекистон, 2009. - 56 б.

19. Александрова Ю.А. Международный туризм. Учебник. -М.: Аспект пресс, 2004.

20. Axmedov X.I., Allabergenov A.A. Turizm faoliyatini tashkil etish. -Т.: «O‘zbekiston faylasuflari milliy jamiyati», 2004. - 238 б.

21. Ашурова Д., Арзикулов Н. Проблемы развития туризма в регионе. /Экономика и класс собственников, 2002. №3. - 46-50 с.

22. Балашова Е.А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Вершина, 2006. - 200 с.

23. Барышев А.Ф. Маркетинг в туризме и гостеприимстве: Учебное пособие. /А.Ф. Барышев. - М.: Финансы и статистика, 2007. - 160 с.

24. Баумгартен Л.В. Стратегический менеджмент в туризме: Учебное пособие.- М.: Академия, 2007. - 352 с.

25. Баумгартен Л.В. Управление качеством в туризме. Практикум: Учебное пособие. - М.: КНОРУС, 2008. - 288 с.

26. Бгатов А.П. Безопасность в туризме: Учебное пособие. - М.: ФОРУМ, 2007. - 176 с.

27. Биржаков М.Б. Введение в туризм. -СПб.: Издательский торговый дом «Герда», 2006.
28. Биржаков М.Б. Введение в ТУРИЗМ. - издание 9-е, переработанное и дополненное. – СПб., 2007. – 576 с.
29. Боголюбов В.С., Орловская В.П. Экономика туризма. -М., 2005. –151 б.
30. Большой глоссарий терминов международного туризма. /Под ред. М.Б. Биржакова, В.И. Никифорова. Второе издание. В двух томах. -М.: СПб. Изд-во «Нивеский фонд», 2003.
31. Большой глоссарий и толковый словарь терминов, применяемых в гостиничном менеджменте и туризме. -М.: Изд-во ЗАО Корпорация «Академ сервис», 2000.
32. Бутко И.И., Ситников В.А. Транспортное обслуживание туризма: Учебное пособие. – М.: ИКЦ «Март», 2006. – 336 с.
33. Быстров С.А., Воронцова М.Г. Туризм: макроэкономика и микроэкономика. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2008. – 464 с.
34. Вавилова Е.В. Основы международного туризма: Учебное пособие. -М.: ГАРДАРИКИ, 2005.
35. Веткин В.А. Технология создания туристского продукта. – М.: ГроссМедиа: РОСБУХ, 2008. – 200 с.
36. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес. – Ростов н/Д: “Феникс”, 2004. -352 с.
37. Воскресенский В.Ю. Международный туризм: Учебное пособие. –М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 255 с.
38. География туризма. Учебник /кол. авторов; /под ред. А.Ю. Александровой. - М.: КНОРУС, 2008. -592 с.
39. Гольшева Е. Мировые тенденции и развитие туристского потенциала Узбекистана. //Экономическое обозрение, 2004. №10. -54 с.
40. Данилов С. Туризм региона: программный подход. //Бозор, Пул ва Кредит, 2008. №3. 57 б.
41. Драздов А.В. Основы экологического туризма. -М., 2005
42. Драчева Е.Л. Специальные виды туризма. Лечебный туризм: Учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2008. – 152 с.
43. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Минск: ООО “Новое знание”, 2001. – 489 с.
44. Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме: Учебное пособие.- СПб.: Питер, 2008. — 384 с.

45. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации. -М.: Финансы и статистика, 2006. -200 с.
46. Замедлина Е.А., Козырева О.Н. Экономика отрасли: туризм: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 205 с.
47. Здоров А.Б. Экономика туризма. Учебник. -М.: Финансы и статистика, 2007. - 272 с.
48. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. -М.: Финансы и статистика, 2000.
49. Ибадуллаев Н.Э. Ўзбекистоннинг туристик ресурслари. Маърузалар курси. Сам ИСИ, - 2008. -114 б.
50. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 192 с.
51. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. Минск, “Новое знание”: 2002. –409 с.
52. Камилова Ф., Камилов З. Туризм соҳасининг ривожланиш истиқболлари. /Иқтисодиёт ва таълим. 2004. №1. -64-68 б.
53. Каурова А.Д. Организация сферы туризма: Учебное пособие. Издание 3-е, переработанное и дополненное.-СПб.: «Издательский дом Герда», 2008. -368 с.
54. Квартальнов В.А. Экономика туризма. Учебник. –М.: Финансы и статистика, 2001.
55. Квартальнов В.А. Туризм. – М.: Финансы и статистика, 2003. -316 с.
56. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. -М.: Финансы и статистика, 2003.
57. Комилова Ф.Қ. Халқаро туризм бозори: Ўқув қўлланма. -Т.: ТДИУ, 2006. -191 б.
58. Косолапов А.Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства: Учебное пособие. – 4-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2008. -200с.
59. Косолапов А.Б. Теория и практика экологического туризма. -М., 2005.
60. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. Учебник. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 1071 с.
61. Котляров Е.А. География отдыха и туризма. Формирование и развитие территориальных рекреационных комплексов. -М.: Мысль, 1978. - 238 с.



62. Мироненко Н.С., Твердохлебов И.Т. Рекреационное районирование. Характеристика рекреационных зон. //Рекреационная география. -М., 1981. 121-140 с.

63. Можяева Н.Г., Богинская Е.В. Туризм: Учебник. -М.: Гардарики, 2007. - 270 с.

64. Морган Н., Причард А. Реклама в туризме и отдыхе: Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 495 с.

65. Морозов М.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: Учебник. - М.: Академия, 2007. - 288 с.

66. Назарова К., Камилова Ф. Ўзбекистонда туризм имкониятларини кенгайтириш. //Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси, №9, 2000. - 48-49 б.

67. Намозов О., Бикбаева Г. Взгляд на экономику международного туризма. //Экономическое обозрение. 2005. -№ -14-18 с.

68. Ниғматов А., Шомуродова Н. Ўзбекистонни экотуристлик районлаштириш тажрибаси. //Экология хабарномаси, №2, 2007.

69. Новиков В.С. Инновации в туризме: Учебное пособие. –М.: Издательский центр «Академия», 2007. – 208 с.

70. Норчаев А.Н., Тошмуратов Т.Т. Халқаро иқтисодий муносабатларни ривожлантиришда туризм. //Жамият ва бошқарув, 2000. №4. -67-69 б.

71. Норчаев А.Н. Кутлимуротов Ф.С. Халқаро бозорда миллий туризм. //Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси, 2001. №2.-52-53 б.

72. Норчаев А.Н., Хўжаев Ў.Х. Халқаро туризм иқтисодий ривожланиш воситаларидан бири. //Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси. 2001. № 12. 55-56 б.

73. Норчаев А.Н. “Халқаро туризм ривожлантиришнинг иқтисодий ўсишга таъсири”. Номзодлик диссертацияси. ТДИУ, 2004. - 120 б.

74. Организация туризма. //Под.ред. А.П. Дуровича. Учебное пособие. –Минск: Новое знание, 2006.

75. Организация туризма. /А.П. Дурович, Н.И. Кабушкин, Т.М. Сергеева и др. – Минск: Новое знание, 2003. -632 с.

76. Осипова О.Я. Транспортное обслуживание туристов. -М.: ACADEMIA, 2004.

77. Пардаев М.Қ., Атабаев Р. Туристтик ресурсларни таҳлил қилиш ва баҳолаш. Маърузалар курси. Сам ИСИ, - 2006.

78. Пардаев М.Қ., Атабаев Р. Туризм асослари. Маърузалар курси. СамИСИ - 2006. -78 б.
79. Пугач И. Что мешает частному турбизнесу. //Экономическое обозрение, 2005. №6.
80. Пугач И. Экспортный потенциал туризма в Узбекистане. //Экономическое обозрение, 2005. №6. -32-40 с.
81. Раҳматуллаев А. Самарқанд вилояти туризмни ривожлантириш имкониятлари. //Ўзбекистонда география, экология ва туризм муаммолари. –Самарқанд.: СамДУ, 1996. -69-70 б.
82. Севастьянова С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: Учебное пособие. - М.: КНОРУС, 2007. - 256 с.
83. Сенин В.С. Организация международного туризма. - М.: Финансы и статистика, 2004. - 379 с.
84. Сервис и туризм: словарь-справочник. - М.: Альфа-М, 2008. - 432 с.
85. Солиев А.С., Усмонов М.Р. Туризм географияси. -Самарқанд: СамДУ, 2005. -131 б.
86. Таксанов А. Туризм как фактор стабилизации экономики. //Рынок, деньги и кредит, 1998. №5.-6-9 с.
87. Таксанов А. «Жемчужина востока» в древнем Самарканде. //Экономические вестник Узбекистана. №9.1999. -32-40 с.
88. Ташмуратов Т., Саидов А., Умаркулов Э. Туризм иктисоди. –Т.: ТМИ, 2000.-200 б.
89. Tashmurodov T. Xalqaro turizm. -Т.: Turon – Iqbol, 2007. -320 б.
90. Тимохина Т.Л. Организация приема и обслуживания туристов: Учебное пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 352 с.
91. Тишуков Ю.В. Потребитель на рынке туристических услуг: практич. пособ. – Ростов н/Д: Феникс, 2007. – 270с.
92. Тураев Б.Х. Туристско-рекреационный потенциал Самаркандской области. //Рынок, деньги и кредит, -2004. -№10. -51-54 с.
93. Тураев Б.Х. Теоретико-методологические основы развития туризма. -Т.: Фан, 2008. – 166 с.
94. Туризм и гостиничное хозяйство. Учебное хозяйство. Учебник /Под.ред А.Д. Чудновского. -М., 2000.

95. Туризм, гостеприимство и сервис. Словарь – справочник. –М.: АСПЕКТ – ПРЕСС, 2002.
96. Тухлиев И.С. Туризм асослари: Услубий қўлланма. –С.: СамИСИ, 2008. – 226 б.
97. Тухлиев Н.Т., Таксанов А. Национальная экономическая модель Узбекистана. –Т.: Ўқитувчи, 2000.
98. Тухлиев Н.Т., Таксанов А. Экономика большого туризма. –Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси”, 2001 –208 с.
99. Тухлиев Н.Т., Абдуллаева Т. Экологический туризм: сущность, тенденции и стратегия развития. –Т.: ГНИ «O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi», 2006 .- 416 с.
100. Тухлиев Н.Т., Абдуллаева Т. Национальные модели развития туризма. –Т.: ГНИ «O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi», 2006.
101. Тухлиев Н.Т., Абдуллаева Т. Менеджмент и организация бизнеса в Республике Узбекистана. –Т.: ГНИ «O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi», 2006. – 368с.
102. Тухлиев Н.Т., Абдуллаева Т. Формальности в системе туризма Республики Узбекистан. –Т.: «O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi», 2007.
103. Усмонов М.Р. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг минтакавий хусусиятлари (Самарқанд вилояти мисолида). География фан. номзоди дис. афтореф. ЎзМУ. –Т., 2003. – 25 б.
104. Ушаков Д.С. Технологии выездного туризма: Учебное пособие. Изд. 2-е. –М.: ИКЦ «МарТ», 2007. –384 с.
105. Филипповский Е.Е., Шмарова Л.В. Экономика и организация гостиничного хозяйства. – М.: Финансы и статистика, 2008. –176 с.
106. Хамидов О. Сколько стоит турпродукт. //Экономическое обозрение, 2005. №6. –41-43 с.
107. Хошимов М.А. Религиозные памятники Центральной Азии. –Алматы. САГА, 2001. –237 с.
108. Храбовченко В.В. Экологический туризм: Учебно-метод. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 208 с.
109. Христов Т.Т. Религиозный туризм: Учебное пособие. 3-е изд., испр. - М.: Издательский центр «Академия», 2007. - 288 с.
110. Чудновский А.Д. Управление индустрией туризма России в современных условиях: Учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2007. –416 с.

111. Чудновский А.Д. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве. Учебник. 3-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2007. -320 с.
112. Щербакова С.А. Международный туризм: экономика и география: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2007. –144 с.
113. Экономика и организация туризма. /Под ред. И.А. Рябовой, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчевой. -М.: Кнорус, 2006. -378 б.
114. Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма: Учебное пособие. 4-е изд., перераб. и доп. М.: РДЛ, 2007. 480 с.
115. Кудратов Ф.Х., Тухлиев И.С. Туризм иксисодиёти. -С.: СамИСИ, 2007.
116. Ҳайитбоев Р., Амриддинова Р. Туризмнинг махсус турлари. Услубий қўлланма. -С.: СамИСИ, 2008. – 47 б.

#### **Интернет сайтлари**

117. [www.interunion.ru](http://www.interunion.ru) – туристские ассоциации
118. [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org) – Всемирная туристская организация
119. [www.wttc.org](http://www.wttc.org) – Всемирный Совет по путешествиям и туризму.
120. <http://www.wto-mfrketing.ru>–сайт ВТО
121. <http://www.tourism.uz/>
122. <http://www.tour.uz/>
123. <http://www.advantour.com/rus/>

## ИЛОВАЛАР

1-илова

### «Афросиёб-Палас» меҳмонхонасининг кўрсаткичлари

№	Кўрсаткичлар	Улчов бирлиги	2004 й.	2005 й.	2006 й.	2007 й.	2008 й.	2009 й.
1.	Меҳмонхонадаги жойлар сони	ўрин	500	500	500	500	500	500
2.	Люкс		6	6	6	6	6	6
3.	Ярим люкс		6	6	6	6	6	6
4.	Оддий		488	488	488	488	488	488
5.	Меҳмонхонанинг бир йиллик даромади.	минг сўм	1394174	1479345	1553189	1734695	2247065	2390254
6.	Меҳмонхонанинг бир йиллик харажати	минг сўм	680080	699369	796358	897442	1116127	1255417
7.	Умумий туристларнинг келиши	киши	14090	10889	14008	15484	13162	12106
8.	Маҳаллий туристлар		2129	1956	2478	2936	2413	2235
9.	Хорижий туристлар		11961	8933	11530	12548	10749	9871
10.	Ходимлар сони	киши	158	193	205	223	212	201
11.	Олий маълумотли мутахассислар		32	36	40	45	43	43
12.	Урта махсус маълумотли мутахассислар		126	157	165	178	169	158
13.	Уртача иш куни (хафтада)	куни	7	7	7	7	7	7
14.	Автомобиллар сони	дона	5	5	5	5	5	5
15.	Туристларга хизмат кўрсатувчи автомобиллар сони		2	2	2	2	2	2
16.	Жойлар нархи	минг сўм						
17.	Люкс		100	100	95	95	90	90
18.	Ярим люкс		80	80	75	70	65	65
19.	Оддий		65	65	60	60	55	55

Меҳмонхона маълумотлари

## «МЧЖ Камилла-Орзу» меҳмонхонасининг кўрсаткичлар

№	Кўрсаткичлар	Улчов бирлиги	2004 й.	2005 й.	2006 й.	2007 й.	2008 й.	2009 й.
1.	Меҳмонхонадаги жойлар сони	Ўрин	30	30	30	30	30	30
2.	Люкс		5	5	5	5	5	5
3.	Ярим люкс		-	-	-	-	-	-
4.	Оддий		25	25	25	25	25	25
5.	Меҳмонхонанинг бир йиллик даромади	минг сўм	37365	35338	12455	63400	91619	122412
6.	Меҳмонхонанинг бир йиллик харажати	минг сўм	35130	33180	43250	52250	67712	81965
7.	Умумий туристларнинг келиши	киши	2850	3150	3800	4200	3976	4226
8.	Маҳаллий туристлар		1540	1900	2500	3092	2776	2888
9.	Хорижий туристлар		1310	1250	1300	1108	1200	1338
10.	Ходимлар сони	киши	8	8	8	9	10	10
11.	Олий маълумотли мутахассислар		3	3	3	3	3	3
12.	Урта махсус маълумотли мутахассислар		4	4	4	4	4	4
13.	Уртача иш куни (хафтада)	куни	6	6	6	6	6	6
14.	Автомобиллар сони	дона	1	1	1	1	1	1
15.	Туристларга хизмат кўрсатувчи автомобиллар сони		-	-	-	-	-	-
16.	Жойлар нархи	минг сўм						
17.	Люкс		6,0	10,0	15,0	15,0	20,0	20,0
18.	Ярим люкс							
19.	Оддий		5,0	8,0	10,0	10,0	15,0	15,0

Меҳмонхона маълумотлари

## «Самарқанд Плаза» меҳмонхонасининг кўрсаткичлари

№	Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2004 й.	2005 й.	2006 й.	2007 й.	2008 й.	2009 й.
1.	Меҳмонхонадаги жойлар сони	ўрин	16	16	17	18	18	18
2.	Люкс		1	1	2	2	2	2
3.	Ярим люкс		1	2	2	1	1	1
4.	Оддий		14	13	13	15	15	15
5.	Меҳмонхонанинг бир йиллик даромади	минг сўм	455421	523734	587412	623189	693347	737782
6.	Меҳмонхонанинг бир йиллик харажати	минг сўм	299853	344830	375419	404801	458215	539735
7.	Умумий туристларнинг келиши	киши	1700	1900	2000	2000	2100	2150
8.	Маҳаллий туристлар		300	400	500	500	400	420
9.	Хорижий туристлар		1400	1500	1500	1500	1700	1730
10.	Ходимлар сони	киши	7	8	8	9	9	9
11.	Олий маълумотли мутахассислар		3	3	4	4	4	4
12.	Урта махсус маълумотли мутахассислар		4	5	4	5	5	5
13.	Уртача иш куни (хафтада)	куни	7	7	7	7	7	7
14.	Автомобиллар сони	дона	-	-	-	-	-	-
15.	Туристларга хизмат кўрсатувчи автомобиллар сони		-	-	-	-	-	-
16.	Жойлар нархи	АҚШ доллари						
17.	Люкс		70	90	90	100	100	100
18.	Ярим люкс		60	80	85	90	90	90
19.	Оддий		35	40	40	50	50	50

Меҳмонхона маълумотлари

## «Ал Бухорий» меҳмонхонасининг кўрсаткичлари

№	Кўрсаткичлар	Улчов бирлиги	2004 й.	2005 й.	2006 й.	2007 й.	2008 й.
1.	Меҳмонхонадаги жойлар сони	Ўрин	4	4	4	4	4
2.	Люкс		1	1	1	1	1
3.	Ярим люкс		1	1	1	1	1
4.	Оддий		2	2	2	2	2
5.	Уртача бандлик даражаси	коэф- фицент	80 %	80 %	50 %	90 %	60 %
6.	Меҳмонхонанинг бир йиллик даромади.	минг сўм	3500	5863	3456	11309	5346
7.	Меҳмонхонанинг бир йиллик харажати	минг сўм	1200	2350	2500	5687	3758
8.	Умумий туристларнинг келиши	киши	60	80	65	159	124
9.	Маҳаллий туристлар		-	-	-	-	-
10.	Хорижий туристлар		60	80	65	159	124
11.	Ходимлар сони	киши	3	3	3	3	4
12.	Олий маълумотли мутахассислар		2	2	2	2	3
13.	Урта махсус маълумотли мутахассислар		1	1	1	1	1
14.	Уртача иш куни	куни	30	30	30	30	30
16.	Автомобиллар сони	дона	-	-	-	-	-
17.	Туристларга хизмат кўрсатувчи автомобиллар сони		-	-	-	-	-
18.	Жойлар нархи	минг сўм					
19.	Люкс		20	20	20	20	25
20.	Ярим люкс		15	15	15	15	20
21.	Оддий		10	10	10	10	15

Меҳмонхона маълумотлари



## «Тумарис» меҳмонхонасининг кўрсаткичлари

№	Кўрсаткичлар	Улчов бирлиги	2004 й.	2005 й.	2006 й.	2007 й.	2008 й.
1.	Меҳмонхонадаги жойлар сони	ўрин	28	28	28	28	28
2.	Люкс		1	1	1	1	1
3.	Ярим люкс		5	5	5	5	5
4.	Оддий		22	22	22	22	22
6.	Уртача бандлик даражаси	фоиз	22	24	21	27	28%
7.	Меҳмонхонанинг бир йиллик даромади	минг сўм	72984,6	78965,6	81256,2	86875,1	163097,1
8.	Меҳмонхонанинг бир йиллик харажати	минг сўм	45615,4	49396,3	50158,3	55050,4	101149,0
9.	Умумий туристларнинг келиши	киши	2234	2458	2454	2696	2824
10.	Маҳаллий туристлар		1452	1868	1717	1968	2076
11.	Хорижий туристлар		782	590	737	728	748
12.	Ходимлар сони	киши	7	7	8	8	8
13.	Олий маълумотли мутахассислар		3	3	4	4	4
14.	Урта махсус маълумотли мутахассислар		4	4	4	4	4
15.	Уртача иш куни	куни	30	30	30	30	30
16.	Автомобиллар сони	дона	-	-	-	-	-
17.	Туристларга хизмат кўрсатувчи автомобиллар сони		-	-	-	-	-
18.	Жойлар нархи	минг сўм					
19.	Люкс		45	50	55	60	70
20.	Ярим люкс		35	40	40	45	56
21.	Оддий		28	30	30	32	42

Меҳмонхона маълумотлари

**2008 йилда меҳмонхоналарда жойлашган ташриф буюрувчиларнинг  
сафар мақсадлари бўйича тақсимланиши**

	Фуқароларнинг ташрифидан мақсад (киши)											
	Ўзбекистон				Яқин хориж мамлакатлари				Узоқ хориж мамлакатлари			
	Майнший дам олиш	Касбий ва иш-билармонлик	Даволаш ва профилактика	Бош-қалар	Майнший дам олиш	Касбий ва иш-билармонлик	Даволаш ва профилактика	Бош-қалар	Майнший дам олиш	Касбий ва иш-билармонлик	Даволаш ва профилактика	Бош-қалар
Ўзбекистон Республикаси	121989	285043	9377	69035	28538	42284	35	13998	180637	62878	-	87
Қорақалпоғистон Республикаси	1126	33430	797	5225	274	568	-	128	639	1558	-	69
Вилоятлар:												
Андижон	4095	18286	608	-	30	505			33	1260	-	-
Бухоро	7236	12886	-	180	3614	1260		45	51559	2014	-	2
Жиззах	4042	15086	-	511	4	643					-	-
Қашқадарё	4397	9044	251	3223	1959	54		106		70	-	-
Навоий	1921	25591		7085	786	3891			2087	500	-	-
Наманган	148	3843	885	5918		138		722		201	-	30
Самарқанд	31627	10897	251	2722	5913	248			29394	853	-	
Сурхондарё	600	9420	85	63	60	30			1655	1419	-	
Сирдарё	56	1704	650	2347	10			20	2	46	-	
Тошкент	10284	17640	848	2419	473	1177		337	44	21	-	-
Фарғона	13989	6810	14	2019	1306	1807		316	1836	45	-	
Хоразм	704	3739	1263	22	835	274		4	16202	384	-	30
Тошкент шаҳри	41764	11667	3725	37301	13084	31589	35	12320	77186	54507	-	848

Давлат Статистика қўмитаси маълумотлари

**2009 йилда меҳмонхоналарда жойлашган ташриф буюрувчиларнинг  
сафар мақсадлари бўйича тақсимланиши**

	Фуқароларнинг ташрифидан мақсад (киши)											
	Ўзбекистон				Яқин хориж мамлакатлари				Узоқ хориж мамлакатлари			
	Майнший дам олиш	Касбий ва ишбилармонлик	Даволаш ва профилактика	Бошқалар	Майнший дам олиш	Касбий ва ишбилармонлик	Даволаш ва профилактика	Бошқалар	Майнший дам олиш	Касбий ва ишбилармонлик	Даволаш ва профилактика	Бошқалар
Ўзбекистон Республикаси	131984	305332	7496	45257	34766	54668	267	4421	156518	94612	18	5648
Қорақалпоғистон Республикаси	2017	7592	230	6269	18	81	4	126	51	1249	10	359
Андижон	3938	21743	149	0	125	660	0	0	113	972	0	0
Бухоро	8331	15046	12	150	3829	933	0	99	49386	2374	0	204
Жиззах	7736	20183	0	1312	2	1100	0	0	0	90	0	0
Қашқадарё	3000	13182	0	20	1827	298	0	0	0	5	0	45
Навоий	2117	34055	0	0	156	693	0	0	85	320	0	0
Наманган	12552	12336	30	2103	69	490	0	12	125	586	0	18
Самарқанд	32602	11067	0	534	8433	3870	0	100	14002	875	0	9
Сурхондарё	584	4749	0	2351	101	508	230	0	1378	592	0	3
Сирдарё	0	1048	3329	2513	0	0	0	20	0	0	0	26
Тошкент	8602	20375	1315	2131	192	643	0	72	92	670	0	31
Фарғона	11658	10207	62	1172	1560	1608	0	0	1828	26	0	0
Хоразм	5598	2577	0	0	5031	307	0	0	30238	198	0	0
Тошкент шаҳри	33249	131172	2369	26702	13423	43477	33	3992	59220	86655	8	4953

Давлат Статистика қўмитаси маълумотлари

## Самарқанд вилояти бўйича 2000-2009 йиллар давомида туризмнинг ривожланиш ҳолати

№	Кўрсаткичлар	Улчов бирлиги	Йиллар									
			2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1.	Жами туристик хизматлар ҳажми	млн. сўм	1,4	30,2	65,6	190	452,47	5710,9	6689,1	11078,4	13567,3	13348,5
2.	Жами фойда	млн. сўм	0,3	17,2	19	21	71,68	541,3	370,5	1192,1	474,2	1007,3
3.	Хизмат кўрсатилган туристлар сони	минг киши	51,1	42,8	41,3	56,3	99,0	59,1	81,7	113,9	120,0	130,94
	Шу жумладан:											
	Қабул қилинган	минг киши	42,9	32,4	31,1	38,1	68,69	58,8	66,5	94,82	106,39	103,72
	Шундан хорижий меҳмонлар	минг киши	15,3	7,6	14,76	24,13	37,5	36,9	45,1	70,95	73,41	70,84
	Жўнатилган туристлар	минг киши	8,2	10,4	10,2	16,2	30,31	0,24	15,2	18,37	13,61	27,22
	Шулардан: Хорижга	минг киши	5,2	6,1	9,1	8,8	20,6	0,2	0,2	0,07	0,44	0,79
	МДХ мамлакатларига	минг киши	2,4	4,3	1	0,1	1,9	0	0	0	0	0,04
	Ўзбекистон Республикаси бўйлаб	минг киши	0,6	0	0,2	7,3	7,81	0,04	15,0	18,3	13,17	26,39
4.	Туристларга кўрсатилган хизмат ҳажми	минг киши/кун	113,6	138,5	133,5	117,9	615	200	242,3	337,3	330,0	310,8
5.	Хизматлар экспорти	минг доллар	5854,5	4768,0	3750,0	3822,7	5000,0	4450,8	4978,3	7008,9	7391,8	5778,8

«Ўзбектуризм» миллий компанияси маълумотлари

**Ўзбекистон Республикаси бўйича 2000-2009 йиллар давомида туризмнинг ривожланиш  
динамикаси**

№	Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	Йиллар									
			2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1.	Жами туристик хизматлар ҳажми	млн. сўм	6882,1	10119	15778	17528	17926	40014	45850,3	65967,2	72732,8	93303,4
2.	Жами фойда	млн. сўм	443	1111,8	-166,5	150,61	-258,7	758,4	1036,4	1438,9	1546,7	3105,6
3.	Хизмат кўрсатилган турист- лар сони	минг киши	770,2	712,8	709,1	719,9	738,7	582,7	410,9	583,7	557,8	870,9
	Шу жумладан:											
	Қабул қилинган	минг киши	552,8	529,9	445,5	471,43	517,5	437,5	329,8	524,5	518,9	712,55
	Шундан хорижий меҳмонлар	минг киши	278	231,43	198,15	230,44	262,8	189,6	194,5	300,7	241,1	383,87
	Жўнатилган туристлар	минг киши	217,4	182,9	263,6	248,47	221,2	145,2	81,1	59,2	38,9	158,35
	Шулардан: Хорижга	минг киши	49,04	36,79	39,27	52,98	32,9	10,1	12,7	22,4	20,7	27,24
	МДХ мамлакатларига	минг киши	14,3	8,38	21,44	16,34	22,4	26,5	11,5	0,7	1,7	7,36
	Ўзбекистон Республикаси бўйлаб	минг киши	154,06	137,73	202,29	179,15	165,9	102,6	56,9	36,1	16,5	123,75
4.	Туристларга кўрсатилган хизмат ҳажми	минг киши- кун	1741,3	1590,6	1399,6	1396	1406,0	1390	12890	1659,0	1336,2	1999,4
5.	Хизматлар экспорти	минг доллар	27295,0	22215	21546	23581	28020	28132,5	42745,9	52863,2	49654,3	98680,7

«Ўзбекитуризм» миллий компанияси маълумотлари

**Ўзбекистон Республикаси ҳудудлари бўйича меҳмонхоналарга жойлашган ташриф  
буюрувчиларнинг 2006-2009 йиллардаги тақсимланиши (киши ҳисобида)**

Ҳудудлар	2006 йил			2009 йил			Фарқи (+;-)		
	Жами	Шу жумладан		Жами	Шу жумладан		Жами	Шу жумладан	
		ЎзР. фу- карolari	Хорижий фукарolar		ЎзР. фу- карolari	Хорижий фукарolar		ЎзР. фу- карolari	Хорижий фукарolar
Ўзбекистон Рес.	621915	358881	263034	840987	490069	350918	200617	+126563	+74054
Қорақалпоғистон Рес.	21134	20615	519	18006	16108	1898	22679	+19963	+2716
Андижон	14046	13148	898	27700	25830	1870	10771	+9841	+930
Бухоро	46729	17078	29651	80364	23539	56825	32089	+3224	+28865
Жиззах	16098	15502	596	30423	29231	1192	4188	+4137	+51
Қашқадарё	24792	22743	2049	18377	16202	2175	-5688	+5828	+140
Навой	29297	27722	1575	37426	36172	1254	12564	+6875	+5689
Наманган	12048	10842	1206	28321	27021	1300	-163	-48	-115
Самарқанд	57339	33459	23880	71492	44203	27289	24566	+12167	+12339
Сурхондарё	6817	5275	1542	10496	7684	2812	6605	+4943	+1662
Сирдарё	2799	2452	347	6936	6890	46	2062	+2305	-243
Тошкент	21737	20729	1008	34123	32423	1700	11546	+10591	+955
Фарғона	28000	24628	3372	28121	23099	5022	142	-1796	+1938
Хоразм	26796	6876	19920	43949	8175	35774	-3319	-2411	-908
Тошкент шаҳри	314283	137812	176471	405253	193492	211761	82575	+62600	+19975

Давлат Статистика қўмитаси маълумотлари

**Ўзбекистон Республикаси ҳудудлари бўйича меҳмонхоналарга жойлашган таширф буюрувчиларнинг 2006-2009 йиллардаги тақсимланиши (киши ҳисобида)**

Ҳудудлар	2006 йил						2009 йил						Фарқи (+,-)					
	Жами	Ҳудудлар улуши % да	Шу жумладан			Жами	Ҳудудлар улуши % да	Шу жумладан			Жами	2009 й. 2006 й.га нис. %	Шу жумладан					
			ЎЗР фуқаролари	Ҳудудлар улуши % да	Хорижий фуқаролар			Ҳудудлар улуши % да	Жами	2009 й. 2006 й.га нис. %			Хорижий фуқаролар	2009 й. 2006 й.га нис. %				
Ўзб. Рес.	521915	100	358881	100	263034	100	840987	100	490069	100	350918	100	219072	135,2	+131188	136,6	+87884	133,4
Қорақол. Рес.	21134	3,4	20615	5,7	519	0,2	18006	2,1	16108	3,3	1898	0,54	-3128	85,2	-4507	78,1	1379	365,7
Андижон	14046	2,3	13148	3,7	898	0,3	27700	3,3	25830	5,3	1870	0,5	13654	197,2	12682	196,5	972	208,4
Бухоро	46729	7,6	17078	4,8	29651	11,3	80364	9,6	23539	4,8	56825	16,2	33635	172	6461	137,8	27174	191,6
Жиззах	16098	2,6	15502	4,3	596	0,2	30423	3,6	29231	6,0	1192	0,34	14325	189	13729	188,6	576	196,6
Қашқадарь	24792	3,4	22743	6,3	2049	0,8	18377	2,2	16202	3,3	2175	0,61	-6415	74,1	-6541	71,2	126	106,1
Навоий	29297	4,7	27722	7,7	1575	0,6	37426	4,5	36172	7,4	1254	0,4	+8129	127,8	8450	130,5	-321	79,6
Наманган	12048	1,9	10842	3,0	1206	0,5	28321	3,4	27021	5,5	1300	0,4	+16273	235,1	16179	249,2	94	107,8
Самарқанд	57339	9,3	33459	9,3	23880	9,1	71492	8,5	44203	9,0	27289	7,8	+14153	124,7	10744	132,1	3409	114,3
Сурхандарь	6817	1,1	5275	1,5	1542	0,6	10496	1,2	7684	1,6	2812	0,8	+3679	154	2409	145,7	1270	182,4
Сирдарь	2799	0,5	2452	0,7	347	0,1	6936	0,8	6890	1,4	46	0,01	+4137	247,8	4438	281	-301	13,3
Тошкент	21737	3,6	20729	5,8	1008	0,4	34123	4,1	32423	6,6	1700	0,5	+12386	157	11694	156,4	692	168,7
Фарғона	28000	4,6	24628	6,9	3372	1,3	28121	3,3	23099	4,7	5022	1,4	+121	100,4	-1529	93,8	1650	148,9
Хоразм	26796	4,4	6876	1,9	19920	7,6	43949	5,2	8175	1,7	35774	10,2	+17153	164	1299	81,1	15854	179,6
Тошкент ш.	314283	50,6	137812	38,4	176471	67,0	405253	48,2	193492	39,5	211761	60,3	90970	128,9	55680	140,4	35290	120,0

Давлат Статистика қўмитаси маълумотлари

**Меҳмонхоналарнинг самарадорлигига таъсир этувчи омилларнинг корреляцион-регрессион таҳлилинини амалга ошириш учун Самарқанд меҳмонхоналаридан 47 таси гуруҳларга ажратилиши (қабул қилиш қувватига кўра, киши ҳисобида).**

**1-гуруҳ.** 1-15 кишигача меҳмонни бир вақтнинг ўзида қабул қила оладиган меҳмонхоналар;

**2-гуруҳ.** 16-30 кишигача меҳмонни бир вақтнинг ўзида қабул қила оладиган меҳмонхоналар;

**3-гуруҳ.** 31-45 кишигача меҳмонни бир вақтнинг ўзида қабул қила оладиган меҳмонхоналар;

**4-гуруҳ.** 46-60 кишигача меҳмонни бир вақтнинг ўзида қабул қила оладиган меҳмонхоналар;

**5-гуруҳ.** 61-75 кишигача меҳмонни бир вақтнинг ўзида қабул қила оладиган меҳмонхоналар;

**6-гуруҳ.** 76-90 кишигача меҳмонни бир вақтнинг ўзида қабул қила оладиган меҳмонхоналар;

**7-гуруҳ.** 91-105 кишигача меҳмонни бир вақтнинг ўзида қабул қила оладиган меҳмонхоналар;

**8-гуруҳ.** 105 кишидан ортиқ меҳмонни бир вақтнинг ўзида қабул қила оладиган меҳмонхоналар.



## Самарқанд шаҳридаги меҳмонхоналар тўғрисидаги

## МАЪЛУМОТ

№	Меҳмонхона номи	Номер-лар сони	Ўрин-лар сони
1.	“AFROSIYOB-PALAS” меҳмонхона мажмуаси	270	500
2.	“ALIJON” Меҳмонхонаси	18	49
3.	“ANTIQA-PLYUS” МЧЖ меҳмонхона (“Антика”)	5	11
4.	“AURORA TRAVEL” МЧЖ – қабул, жўнатиш, City hotel	17	35
5.	“AL-BUXORIY” меҳмонхонаси	7	14
6.	“BAROKAT” Хусусий кичик корхонаси қабул, меҳмонхона	5	13
7.	«BONU-SH» хусусий фирма меҳмонхона	5	10
8.	“Business Centre Samarkand” ОАЖҚК қабул, меҳмонхона (“Hotel Central Samarkand”)	105	210
9.	ESPRIT DU TEMPS Хусусий корхона Зарина меҳмонхонаси	26	50
10.	“GIZA TOUR” МЧЖ – қабул, меҳмонхона (“Giza”)	4	8
11.	“HOTELORIENTSTAR” Меҳмонхонаси	35	70
12.	“JAMSHED” Ишлаб чиқариш тижорат фирмаси - қабул, меҳмонхона («LUX»)	11	22
13.	«JONI TUR BAXT SERVIS» МЧЖ – қабул, меҳмонхона («Joni»)	12	24
14.	“K” “KAMILLA-ORZU” LTD МЧЖ – қабул, меҳмонхона «Камила»	27	50
15.	“LEJANDDO’ SAMARKANDM-7” Хусусий сайёҳлик фирмаси - қабул, меҳмонхона («LEGENDE»)	17	34
16.	“LYUDMILA” Хўжалик ҳисобидagi тижорат ишлаб чиқариш фирмаси - қабул, меҳмонхона «Регистон»	34	78
17.	«Нефтебаза Мароканд» AKZNEFTMAXSULOT	14	28
18.	“MAUZO” Туристик фирмаси - қабул, меҳмонхона («Малика 1»)	26	52
19.	“MUHANDIS – 1” Хусусий фирма - қабул, меҳмонхона («Эмир»)	8	20
20.	“NAJIBA” Хусусий корхонаси – қабул, меҳмонхона	5	11
21.	“NUSRATILLO” МЧЖ – қабул, меҳмонхона	10	22
22.	“OQSAROY” Кўп тармоқли хусусий фирмаси - қабул, меҳмонхона «Дилшода»	12	27
23.	Sam firdavs “SHABISTAN” меҳмонхонаси	19	36
24.	«O’zOlmonHotels» O’zbekiston-Germaniya qo’shma korxonasi МЧЖ қабул, меҳмонхона («Президент»)	165	276
25.	“OTEL OKSUS” МЧЖ қабул, меҳмонхона	4	8
26.	«PLANETA-SAMARQAND» МЧЖ – қабул, меҳмонхона («Гранд Самарқанд»)	30	46
27.	“PANORAMAGRAND” Меҳмонхонаси	50	102
28.	“SAM-INTUR” МЧЖ – қабул, меҳмонхона («Шердор»)	20	40
29.	“SAM – INTUR” МЧЖ – қабул, меҳмонхона («Шердор Хилз»)	16	30
30.	“SAYONAT” Хусусий фирмаси қабул, меҳмонхона («Премьер Хауз»)	10	21
31.	“SAYONAT” Хусусий фирмасига қабул, меҳмонхона «Константин»	20	40

32.	SAMARKAND PLAZA меҳмонхона хусусий корхона	18	35
33.	«SEVARA-TUR» МЧЖ – қабул, меҳмонхона («Севара»)	10	20
34.	“SHARQ” Хусусий савдо ишлаб чиқариш фирмаси қабул, меҳмонхона	18	38
35.	«SHAXFEREZADAHTL» МЧЖ – қабул, меҳмонхона	16	32
36.	“SHAXNAME TRAVEL” Хусусий туристик фирмаси қабул, меҳмонхона («Шахнаме»)	6	12
37.	“SHOXINA STD” Хусусий фирмаси қабул, меҳмонхона («Шохина»)	9	15
38.	«SITORA OMAD» хусусий корхонаси қабул, меҳмонхона	4	9
39.	“SUXROBXON” Хусусий ишлаб чиқариш тижорат фирмаси – қабул, жўнатиш, меҳмонхона	7	14
40.	“FAMIR-TRAVEL” МЧЖ – қабул, меҳмонхона (“AMIR”) Меҳмонхонаси	6	12
41.	“FURKAT – SAMARKAND” Хусусий фирмаси – қабул, меҳмонхона	24	48
42.	“TEMUR THE GREAT” Хусусий корхонаси – қабул, меҳмонхона	4	8
43.	“TUMARIS” меҳмонхонаси	13	21
44.	ZAMIN TRAVEL МЧЖ	6	12
45.	ZARAFSHON –PariSA LTD МЧЖ меҳмонхона сайёҳлик мажмуи Швецария хорижий корхонаси	46	94
46.	“SPUTNIK TRAVEL COMPANY” МЧЖ – қабул, жўнатиш (г-ца «Шахло»)	12	27
47.	Fidan servis “YULDUZ” меҳмонхонаси	7	12

«Узбектуризм» миллий компанияси маълумотлари

**Пардаев Мамаюнус Қаршибаевич,  
Холиқулов Анвар Неъматович,  
Рахимов Ҳасан Абдусаидович**

**Меҳмонхона хўжаликлариди самарадорликни  
ошириш муаммолари**

Монография

*“Иқтисодиёт” - 2013.*

*Муҳаррир  
Мирҳидоятова Д.М.  
Мусаҳҳиҳ  
Расулова С.С.*

Лицензия А1 № 240 04.07.2013 й. Теришга берилди 10.08.2013 й. Босишга рухсат  
этилди 17.08.2013. Қоғоз бичими 60x80 1/16. Times гарнитураси. Офсет муҳри.  
Офсет қоғози. Шартли босма табағи 13,3. Ҳисоб нашр варағи 13,0.  
Адади 300 нусха. \_\_\_ – сонли буюртма. Баҳоси келишилган нарҳда

«RELIABLE PRINT» босмаҳонасида босилди.  
100039. Тошкент. Фурқат кўчаси, 2-уй.

75.81 Мехмонхона хўжаликларига самарадорликни  
опириш муаммолари. Монография /М.Қ. Пардаев,  
А.Н. Холиқулов, Ҳ.А. Рахимов.-Т.: Иқтисодиёт,  
2013. -212 б.

1. Пардаев М.Қ.,
2. Холиқулов А.Н.,
3. Рахимов Ҳ.А.

ISBN 978-9943-4021-4-0

УЎК 338.48.46(075.8)  
КБК 75.81