

O`ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV VA O`RTA MAXSUS TA`LIM VAZIRLIGI



URGANCH DAVLAT UNIVERSITETI
TURIZM VA IQTISODIYOT FAKULTETI

Sabirova Surayyo Soburjon qizining

5610300 – “Turizm (faoliyat yo`nalishlari bo`yicha)”
ta`lim yo`nalishi bo`yicha bakalavr darajasini olish uchun

BITIRUV MALAKAVIY ISHI

O`ZBEKISTONDA MEHMONXONA XO`JALIGINI RIVOJLANTIRISHNING ASOSIY
BOSQICHLARI

Ilmiy rahbar: k.o`q. Aliyeva G.I.

Urganch 2017 yil

O`ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY VA O`RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI

URGANCH DAVLAT UNIVERSITETI

TURIZM VA IQTISODIYOT FAKULTETI

“TURIZM” kafedrası

**O`ZBEKISTONDA MEHMONXONA XO`JALIGINI RIVOJLANTIRISHNING ASOSIY
BOSQICHLARI**

Bajaruvchi: Sabirova Surayyo Soburjon qizi

Rahbar: k.o`q. Aliyeva G.I.

Urganch shahri

2017-yil

O‘ZBEKISTONDA MEHMONXONA XO‘JALIGINI RIVOJLANTIRISHNING ASOSIY BOSQICHLARI

MUNDARIJA:

KIRISH

I-BOB. TURIZM INDUSTRIYASIDA MEHMONXONA XO‘JALIGINI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY-USLUBIY ASOSLARI

- 1.1. Mehmonxonalarning turizm sohasida tutgan o‘rni
- 1.2. Mehmonxonalarning turlari va ularning muhim turlari
- 1.3. Mehmonxona xo‘jaligi va uning rivojlanishiga ta’sir qiluvchi omillar

II-BOB. O‘ZBEKISTONDA MEHMONXONA XO‘JALIGINI RIVOJLANTIRISHNING BOSQICHLARI VA YO‘NALISHLARI

- 2.1. Mehmonxonalarning rivojlanish tarixi va bosqichlari
- 2.2. O‘zbekistonda mehmonxona xo‘jaligining rivojlanish holati tahlili
- 2.3. O‘zbekistonda mehmonxona xo‘jaligini rivojlantirishning asosiy yo‘nalishlari va bosqichlarining mavjud imkoniyatlari

XULOSA VA TAKLIFLAR

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

KIRISH

Mavzuning dolzarbligi. Bilamizki, turizm sohasida uning jadal rivojlanishi va bir maromda taraqqiy qilishida turistik faoliyatning amalga oshirilishi mehmonxona xo‘jaligi faoliyati bilan bog‘liq. Shuning uchun ham, bugungi kunda jahon turizmi sohasi hisobiga jahon yalpi mahsulotining 6 foizi, investitsiyalarning 7 foizi, har 16 ish o‘rnining bittasi to‘g‘ri keladi. Respublikamizda ham ushbu jihatlarni mustaqillikning dastlabki kunlaridan boshlab rivojlantirishga e‘tibor qaratilib, bu bugungi kunda turizmning asosiy davlat siyosati darajasiga ko‘tarildi.

Chunki, turizm sohasida iqtisodiy aloqalarning faollashuvi jarayonlari aholining ko‘chuvchanligi va harakatchanligini kuchaytirdi. Bu vaziyat esa o‘z navbatida mehmonxonalar, umumiy ovqatlanish joylari, qurilish va dam olish maskanlarining yaralishiga sabab bo‘ldi. Shuningdek, turizm infrastrukturasi yaratish, ya‘ni turizmning doimiy transport harakatiga o‘tishi aholining turli qatlamlarida bandlikni ta‘minlaydi va iqtisodiyotda yangi tarmoqlarni shakllantiradi.

Bu haqda Prezidentimiz Sh.M.Mirziyoev quyidagicha ta‘kidlaydi: “Biz hozir faqat turizmni rivojlantirish bilan shug‘ullanadigan tuzilmaga doir masalalarni tasdiqladik. Bu choralar turizmning O‘zbekiston iqtisodiyoti rivojiga qo‘shadigan hissasini oshirish, tarixiy va madaniy qadriyatlarimizni targ‘ib qilish, shuningdek, valyuta zaxiralarini to‘ldirish bo‘yicha aniq chora-tadbirlar bilan kuchaytirilishi zarur.”¹

Darhaqiqat, respublikamizda turizm sohasining rivojlanishi o‘z navbatida mehmonxonalarning keng taraqqiy qilishiga muhim zamin yaratadi. Bu borada. Shu bilan birga, turizmning rivojlanishi uchun barcha zarur tashkiliy-huquqiy mexanizm vujudga keltirildi va muhim me‘yoriy-huquqiy hujjatlar qabul qilindi. Natijada, sohaning taraqqiyotida mehmonxona xo‘jaligini tashkil etish va yanada takomillashtirish masalasi ko‘rib chiqildi.

¹ O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoevning mamlakatimizni 2016 yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning asosiy yakunlari va 2017 yilga mo‘ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo‘nalishlariga bag‘ishlangan Vazirlar Mahkamasining kengaytirilgan majlisidagi ma‘ruzasi. // Xalq so‘zi. 2017 yil 16 yanvar.

Buning uchun O'zbekistonda mehmonxona xo'jaligini rivojlantirishda uni asosiy bosqichlarga ajratish va ularning har biri uchun muhim jihatlarini izlab topish kerak bo'ladi. Chunki, ana shular orqaligina mehmonxona xo'jaligidagi mavjud muammolar va ularni hal qilish echimini aniqlash mumkin. Tanlangan mavzuning dolzarbligi ham ana shu vazifalarni o'rganishni taqozo etadi.

Mavzuning o'rganilganlik darajasi. Xorijiy mamlakatlarda mehmonxona xo'jaligi, uni rivojlantirish va asosiy bosqichlari masalalari bilan A.Xosking, F.Kotler, A.Romanov, I.Ansoff, E.M.Agabeyan, A.A.Arupov, A.P.Kireev, V.G.Fedsov, V.S.Bogolyubov, V.P.Orlovskaya, L.P. Shmatko, YU.F.Volkov, A.E.Saak va M.V.Yakimenko kabi olimlar shug'ullanishgan.

O'zbekistonda mehmonxona xo'jaligini rivojlantirish va uning asosiy bosqichlarini o'rganish borasida M.Q.Pardayev, R.Atabayev, G'.H.Qudratov, E.S.Fayziyev, D.X.Aslanova, N.Ibodullaev, R.Amriddinova, I.S.To'xliyev, I.Ochilov va A.Xoliqulov kabilar tadqiqot ishlarini olib borganlar.

Bitiruv malakaviy ishi ob'ekti va predmeti. Bitiruv malakaviy ishi ob'ekti qilib O'zbekiston mehmonxonalari, predmeti qilib esa, O'zbekistonda mehmonxona xo'jaligini rivojlantirish bosqichlari bilan bog'liq ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar olindi.

Bitiruv malakaviy ishi maqsadi O'zbekistonda mehmonxona xo'jaligini rivojlantirishning asosiy bosqichlarini o'rganish yuzasidan ilmiy taklif va amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat. Ushbu maqsaddan kelib chiqib, **bitiruv malakaviy ishining vazifalari** quyidagilardan iborat:

- mehmonxonalarning turizm sohasida tutgan o'rnini ochib berish;
- mehmonxonalarning turlari va ularning muhim turlari haqida ma'lumot berish;
- mehmonxona xo'jaligining rivojlanishiga ta'sir qiluvchi omillarni o'rganish va guruhlash;
- mehmonxonalarning rivojlanish tarixiga nazar tashlash va bosqichlarini ko'rsatib berish;

- O‘zbekistonda mehmonxona xo‘jaligining rivojlanish holatini tahlil qilish va amalga oshirish;

- O‘zbekistonda mehmonxona xo‘jaligini rivojlantirishning asosiy yo‘nalishlari va bosqichlarining mavjud imkoniyatlarini ochib berish.

Bitiruv malakaviy ishining ilmiy-amaliy ahamiyati. Ushbu bitiruv malakaviy ishining ahamiyati shundaki, unda keltirilgan materiallardan mehmonxona xo‘jaligini rivojlantirish bosqichlari bilan bog‘liq masalalarni hal etishda va ularning faoliyatini yanada rivojlantirishda, shuningdek, oliy va o‘rta maxsus o‘quv yurtlarida, “Turizm va mehmonxona xo‘jaligi menejmenti”, “Mehmonxona xo‘jaligi menejmenti”, “Mehmonxona xo‘jaligi iqtisodiyoti” va “Mehmonxona xo‘jaligini tashkil etish” kabi fanlarni o‘qitishda keng foydalanish mumkin.

Bitiruv malakaviy ishining nazariy-uslubiy asosi bo‘lib, O‘zbekiston Respublikasi Qonunlari, Prezident farmonlari va asarlari, Vazirlar Mahkamasi Qarorlari, iqtisodiy adabiyotlar, internet saytlari va statistik ma’lumotlar, shuningdek mehmonxona xo‘jaligini rivojlantirish bosqichlari sohasiga bag‘ishlangan manbalar xizmat qiladi.

Bitiruv malakaviy ishi tarkibi. Ushbu ish kirish, 2 ta bobdan iborat 6 ta paragraf, xulosa va takliflar, foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati va ilovalar qismlaridan iborat.

Ishning I-bobi “Turizm industriyasida mehmonxona xo‘jaligini rivojlantirishning nazariy-uslubiy asoslari” deb nomlanib, unda mehmonxonalarning turizm sohasida tutgan o‘rni, mehmonxonalarning turlari va ularning muhim turlari hamda mehmonxona xo‘jaligi va uning rivojlanishiga ta’sir qiluvchi omillar yoritib berilgan.

Ishning “O‘zbekistonda mehmonxona xo‘jaligini rivojlantirishning bosqichlari va yo‘nalishlari” deb nomlanib, unda mehmonxonalarning rivojlanish tarixi va bosqichlari, O‘zbekistonda mehmonxona xo‘jaligining rivojlanish holati tahlili hamda O‘zbekistonda mehmonxona xo‘jaligini rivojlantirishning asosiy yo‘nalishlari va bosqichlarining mavjud imkoniyatlari ko‘rsatib berilgan.

I-BOB. TURIZM INDUSTRIYASIDA MEHMONXONA XO‘JALIGINI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY-USLUBIY ASOSLARI

1.1. Mehmonxonalarining turizm sohasida tutgan o‘rni

Turizm sohasida mehmonxona industriyasi iqtisodiy faoliyatning bir turi bo‘lib, muayyan haq evaziga mehmonxona, motel, kemping, pansionat va boshqa joylashtirish vositalarida qisqa muddatli joylashtirish amalga oshiriladi. Chunki, mehmondo‘stlik insoniyatning fundamental tushunchalari qatoriga kiradi.

Avvalo, mehmondo‘stlik sanoati - mehmonlarga nisbatan do‘stona munosabat bilan ajralib turadigan mehmondo‘stlik tamoyillariga asoslangan xizmat ko‘rsatish shakllaridan iborat tadbirkorlik shakli sohasidir. Demak, mehmondo‘stlik sanoati mehmonlarni qabul qilish va ularga xizmat ko‘rsatish bilan bog‘lik bo‘lgan xizmatlar bozorida ihtisoslashuvchi turli shakldagi tadbirkorlik hisoblanadi.

Shu bilan birga, mehmondo‘stlik - mehmonda korxonalar (mehmonxona, turfirmalar, restoran va kafe) haqidagi shaharda eng yaxshi degan tushuncha hosil qiluvchi faoliyatdir.

Mehmonxona korxonalarining xizmat ko‘rsatish sifatini boshqarishda mehmondo‘stlik alohida o‘rinni egallaydi. Bu atama xizmatlarni mehmonga alohida e‘tibor qaratgan holda, uning istaklarni his qilib bajarishni anglatadi. U haqida kayg‘urishni sezmayan mehmon mehmonxonaga kirgach, mehmon emas balki iste‘molchi, doimiy xaridor emas, so‘rovchi, inson emas narsaga aylanadi. Mehmondo‘stlik ko‘p hollarda unutilib, yo‘qolgan madaniyatga aylanadi. Buni xodimlar hulki yoki mijozlar istagiga e‘tibor qilmaslik yoki mehmonxona rahbarlarining foydani ko‘paytirishga qaratilgan harakati bilan tushuntirishadi.

Mehmondo‘stlik sanoatida faoliyat ko‘rsatayotgan tashkilotlarning ishi shunday bunyod etiladiki, ularda xizmat ko‘rsatayotgan xodimlar mehmonlarga muloyim munosabatda bo‘ladi. Mazkur muassasalar asosiy xizmat turlari, shuningdek yaxshi taom, ichimlik, turar joy xizmatlarini yakka holda yoki birgalikda taklif etadi. Biroq, mehmondo‘stlik sanoati faqat mehmonxona va resoranolardan iborat bo‘lmaydi.

Mehmondoʻstlik sanoati oʻz ichiga parklar, aviakompaniyalar, oʻyin markazlari, kruiz uchun kemalar, savdo yarmarkalari, yigʻilish va majlislarni tashkillashtiruvchi tashkilotlar kabi infratuzilmalarni oʻz ichiga oladi. Chunki, mehmondoʻstlik sanoatida berilgan tamoyil va amaliyotlar bir-biriga uygʻun tarzda keng yoritiladi. Mehmondoʻstlik sanoatda ishlayotgan har bir tashkilotning kadrlari oʻz mehmonlariga ular xohlagan darajada va istalgan vaqtda xizmat koʻrsatishni taʼminlay olishi katta sinov hisoblanadi.

Oʻzbek tilining izohli lugʻatiga muvofiq mehmondoʻstlik “mehmondoʻstga xos xislat, xatti-harakat, mehmon kutishni oʻrniga qoʻyish” demakdir.² Hozirgi kunda mehmondoʻstlik bilan qilingan tashriflar ham kimningdir xonadonlarida emas, balki mehmonxonlarda tunash va dam olish bilan bogʻliq ravishda amalga oshirilmoqda.

Mamlakatimiz olimlari mehmondoʻstlik oʻrniga “mehmonnavozlik” iborasini ham ishlatmoqda.³ Bundan koʻrinib turibdiki, mehmondoʻstlik tushunchasining tabiatini ochib berish turizmning nazariy masalalarini qarashda muhim ahamiyat kasb etadi. Buning uchun, har bir tushunchaning taʼrifini ishlab chiqishni taqozo qiladi.

Mehmondoʻstlik hozirgi paytda turizmda koʻrsatiladigan xizmatlarning turi boʻlib, maʼlum darajada tadbirkorlik alomatlariga ham ega. Mehmondoʻstlik deganda mehmonlarni joylashtirish, ovqatlantirish, transportda tashish, ekskursiya qildirish, konferensiya oʻtkazish, koʻngilochar kabi xizmatlarni amalga oshirish bilan bogʻliq munosabatlar majmui tushuniladi.

Mehmondoʻstlik turizmning bir qismi sifatida mazkur sohaning rivojlanishi uchun katta ahamiyatga ega. Shu tufayli mehmondoʻstlik industriyasini tashkil qilish ham sohaning barqaror rivojlanishini taʼminlaydi. Mehmondoʻstlik industriyasi deganda mehmondoʻstlikni amalga oshirish bilan bogʻliq xizmatlar bozorini shakllantirish va rivojlantirishga qaratilgan tadbirkorlik faoliyati tushuniladi.

² Oʻzbek tilining izohli lugʻati. J. 2 E-M – 586 b.

³ Mamatkulov X.M. Turizm va servisga oid izohli lugʻat. - Samarqand: SamISI, 2010. – 151 b.

Mehmondo'stlik industriyasi negizini "mehmonxona", deb nomlangan va maqomiga ega bo'lgan xo'jalik yurituvchi sub'ekt tashkil qiladi. Umumiy holda mehmonxona deganda tashrif buyuruvchilar uchun mebellar bilan jihozlangan, yashash uchun tayyor holga keltirilgan xonalardan iborat bino tushuniladi. Zamonaviy sharoitda mehmonxona fuqarolarga, shuningdek, alohida turistlar yoki maxsus guruhlariga mehmonxona xizmatlarini ko'rsatuvchi korxonalar hisoblanadi.

Ammo, bu tushuncha bo'yicha ham turli qarashlar mavjud. Mehmonxona deganda mehmonlarning vaqtincha yashashi, ya'ni dam olishi va ishlashi uchun zarur bo'lgan sharoitlar yaratilgan va talab qilinadigan qo'shimcha xizmatlarni ko'rsatishga mo'ljallangan maxsus xo'jalik tushuniladi.

Zamonaviy mehmonxonalarining bosh maqsadi bo'lib turistlarga xizmat ko'rsatish hisoblanadi. Mehmondo'stlik industriyasida mehmonxonalarini o'z ichiga birlashtiradigan joylashtirish vositalari kishilarning vaqtinchalik yashashi uchun mo'ljallangan ixtiyoriy ob'ektlar hisoblanadi. Bunda mehmonxona turist va fuqarolarni vaqtinchalik joylashtirish hamda ularga xizmat ko'rsatishga mo'ljallangan korxonalar bo'lib, unda kamida 10 ta xona bo'lishi kerak. SHu bilan birga, mehmonxonalar quyidagi mavjud xususiyatlari bilan ajralib turadi:

- belgilangan miqdordan kam bo'lmagan xonalardan iborat yagona boshqaruvga ega bo'lishi;
- turli xildagi mehmonxona xizmatlarini taqdim etishi;
- ko'rsatayotgan xizmatlar, ixtiyoriy jihozlanish va davlat standartlariga qarab kategoriya va sinflarga ajratilishi;

Ayniqsa, mehmonxona korxonalari o'zining hajmi, joylar va xonalar soniga ko'ra, quyidagi xususiyatlarga ega bo'ladi:

- nomer bir yoki bir necha o'rindan tashkil topib, jihozlangan xona bo'lishi;
- bir kishi foydalanishi uchun mo'ljallangan yotoqli o'rin, ya'ni joy bo'lishi.

Shuningdek, turizm sohasidagi korxonalar birlamchi va ikilamchi xizmat ko'rsatuvchi korxonaga bo'linadi.⁴ Birinchi tur quyidagi sub'ektlardan iborat bo'ladi:

- turoperatorlar va turistik vositachilar;
- maxsus xizmat transport korxonalari;
- mehmonxona tashkilotlari.

Ikkinchi turga esa quyidagi korxonalar kiradi:

- ovqatlanish korxonalari;
- umumiy foydalanish transport vositalari.

Mehmonxona deb, xizmat ko'rsatish va vaqtincha yashash uchun mo'ljallangan korxonaga tushuniladi. Uning tarkibiga kompleks binolar, yaxlit bino yoki binoning bir qismi, jihozlar va boshqa mulklar kiradi. Mehmonxonalar quyidagi sifat belgilari bilan tavsiflanadilar:

- nomerlardan tuzilib, ularning soni minimaldan yuqori bo'lib, bir butun boshqaruvga ega bo'ladi;
- turli xildagi mehmonxona xizmatini ko'rsatish;
- mamlakat standarti bo'yicha kategoriyalarga va sinflarga guruhlanishi va undagi ko'rsatiladigan xizmatlar va tarkibi qo'llaniladigan jihozlari bilan javob berishi. Mehmonxona korxonalari o'zining sig'imi, yashash o'rinlar soni va nomerlar soni bilan bir-biridan farq qiladi.

Nomer bu – mehmonxona kategoriyasiga o'zining jihozlanganlik talabiga to'g'ri keladigan bir yoki bir nechta joydan tarkib topgan xona tushuniladi. Faqat bir odam foydalanishga mo'ljallangan krovatli maydoncha – koyka joy deb yuritiladi.

Mehmonxonalar moddiy-texnik bazasini mehmonxona xo'jaligi bildiradi. Mehmonxona moddiy-texnik bazasi mehmonlar va turistlarga kompleks to'liq xizmat ko'rsatishni ta'minlashi zarur. Mehmonxona xo'jaligi o'z ichiga administrativ korpuslarni, yotoq korpusini, ovqatlanish korxonasi binosi, dam

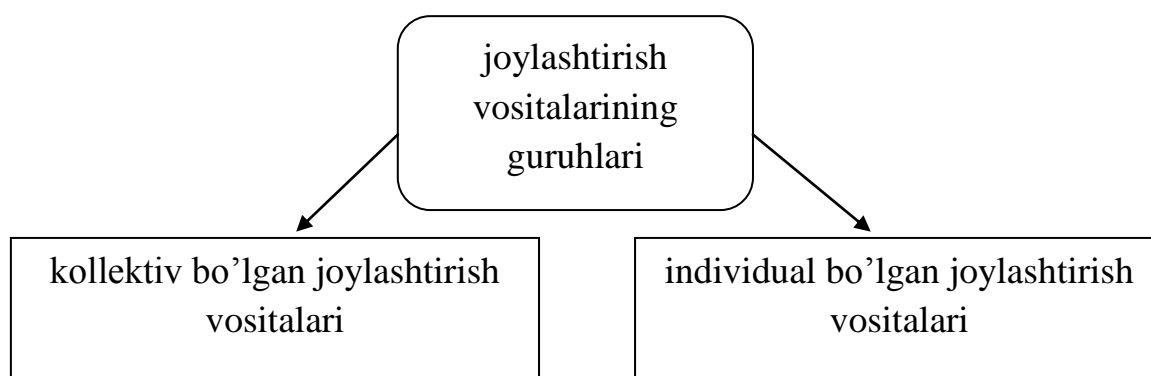
⁴ Буторова Н. В. Менеджмент и маркетинг иностранного туризма. – М.: Советский спорт. 1999. - 43 б.

olish markazi va madaniy xizmat ko'rsatish binosi, sport-sog'liqni yaxshilash qurilmasi, xo'jalik binolari, muxandislik qurilmalari, maishiy va tibbiy xizmat punktlarini o'z ichiga oladi.

Hozirgi vaqtda ko'pgina turizm rivojlangan davlatlarda turistik komplekslar mavjud. Turistik komplekslar deb, turistlarga xizmat ko'rsatishga mo'ljallangan, tarkibida kechki qo'noqi, ovqatlanish va turli xizmati bor, bir-biriga bog'langan kompleks qurilmalar tushuniladi. Uning xo'jalik-tashkiliy tuzilmasi o'z hududi bilan birlashgan turistik korxonalar guruhini tashkil etadi. Uning tarkibiga mehmonxonalar, restoranlar, turbazalar, kempinglar va boshqalar bo'lishi mumkin.

Turistik komplekslarda yana kanatli yo'llar, chang'ili trassalar, turli ommaviy turistik ob'ektlar va boshqalar ham bo'lishi mumkin.

Butun dunyo turistik tashkiloti ekspertlari tomonidan ishlab chiqilgan joylashish vositalari standart klassifikatori bo'yicha, barcha joylashish vositalari jamoaviy (kollektiv) va individual qismlarga bo'linadi. (1.1.1-rasm):



1.1.1-rasm. Turizmدا joylashtirish vositalarining turlari⁵

Bunda mehmonxona tipidagi joylashtirish vositalariga quyidagilar kiradi:

- mehmonxona va motellar;
- joylashtirish imkoniyatiga ega bo'lgan klublar;
- pansionatlar, mebelli xonalar va yotoqxonalar.

⁵ Manba: Aliyeva M.T. Mehmonxona xo'jaligi menejmenti. Ma'ruza matnlari. – T., 2011.

Jamoaviy joylashish vositasi bo'lgan mehmonxona turlariga mehmonxonalar, motellar, yashash mumkin bo'lgan klublar, pansionatlar, mebellashtirilgan xonalar va yotoqxonalar kiradi.

Maxsuslashtirilgan joylashish vositalariga sanatoriyalar, profilaktoriyalar, dam olish uylari, turistik qo'noqlar va to'xtash joyi, turistik sport bazalari, dam olish bazalari, ovchilar uylari, kongress markazlari, kempinglar, botellar, flotellar va rotellar kiradi.

Individual joylashish vositasiga ijaraga beriladigan kvartiralar, kvartiralardagi xonalar, uylar, kottedjlar va boshqalar kiradi.

“Lyuks” oteli – yuqori darajali mebellar bilan, yaxshi jihozlangan jamoaviy xonalar va nomerlar soniga nisbatan hizmatchilar sonining ko'pligi bilan tavsiflanadi. “Lyuks” otellarida nomerlar soni ham ularning darajasini belgilaydi. Ularning atalishida ham, ichki jihozlanishi, tuzilishi va xizmat ko'rsatish turlarining bo'lishligidan kelib chiqadi.

O'rtacha darajada otel bo'lsa, ular keng tabaqali iste'molchilarga mo'ljallangan bo'lib, yashashning o'rtacha narxi belgilangan bo'ladi. Huddi shuningdek, iqtisodchilar sinfi uchun otel, ya'ni nomerlar soni kamroq bo'lib, ishbilarmonlarning samarali ishlashlari, yaxshi hordiq chiqarishlariga alohida e'tibor beriladi. Turistlarning avtotransportda sayyohatlari uchun maxsus motellar mavjud. Ular avtotransport oldida bo'lishi, narxi baland bo'lmaganligi va ovqat xizmati ko'rsatish yo'qligi bilan ajralib turadi.

Oromgohlar mehmonxonasi ham dam olish joylarida tashkil etiladi, ularda xizmatning barcha turlarining mavjudligiga, ayniqsa, bolalar sport o'yinlari maydonchalari, mashq qilish jihozlarning bo'lishligiga katta e'tibor beriladi. Ularda narxlar bir muncha yuqoriroq bo'lishi mumkin.

Taymsherlar deganda 50 dan 250 gacha nomerli alohida yoki birgalikdagi kvartira turi va sharoitidagi nomerlar ko'zda tutilgan. Bunday kvartiralarni uzoq muddatga sotib olish mumkin. Ularning narxi mavsum bo'yicha o'zgarib turadi.

Ish yuzasidan kelgan mehmonlarning mehmonxonalariga quyidagi talablar qo'yiladi:

- joylashish shaharning markazida, administrativ, jamoaviy va boshqa markazlarga yaqin bo‘lishi;

- asosan nomerlar fondi bir kishilik bo‘lishi;

- nomerda albatta, yozuv stoli, ishchi kreslosi, stol yoritgichi, yozuv va orgtexnika vositalaridan tarkib topgan ishchi zona bo‘lishi;

- maksimal darajada tashqi muhitdan, ayniqsa, shovqindan izolatsiyalangan bo‘lishi;

- mehmonxonada yig‘ilish, seminar, uchrashuvlar, muzokaralar va boshqalar joylar va xonalar bo‘lishi;

- biznes-markazi bo‘lishi;

- moliya ta‘minoti xizmati bo‘lishi.

Bundan farqli, dam olishga mo‘ljallangan mehmonxonalarda quyidagilar bo‘lishi lozim:

- shahardan uzoqroqda, tabiat qo‘ynida, o‘zining o‘simlik dunyosining ko‘m-ko‘kligi bilan ajralib turadigan joyda bo‘lishi;

- dam olish, sport bilan shug‘ullanish va ko‘klamzorlashtirilgan maydonlarning bo‘lishi;

- asosan ikki kishilik nomerlar;

- bolalarning o‘ynashi, ko‘ngil ochish maydonchalari.

Albatta, mehmonxonalarning mo‘ljallanganidan kelib chiqqan holda turli xildagi xonalar, joylar va xizmatlar tashkil etiladi. Agar dam olish mehmonxonalari bo‘lishi uchun tibbiy davolash, sog‘lomlashtirish xonalari, ovqatlanishdagi parhez taomlarning bo‘lishligi lozim bo‘lsa, statsionar mehmonxonalar oilaviy dam olishga mo‘ljallanadiki, unda albatta, bolalar o‘yini, ularga qarab turish uchun xona bo‘lishi lozim.

Huddi shuningdek, turistik-ekskursion mehmonxonada ekskursovod, guruhni olib yuruvchi, sport instruktorlari, turkabinet, sport inventarini ijarasi, basseyn ularning tarkibida yoki yaqinida bo‘lishi kerak.

O'zining maxsusligi bo'yicha bo'lingan mehmonxonalar ham hozirgi vaqtda keng foydalanib kelinmoqda. Ularga kemping, rotel, botel, flotel, yurtalari va boshqalar kiradi. Ular quyidagi jihatlari bilan ajralib turadi.

- kemping - avtoturistlar lageri bo'lib, shahardan tashqarida, yozgi uylar yoki palatkalar bilan ta'minlangan bo'ladi.

- rotel - ko'chma mehmonxona hisoblanib, bir yoki ikki joyli vagonlar bo'lib, kechki dam olishga mo'ljallangan bo'ladi.

- botel - suvda, lekin suzib ko'chmaydigan va ko'p holda statsionar holga keltirilgan kemalarda tashkil topiladi.

- flotel – esa suzib yuruvchi mehmonxona, maxsus komfortabelli kayuta-nomerlari, aktiv dam olish xizmati, muzokara olib borish, konferensiya, kongress zallari, aloqa vositalari, turli barlar va restoranlardan tarkib topadi.

Shu bilan birga, ikkinchi guruhdagi maxsus joylashtirish vositalariga quyidagilar kiradi:

- sanatoriyalar;
- profilaktoriyalar;
- dam olish uylari;
- turist uylari;
- turistik, sport va dam olish bazalari;
- ovchilik uylari;
- kongress-markazlar;
- kempinglar;
- botellar;
- flotellar;
- rotellar.

Darhaqiqat, mehmonxonalarni turkumlashda turli mamlakatlarda har xil tizimlar qo‘llaniladi. Hozirgi kunga kelib, 30 tadan oshiq tizim shakllangan va eng ko‘p tarqalgan quyidagi turkumlar mavjud:⁶

- yulduzlar yordamida turkumlash tizimi (Fransiyada, Avstraliya, Vengriya, Misr, Rossiya, Xitoy kabi mamlakatlarda qo‘llaniladi);
- harflar yordamida turkumlash (Gretsiyada qo‘llaniladi);
- “Toj”lar yordamida turkumlash (Buyuk Britaniyada foydalaniladi);
- darajalar yordamida turkumlash va boshqalar.

Yulduzlar tizimi Fransiya, Avstriya, Vengriya, Saudiya Arabistoni, Rossiya va O‘zbekiston davlatlarda keng qo‘llaniladi.

Buyuk Britaniya turagentlik assotsiatsiyasining tasnifi bo‘yicha yulduzli mehmonxonalar quyidagi tasniflarga farqlanadi (1.1.1-jadval):

1.1.1-jadval

Buyuk Britaniya turagentlik assotsiatsiyasining tasnifi bo‘yicha yulduzli mehmonxonalarning tasniflanishi⁷

bir yulduzli	byudjet shahar markazida joylashgan va minimum qulayliklarga ega bo‘lgan mehmonxonalar
ikki yulduzli	bir yulduzligiga qo‘shimcha bar va restorani bo‘lgan turistik klassli mehmonxonalar
uch yulduzli	o‘rtacha darajadagi, ammo xizmat ko‘rsatish darajasi yuqori bo‘lgan mehmonxonalar
to‘rt yulduzli	birinchi klassli, juda yuqori sifatli yashash va a‘lo darajadagi xizmat ko‘rsatishni tashkil etilgan mehmonxonalar
besh yulduzli	yuqori kategoriyali, xizmat ko‘rsatish va yashash o‘ta yuqori ekstra klassdagi mehmonxonalar

⁶ Xoliqulov A.N. “Mehmonxonalarda servis sifati va samaradorligini oshirish imkoniyatlari (Samarqand mehmonxonalari misolida)” mavzusidagi nomzodlik dissertatsiyasi avtoreferati. – Samarqand, SamISI, 2011. – 10 b.

⁷ Manba: Mirzayev Q.J., Musayev B.Sh. Mehmonxona xo‘jaligi menejmenti. – Samarqand, 2010.

Harflar tizimi esa Gretsiyada qo‘llaniladi, ya’ni barcha mehmonxonalar A, V, S, D kabi juft kategoriyalarga bo‘linadi. A kategoriyasi 4 yulduzli, V uch yulduzli, S ikki yulduzli va D bir yulduzliga mos keladi.

Angliyada bunday turlanish murakkab bo‘lib, unda yulduzlardan boshqa “kron” yoki “kalitlar” ko‘rsatiladi. “Kronlar” yoki “kalitlar” bilan darajalanish tizimini taqqoslashda “kronlar” yoki “kalitlar” sonidan bittasini ayirish zarur.

Mehmonxonalarning kategoriya bilan bo‘linishi Italiyada ko‘proq ishlatiladi. Ular uch kategoriyaga bo‘linadi:

- birinchisi - to‘rt yulduzligi;
- ikkinchisi - uch yulduzli;
- uchinchisi - ikki yulduzli.

Italiyadagi mehmonxonalar, asosan kam nomerli bo‘ladi. Kategoriyali bo‘llanish Ispaniyada ham ishlatiladi. 5 kategoriyali 1 dan 5 yulduzli mehmonxonalarga mehmonxonalar tipidagi, bungalolar, apartament va boshqalar 1 dan 4 yulduzga bo‘linadi. To‘xtash hovlilar – 1 dan 3 yulduzliga, pansionatlar turli kategoriyaga bo‘linadi.

Ispaniyada davlatga qarashli mehmonxonalar ham ko‘p uchraydi. Ularga qadimgi qal’alar, qo‘rg‘onlar va saroylar kirib, ular “lyuks” otel tipida jihozlangan. Mehmonxonalar 5 kategoriyalar va motellar 4 kategoriya bilan klassifikatsiyalanadi.

1.2. Mehmonxonalarning turlari va ularning muhim turlari

Mehmonxonaning turlari juda ko‘p bo‘lib, o‘tgan o‘n yilliklar davomida sezilarli o‘zgarishlar ro‘y berdi. So‘nggi yillarda ko‘proq noan’anaviy va norasmiy mehmonxona turlariga talab ko‘paydi. Hamda mehmonxona sohasida ko‘p o‘zgarishlar bo‘lib o‘tdi. Xususan, joylashtirishning yangi turlari, asosan, shaharlardan tashqari joylar, kempinglar, uy-vagonlari va sayyohlik uylari juda mashhur bo‘lib ketmoqda.

Odatda, ko‘p sonli sayyohlar oddiy joylarga tashrif buyuradilar, chunki birinchi klass mehmonxonalar o‘zlarining ajoyib hizmat ko‘rsatishlari mavjuddir.

Bugungi kunda Shveysariya, Gollandiya, Avstriya va Niderlandiyaning milliy oshxonasi, qulaylik va tozalik uchun obro'ga sazovor.

Hozirgi paytda odamlarning dam olishi o'zgardi. Ba'zilari o'z dam olish vaqtlarini oilasi va dostlari bilan o'tkazayotgan paytda, qaysidir turist dunyo bo'ylab sayohat uyushtiradi. Shu sababli, butun dunyo bo'ylab turizm sanoati o'z navbatida misli ko'rilmagan darajada o'sdi, qaysiki o'z navbatida servis xizmatlari va mehmonxona faoliyatini rivojlanishiga olib keldi. Qulay mehmonxonalar va joylashtirish maskanlari turistik makonni mashhur bo'lishida muhim rol o'ynaydi.

Agar o'z uyidan uzoqda bo'lgan turist biron turistik makonda o'zini o'z uyidagidek his qilsa, unda u joyga yana qaytib keladi. Aksincha, agarda u erda etarlicha xizmat ko'rsatilmasa yoki turist u erdagi sharoitdan qoniqmasa, u erga qaytib bormaydi. Shu tufayli, mehmonxonalar turistlarga maksimal qulayliklar bilan ta'minlash va xizmat ko'rsatishga harakat qiladilar.

Turistning sinfiga qarab, har xil turdagi mehmonxonalar mavjud. Muhimi, turizm mutaxassisi mehmonxonaning har bir kategoriyasini bilishi va har doim mehmonga nima kerakligini aniq o'ylashi kerak. Shundan kelib chiqib, mehmonxonalar turli guruhlariga bo'linadi.

Mehmonxona rasmiy sektorida turli xil mehmonxona va boshqa turdagi bizga mavjud bo'lgan mehmonxonalar kiradi. Ular hisobotlar sifatida uyushgan sektoriga tegishli bo'ladi va ular haqidagi ma'lumotlar bilan osonlik bilan foydalanish mumkin. Ushbu sektor quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- **besh yulduzli hashamatli mehmonxonalar.** Ular g'arbiy uslubga asosan, metropoliten shaharlar va yirik sayyohlik markazlarida joylashgan. Bu mehmonxonalarda odatdada ko'p sonli xonalar mavjud bo'lib, ular 200 tadan 1000 tagacha bo'ladi. Ular xalqaro qabul tasnifi tizimlari va standartlari bo'yicha tafsiflanadi. Hamda o'z ichiga restoranlar, maxsus hajmdagi xona, lobbi, hammom, ish yuritish markazlari, basseynlar va boshqa hashamatli xizmatlarni o'z ichiga oladi.

Ushbu mehmonxonalar turli yulduz toifasida baholanadi. Xizmat va qulaylikka qarab besh yulduzlardan bir yulduz beriladi. Ushbu mehmonxonalar

bilan bir qatorda boshqa barcha imkoniyatlar va qulayliklar taqdim etiladi. Ushbu mehmonxonalar, odatda, yuqori sayyohlar va biznes rahbarlar uchun xizmat qiladi.

- **birinchi klass mehmonxonalar.** Ular besh yulduzli mehmonxonada keltirilgan xizmatlarni ham o'z ichiga olgan hashamatli mehmonxonaga sanaladi. Ushbu turdagi mehmonxonaga ham poytaxt shahar va yirik turistik maskanlarda joylashgan. Ular ikkila turistlar va biznes klassga xizmat ko'rsatadilar.

- **apartment mehmonxonalari.** Bunday mehmonxonalar uzoq muddatli hisoblanib bir oydan to bir necha yilgacha ijaraga olish mumkin va barcha mehmonxonaga xizmatlariga ega. Bular ko'pincha uyidan uzoqda bo'lganlar uzoq vaqt qolishi uchun qulaydir. Ko'pincha apartment mehmonxonalar oddiy mehmonxonalarga qaraganda arzon bo'ladi. Bu otellar katta shaharlarda joylashgan bo'lib Yevropa rejasiga ko'ra ish olib boradi va unga ko'ra mijozga ovqat berilmaydi.

- **suzadigan mehmonxonalar.** Bu mehmonxonaga dengiz, ko'l va daryo yuzasida joylashadi. Kashmirning va Keralaning uy kemasi turistlar tomonidan eng yaxshi suzadigan mehmonxonalar sifatida juda mashhur. Ba'zi mamlakatlarda eski hashamatli kemalar suzib yuruvchi mehmonxonaga aylantirildi va ko'p sonli sayyohlar talabini qondirildi. Bu suzadigan kemalarning xizmat va qulaylik bilan ta'minlangan.

- **tijorat mehmonxonalar.** Ushbu mehmonxonaga, savdo yoki ish uchun joy tashrif buyuradigan odamlarga to'g'ri keladi. Tijorat mehmonxonalar yirik shaharlar, muhim savdo va sanoat markazlarida joylashadi.

- **kurort mehmonxonalar.** Bunday mehmonxonalar tog'lar, sohillar va boshqa tabiiy go'zal joylarda joylashgan. Kurort mehmonxonalari dam oluvchilarni ehtiyojlarini qondiradi va turistlar qaysidir sog'ligining sabablariga ko'ra havo almashtirishga kelganlar.

- **meros mehmonxonalar.** Meros mehmonxonalar eski yodgorliklar yoki qasrlar bo'lib, un mehmonxonalarga aylantirilib, mehmonni shohona munosabatda qabul qilishadi. Hindistonda meros mehmonxonalari 1950 yilgacha qurildi. Bunda

fasad, me'moriy xususiyatlari va umumiy qurilish maydoni turmush tarziga muvofiq xos bo'lishi va atmosfera bilan bog'liq bo'lishi kerak.

Mehmonxona faoliyati uyushmagan sohada turistlarning talablari an'anaviy ko'rinishida bo'lmaydi. Tanlangan joyda mehmonxonaga joylashish imkoni bo'lmasligi mumkin yoki bu turistning byudjetidan tashqari bo'lishi mumkin. Otellar mehmonxona faoliyatining asosiy shakli bo'lishiga qaramasdan, butun dunyo bo'ylab boshqa turdagi mehmonxona faoliyatlari yuqori ko'rsatkichda o'sishi va rivojlanishi mehmonxonalarga ko'plab katta miqdorda turistlarni jalb qilmoqda. Bu mehmonxona sektori vaqti-vaqti bilan qo'shimcha yoki mehmonxonaning muqobil shakli deb qaraladi.

Ayniqsa, turar joylar va ular tomonidan ko'rsatilgan xizmatlar minimal va mehmonxonadek keng qamrovli emas. Qo'shimcha turar joylar o'zining standart qulayligi va xizmatlari bilan mehmonxonaga qaraganda xushbichimdir. An'anaviy mehmonxonani qo'shimcha turli turar joylar bilan solishtirganda, u erda muayyan afzalliklar bor va eng katta afzalligi uning baholi bo'lishidir.

Qo'shimcha mehmonxona faoliyatining asosiy shakllari quyidagilardan iborat bo'ladi:

- **motellar.** Bu birinchi navbatda haydovchilarning ehtiyojlari va tranzit mehmonxonaning talabini qondirish uchun mo'ljallangan edi. Ular asosan, muhim yo'l uzeli asosiy avtomobil yo'llari bo'ylab, qishloq shahar tashqarida va chorrahalarda joylashgan bo'ladi.

Motel tomonidan taqdim qilinadigan asosiy xizmatlar suzish kabi ko'ngilochar tadbirlar bilan bir qatorda avtomobil mashinalar va garajlar, arzon xonalar kabi qulayliklar, kam xodimlar yo'naltirilgan xizmatlar, shuningdek umumiy ovqatlanish va bar muassasalarini o'z ichiga oladi. Barcha motellarda yoqilg'i quyish shoxobchasi, ta'mirlash xizmati, foydalanish uchun garajlar, mashinani qo'yish uchun joy, restoranlar va mashinani tuzatish uchun barcha texnik aslaha-uskunalar mavjud bo'ladi. Motellar mehmonxona va samolyotga chiqishdan arzon turadi.

- **yoshlar mehmonxonasi.** Yoshlar mehmonxonasi yosh odamlarga toza, o'rtacha va arzon boshpana o'z mamlakatlarini o'rganayotgan yoki o'zga mamlakatlarga borayotgan, mustaqil yoki guruh bo'lgan holda ta'tilga yoki o'qish maqsadida mehmon qabul qiladi. Bu joyda boshqa ijtimoiy sohalar va millatlar uchrashib, bir-birini o'rganadilar. Yoshlar mehmonxonasining asosiy maqsadi boshqa mamlakat yoki chegaradan kelgan yoshlarni bir-birini tushunish va tanishishdir. Yoshlar mehmonxonasida barcha xizmat va qulayliklar mavjud bo'ladi.

- **aeroport yoki temir yo'l xushbichim xonalari.** Aeroport yoki temir yo'l xushbichim xonalari bosh stansiyasining asosiy platformasi va ichki va tashqi xalqaro aeroportlarda joylashadi. Bunday mehmonxonaning maqsadi sayohatchini shaharga chiqarmasdan unga xizmat ko'rsatishdir. Ularning qo'lida ruxsatnoma va bileti bor temir yo'l yo'lovchilar yoki samolyot yo'lovchilariga xizmat ko'rsatadilar.

Bunday xushbichim xonalar ko'pincha sovetgich bilan ta'minlangan, toza saqlangan va yaxshi e'tibor qaratilgan bo'ladi. Ularda cho'milish xonasi va temir yo'l oshxonasi yoki aeroport ovqatlanish restoranlari mavjud. Bron qilish stansiya yoki aeroport menedjeri orqali amalga oshiriladi.

- **uychalar (turist bungalolar va pansionlar).** Ular zamonaviy joylashish maskanlari bo'lib, odatda shahar markazidan yiroqda yoki maxsus joylarda joylashadi. Ularda, standart talablarga ega va yaxshi jihozlangan xonalar barlari bilan mashhur. Bunday mehmonxonalar o'rta sinfdagi turistlar va asosiy turizm industriyasidan yiroq bo'lishni hohlaganlar uchun mo'ljallanadi. Bunday bungalovlarning joylari ko'p bo'lib, bunda ko'p sayyohlik markazlaridagi operatsiyalarini o'rnatish mumkin.

Hukumat xodimlari va turizm sohalari, tabiiy joylarda sayyohlik dam olishning eng yovvoyi hayot turizmi joylashgan tog'lar va o'rmonlarda uyushtiradilar. Ular o'rmonga kirishni ta'minlashadi va bu joylarda tomosha qilish uchun manzaralar mavjud bo'ladi. Ular ushbu maydonni aks ettirish uchun qurilgan.

- **pansionlar.** Bular, odatda haftaning oxiri yoki belgilangan vaqtda turar joy va oziq-ovqat bilan ta'minlash muassasalaridir. Shunday qilib, ular aholiga murojaat qilish orqali kichik biznesni shakllanishiga olib keladi. Bu oddiy turar joydan ko'proq murakkab turar joyga o'tishi mumkin, bunda mijozning turiga va qolish muddatiga qarab olinadi. Bunday pansionlar oilalar uchun qulay bo'ladi. Chunki, bunda bolalarga ham joy bo'ladi va barcha oziq-ovqat bilan ta'minlaydi.

- **nonushtali mehmonxonalar.** Bu mehmonxona turida faqat ertalabki nonushtani berishni o'z ichiga oladi. Qishloq va kurort zonalarida bunday joylarga xonaga muhtojlar va faqat tunab qolish kelib kuni bilan harakatda bo'ladigan yoshlar qiziqishadi. Ular, odatda, tijorat yo'nalishlari va dam olishda, katta shaharlar va shaharlarda joylashgan bo'lib, shuningdek sayohat davomida ishlatiladi.

Ammo, bugungi kunda turizm sohasida mehmonxona xo'jaligini tashkil etish tartib va qoidalari qonun hujjatlariga zid bo'lmasligi kerak. Shuningdek, funksional vazifasiga qarab, mehmonxonalar quyidagi guruhlariga bo'linadi:

- ishbilarmonlar uchun mehmonxonalar;
- dam olish uchun mehmonxonalar;
- mehmonxonalarning maxsus turlari.

Darhaqiqat, ishbilarmonlikka mo'ljallangan mehmonxonalar ushbu mehmonxonalar ichidagi eng muhimi hisoblanib, unga quyidagi talablar qo'yiladi:⁸

- ma'muriy, jamoat va boshqa shaxar va istiqomat yaqinida joylashuqi;
 - xonalar fondida bir o'rinli xonalarning mavjudligi;
 - ish zonalarida, uxlash va dam olish zonalari bilan bir qatorda xonada tashkil etish sharoitlari;
 - ishbilarmon kishilar va ularning oila a'zolariga xizmat ko'rsatish uchun xonalar fondida xona apartamentlarinnig mavjudligi;
 - ishbilarmonlikka doir tadbirlar o'tkazish uchun maxsus bino mavjudligi;
- jumladan, konferens zallar, muzokaralar xonasi, ekspozitsiyalar uchun bino;

⁸ Amriddinova R. Mehmonxonalarda servis xizmati. – Samarqand, 2011.

- maxsus texnik uskunalarning mavjudligi: sinxron tarjima uchun orgtexnikalar va zamonaviy aloqa vositalari;

- moliyaviy ta'minot xizmatining mavjudligi: bank bo'limlari, valyuta almashtirish punktlari;

- yuqorida sifatli ovqatlanishni taqdim etuvchi ta'minot imkoniyatlari: yuqori kategoriyada xizmat ko'rsatuvchi restoranlar, qahvaxona va barlar mavjudligi, shuningdek ovqatni xonaga keltirib berish;

- transport vositalari uchun garajlar va maydonchalar bilan jihozlanganligi.

Shu bilan birga, "Shinamlik darajasi" darajasi bo'yicha mehmonxonalar klassifikatsiya mezonini sifatida va shinamlik darajasiga bog'liq holda kategoriya berishda turlicha yondashiladi. Jumladan, "Jahonning lyuks klassdagi kichik mehmonxonalari" yillik to'plami ham 10 va 200 nafar bo'lgan kishilik xonali otellarni qo'shadi. Shunga muvofiq, mehmonxonalarni sig'imi bo'yicha tasniflashda ko'pchilik mamlakatlarda quyidagi yondashuvlardan keng foydalaniladi va qo'llaniladi:

- kichik 150 o'ringacha (100 xonadan ko'p emas);

- o'rta 150-140 o'rin (300 xonagacha);

- katta 400 o'rindan ziyod (300 xonadan ko'proq);

- megaotellar (600 xonadan ko'proq).

Biroq, mehmonxonalar majmuasi turli xil guruhlarga bo'linadi (1.2.1-jadval).

Shuningdek, faoliyat ko'rsatishga mo'ljallanganiga qarab, mehmonxonalar quyida keltirilgan ikkita katta guruhlarga ajratiladi:

- tranzit;

- maqsadli.

Biroq, mehmonxonalarni tasniflashning umumiy mezonini mavjud emas. Har bir davlatning o'z tasnifi mavjud. Har qanday holda mehmonxonalarning kategoriyasi xonalardagi uskunalarning va binoning texnik ta'minoti darajasiga bog'liq bo'lgan ko'rsatilayotgan xizmatlarning turiga ko'ra belgilanadi. Turli davlatlardagi mehmonxonalar xizmatlari standartlariga qandaydir o'xshashlik kiritish uchun Jahon

turizm tashkilotining kotibiyati “Mehmonxonalarni tasniflash mezonlarini xalqaro moslashtirish bo‘yicha maslahatlar” ishlab chiqqan.

1.2.1-jadval

Mehmonxonalarining tavsifiga binoan tiplarga bo‘linishi⁹

Mehmonxonona tiplari	Tavsifi
Lyuks-otel	Bu tip mehmonxonona sig‘imi bo‘yicha kichik yoki o‘rta korxonalariga kiradi hamda u shahar markazida joylashadi
O‘rta klassli mehmonxonalar	Sig‘imi bo‘yicha katta lyuks otellar (400-2000 o‘rin) bo‘lib, u shahar markazi yoki chekkasida joylashadi
Mehmonxonona-apartament (apart-otel)	Sig‘imi bo‘yicha bu korxonona kichik yoki o‘rta hajmlarda (400 o‘ringacha) bo‘lib, u nodoiimiy aholili yirik shahar uchun xos bo‘ladi
Iqtisodiy klassli mehmonxonalar	Kichik (150 o‘ringacha) yoki o‘rta (300 o‘ringacha) sig‘imga ega korxonona
Kurort-otellar	Sig‘imi bo‘yicha sezilarli ajralib turadigan korxonalar hisoblanadi
Motel	Avtomagistrallar bo‘yida shahar qurilishlariga tutash joylashgan oddiy yoki ikki qavatli inshoot hamda kichik yoki o‘rta korxonona sanaladi
“Tunash va nonushta” tipidagi xususiy mehmonxonona	Ular kichik va o‘rta sig‘imga ega mehmonxonalar sanaladi
Otel-garnilar	Mijozlarga cheklangan miqdorda xizmatlar ko‘rsatuvchi korxonona hamda unda joylashtirish va qit‘aga xos nonushta taklif kilinadi

Unda bino, xonalar, jihozlar, mebellar, energiya va suv ta‘minoti, isitish, sanitariya, xavfsizlik, aloqa, oshxonona, mehmonxonona xizmatlari va xizmat ko‘rsatuvchi personal bo‘yicha minimal talablar ko‘rsatilgan. Mehmonxonalar klassidagi farqni belgilash uchun “yulduz” belgisidan foydalaniladi. Mehmonxonalar uchun bir yulduzdan besh yulduzgacha kategoriyalar belgilangan. Turli kategoriyadagi mehmonxonalariga ko‘yilgan minimal talablar ancha ko‘p

⁹ Manba: Mirzayev Q.J., Musayev B.Sh. Mehmonxonona xo‘jaligi menejmenti. – Samarqand, 2010.

bo‘ladi. Oddiy xususiy mehmonxona ko‘pincha milliy shakldagi hovlisi bo‘lgan katta bir yoki ikki qavatli uydin iborat.

Mehmonxonalar mehmonlarga ko‘rsatiladigan xizmatlarning darajasiga qarab quyidagi turlarga bo‘linadi:

- lyuks oteli 100 dan 400 tagacha nomerli shahar markazida joylashgan bo‘lib, xizmat ko‘rsatish darajasi yuqori va xodimlari yaxshi o‘qitilgan, ichki interer boy jihozlangan va narxlari balandligi bilan ajralib turadi.

- xizmat ko‘rsatish darajasi baland mehmonxona 400 dan 2000 tagacha nomeri mavjud bo‘lib, shaharda joylashadi Unda keng xizmat turlari kursatiladi, xodimlar yuqori malakali, o‘rtachadan yuqori narxlar, biznesmen va yakka turistlar hamda konferensiya ishtirokchilari uchun mo‘ljallangan bo‘ladi.

- o‘rta klass mehmonxonalarini xizmat ko‘rsatish darajasi baland bo‘lib, unda birinchi klass mehmonxonalariga a‘lo darajada xizmat ko‘rsatildi hamda bunda turistlarning yashash darajasi juda baland bo‘ladi. Oliy kategoriya mehmonxonalarini esa xizmat ko‘rsatish va yashash darajasi kabi tashqi klass xususiyatiga ega bo‘ladi.

- iqtisod klass mehmonxonasi 10-150 nomerli bo‘lib, shaharga yaqin joylashadi, xodimlar soni kam, ovqatlanish xizmati yo‘q bo‘ladi. Ammo. zamonaviy yaxshi jihozlangan nomerlar va xizmat haqi baland emas. Apart otelda nomerlar fondi 100 dan 400 tagacha, mebelli xonalar, uzoq muddatga to‘xtagan biznesmen va oilali turistlar uchun mo‘ljallanadi.

Shuningdek, mehmonxona turlari quyidagi talablarga javob berishi lozim bo‘ladi:

- turistik mehmonxonalar mijozlarni qabul qiladigan turistik yo‘nalishlarda joylashishi;

- turistik mehmonxonalarda taklif etiladigan kompleks xizmatlarni marshrut dastur va oldindan belgilab qo‘yilgan vaucher va yo‘llanmalarga muvofiq shakllantirish;

- turistik mehmonxonalar tarkibida xizmat ko‘rsatishni tashkil qilish uchun turistik, sayohat va ekskursiya byurosini ko‘zda tutish.

Umuman, mehmonxonalarning yuqorida keltirilgan turlari va ularning asosiy xususiyatlari mehmonxona xo‘jaligini yanada keng yoritib berish va undagi bosqichlarni ajratishga sabab bo‘ladi. Bunda mehmonxona xo‘jaligining rivojlanishiga ta’sir qiluvchi omillarni o‘rganish alohida ahamiyatga ega.

1.3. Mehmonxona xo‘jaligi va uning rivojlanishiga ta’sir qiluvchi omillar

Mehmonxona xo‘jaligini boshqarish deganda ishni tashkil qilishga ta’sir ko‘rsatadigan shart-sharoitlar va ishlar borligi tushuniladi. Bevosita bular mehmonxona xo‘jaligiga ta’sir qiluvchi omillar sanaladi. Biroq, mehmonxona xo‘jaligida faoliyat maqsadlari va vazifalari bevosita bozor tamoyillaridan kelib chiqadi.¹⁰

Ma’lumotlarni sotuvchilar o‘z turistik mahsulotlarini imkon boricha ko‘proq foyda beradigan qilib sotishga, turistlar esa ushbu turistik mahsulotlarni imkon boricha arzon narxda xarid qilishga intiladi. Ularning manfaatlari turistik bozordagi baholar mexanizm orqali muvozanatlashadi. Shu munosabat bilan bozor iqtisodiyotining qanday tamoyillari tadbirlarga xos bo‘lgan hisoblanadi.

Avvalo, mehmonxonani boshqarishda xususiy mustaqillik, ya’ni avtonomiya tamoyili katta rol o‘ynaydi. Iqtisodiyotda hamma tashabbuslar erkin harakat qiladigan iqtisodiy sub’ektlardan kelib chiqadi. Shuning uchun mehmonxona menejeri amaldagi qonunlar doirasida o‘z istagiga qarab ish yuritishi mumkin.

Shu boisdan ham, mehmonxonalarga bo‘lgan qiziqish ortib bormoqda va omillar bilan izohlanadi. Zero, O‘zbekistonda sayyohlik ko‘lami va tarixiy qadamjolarining ko‘pligi bo‘yicha dunyodagi yuqori mamlakatlar qatorida turadi. Ana shularni inobatga olib, mustaqillik yillarida turizmni rivojlantirish, xususan, uning muhim tarkibiy qismi bo‘lgan mehmonxona xo‘jaligi va undagi servis sohasini zamon talablari darajasida takomillashtirishga alohida ahamiyat qaratilmoqda.

Bu borada O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi Qonuni, prezidentimizning “O‘zbekistonda turizm sohasi uchun malakali kadrlar tayyorlash

¹⁰ <https://skachat-besplatno.info/biznes/88-turizm-mechmonxona-hzhaligini-boshqarish-asoslari.html>

to'g'risida"gi Farmoni hamda Vazirlar Mahkamasining "O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini yanada qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarori bu borada muhim muhim asos bo'lib xizmat qiladi. Shular yordamida O'zbekiston turizmida mehmonxona xo'jaligini rivojlantirish omillarining natijasi asosida amalga oshirilmoqda.

Shu bilan birga, respublikada mehmonxona xo'jaligi tarkibida kafe va restoranlar, kempinglar, o'yin-kulgi va dan olish ob'ektlar, shuningdek ajoyib tog'li joylarga va daryolarga turistik xizmatlarning o'ziga xos tamoyillariga ega bo'lmoqda. Demak, bu borada davlat hukumati unvoniga ko'tarilgan turizmni rivojlanishini qo'llab-quvvatlashda turizm hukumat, xususiy shaxslar va turizm sohasi bilan shug'ullanadigan tashkilotlar uchun daromadlarning asosiy manbasi bo'lmoqda.¹¹

Mehmonxona xo'jaligidagi mavjud omillarning ta'sirida dam olishni tashkil qilish, insonning hayotiy kuchlarini tiklash, bo'sh vaqtdan unumli, to'g'ri foydalanish hisobiga ta'minlamoqda. Shuningdek, bu omillar turistlarning ijtimoiy rivojlanishi, barkamolligi, intellektual darajasini oshirish, asabiy holatini yaxshilash, insonning jamiyatdagi o'rnini aniqlash va shaxs sifatida tavsifini berishda ijobiy ta'sir qiladi.

Avvalo mehmonxona xo'jaligida sifat sifati muhim omil sifatida xizmatlar ko'rsatishga faol ta'sir qiladi. Aslida, mehmonxona xo'jaligi xizmati sifati mehmonxona xizmatidan foydalanayotgan mijozlarning turli-tuman xizmatlarga bo'lgan ehtiyojini to'laligicha yuqori saviyada qondirishga qaratilgan va ularga kam xarajatlar bilan tegishli darajada moddiy va ma'naviy jihatdan naf keltiradigan nuqsonsiz xizmatlar majmuidir.¹²

Yuqoridagilar bilan birgalikda, mehmonxona xo'jaligini tashkil qilish va rivojlantirish omillarining natijasida turizm va mehmonxona xo'jaligining mamlakatni iqtisodiy munosabatlarini belgilovchi darajasi shakllanadi. Bu bilan hamkorlik aloqalari mustahkamlanadi, iqtisodiyotni prognoz qilish osonlashadi

¹¹ <http://tashvil.gov.uz>

¹²Xoliqulov A.N. Mehmonxonalarda servis sifati va samaradorligini oshirish imkoniyatlari. Nomzodlik dissertatsiya avtoreferati. – Camarqand, 2011.

hamda turistik faoliyat kon'yunkturasi barqarorlashadi va yanada mustahkamlanadi.

Natijada mehmonxonalar, umumiy ovqatlanish joylarining qurilish va dam olish maskanlarining yaralishiga sabab bo'ladi. Bu o'z navbatida mehmonxona xo'jaligini rivojlantirishning keyingi omili infrastruktura hisoblanadi. Bu esa mehmonxona xo'jaligining doimiy harakatiga o'tishini yuzaga chiqaradi va turli qatlamlarda turizmdagi bandlikni ta'minlaydi hamda iqtisodiyotda zamonaviy tarmoqlarni shakllantiradi.

Avvalo, infrastruktura "tuzilma ostidagi tuzilma" degan ma'noni anglatadi va uning tuzilmasini iqtisodiy hayot tashkil etadi. Infratuzilma tarkibida iqtisodiy infratuzilma muhim o'rinni egallab, bu o'z ichiga transport, aloqa, kommunikatsiya, maishiy xizmat, ta'lim va kommunal xo'jalik, turar-joy, turmush tarziga o'rgatish va aholining birgalikda hayot kechirishi uchun zarur bo'lgan ehtiyojlarini qondirish majmuasini oladi. Yoki infratuzilma aholining hayot kechirishi uchun zarur bo'lgan xo'jalik va madaniy ob'ektlar, uning xizmat ko'rsatuvchi tarmoqlarini tashkil qiluvchi mahalliy boshqaruv majmuasi bo'lib ham hisoblanadi.

Darhaqiqat, XX asrning 60-90 yillarida sayyohlik faoliyatida vujudga kelgan qarama-qarshiliklarni alohida o'rganib chiqish hamda mehmonxonalarda sayyohlik jarayoniga foydali ta'sir ko'rsatadigan omillar quyidagi asosiy guruhga ajratiladi:

- ijtimoiy - iqtisodiy;
- siyosiy;
- demografik.

Yuqoridagilar bilan birgalikda, mehmonxona xo'jaligining tarkibidagi omillar sifatiga turizm bilan bog'liq bo'lgan ob'ektlar kiradi. Jumladan, ularga umumiy ovqatlanish va savdo shoxobchalari, moliyaviy tashkilotlar, maishiy xizmat ko'rsatish korxonalar, kommunal xizmatlarni ko'rsatuvchi korxonalar, yo'l qurilishi va ta'mirlash muassasalari, sanitariya-epideomologiya, bojxona idoralari, avtomobil va temir yo'l vokzallari, aeroport, madaniy dam olish maskanlari,

tarixiy-arxitektura yodgorliklari, xalq milliy san'ati va hunarmandchilik korxonalari hamda kadrlarni tayyorlash kiradi.

Mehmonxona xo'jaligi tarmog'ining iqtisodiyotiga iqtisodiy omillar ta'sir ko'rsatadi. Bular jumlasiga iqtisodiyotning umumiy holati, aholi jon boshiga olinadigan o'rtacha daromad, ishsizlik darajasi, mahalliy valyutani ayirboshlash kursi, soliq solish darajasi, kreditlarga belgilangan bank foizi kabilar kiradi. Ayni paytda, mehmonxona xo'jaligining rivojlanishida ijtimoiy-iqtisodiy omillar, chunonchi daromad darajasiga ko'ra aholining taqsimlanishi, ma'lumot darajasi, turmush tarzi, yosh tuzilishi, shahar va qishloq aholisi darajasi hamda turizmning rivojlanishi katta rol o'ynaydi.

Shuningdek, uning tarkibidagi omil bo'lgan mamlakatdagi iqtisodiy inqiroz natijasida chet el investitsiyalari kelishi to'xtaydi, ushbu mamlakatga tovarlar eksporti kamayadi, bu esa mehmonxonalarda biznes-turistlarning soni kamayishiga olib keladi.

Kurort mintaqalarida mehmonxonalarining to'lishiga tez o'zgaradigan dam olish joylari va turlariga bo'lgan moda, viza olish bilan bog'liq qiyinchiliklar, transport kompaniyalarining ish sharoitlari ta'sir ko'rsatadi.

Mehmonxonaning iqtisodiy ko'rsatkichlariga ichki omillar, jumladan, qabul qilingan boshqarish va nazorat tizimi (xarajatlar ustidan nazorat tizimi), ko'rsatiladigan xizmatlar darajasi, shuningdek, mehnat munosabatlari ham ta'sir ko'rsatadi.

Shu sababli ham, mehmonxona ma'muriyati xodimlarning mehnat sharoitlarini yaxshilashga, ishchi kuchining qo'nimsizligini kamaytirishga va mehnat jamoasidagi muhitni yaxshilashga doim e'tibor berishi kerak.

Shular bilan birga, mehmonxonaning iqtisodiy ko'rsatkichlariga noto'g'ri tanlangan tariflar tizimi ta'sir ko'rsatadi. Jahonda mehmonxona tariflarining quyidagi asosiy tizimlari qo'llanadi.

- tarifga faqat yashash uchun haq (Room only);
- tarifga yashash uchun haq va nonushta (Room and breakfast);

U o‘z ichiga kontinental nonushta (sharbat, qahva yoki choy, bulochka, jem), inglizcha nonushta (vetchina bilan quymoqni qo‘shish) hamda “Shvedcha” stol (pishloq, kolbasa mahsulotlari, non-bulka mahsulotlari, mevalar, jemlar, sharbatlar, asal, qahva va choyni o‘ziga-o‘zi xizmat ko‘rsatish usulida taqdim etish) kabilarni oladi.

- yarim pansion (Half board, demi-pension, modified American plan). Bu tarifga yashash haqi, nonushta va tushlik yoki kechki ovqat kiradi. Tarif ayrim kurort mehmonxonalarida va ma’rifiy maqsadlarda sayohat qiluvchi turistlarga, shuningdek, biznesmenlarga xizmat ko‘rsatadigan mehmonxonalarda qo‘llanadi.

Ushbu mehmonxonalarda yashaydigan turistlar shahar bo‘ylab ekskursiya qiladi, o‘sha yerda tushlik qiladi, kechqurun esa mehmonxonaga qaytib keladi. Kurort mehmonxonalarida yashaydigan turistlarga kelsak, ular shu erda tushlik qilishni, kechqurun esa turli restoranlar va kafelarda ovqatlanishni ma’qul ko‘radi.

- pansion (en pension, American plan). Bu tarifga yashash haqi va uch yoki to‘rt mahal ovqatlanish kiradi. Kurort mehmonxonalarida va umumiy ovqatlanish tarmog‘i yaxshi rivojlanmagan mintaqalarda qo‘llanadi.

- “Hammasi kiritilgan” (All included). Tarifga yashash haqi, ko‘p marta ovqatlanish mijoz tanlagan bir necha restoranlardan birida, ko‘ngilochar vositalarning hammasi va bardagi ichimliklar kiradi. Odatda begonalardan ajratilgan kurort mehmonxonalarida qo‘llanadi.

Mehmonxonada yashovchilarga ular ayni shu mehmonxonaga mansubligini tasdiqlaydigan ma’lum belgilar beriladi, misol uchun, ularning qo‘liga echilmaydigan bilakuzuk taqib qo‘yiladi.

Yuqorida sanab o‘tilgan omillar istalgan birining ta’siri, eng avvalo, mehmonxonaning to‘lish koeffitsientida aks etadi. Bu mehmonxonaning ishining rentabelligini belgilovchi muhim ko‘rsatkichdir.

Hozirda jahonda ushbu koeffitsient asta-sekin pasayishi kuzatilmoqda. Bu yangi-yangi mehmonxonalar qurilayotgani, mehmonxonaning xizmatlarining taklifi ularga bo‘lgan talabdan ko‘payib borayotgani bilan izohlanadi.

Mehmonxonalarning to'lish koeffitsienti hozir o'rta hisobda taxminan 60 foizni tashkil etadiki, buni rentabellik bo'sag'asi deb aytish mumkin. O'z-o'zidan ravshanki, to'lish koeffitsienti o'zgarib turadi: mavsumda yuqori bo'ladi, mavsum tugagach, pasayadi; shanba va yakshanba kunlari ish kunlaridagidan pastroq, bayram kunlari esa oddiy kunlardagidan yuqoriroq bo'ladi.

Har bir mehmonxonada to'lish koeffitsienti o'zgarishining muayyan manzarasi kuzatiladi. Ushbu koeffitsient o'zgarishlarini muvozanatga solish uchun ma'muriyat tegishli chora-tadbirlar ko'rishi kerak.

To'lish koeffitsienti juda ko'p omillarga bog'liq bo'ladi. Bu yerda shuni ta'kidlab o'tish kerakki, tarif miqdori bilan to'lish koeffitsienti o'rtasida bevosita bog'liqlik mavjud emas. Masalan, tarifi 60 AQSH dollari bo'lgan mehmonxonaning to'lish koeffitsienti 62 foiz, tarifi 100 AQSH dollari bo'lgan mehmonxonaniki esa 75 foiz bo'lishi mumkin.

Vaholanki, iqtisodiy nazariya xizmatlar qiymati pasayishiga qarab, ularga bo'lgan talabning oshishini nazarda tutadi. Ammo muayyan bir mehmonxonada bunday bog'liqlik kuzatilishi, ya'ni tarifning pasaytirilishi to'lish koeffitsientining oshishiga olib kelishi mumkin.

Shuningdek, mehmonxona xo'jaligining holati huquqiy omillarga ham bog'liq bo'lib, bularga soliq va mehnat to'g'risidagi qonun hujjatlari, litsenziyalash qoidalari, sanitariya-gigiena talablari, yong'in xavfsizligi qoidalari, iste'molchilarning huquqlari to'g'risidagi qonunlar kiradi.

Mehmonxona xo'jaligida umumiy iqtisodiy va demografik omillardan tashqari mehmonxona iqtisodiyotiga siyosiy omillar kuchli ta'sir ko'rsatadi.

Mehmonxona xo'jaligining asosiy omillarini yuqoridagi holatlar bo'yicha tahlil qilish mehmonxonalar biznesining samaradorligini oshirishga sabab bo'ladi. Avvalo, buning uchun mehmonxonalarni o'zaro tahlil qilib, iqtisodiy taraqqiyoti va imkoniyatlarini baholash ham maqsadga muvofiq.

Darhaqiqat, mehmonxona xo'jaligining omillari SWOT tahlil qilish orqali o'rganiladi. Bu bilan mehmonxonalarning iqtisodiy rivojlanishiga ta'sir etuvchi ijobiy va salbiy jihatlarni aniqlaydi (1.3.1-jadval).

Mehmonxonalarni SWOT qilish tahlil omillari¹³

Kuchli jihatlar	Kuchsiz jihatlar
<ul style="list-style-type: none"> - chuqur bilim va yuqori malaka; - muqobil moliyaviy resurslar; - bozorning mashhur peshqadami va tadbirkorlik; - kuchli raqobatchilar ta'siridan himoyalanih; - qulay texnologiya; - xarajat va raqobatda afzallik; - innovatsion kobiliyatni hayotga tadbiq qilish; - vaqtning oqilona taqsimlash. 	<ul style="list-style-type: none"> - aniq strategiyaning yo'qligi; - past daromad va malaka yo'qligi; - strategik jarayonlarning sust bajarilishi muammosi; - raqobat tazyiqiga nisbatan zaiflik; - bozor haqida sust tasavvurlar; - raqobat nuqsonlari va past marketing qobiliyati; - o'zgarishlarni moliyalashtira olmaslik.
Imkoniyatlar	Xavflar
<ul style="list-style-type: none"> - yangi bozor segmentiga chiqish; - xizmat ko'rsatish tizimini kengaytirish; - o'zaro bog'liq turistik mahsulotlarda xilma xillikni oshirish; - boshqaruvning vertikal integratsiyasini shakllantirish; - raqobatchi firmalar o'rtasidagi ustunlik. 	<ul style="list-style-type: none"> - yangi raqobatchilarning paydo bo'lishi; - o'rnini bosuvchi mahsulotlar sotishning o'sishi; - o'sib boruvchi raqobatning tazyiqi va ishchanlik siklining so'nishi; - xaridorda savdo qilish kuchining o'sishi; - turistlarni talab va didining o'zgarishi.

Jadvadda keltirilgan ushbu usulni qo'llash orqali mehmonxonaga xos bo'lgan kuchli, imkoniyatlar hamda tashqi xavf va imkoniyatlar o'rganiladi. Demak, SWOT tahlil qilish uslubiyoti avval kuchli va kuchsiz tomonlarni aniqlash,

¹³ Manba: Kamilova F.K., Ro'ziyev S.S. Turizm marketingi. O'quv qo'llanma. – T.: TDIU, 2007.

shuningdek xavf va imkoniyatlar, undan so‘ng ular o‘rtasida korxonalar strategiyasini aniq ifodalash uchun ishlatilishi mumkin bo‘lgan aloqa zanjirini o‘rnatish uchun mo‘ljallanadi.

Umuman olganda, mehmonxonalar xo‘jaligini rivojlantirish omillari asosida turistlarni turar-joy bilan ta‘minlashga qaratilgan turli xizmatlar ko‘rsatuvchi iqtisodiy tarmoq shakllanadi. Bu bilan xorijiy turistlarning mamlakatga turist sifatida tashrifini ta‘minlashga hamda turli xizmatlar ko‘rsatish evaziga ularning mablag‘larini iqtisodiyotimizga jalb qilishga erishiladi.

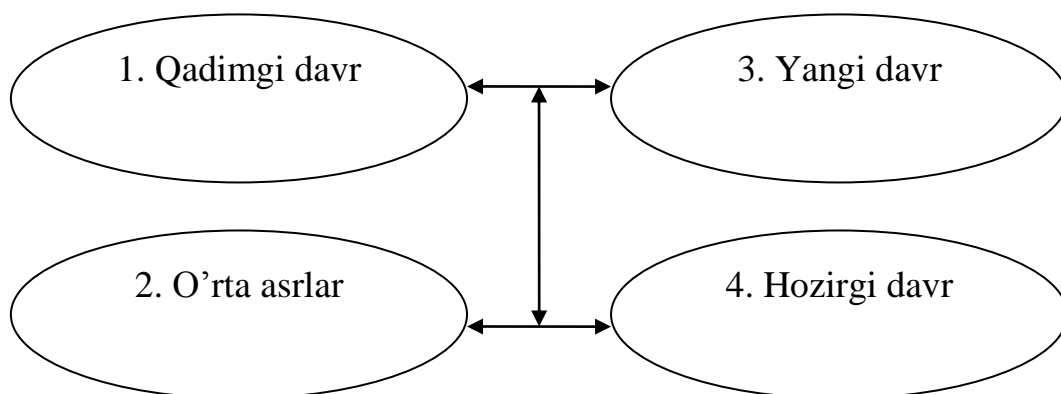
II-BOB. O‘ZBEKISTONDA MEHMONXONA XO‘JALIGINI RIVOJLANTIRISHNING BOSQICHLARI VA YO‘NALISHLARI

2.1. Mehmonxonalarning rivojlanish tarixi va bosqichlari

Hozirgi kunda turizmning asosiy tarmoqlaridan biri bo‘lgan mehmonxona industriyasini rivojlantirish muhim omillardan biri hisoblanadi. Chunki, turistlarning asosiy ehtiyojlarini qondirishda mehmonxona industriyasining o‘rni alohida ahamiyatga ega.

Mehmonxona industriyasi mehmondo‘stlik tizimining mohiyati bo‘lib, u insoniyat tarixidagi har qanday ijtimoiy tuzumga xos bo‘lgan mehmonni hurmat qilish, uni qabul qilib olish va xizmat ko‘rsatish tantanalari kabi eng qadimgi an‘analardan kelib chiqadi. Shuni ta’kidlash kerakki, mutlaqo tranzit turistlar va ekskursion xizmat ko‘rsatish hisobiga yashaydigan turistik markaz va joylar mavjud. Ammo, bu holatda yaxshi foyda olish uchun turistik mahsulot tovarni tashkil qiluvchi xususiyatga ega bo‘lish kerak.

Mehmondo‘stlik yoki mehmon qabul qilishning bugungi industriyasi - bu hudud yoki turistik markaz xo‘jaligining eng kuchli tizimi va turizm iqtisodiyotining muhim tarkibiy qismi hisoblanadi. Ana shulardan kelib chiqib, mehmondo‘stlik sanoati korxonalarining evolyusiyasida mehmonxonalarning rivojlanishi tarixiy jihatdan kishilik jamiyatining rivojlanish bosqichlariga mos keluvchi quyidagi davrlarga ajratiladi (2.1.1-rasm):



2.1.1-rasm. Mehmonxonalarning rivojlanish davrlari va bosqichlari¹⁴

¹⁴ Aliyeva M.T. Mehmonxona xo‘jaligi menejmenti. Ma’ruza matnlari. – T., 2011. – 8 b.

Qadimgi davr o‘z ichiga miloddan avvalgi IV ming yillik – milodiy 476 yillarni oladi. Aksariyat tarixchilar jamiyat taraqqiyotining bu davriga hozirgi mehmonxonalar va restoranlarning “ajdodi” bo‘lgan dastlabki mehmonxona korxonalarini paydo bo‘lgan davrni kiritadilar. Bunday korxonalar tavernalar shaklida qadimgi manuskriptlarda tilga olinadi. Jumladan, miloddan avvalgi 1700 yilda yozilgan Babil podshosi Xammurapi kodeksi mana shunday manuskriptlardan biridir.

Qadimgi Yunonistonda miloddan avvalgi I ming yillikda tavernalar ijtimoiy va diniy hayotning muhim unsuri hisoblangan. Tavernalarda sayohatchilarni joylashtirish uchun xonalar mavjudligiga qaramay, ular asosan ovqatlanish xizmatlari ko‘rsatishga mo‘ljallangan.

Vaholanki, savdo-sotiqning rivojlanishi va shu bilan bog‘liq uzoq muddatli safarlar nafaqat ovqatlanish, balki tunash joylarini tashkil qilishni ham taqozo etgan. Shu holat mehmonxona korxonalarining boshqa turi bo‘lgan karvonsaroylarning paydo bo‘lishini belgilab berdi.

Aslida, karvonsaroylarning eng rivojlangan tarmog‘i Rim imperiyasi hududida tashkil etilgan. Qadimgi Rim karvonsaroylari asosiy yo‘llarning yoqasidagi shaharlar va qishloqlarda bir-biridan taxminan 25 mil (40,225 km.) oraliqda joylashgan edi.

Chunki, Rim davlati zamirida yotuvchi qat’iy sinfiy tabaqalanish o‘sha davrdagi mehmondo‘stlik korxonalarining faoliyatiga kuchli ta’sir ko‘rsatdi. Chunki, sayohatchilar bu erda sinfiy belgisiga ko‘ra joylashtirilgan. Biroq, savdogarlar, tojirlar hamda oddiy xalqdan chiqqan boshqa sayohatchilar davlat xizmatchilari va hukumat choparlari bilan yonma-yon joylashtirilishi mumkin emas edi.

Bu esa karvonsaroylarning sifat holatiga jiddiy ta’sir ko‘rsatdi. Zodagonlar va davlat amaldorlari to‘xtaydigan karvonsaroylar me’morchilik san’atining barcha qoidalariga muvofiq qurilgan, o‘sha davr mezonlariga ko‘ra ancha keng xizmatlar

ko'rsatilgan. Marko Polo bunday karvonsaroilar to'g'risida so'z yuritir ekan, ularda hatto "qiroi to'xtashga ham uyalmas edi", deb qayd etadi.¹⁵

Quy i tabaq a vakillariga xizmat ko'rsatish uchun mo'ljallangan tavernalar va karvonsaroilar tunash va dam olish uchun minimal shart-sharoitlar taklif qilgan.

Masalan, sayohatchilar ko'pincha poxol ustida yilning sovuq mavsumida esa muzlab qolmaslik uchun otlarining issiq biqiniga tiqilib uxlardilar. Biron-bir qo'shimcha qulaylik haqida gap bo'lishi ham mumkin emas edi.

Shuningdek, Yaqin Sharq, Osiyo va Kavkaz ortida savdo aloqalarining rivojlanishi mehmondo'stlik korxonalarining paydo bo'lishida katta rol o'ynadi. Ushbu mintaqalar hududidan yirik savdo yo'llari o'tgan va ular bo'ylab yuk or tilgan uzun karvonlar harakatlangan. Karvonlardagi yo'lovchilar tunashi uchun savdo yo'llari yoqasida karvonsaroilar tashkil etilgan.

Ushbu karvonsaroilar odamlarning dam olishi uchun hujralar hamda tuya va otlar uchun mo'ljallangan qo'tonlardan tashkil topgan. Bularning barchasi tabiiy ofatlar, ya'ni shamol, yomg'ir va bo'ronlardan, shuningdek talonchilar va qaroqchilardan saql ovchi qal'a devori bilan o'ralgan edi.

Biroq, milodiy 476 yilda Rim imperiyasining qulaganidan keyin mehmondo'stlik korxonalarining rivojlanishida yangi bosqich boshlandi va bu bosqich o'rta asrlarga tegishlidir.

O'rta asrlar milodiy V – XV asrlarga tegishli bo'lib, ushbu davrda diniy an'analar mehmondo'stlik korxonalarining rivojlanishiga katta ta'sir ko'rsatdi. Bu davrda muqaddas joylarga ziyorat qiluvchi odamlarning soni keskin ko'paydi. Ayniqsa, cherkov monastirlarga ziyoratchilarni qabul qilish, ular uchun tunash joylari tashkil etish va ularni ovqatlantirish majburiyatini yukladi.

Shuningdek, bu davrda mazkur vazifani bajaruvchi boshqa muassasalar paydo bo'ldi. Masalan, franklar qiroli, keyinchalik esa imperator Karl Buyuk cherkovlarga homiylik qilib, VIII asrda ziyoratchilar dam olishi uchun maxsus uylar tashkil etdi. Shunday uylardan biri Ronselval darasidagi abbatlik,

¹⁵ Уокер Дж. Введение в гостеприимство. – М.: ЮНИТИ, 1999. С. 12.

ziyoratchilarni darvoza oldida kutib olar, ularga bepul non berar, sartarosh, etikdo'z xizmatlari ko'rsatar, ularni abbatlik bog'larida o'sadigan mevalar va yong'oq bilan ta'minlar edi.

Ammo, monastirlarning sayohatchilarga shunday keng bepul xizmatlarni ko'rsatishi xususiy joylashtirish korxonalarining rivojlanishiga monelik qilar edi. Angliyada faqat o'rta asrlar oxirida, ya'ni reformatsiya davrida Angliya qiroli Genrix VIII monastirlarni sekulyarizatsiya qilganidan keyin xususiy karvonsaroylar va tavernalarning rivojlanishiga katta turtki bo'ldi.

Sayohatchilar endi monastirlarda bepul to'xtashga umid qila olmasdilar va shaxsiy karvonsaroylarda to'xtashga majbur edilar.

Shu bilan birga, XII-XIII asrlarda ilk mehmonxonalarining ajdodi bo'lgan karvonsaroylar ruslarda ham paydo bo'ldi. O'sha davrda ular "yama" ya'ni o'ra deb atalar, bir-biridan ot charchamasdan bosib o'ta oladigan masofada joylashgan edi. XV asrda karvonsaroylar Yamskoy prikaz ixtiyoridagi pochta bekatlari qoshida tashkil etila boshlandi.

Katta rus shaharlarida mehmon kutiladigan hovlilar qurildi. Ularning karvonsaroylardan farqi shunda ediki, bu erda tunash va ovqatlanishdan tashqari, savdo-sotiq qilish imkoniyati ham mavjud edi.

Boshqacha qilib aytganda, mehmon kutiladigan hovlilar jihozlangan xonalar, savdo rastalari, do'konlar va omborlarni o'zida birlashtirgan edi. Qoida tariqasida hovli baland devorlar va minoralar bilan o'ralgan, unga katta darvozadan kirilardi.

Mehmon kutiladigan hovlilarda chet elliklar millatiga qarab joylashtirilardi. XV-XVII asrlarda Novgorodda "nemislar" va "gollandlar"ni kutadigan hovlilar, Moskvada "inglizlar", "yunonlar", "armanlar" va boshqa mehmonlarni kutadigan hovlilar mavjud edi.

XIII asrda bunday hovlilar Vitebsk, Grodno, Brest, Slonim hamda boshqa belorus shaharlarida paydo bo'ldi. Belarus savdogarlari uchun maxsus hovlilar XV-XVI asrlarda Bryansk, Vyazma va Moskvada qurildi.

Hamda o'rta asrlarda ilk kasaba uyushmalarining tashkil topishi mehmondo'stlik korxonalarini faoliyatining ilg'or yo'nalishini tashkil etdi.

1282 yilda Italiyaning Florensiya shahri traktirchilari o‘z gildiyasini tashkil etdi.

Yangi davr o‘z ichiga XVI asr – XX asr boshlarini oladi. Bu davrga xos XVI asrda dastlabki qahvaxonalar ochildi. Ular o‘sha davr madaniy va adabiy hayotining markazlariga aylandi.

G‘arbiy Evropada qahva va choy kabi ekzotik ichimliklarning tarqalishi qahvaxonalarning paydo bo‘lishiga imkoniyat yaratdi.

Evropada dastlabki qahvaxonalar 1652 yilda Londonda va 1683 yilda Venada ochildi. Xususan, Venada birinchi marta asal va sut qo‘shilgan qahva taklif qilindi.

XVII asr oxiriga kelib, Evropaning qit‘asida qahvaxonalar ancha keng tarqalgan hodisaga aylandi. Yirik shaharlarda ularning soni bir necha o‘ntaga etar edi.

Xususan, 1553 yilda Parijda birinchi “Tur d’Arjan” restorani ochildi. Ushbu restoran keyingi ikki asr mobaynida o‘ziga xos muassasa bo‘lib qoldi, chunki uning yagona funksiyasi faqat ovqatlantirishdan iborat edi.

Ammo, “restoran” atamasi XVIII asrning ikkinchi yarmida muomalaga kirdi. Janob Bulanjening Parijdagi tunu kun ishlaydigan tavernasida asosiy taom hisoblangan sho‘rva “restaurantes” (bu tushuncha fransuz tilida “quvvatbaxsh va tiklovchi” degan ma’noni anglatadi) deb atalgan.

Bugungi kunda Bulanje “hozirgi zamon restoranining otasi” deb e’tirof etilgan. 1767 yilda Bulanje Oliy sudda go‘shtli taomlarga bo‘lgan monopoliyaga ega oziq-ovqat ta’minotchilari gildiyasiga qarshi ishni yutib chiqib, mijozlarga birinchi marta ajoyib taomlarning keng assortimentini taklif qildi.

1789-1799 yillardagi “Buyuk fransuz inqilobi” davrida fransiyalik mashhur oshpazlar boshqa davlatlarga chiqib ketishga majbur bo‘ldilar. Yangi joyda ular restoran biznesi bilan shug‘ullandilar.

Natijada restoran g‘oyasi butun dunyoga tarqaldi. 1800 yilga kelib, inglizlar o‘z qo‘shnilaridan restoran g‘oyasini o‘zlashtira boshladilar. Angliyada restoran did bilan jihozlangan, anvoyi taomlar tortiladigan, yuksak darajada xizmat ko‘rsatiladigan juda muhtasham muassasa edi.

XIX asr o'rtalaridan "a la carte" (alya kart) menyusidan foydalanila boshlandi. Mijoz taklif qilingan ro'yxatdan o'ziga ma'qul taomni tanlash imkoniyatiga ega bo'ldi.

1898 yilda Londonda "Savoy" mehmonxonasi ochildi. Uning boshqaruvchisi Sezar Rits (hozirgi Rits-Karlton mehmonxonalarining nomi) va bosh oshpazi esa – Jorj Agyust Eskofe edi.

Bu ikki odam mehmonxonalar qoshida restoranlar tashkil etishda chinakam inqilob sodir etdilar. Eskofe o'z davrining buyuk kulinarlaridan biri edi. U kulinariya bo'yicha nashr etgan ma'lumotnoma hamda oshxonada joriy etgan brigada pudrati bilan dong taratdi.

Ayniqsa, mehmondo'stlik korxonalarining rivojlanishida AQSH alohida o'rin tutadi. Tarixchilarning fikricha, birinchi karvonsaroy bu erda Evropadan ancha keyin, ya'ni 1607 yilda paydo bo'lgan.

Dastlabki tavernalardan biri 1634 yili Bostonda ochildi. 1642 yilda Nyu-Yorkda (o'sha davrdagi nomi Yangi Amsterdam) taverna gollandlar tomonidan ochildi. Shu davrdan boshlab, tavernalar jamiyat hayotining markazi hamda askarlar va tijoratchilar uchrashadigan joyga aylandi. Ular nafaqat shaharlar, balki katta yo'llar yoqasi, ayniqsa chorrahalarda rivoj topdi.

Amerika qit'asiga ko'chib kelgan evropaliklar karvonsaroylar va tavernalar qurish va ularni boshqarish sohasida asrlar mobaynida to'plangan tajribani o'zlari bilan olib keldilar.

Arxitekturasi, joylashishi va xizmat ko'rsatish tarziga ko'ra Amerika karvonsaroylari va tavernalari Evropa karvonsaroylari va tavernalariga o'xshab ketgan. Ammo, ular ba'zi bir jihatlari bilan bir-biridan jiddiy farq qilgan. Masalan, bu yerda odamlarni joylashtirishda sinfiy belgiga qarab kamsitish mavjud emas edi.

Ko'p jihatdan ijtimoiy funksiyani bajargan Evropa korxonalaridan farqli o'laroq, AQSH tavernalari o'z mavjudligining dastlabki davridan asosan tijorat yo'nalishiga ega edi, ya'ni daromad olish maqsadida tashkil etilardi.

Shuningdek, Nyu-Yorkning Brodvey ko'chasidagi 70 xonali "Siti-otel" Qo'shma Shtatlarda ochilgan birinchi mehmonxona bo'ldi. Bu muhim hodisa sifatida 1794 yilda sodir bo'ldi. 1829 yilda Bostonda "Tremont" mehmonxonasi AQSHdagi birinchi klassli, koridor xizmatchilari, registraturaga ega, nomerlarning eshiklari qulflanadigan va hatto mehmonlarga bepul sovun beriladigan ilk mehmonxona ochildi.

Bu AQSHda mehmonxonaning boshlanishiga turtki berdi. Sharqiy qirg'oq shaharlarida, so'ngra G'arb va Janubda ko'plab mehmonxonalar ochildi.

XIX asr oxiriga kelib, bu erda mehmonxonalarning ikki turi katta, hashamatli, shinam mehmonxonalar hamda kichkina, eskirgan, arzon narxda xizmatlar taklif qiluvchi mehmonxonalar tarqalgan edi.

1831 yilda Nyu-Yorkda ochilgan mashhur "Delmoniko" restorani AQSHdagi birinchi restoran hisoblanadi. O'sha davrda AQSHda restoran ishining rivojlanishiga fransuz an'analari katta ta'sir ko'rsatdi.

1852 yilga kelib, AQSHning birinchi klassli har bir mehmonxonasi o'z fransuz bosh oshpaziga ega edi. Menyu ham an'anaga ko'ra fransuz tilida yozilgan va bu ingliz tilidagi mijozlar uchun muayyan qiyinchiliklar tug'dirgan.

"Delmoniko" restoranining sohiblaridan biri Jon Delmonikoning sa'y-harakati bilan birinchi marta ikki tilli menyu joriy etildi. Unda taomlarning fransuz va ingliz tilidagi nomlari qarama-qarshi joylashtirilgan edi. Bu an'ana saqlanib qoldi va yillar o'tib butun jahonda keng tarqaldi.

Umuman olganda, XIX-XX asrlarda mehmondo'stlik sanoati muhim tarmoqqa aylandi. Bu davrda mehmonxona birlashmalari, sindikatlar, aksiyadorlik jamiyatlari, korporatsiyalar mehmonxonalar qurish, kadrlar tayyorlash va narxlarni belgilash masalalari bilan shug'ullana boshladi.

Jumladan, XX asr boshida faoliyat ko'rsatgan bunday uyushmalar orasida London mehmonxonalar sohiblari sindikati va Fransiya "Mehmonxona sohiblari uyushmasi"ni qayd etish mumkin.

1906 yilda jahonning turli mamlakatlarida joylashgan 1700 ta mehmonxonani birlashtirgan mehmonxonalar sohiblari xalqaro uyushmasi tashkil topdi.

Hozirgi davr o'z ichiga XX-XXI asrlarni oladi. Ushbu hozirgi davrda mehmondo'stlik sanoati korxonalarining rivojlanishida tendensiyalar shakllanib, bularning qatoriga quyidagilar kiritiladi:

- mehmonxona va restoran xizmatlari ixtisoslashuvining chuqurlashishi;
- xalqaro mehmonxona va restoran tarmoqlarining tashkil topishi;
- kichik korxonalar tarmog'ining rivojlanishi;
- mehmondo'stlik sanoatiga yangi kompyuter texnologiyalarining joriy etilishi.

Ushbu davrda to'la servisli an'anaviy mehmonxonalar bilan bir qatorda taklif qiluvchi xizmatlarning to'plami qisqartirilgan ixtisoslashgan korxonalar paydo bo'ldi. Jumladan, korxonalarining ixtisosligi har xil bo'lib, bunda mehmonxonalar turistik bozorning muayyan segmenti vakillariga ixtisoslashadi.

Shuningdek, restoranlar milliy taomlar, nonushtalar va kechki ovqatlar tayyorlashga ixtisoslashadi. So'nggi yillarda gamburgerlar va qovurilgan kartoshkaga (McDonald's), pitssaga (Pizza Hut, Domino, Little Geasar), bifshtekslarga (Sizzler), dengiz mahsulotlariga (Red Lobster), sendvichlarga (Subway) ixtisoslashgan tez xizmat ko'rsatish restoranlari butun jahonda ommaviylashdi.

Odatda, ular taklif qiluvchi taomlar soni cheklangan bo'ladi. Bunday restoranlarning vazifasi muayyan kayfiyat va muhitni tashkil etishdan iborat.

Demak, mehmondo'stlik korxonalarini ixtisoslashuvining chuqurlashishi xalqaro tarmoqlarining tashkil topishi bilan bog'liq. Bunday tarmoqlar xizmat ko'rsatishning yuksak andozalarini ishlab chiqish va amalga joriy etishda katta rol o'ynaydi.

Bu yerda tarmoq jamoaviy biznes bilan shug'ullanadigan va tarmoq rahbariyatining bevosita nazorat ostida faoliyat ko'rsatadigan korxonalar guruhi hisoblanadi.

Tarmoq o'z binolariga ega bo'lishi yoki ularni ijaraga olishi mumkin. Tarmoq rahbariyati olingan daromadni taqsimlashda muayyan imtiyozlarga ega bo'ladi. Biroq, har qanday operatsiyalarni amalga oshirish chog'ida ko'rilishi mumkin

boʻlgan barcha zararlar uchun javob beradi. Biroq, 90-yillarning oʻrtalariga kelib, butun jahon mehmonxona fondining 30 foizidan koʻprogʻini yirik mehmonxona birlashmalari va tarmoqlari oʻz nazorati ostiga oldi. Boshqa aksariyat tendensiyalar singari, mehmonxona tarmoqlarining tashkil topishiga ham AQSHda asos solindi.

Ushbu yillarda AQSH mehmonxona tarmoqlari jahonda yetakchi mavqeni qoʻlga kiritdi. Ular jahonning oʻnta etakchi mehmonxona tarmoqlari qatoridan Evropaning Travelodge International va Master Hosts International tarmoqlarini siqib chiqardi.

Hozirgi kunda bu oʻnlikda Evropaning ikkita mehmonxonalar tarmogʻi Fransiyaning Accor va Buyuk Britaniyaning Forte PLC kompaniyalari qoldi (2.1.1-jadval).

2.1.1-jadval

Jahonning oʻn eng yirik mehmonxonalar tarmogʻi¹⁶

Tartib raqami	Mehmonxonalar tarmogʻining nomi	Korxonalar soni	Nomerlarining umumiy miqdori	Korxonalar joylashgan mamlakatlar soni
1	Hospitale Franchise	4400	435 000	6
2	Holiday Inn Worldwide, Anlante	2031	365 309	62
3	Choise Hotels International, Silver Springs	3467	299 881	38
4	Best Western International, Phoenix	3401	276 659	60
5	Accor, Paris	2205	252 887	73
6	Marrioti Hotels I Recorts, Bethesda	898	186 656	27
7	ITT Sheraton Corp., Boston	417	129 937	61
8	Forte PLC, London	959	98 450	60
9	Hilton Hotels Corp., Beverly Hills	223	92 119	8
10	Carlson Hospitality Group, Minneapolis	368	83 258	39

¹⁶ Manba: BTT, 2003.

Shu bilan birga, mehmonxonalar xalqaro uyushmasi tomonidan mehmonxonalar tarmoqlari quyidagi uch xil toifaga ajratiladi:

- korporativ mehmonxonalar – ko‘p sonli korxonalar ega mehmonxona korporatsiyalari;

- bronlash umumiy tizimidan, marketing, reklama konsepsiyasidan va alohida korxonaga qimmatlik qiluvchi boshqa xizmatlardan foydalanish uchun birlashtirilgan mustaqil korxonalar tarmoqlari;

- boshqaruv xizmatlari ko‘rsatuvchi tarmoqlar.

2.2. O‘zbekistonda mehmonxona xo‘jaligining rivojlanish holati tahlili

O‘zbekistonda mehmonxona xo‘jaligining rivojlanish holati tahlili bozor munosabatlari sharoitida amalga oshirilmoqda. Bu esa mehmonxona xo‘jaligi sohasida band bo‘lgan kishilarga katta imkoniyatlar yaratmoqda.

Ayniqsa, mehmonxonalarda mijozlarga xizmat ko‘rsatish saviyasi, nomerlarning shinamligi va qulayligi darajasi, xizmat ko‘rsatuvchi xodimlarning malakasi ham izchil ravishda oshirib borilmoqda.

Bugungi kun talabidagi zamonaviy mehmonxonalarda xizmat ko‘rsatish hajmini ko‘paytirish, samaradorlik darajasini oshirish, ko‘proq bepul va pullik qo‘shimcha xizmatlarni yaratuvchi mehmonxonalar sirasiga respublikamizdagi yirik mehmonxonalar asosan poytaxtimizda joylashgan bo‘lib, bularga “O‘zbekiston”, “Inter-kontinental”, “Shodlik-Palas”, “Markaziy”, “Sayohat” va “Dedeman Silk Road”, yaqinda ishga tushirilgan “Grant Mir” va “Miran International” mehmonxonalarini kiritish mumkin.

Mehmonxonaga keluvchi turistlarga ko‘rsatiladigan xizmatlar sifatini oshirish, ularga turli xil qulayliklarni yaratib berish hamda ularning O‘zbekistonda o‘tkazgan vaqtlari qiziqarli va maroqli bo‘lishini ko‘zda tutgan holda, ular uchun turli xil madaniy dam olish tadbirlari, sayohatlarni uyushtirish va ko‘pgina shu kabi maqsadlarda tadbirlar o‘tkazilmoqda.

Bunday mehmonxonalardan biri Toshkent “Markaziy” mehmonxonasi bo‘lib, u bir qancha tashkilotlar bilan shartnomalar tuzgan. “Markaziy” mehmonxonasi respublikamizdagi xalqaro andozalarga muvofiq keluvchi mehmonxonalar

qatoridan o‘rin olgan. Mehmonxona o‘zining zamonaviy dizayni, shinam muhiti, ko‘rsatadigan xizmatlari hamda o‘rtacha narxlari bilan e‘tiborni tortadi.

Mamlakatimizga tashrif buyuruchi turist mamlakatizning beqiyos tarixiy obidalarini, madaniy yodgorliklarini ko‘rib, yurtimiz haqida ularda o‘zgacha taassurot uyg‘onadi.

Turistlarda faqatgina turistik obyektlar to‘g‘risida emas, balki yurtimizning sharqona madaniyati va g‘arb tajribalarini o‘zida mujassam etgan mamlakatimiz mehmonxonalari va ularda ko‘rsatiladigan servis xizmatlari haqida ham yaxshi taassurotlar uyg‘onmoqda.

Shuningdek, mehmonxonalarda zamonaviy servis xizmatlari ko‘rsatishni bugungi kundagi tahliliga kelsak, mamlakatimizning har bir viloyatida yangi mehmonxonalar qurilmoqda, mavjudlari qayta rekonstruksiya qilinmoqda. Mehmonxonalar faoliyati va ularda ko‘rsatiladigan servis xizmatlar darajalari zamon talablari asosida takomillashtirilmoqda.

Poytaxtda joylashgan “Miran International”, Samarqanddagi “Afrosiyob”, Navoiydagi ”Silk Road Palace” va Xiva shahridagi “Azia Xiva” mehmonxonalari xizmatlarini yaxshilanmoqda.

Mamlakatimizning barcha tarixiy viloyatlarida turizm salohiyati jadal su‘ratlarda o‘sib bormoqda. Bu o‘z navbatida barcha viloyatlarda mehmonxonalar xo‘jaligini rivojlanishi uchun asos bo‘lmoqda. Bularning barchasi, mehmonxonalarda hamma mijozlar uchun qulaylik yaratish maqsadida qilingan.

Mehmonxonalarda mijozlarga ko‘rsatiladigan servis xizmatlari darajalari yildan-yilga yaxshilanmoqda, xizmatlarni jaxon tajribalari asosida rivojlantirilmoqda shuningdek, xizmat ko‘rsatish jarayonini takomillashtirish maqsadida qo‘shimcha xizmatlar joriy qilinmoqda.

Aynan, respublikamizda bugungi kunda 521 ta mehmonxona va shunga o‘xshash joylashtirish vositalari soni faoliyat ko‘rsatmoqda (2.2.1-jadval).

Jadvalga asosan, mehmonxona va shunga o‘xshash joylashtirish vositalari ob‘ektlari soni mos ravishda o‘sib bormoqda. Shulardan jami joylashtirilganlar

2012 yilda 1189593 nafar, 2013 yilda 1216424 nafar, 2014 yilda 1271951 nafar va 2015 yilda 1325240 nafar kishini tashkil etdi.

2.2.1-jadval

O‘zbekistonda mehmonxona xo‘jaligining 2012-2015 yillardagi rivojlanishi haqida ma’lumot¹⁷

Ko‘rsatkichlar	Yillar			
	2012	2013	2014	2015.
Mehmonxona va shunga o‘xshash joylashtirish vositalari ob’ektlari soni, birlik	521	541	613	661
jami joylashtirilganlar, kishi	1189593	1216424	1271951	1325240
shu jumladan:				
O‘zbekiston fuqarolari	727531	749434	807515	900595
MDH davlatlari fuqarolari	89886	104353	99781	112066
uzoq xorij davlatlari fuqarolari	372176	362637	364655	312579

Chunki, mamlakatimizda ma’lum ish yuzasidan nisbatan qisqa muddatga keluvchi odamlar va har xil maqsadda sayohat qilayotgan fuqarolarga mo‘ljallangan umumiy tipdagi mehmonxonalar soni keng tarqalgan.

Shuningdek, ko‘pchilik mehmonxonalarda bir o‘rinli nomerlarning miqdori nomerlar fondining 40-50 foizni tashkil etadi. Bu esa mehmonxona va joylashtirish vositalarida joylar fondidan foydalanish koeffitsientidan foydalanishni taqozo qiladi (2.2.2-jadval).

Ushbu jadvalga asosan, respublikamiz bo‘yicha mehmonxona va joylashtirish vositalarida joylar fondidan foydalanish koeffitsienti 2012 yilda 31,9 foizni, 2013 yilda 32,2 foizni, 2014 yilda 29,2 foizni va 2015 yilda 26,1 foizni tashkil qildi.

¹⁷ O‘zbekistonda turizm. O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi to‘plami. – T., 2015.

Demak, shuni ko‘rish mumkinki, yildan yilga ushbu koeffitsient miqdori oshib bormoqda.

2.2.2-jadval

Hududlar bo‘yicha mehmonxona va joylashtirish vositalarida joylar fondidan foydalanish koeffitsienti (foizda)¹⁸

Ko‘rsatkichlar	Yillar			
	2012	2013	2014	2015
O‘zbekiston Respublikasi bo‘yicha	31,9	32,2	29,2	26,1
Qoraqalpog‘iston Respublikasi	34,2	41,4	17,8	16,3
Andijon viloyati	34,2	25,4	36,8	25,0
Buxoro viloyati	22,8	19,7	19,6	17,4
Jizzax viloyati	21,0	26,8	44,6	36,5
Qashqadaryo viloyati	33,9	34,1	29,8	36,5
Navoiy viloyati	31,0	25,7	27,4	27,6
Namangan viloyati	29,3	26,7	17,7	16,5
Samarqand viloyati	23,3	20,9	16,7	16,3
Surxondaryo viloyati	31,2	11,2	30,5	27,6
Sirdaryo viloyati	45,1	64,0	35,1	40,0
Toshkent viloyati	25,9	40,3	24,0	28,9
Farg‘ona viloyati	24,6	29,7	16,7	14,6
Xorazm viloyati	19,0	18,9	17,2	14,1
Toshkent shahri	42,3	44,4	44,4	35,7

Bugungi kunda respublikamizda faoliyat ko‘rsatayotgan mehmonxonalar Davlat standartiga asoslanib turli kategoriyalarga ajratilgan. Bunda kategoriyalar yulduzlar bilan belgilanadi va xizmatlar sifati ko‘tarilishi bilan yulduzlar soni ham

¹⁸ O‘zbekistonda turizm. O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi to‘plami. – T., 2015.

mos ravishda ortib boradi. Bu 2015 yilda respublikamizda turli toifalarga ajratildi (2.2.3-jadval).

2.2.3-jadval

2015 yilda toifalar bo'yicha mehmonxonalar faoliyatining asosiy ko'rsatkichlari (birlik)¹⁹

Ko'rsatkichlar	Mehmonxona ob'ektlari soni	Ulardagi joylar soni	Joylashtirilganlar soni, kishi	Tunab qolishlar soni, kishi-kun
Jami	571	29073	1261792	2896959
shu jumladan:				
1-yulduzli	162	8087	392997	912643
2-yulduzli	24	960	45274	95516
3-yulduzli	82	4515	166098	394706
4-yulduzli	40	5557	273370	635419
5-yulduzli	4	962	41628	92708
Toifaga ega emas	259	8992	342425	765967

Keltirilgan ushbu jadvalga asosan, respublikamizdagi jami beshta yulduzga ega bo'lgan mehmonxonalar o'zlaridagi mehmonxona ob'ektlari va ulardagi joylar, joylashtirilganlar va tunab qolishlar soni kabi mezonlar bo'yicha toifalarga ajratilgan. Bu ko'rsatkichlar mos ravishda 571 tani, 29073 tani, 1261792 kishini va 2896959 kishi-kunni tashkil etadi.

Shular bilan birga, O'zbekistonda ushbu keltirilgan beshta yulduzli mehmonxonalarni toifalari bo'yicha bo'lish mumkin (2.2.4-jadval).

¹⁹ O'zbekistonda turizm. O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi to'plami. – T., 2015.

2.2.4-jadval

2015 yilda mehmonxonalarining toifalari bo'yicha soni (birlikda)²⁰

Ko'rsatkichlar	1 yulduzli	2 yulduzli	3 yulduzli	4 yulduzli
Respublika bo'yicha	162	24	82	40
Qoraqalpog'iston Respublikasi	9	1	2	-
Andijon viloyati	3	1	4	1
Buxoro viloyati	27	5	14	2
Jizzax viloyati	2	-	4	1
Qashqadaryo viloyati	13	-	11	1
Navoiy viloyati	3	-	4	5
Namangan viloyati	2	-	3	-
Samarqand viloyati	22	2	6	13
Surxondaryo viloyati	15	2	2	-
Sirdaryo viloyati	3	-	-	-
Toshkent viloyati	12	3	-	-
Farg'ona viloyati	3	2	6	1
Xorazm viloyati	8	2	8	2
Toshkent shahri	40	6	18	14

Keltirilgan jadvalda respublika bo'yicha 1 yulduzli mehmonxonalar soni 162 ta, 2 yulduzli mehmonxonalar soni 24 ta, 3 yulduzli mehmonxonalar soni 82 ta va 4 yulduzli mehmonxonalar soni 40 tani tashkil etadi. Respublikaning barcha hududlarida bir yulduzli mehmonxonalar mavjudligini ko'rish mumkin. Biroq, ko'pchilik hududlarida 2, 3 va 4 yulduzli mehmonxonalar mavjud emas.

²⁰ O'zbekistonda turizm. O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi to'plami. – T., 2015.

Chunki, bugungi kunda respublika mehmonxonalaridagi xonalarning deyarli barchasi bir yoki ikki kishiga mo'ljallangan bo'lib, ular "standart", "yarim lyuks", "lyuks" toifalariga, ba'zi otellarda esa "vitse-prezident" va "prezident" xonalariga ajratilgan. Biroq, 1998 yildan boshlab, O'zbekistonda kichik va oilaviy korxonalar shaklidagi xususiy mehmonxonalar keng tarqala boshladi. Ularning xizmatidan turistlar bilan bir qatorda xalqaro tashkilotlarning vakillari ham foydalanmoqdalar.

Shuningdek, dam olish maskanlari soni yil sayin ko'payib, ularda xizmat ko'rsatish sifati yaxshilanib borayotgani, yangi sayyohlik yo'nalishlari taklif etilayotgani turistlar oqimining sezilarli darajada oshishiga zamin yaratmoqda.²¹ SHu bilan birga, bu kategoriyadagi mehmonxonalarda ovqatlanish xizmatlari ko'zlanmagan bo'ladi.

O'zbekistonda mehmonxona xo'jaligining rivojlanishini bir qator o'zgarishlar ko'rsata oladi. Yildan-yilga respublikamizga xorijiy mehmonlarning qiziqishi kuchayib bormoqda. Xususan, 2015 yilda O'zbekiston Respublikasiga xorijiy turistlarning kelishi ortib bormoqda va bu orqali ular o'zlarining turli maqsadlarini amalga oshirmoqdalar. Ular mehmon bo'lib kelgan tashrif buyuruvchi yoki chet el fuqarosi sifatida ro'yxatga olinadilar (2.2.1-jadval).

2.2.5-jadval

2015 yilda O'zbekiston Respublikasiga mehmon bo'lib kelgan tashrif buyuruvchilar (chet el fuqarolari) soni haqida ma'lumot²²

Ko'rsatkichlar	Jami	Shu jumladan: MDH davlatlaridan
Jami	1917714	1769494
ulardan		
xizmat yuzasidan	113760	80678
o'qish	10227	9498
turistik	166814	82132
qarindoshlarga	1555776	1537032

²¹ <http://xs.uz>

²² O'zbekistonda turizm. O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi to'plami. – T., 2015.

tashrif		
davolanish	55709	55282
tijorat	15428	4872

Jadvalga asosan, 2015 yilda respublikamizga jami 1917714 nafar turist mehmon bo‘lib tashrif buyurgan bo‘lsa, bu ulush xizmat maqsadlari bo‘yicha 113760 nafar, o‘qish maqsadlari bo‘yicha 10227 nafar, turistik maqsadlari bo‘yicha 166814 nafar, karindoshlarga tashrif buyurish maqsadlari bo‘yicha 1555776 nafar, davolanish maqsadlari bo‘yicha 55709 nafar va tijorat maqsadlari bo‘yicha 15428 nafar mehmonga to‘g‘ri keladi.

Umuman olganda, ushbu holatlar respublikamizda mehmonxona xo‘jaligini rivojlantirish jihatlarini aks ettiradi. Bu esa mehmonlarga yuqori sifatli xizmat ko‘rsatishning yo‘lga qo‘yilayotganligi hamda mehmonxona xo‘jaliklarini rivojlantirishga davlat tomonidan e‘tiborning yuqoriligidan dalolat beradi.

Darhaqiqat, O‘zbekiston turizmi sohasida mehmonxona xo‘jaligini rivojlanish holati uning turli kategoriyalarga mansub bo‘lib rivojlanayotganligi va yillar bo‘yicha o‘zgarish borishi bilan izohlanadi.

2.3. O‘zbekistonda mehmonxona xo‘jaligini rivojlantirishning asosiy yo‘nalishlari va bosqichlarining mavjud imkoniyatlari

Mehmondo‘stlik sanoatida rivojlanish bosqichlari dunyoda iqtisodiy munosabatlarning rivojlanishi natijasida yuz berdi. Xususan, bu XIX asrning boshlari avtomobil transportining vujudga kelishi bilan bog‘liq.

Hamda birinchi jahon urushi xalqaro turistik munosabatlarning rivojlanishiga salbiy ta‘sir ko‘rsatdi. Birinchi jahon urushining tugatilishi xalqaro turizm rivojlanishining yangi boskichiga imkon yaratdi.

Avvalo, bu jahonda AQSHning mustahkam o‘rin egallashi va Amerika kapitalining Evropada aktivlashishiga bog‘liq. Xalqaro turizm hajmi qisqa vaqt ichida urushdan oldingi darajasiga etdi.

Hattoki 3-4 yil ichida uning hajmi ko‘pchilik davlatlarda oshib ketdi. Ikkinchi jahon urushi xalqaro turizm hajmini tez qisqartirdi. Urushdan keyingi yillarda birinchi marta pul vositalari, yoqilgi-energiya resurslari, oziq-ovqat ap malakali kadrlarning tankisligi sezildi.

Faqat bir necha yillardan keyin Evropada xalqaro turizm qayta tiklana boshladi. Urushdan keyingi yillarda turistik aloqalarning hajmi AQSH va Kanada, Meksika, Panama va Kubada keng rivoj topdi.

Shular bilan birga, turizm sohasida mehmonxona xo‘jaligi sohasining rivojlanishi raqobatbardosh turistik xizmat ko‘rsatishni qo‘llab-quvvatlash maqsadida tarmoqdagi zaruriy islohotlar izchillik bilan amalga oshirib borilmoqda. Ushbu islohotlar mehmonxona xo‘jaligidagi islohotlarning amalga oshirilishi bilan bog‘liqdir.

Birinchi bosqichda mehmonxona xo‘jaligida yangi boshqaruv tizimini shakllantirish, mehmonxona biznesni yuritishga yordamlashadigan qo‘shimcha biznes turlarini yaratish, sohaga xizmat kiluvchi bank, audit va maslahat xizmatlarini tashkil etish, xalqaro miqyosda mehmonxona xizmatlarini reklama qilish, xususiylashtirilgan mehmonxona xo‘jaliklarini litsenziyalashtirish kabi masalalarga alohida e‘tibor berildi. Kiritilgan o‘zgarishlar mehmondo‘stlik industriyasining shaklini jadallik bilan rivojlantirdi.

Ikkinchi bosqich 1995 yilda O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Buyuk Ipak yo‘lini qayta tiklash va xalqaro turizmni rivojlantirish to‘g‘risida”gi Farmoni asosida amalga oshirildi.

Shu boisdan ham, Buyuk Ipak yo‘li turistik mahsulotini tiklash strategik jihatdan muhim xarakterga ega bo‘ldi. Natijada, mehmonxonalaridagi xalqaro talablarga javob beruvchi o‘rinlar soni 4,8 barobarga oshdi.

Mehmonxona xo‘jaligidagi islohotlarning uchinchi bosqichi 1999 yil 15 aprelda O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “2005 yilgacha bo‘lgan davrda O‘zbekiston turizmini rivojlantirish davlat dasturi to‘g‘risida”gi Farmoni asosida rivojlandi.

Buning asosida mehmonxona xo‘jaligi sohasidagi bozor munosabatlari uzil-kesil yo‘lga qo‘yildi, dunyo bozori bo‘yicha raqobatbardosh mehmonxona xizmatlari ko‘rsatila boshlandi hamda mehmonxona xo‘jaligini boshqarishning markazlashuviga chek qo‘yildi.

Shundan keyin, ushbu sohadagi islohotlarning to'rtinchi bosqichida xususiy mehmonxona xo'jaligi tashkilotlari assotsiatsiyasiga o'tkazish ustida izlanishlar olib borilmoqda. Bu esa mehmonxona xo'jaligini yanada tezroq sur'atlarda rivojlanishiga turtki beradi.

Mehmonxona xo'jaligida turli xil xizmatlar ko'rsatiladi. Ular mehmondorchilik xizmatlari bo'lib, buning o'zi bir qancha yo'nalishlarga bo'linadi.

Ulardan biri mehmonlarni joylashtirish va vaqtincha yashashini ta'minlash bilan bog'liq xizmatlardir. Bular tarkibiga mehmonxona xo'jaligi tomonidan ko'rsatiladigan xizmatlar ham kiradi.

Avvalo, mehmondorchilik xizmatlari o'z navbatida yana bir qancha guruhlariga bo'linadi. Bularga mehmonxona xo'jaligi xizmatlari, ularni tashish bilan bog'liq xizmatlar hamda mehmonxonalar ovqatlantirish va dam olish bilan bog'liq xizmatlar kiradi.

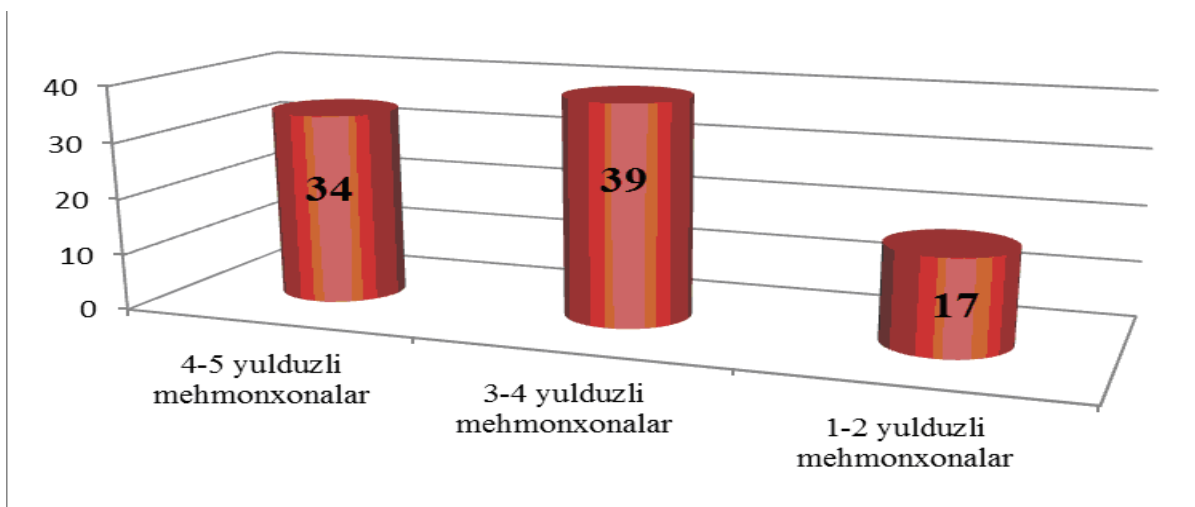
Ammo, mehmonlar o'z hohishiga qarab, ular boshqa sohaga ixtisoslashgan joylarda bunday xizmatlardan bahramand bo'ladilar. Shu tufayli mehmonxona xizmatlari tarkibiga hozirgi paytda turistlarga ertalabki nonushtani tashkil qilish xizmatlari kiritilgan va ularning narxi yashash xarajatlari bilan birga kalkulyasiya qilinadi va mehmonxonaga joylashtirish bahosiga qo'shiladi.

Shu bilan birga, turistlarni joylashtirish va yashashi bilan bog'liq xizmatlar turistik xizmatlarning tarkibiy qismi bo'lib, turistlarni qabul qilish va tunashiga tegishli shart-sharoit yaratib berishiga qaratilgan xizmatlardir.

Bu jarayonda ularga ovqatlanish, dam olish va maishiy xizmatlarni ham ko'rsatishga majbur bo'ladilar. Bunday xizmatlarning turlari va sifatiga qarab mehmonxonalarning kategoriyasi o'zgarib, takomillashib boradi.

Shuningdek, so'nggi bir necha yillar davomida mamlakatimizda turizm sohasining asosi bo'lgan mehmonxonalar industriyasi jadal rivoj topmoqda va bosqichlarda amalga oshirilmoqda. Shuningdek, yuqori darajada xizmat ko'rsatuvchi mehmonxonalar soni qanchalik ko'p bo'lsa, aholining ish bilan ta'minlanishi va o'z navbatida sayyohlikning ham yanad rivojlanishiga imkon

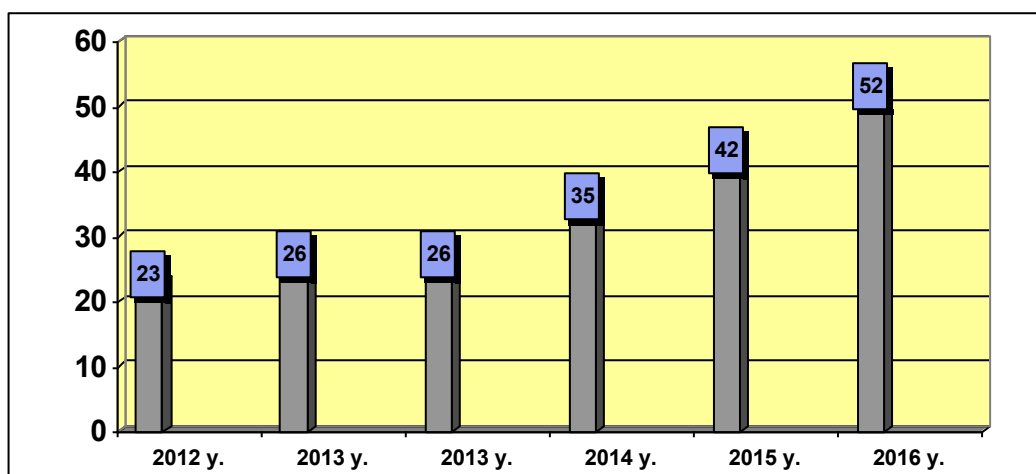
yaratadi. Bu borada Toshkent shahridagi mehmonxonalar soni o‘shish dinamikasiga ega (2.3.1-rasm).



2.3.1-rasm. Toshkent shahridagi mehmonxonalar sonining o‘shish dinamikasi (2015 yil bo‘yicha)²³

Ushbu rasimga asosan, 2015 yil bo‘yicha poytaxtimizdagi mehmonxonalar sonining o‘shish dinamikasi yilga-yilga oshib borayotganligini ko‘rish mumkin.

Hamda O‘zbekistonda mehmonxona xo‘jaligini rivojlantirishda Xorazm viloyatining alohida o‘rni bor. Viloyatda mehmonxonalar soni 26 tadan 2016 yilga kelib 52 taga etdi (2.3.2-rasm).



2.3.1-rasm. Xorazm viloyatida 2012-2016 yillarda mehmonxonalarning o‘shish tendensiyasi haqida ma‘lumot²⁴

²³ www.tripadvisor.ru sayti ma‘lumotlari asosida tuzilgan

⁷ Mirzayev Q.J., Musayev B.Sh. Mehmonxona xo‘jaligi menejmenti. - Samarqand, 2010. –25 b

²⁴ Manba: Xorazm viloyati statistika boshqarmasining ma‘lumotlari

Rasmdagi ko'rsatkich Urganch shahrida 12 ta, Xiva tumanida 34 ta, Xazorasp tumanida 4 ta va Gurlan tumanida 2 tani tashkil etadi. Shuni alohida ta'kidlash lozimki, turizmda band bo'lgan xodimlarning asosiy qismi mehmonxona xo'jaliklarida faoliyat ko'rsatmoqda. Tadqiqotlarning ko'rsatishicha, turizmda band bo'lgan barcha xodimlar tarkibida mehmonxona xo'jaligida band bo'lgan va u yerda yashash bilan bog'liq xizmatlarni ko'rsatuvchi xodimlarning ulushi 60 foizdan yuqorini tashkil qiladi.

Bunga mos ravishda turistik xizmatlarning ham 60 foizdan ortiqrog'i ushbu sohaning ulushiga to'g'ri keladi. Shu boisdan ham, mehmonxona xo'jaligi turizm sohasida katta o'ringa va ahamiyatga ega. Mehmonxona xizmatlariga shunchaki xizmatlar deb emas, balki xalqaro ahamiyatga molik xizmatlar sifatida yondashish lozim.

Mehmonxonaga joylashgan turistlarning har biridan hamisha takliflarni oladigan anketalar ishlab chiqib, ularga manzur bo'lgan jihatlar yoki kamchiliklarni, turistik marshrutlar bo'yicha fikrlarini ham olish lozim. Ularning fikrlaridan foydalangan holda turizm va mehmonxonalar faoliyatini takomillashtirib borish va shu orqali samaradorlikka erishish maqsadga muvofiq.

Mazkur masalalar mehmonxona xo'jaliklarida uning samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar hamda aniqlash yo'llarini ishlab chiqishni taqozo qiladi. Chunki, iqtisodiyotning muttasil erkinlashib borishi, islohotlarning chuqurlashuvi, turli inqiroz va iqtisodiy beqarorliklarning sodir bo'lib turishi, raqobatning mavjudligi har bir xo'jalik yurituvchi sub'ektlar, xususan, mehmonxona xo'jaliklarining ham faoliyati samaradorligini oshirish zaruratini tug'diradi.

Avvalo, samaradorlik ta'minlanmagan joyda foyda etarli darajada bo'lmaydi va foyda bo'lmagan joyda esa mulkiy o'sish ta'minlanmaydi. SHu tufayli barcha xo'jalik yurituvchi sub'ektlar faoliyatining samaradorligini oshirishga erishish lozim.

Mehmonxona xo'jaligi samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar bilan bog'liq nazariy va amaliy qarashlarni tahlil qilib va o'rganib, ushbu masalani hal qilishga quyidagi ikki xil nuqtai nazardan qarash maqsadga muvofiq.

- birinchidan, samaradorlikni ifodalovchi ko'rsatkichlarga uning klassik ta'rifi va umummetodologik asosiga tayangan holda yondashish;

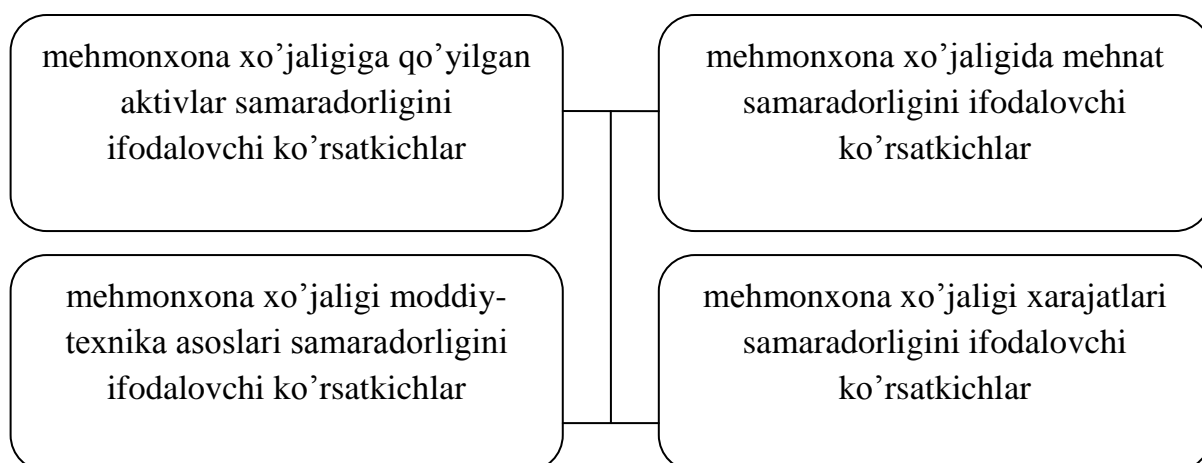
- ikkinchidan, mehmonxona xo'jaligining xizmat ko'rsatuvchi sub'ekt sifatida o'ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqqan holda qarash lozim.

Bulardan tashqari, mehmonxona xo'jaligi samaradorligiga bir tomondan mehmonlar va ikkinchi tomondan xo'jalik yurituvchi sub'ektlar nuqtai nazaridan qarash maqsadga muvofiqdir.

Mehmonlarning nuqtai nazaridan, mehmonxona xo'jaligi samaradorligini baholashda joylashtirish, ovqatlantirish, savdo, transport, mehmonlarning dam olishi va rohatlanishi uchun zarur bo'lgan turli madaniy-maishiy xizmatlarni ko'rsatish kabi yo'nalishlar inobatga olinadi.

Mehmonxona xo'jaligida samaradorlikni baholashda ikkinchi yo'nalish bo'yicha qaralganda mehmonxona egasi yoki shu xo'jalik yurituvchi sub'ekt sohaga qo'ygan investitsiyasidan yetarli darajada foyda olishga erishmog'i hamda mavjud moddiy-texnika asoslaridan samarali foydalanish, xodimlarning yuqori mehnat unumdorligiga erishish va xarajatlardan samarali foydalanish lozim.

Demak, mehmonxona xo'jaligida samaradorlikni baholash uchun ko'rsatkichlar tizimidan foydalanish mumkin bo'ladi. Bunday ko'rsatkichlar tizimi quyidagi guruhlarga bo'linadi (2.3.2-rasm):



2.3.2-rasm. Mehmonxona xo'jaligida samaradorlikni baholovchi ko'rsatkichlar tizimi²⁵

²⁵ Manba: Xoliqulov A.N. Mehmonxonalarda servis sifati va samaradorligini oshirish imkoniyatlari. Nomzodlik dissertatsiya avtoreferati. – Camarqand, 2011.

Har bir guruh ko'rsatkichlar o'z navbatida, bir qancha guruhlarni qamrab oladi. Masalan, ulardan biri mehmonxonaga xo'jaligiga qo'yilgan aktivlar samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlarga quyidagilarni kiritish mumkin:

- uzoq muddatli aktivlar rentabelligi;
- joriy aktivlar rentabelligi;
- umumiy investitsiyaning qoplanish koeffitsienti.

Mehmonxonaga xo'jaligi moddiy-texnika asoslari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar bir qancha ko'rsatkichlarni qamrab oladi. Mehmonxonaga xo'jaligining xususiyatlaridan kelib chiqib, ushbu guruh ko'rsatkichlariga quyidagi ko'rsatkichlarni kiritishni tavsiya qilinadi;

- bitta o'ringa to'g'ri keladigan o'rtacha tushum;
- mehmonxonaga xo'jaligi koyka/kunlaridan foydalanish koeffitsienti;
- mehmonxonaga xo'jaligi koyka/kunlari samaradorligi koeffitsienti.

Mehmonxonaga xo'jaligida mehnat samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar muhim iqtisodiy ko'rsatkichlar sifatida o'z o'rniga ega bo'lib, mazkur guruh ko'rsatkichlarga quyidagilarni kiritish mumkin:

- bitta xodimga to'g'ri keladigan o'rtacha tushum;
- bitta xodimga to'g'ri keladigan o'rtacha koyka/kunlari.

Mehmonxonaga xo'jaligida navbatdagi ko'rsatkichlar joriy yilda sarflangan xarajatlari samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlari bo'lib, ushbu guruh ko'rsatkichlarga quyidagilarni kiritiladi:

- joriy yilda qilingan xarajatlar rentabelligi;
- har bir foydalanilgan koyka/kunlarning tannarxi.

Ushbu ko'rsatkichlarni aniqlash, ularning o'zgarishiga ta'sir etuvchi omillarni hisoblash orqali har birining yaxshilanishi uchun ichki imkoniyatlarni axtarib topish yo'llarini ko'rsatib berish lozim.

Umuman olganda, yuqoridagilardan kelib chiqib, O'zbekistonda mehmonxonaga xo'jaligini rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari va bosqichlarining mavjud imkoniyatlari quyidagi yo'nalishlar bilan belgilanadi:

- mehmonxonaning muvofaqiyatiga uning nomiga ko'rsatilayotgan xizmatlar va

xodimlarga bo'lgan ishonch kompaniya aksiyadorlari uchun uning bebaho qimmatini ta'minlaydi;

- tavakkal qilish, tadbirkorlik va oqilona tavakkalchilik rag'batlantiradigan muhitni yaratish;

- barkamollikga, faoliyatning barcha sohalarida yuqori sifat va natijalarga erishish;

- mehmonxonaning hodimlari va butun jamoasini samarli ishlashga rag'batlantirish vataqdirlash;

- novatorlik, xizmatlar ko'rsatish jarayoniga qadar bo'lgan barcha bosqichlarda innovatsiyalarni amaliyotga joriy etish;

- iqtidorli xodimlarga tashabbus ko'rsatish va o'z g'oyalarini amalga oshirish uchun imkoniyat yaratish;

- mijozlarga izzat-ikrom ko'rsatish, ularga vijdonan hurmat bilan munosabatda bo'lish.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Respublikamizda izchillik bilan amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlar sohinig barcha sohalariga o'z ta'sirini o'tkazib, bu bozor tizimlarida o'z ifodasini topmoqda va yangi qirralari ko'zga tashlanmoqda. Ayniqsa, iqtisodiyotning tarmog'i bo'lgan turizm sohasi respublika iqtisodiyotining rivojlanishi, aholini ish bilan ta'minlash va moddiy farovonlikni oshirishda muhim ahamiyat kasb etadi hamda bunda mehmonxonalarning o'rni beqiyos ahamiyatga ega bo'lmoqda.

Demak, sohaning rivojlanishi bevosita mehmonxona xo'jaligi bilan bog'liq sanaladi. Bunda turizmning rivojlanishidagi eng muhim yo'nalish mehmondo'stlik industriyasi faoliyati va uni keng taraqqiy qildirish hisoblanadi. Avvalo, mehmondo'stlik industriyasi natijasida mehmonxona xo'jaligi rivojlanadi va bu orqali turli xil joylashtirish, ovqatlantirish, transport, ekskursiya va turli-tuman qo'shimcha xizmatlar taklif etiladi.

Shuning uchun ham, mehmonxona xo'jaligining shakllanishi va rivojlanishi natijasida mehmonxonalar keng taraqqiy qilmoqda, yangi mehmonxonalar tashkil qilmoqda va ularning faoliyati yangidan yo'lga qo'yilmoqda, Shuningdek, sohada raqobat vujudga kelib, mehmonxona faoliyatining samarali faoliyat olib borishi uchun yangi xizmatlarni kuchaytirish va mehmonxona xo'jaligi infratuzilmasini mukammal boshqarishni taqozo qiladi.

Darhaqiqat, hozirgi kunda mehmonxona xo'jaligi turizmning tarkibida salmoqli o'rinni egallab bormoqda. Bu daromad xo'jaligi bo'lib, byudjetga tushumlar sifatida ham milliy daromadning eng salmoqli qismiga aylangan. Aynan, bu ma'lum bir darajada iqtisodiy o'zgarishlar sodir bo'lishini taqozo etadi va sifat ko'rsatkichlariga erishishda o'z aksini topadi.

Ana shularga muvofiq, mehmonxona xo'jaligi, avvalo, iqtisodiy faoliyatning bir turi sifatida muayyan haq evaziga mehmonxona, motel, kemping, pansionat va boshqa joylashtirish vositalarida qisqa muddatli joylashtirishni tashkillashtirish amalga oshiriladi.

Shuningdek, mehmonxona xo'jaligini tashkil etishda turistik xizmat ko'rsatishga ham alohida e'tibor qaratish lozim. Bu o'ziga hos kompleks yo'nalish

sifatida mehmonlarga tovarlar tanlash va xizmatlarni iste'mol qilishni ta'minlovchi faoliyatlar yig'indisidan iborat bo'ladi. Bunda umumiy ovqatlanish, mehmonxona faoliyati va transport xizmatlari ko'rsatiladi.

Avvalo, mehmonxona xo'jaligidagi asosiy bosqichlarni yanada rivojlantirish maqsadida marketing faoliyatini samarali tashkil etish va aniq amalga oshirish lozim. Bu esa mehmonlarning ehtiyojlarini aniqlash, jozibali turistik xizmatlarni yo'lga qo'yish va kelajakda mehmonlar foydalana oladigan turizm mahsulotlari bilan tanishtirishdan iborat bo'ladi. Ya'ni, bunda marketingning vazifasi bozorni o'rganish, mahsulotni rejalashtirish, uni reklama qilish va harakatga keltirish va taqsimlash kanallarini ko'rsatish amalga oshiriladi. Shular asosida mehmonxona xo'jaligini rivojlantirishdagi asosiy bosqichlarni tadqiq qilish asosida foyda olish maqsadlariga erishish mumkin.

Demak, mehmonxona xo'jaligida qabul qilingan strategik dasturlar uning oxirgi bosqichida amalga oshiriladi. Bunda bozordagi talab va aniq vaziyatlar aks ettiriladi. Bu bilan mehmonxonalarda samarali marketing xizmati ko'rsatiladi hamda natijada mehmonxona faoliyatini boshqarish va mehmonxona xodimlar ishini muvofiqlashtirilishga ham erishiladi. Shu boisdan ham, bunda mehmonxonani boshqarish strategiyasiga alohida e'tibor qaratiladi hamda quyidagi jihatlar hisobga olinishi kerak:

- maqsadlarni aniqlash;
- ichki va tashqi muhitni o'rganish;
- imkoniyatlar va mavjud resurslarni aniqlash;
- marketingning aniq maqsadlarini shakllantirish;
- ushbu maqsadlarga erishish uchun oqilona strategiyalarni ishlab chiqish;
- axborot tizimi va ma'lumotlar bazasini shakllantirish.

Umuman olganda, mehmonxona xo'jaligida uning asosiy bosqichlaridan samarali foydalanish uchun quyidagi yo'nalishdagi taklif va tavsiyalarni amaliyotga qo'llash maqsadga muvofiq sanaladi:

- mehmonxonalar faoliyatida turistik mavsumga alohida e'tibor qaratish va ushbu mavsumni kuchaytirish tadbirlarini ishlab chiqish;

- mehmonxonalar xo'jaligini tashkil qilinishining mexanizmini yanada soddalashtirish va tezlashtirish;
- doimiy ravishda mehmonxonalar faoliyatini iqtisodiy qo'llab-quvvatlab va rag'batlantirib borish;
- mehmonxona xo'jaligini rivojlantirishning maqsadli chora-tadbirlari ishlab chiqish va ularni amalga oshirilishini doimiy nazorat qilib borish;
- mehmonxona xo'jaliklaridagi mavjud muammolarni o'z vaqtida aniqlab borish, ularni hal qilishni amalga oshirish va faoliyatini takomillashtirish bo'yicha maslahatlar kengashi tuzish.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi Qonuni. – T.: 1999 yil 20 avgust.
2. “Turizm faoliyatini litsenziyalash to‘g‘risidagi nizomni tasdiqlash haqida”gi O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2003 yil 11 noyabrdagi 497-sonli Qarori.
3. Karimov I.A. Mamlakatimizni modernizatsiya qilish yo‘lini izchil davom ettirish – taraqqiyotimizning muhim omilidir. // “Xalq so‘zi” gazetasi, 2010 yil, 8 dekabr.
4. Karimov I.A. Barcha reja va dasturlarimiz vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi. // “Turkiston” gazetasi, 2011 yil, 22 yanvar.
5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoevning mamlakatimizni 2016 yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning asosiy yakunlari va 2017 yilga mo‘ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo‘nalishlariga bag‘ishlangan Vazirlar Mahkamasining kengaytirilgan majlisidagi ma‘ruzasi. // Xalq so‘zi. 2017 yil 16 yanvar.
6. Буторова Н. В. Менеджмент и маркетинг иностранного туризма. – М.: Советский спорт. 1999. - 43 б.
7. Боголюбов В.С., Орловская В.П. Экономика туризма: Учебное пособие. 3-е изд.. М.: Издательский центр “Академия”, 2008. – 192 с.
8. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие. 4-е изд. стереотип. - Мн.: Новое знание, 2004. - 496 с.
9. Котлер Ф. Маркетинг, Гостеприимство, Туризм: Учебник для вузов. - М.: ЮНИТИ, 1998. – 787 с.
10. Основы управления предприятиями и организациями индустрии гостеприимства / Под ред. А.Браймера. – М., 1994.
11. Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства (отели и рестораны). -М.: ОАО НПО: Изд-во “Экономика”, 2000.
12. Статистика: учебник. / под ред. С.А.Орехова. – М.: Эксмо, 2010. – с. 172.

13. Туризм игостиничное хозяйство: учебное пособие / под ред. Л.П.Шматько. – Изд. 4-е изд. – Ростов н/Д : Феникс; “МарТ”, 2010. – 352 с
14. Сенин В.С, Денисенко А.В. Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других средств размещения: Учебное пособие. - М.: Ф и С, 2006. -144 с.
15. Уокер Дж. Введение в гостеприимство: Учебник / пер. с англ. -М.: ЮНИТИ, 1999.
16. Aliyeva M.T. Mehmonxona xo‘jaligi menejmenti. Ma’ruza matnlari. – T., 2011. – 8 b.
17. Amriddinova R. Mehmonxonalarda servis xizmati. – Samarqand, 2011.
18. Kamilova F.K., Ro‘ziyev S.S. Turizm marketingi. O‘quv qo‘llanma. – T.: TDIU, 2007.
19. Mamatkulov X.M. Turizm va servisga oid izohli lug‘at. - Samarqand: SamISI, 2010. – 151 b.
20. Mualliflar jamoasi. Xizmat ko‘rsatish, servis va turizm sohalarini rivojlantirish: muammolar va ularning yechimlari. Monografiya. –T .: 2008.
21. Mirzayev Q.J., Musayev B.Sh. Mehmonxona xo‘jaligi menejmenti. - Samarqand, 2010. – 17 b.
22. Pardayev M.Q., Atabayev R., Pardayev B.R. Turizm sohasini rivojlantirish imkoniyatlari. Risola. - T.: Fan va texnoloqiya, 2007. – 28 b.
23. Pardayev M.Q. va boshqalar. Mehmonxona xo‘jaliklarida samaradorlikni oshirish muammolari. Monografiya. –T.: Iqtisodiyot, 2013.
24. Tuxliyev I.S., Hayitboyev R., Ibodullayev N.E, Amriddinova R.S. Turizm asoslari: O‘quv qo‘llanma. – Samarqand: SamISI, 2010.
25. O‘zbek tilining izohli lug‘ati. J. 2 E-M – 586 b.
26. Xoliqulov A.N. “Mehmonxonalarda servis sifati va samaradorligini oshirish imkoniyatlari (Samarqand mehmonxonalari misolida)” mavzusidagi nomzodlik dissertatsiyasi avtoreferati. – Samarqand, SamISI, 2011. – 10 b.
27. O‘zbekistonda turizm. O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi to‘plami. – T., 2015.

28. Davlat statistika qo‘mitasi ma’lumotlari

29. <https://skachat-besplatno.info/biznes/88-turizmda-me1203monhona-hzhalgini-bosh1179arish-asoslari.html>

30. <http://tashvil.gov.uz>

31. <http://xs.uz>

32. www.uza.uz